



3

Vol. 11
winter 2025

Research Paper

Received:
2025/03/13
Revised:
2025/07/15
Accepted:
2025/07/16
Published:
2025/12/22
P.P: 11-47

ISSN: 2783-1914
E-ISSN: 3092-7765



State Studies of Contemporary Iran

Tourism and the Identity Predicament: Multilevel Governance and the Balance between National and Ethnic Allegiances in Iran

Seyyed Zakarya Mahmoudiraja¹ | Mohammad Reza Salehipour²

Abstract

This research investigates mechanisms for balancing national and ethnic-local identities in Iran's ethnic regions, emphasizing the role of multilevel governance and tourism capacities. The central question addresses how multi-layered governance and tourism development contribute to sustainable coexistence among identity groups and national cohesion. Adopting a qualitative methodology based on grounded theory, data were collected through semi-structured interviews with experts in identity, governance, and tourism, as well as the analysis of scholarly documents and records. Three-stage coding (open, axial, selective) led to the identification of a paradigmatic model centered on "multilevel governance and sustainable identity equilibrium," organized along six axes: causal, contextual, intervening, strategic, positive, and negative outcomes. Findings reveal that centralization and weak inter-level governance exacerbate identity fragmentation and undermine local bonds, while the establishment of multilevel governance, local participation, empowerment of local institutions, and equitable benefit distribution are key to achieving synergistic development and identity equilibrium. The creation of institutions such as the "Iranian Ethnicities House" and targeted ethnic tourism policies foster social capital, intercultural interaction, and unity in diversity. The proposed model offers a practical framework for strengthening the balance between national and ethnic identities within the context of multilevel governance.

Keywords: Tourism, National Identity, Ethnic Identity, Multilevel Governance, Grounded Theory, Local Participation.

1. Corresponding Author: Assistant Professor of Political Science, Department of Political Science, Faculty of Law and Political Science, Shahid Chamran University of Ahvaz.

Email: s.z.mahmodi@gmail.com

2. Assistant Professor, Department of Tourism Management and Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran.

Cite this Paper: Mahmoudiraja, S.Z.; Salehipour, M.R (2025). Tourism and the Identity Predicament: Multilevel Governance and the Balance between National and Ethnic Allegiances in Iran. *State Studies of Contemporary Iran*, 4(11), 11-47.

Publisher: Imam Hussein University

© Authors



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (CC BY 4.0).



گردشگری و معمای هویت: حکمرانی چندسطحی و تعادل بین

تعلقات ملی و قومی در ایران

سید زکریا محمودی رجا^۱ | محمد رضا صالحی پور^۲

چکیده

پژوهش حاضر باهدف تبیین سازوکار تحقق توازن میان هویت محلی-قومی و هویت ملی در مناطق قومی ایران، بر نقش حکمرانی چندسطحی و ظرفیت‌های گردشگری تمرکز دارد. پرسش اصلی این است که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از الگوهای حکمرانی چندلایه و سیاست‌گذاری مبتنی بر توسعه گردشگری، همزمان به همزیستی سازنده هویت‌های قومی و تحکیم انسجام ملی دست‌یافت. این مطالعه ماهیت پیچیده مدیریت هویت در بستر چندقومیتی ایران و ضرورت عبور از رویکردهای متمرکز به الگوهای مشارکتی و تعاملی را بررسی می‌کند. روش‌شناسی پژوهش کیفی و بر اساس نظریه داده‌بنیاد است؛ داده‌ها از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران حوزه هویت، حکمرانی و گردشگری، بررسی اسناد و مشارکت در نشست‌های علمی تا اشباع نظری گردآوری و با سه‌مرحله کدگذاری تحلیل شده‌اند. مدل پارادایمی پژوهش، با مقوله هسته‌ای «حکمرانی چندسطحی و تعادل هویتی پایدار» و شش محور علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها، پیامدهای ایجابی و سلبی سازمان‌یافته است. یافته‌ها نشان می‌دهد تمرکزگرایی و ضعف در تعامل میان‌سطوحی، زمینه‌تقلیل‌گرایی هویتی و واگرایی قومی را ایجاد می‌کند و تحقق توازن هویتی به استقرار حکمرانی چندسطحی، تقویت ساختارهای بومی، توزیع عادلانه منافع و توسعه هدفمند گردشگری قومی وابسته است. تأسیس نهادهایی چون «خانه اقوام ایرانی» و ارتقاء مشارکت محلی، بنیان‌های تعامل و انسجام اجتماعی-ملی را شکل می‌دهد و صنعت گردشگری ابزاری محوری برای بازتولید وحدت در عین کثرت فراهم می‌آورد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، هویت ملی، هویت قومی، حکمرانی چندسطحی، گردشگری، مشارکت محلی.

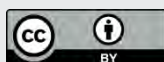
۱. نویسنده مسئول: استادیار علوم سیاسی، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه شهید چمران اهواز.

Email: s.z.mahmodi@gmail.com

۲. استادیار گروه سیاست‌گذاری و توسعه گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران.

استناد: محمودی رجا، سید زکریا؛ صالحی پور، محمدرضا، (۱۴۰۴). گردشگری و معمای هویت: حکمرانی چندسطحی و

تعادل بین تعلقات ملی و قومی در ایران، دولت پژوهی ایران معاصر، ۴(۱۱)، ۴۷-۱۱.



مقدمه و بیان مسئله

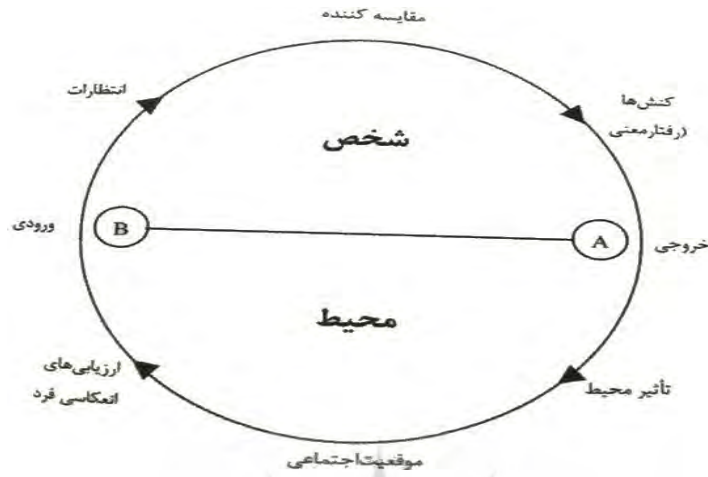
هویت، به عنوان یک سازه اجتماعی و فرهنگی، نقش اساسی در شکل دهی به زندگی فردی و جمعی ایفا می کند (عبداللهی و حسین بر، ۱۳۸۱). در دنیای امروز، هویت ملی به عنوان مهم ترین و فراگیرترین سطح هویت، مورد توجه سیاست گذاران و دولت ها قرار دارد (ابوالقاسمی و همکاران، ۱۳۹۲). دولت ها تلاش می کنند با تقویت عناصر مشترک فرهنگی و اجتماعی، حس تعلق و همبستگی را در میان افراد ملت تقویت کرده و از این طریق، انسجام اجتماعی و توسعه پایدار را تضمین نمایند (شیخاوندی و همکاران، ۱۳۷۸)؛ اما در کشورهای کثیرالاقوام، مسئله هویت از پیچیدگی بیشتری برخوردار است. در چنین کشورهایی، هویت های قومی می توانند در کنار هویت ملی، نقش مهمی ایفا کنند و در صورت عدم مدیریت صحیح، منجر به بروز چالش هایی همچون تقابل ملیت-قومیت، تبعیض و بی عدالتی و حتی گرایش به خودمختاری و جدایی طلبی شوند (Fearon, 2003). ایران نیز به عنوان یک کشور کثیرالاقوام، با این چالش ها روبرو است (حاجیان، ۱۳۸۷). یکی از عوامل مهم در شکل گیری و تقویت هویت های قومی، احساس محرومیت نسبی در میان اقوام مختلف است (صادقی زاده، ۱۳۹۷؛ ربانی و همکاران، ۱۳۸۸؛ رئوفی و همکاران، ۱۳۹۶؛ جهانی و همکاران، ۱۳۹۴؛ نواح و تقوی نسب، ۱۳۸۶؛ اکوانی، ۱۳۸۷؛ رضایی و همکاران، ۱۳۹۸). هنگامی که یک قوم احساس می کند نسبت به سایر اقوام یا نسبت به میانگین جامعه، از نظر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا سیاسی در وضعیت نامناسب تری قرار دارد، احتمال بیشتری وجود دارد که به هویت قومی خود پناه برده و در برابر هویت ملی مقاومت کند. در این میان، صنعت گردشگری به عنوان یک پدیده چندوجهی با ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی، می تواند نقش مهمی در مدیریت مسئله هویت در کشورهای کثیرالاقوام ایفا کند (Sharpley and Telfer, 2015). گردشگری می تواند از طریق ایجاد فرصت های اقتصادی، تبادل فرهنگی، معرفی جاذبه های گردشگری مناطق مختلف و تقویت حس تعلق به کشور، به کاهش احساس محرومیت نسبی و تقویت هویت ملی کمک کند. با این حال، این نقش آفرینی به صورت خودکار و تضمین شده نیست. اگر گردشگری به صورت نامتوازن و ناعادلانه توسعه یابد، می تواند به تشدید شکاف های اقتصادی و اجتماعی، تخریب محیط زیست، تغییر

فرهنگ بومی و درنهایت، افزایش احساس محرومیت نسبی و تضعیف هویت ملی منجر شود. از طرفی تجربیات جهانی نشان می‌دهد که تحولات ناشی از جهانی شدن، رشد فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، جنبش‌های استقلال طلبانه و تجزیه گر قومی به عنوان مسئله مهمی در سطح جهان مطرح شده که روند ثبات، توسعه و امنیت پایدار نظام‌های سیاسی را به مخاطره انداخته است (مرادی و محمودی رجا، ۱۴۰۱: ۴۵ - ۴۶، احمدی و الوند، ۱۳۹۱: ۱۶۱). از این رو، برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری در راستای تقویت همبستگی ملی و تعادل بین تعلقات ملی و قومی، نیازمند رویکردی هوشمندانه و مبتنی بر حکمرانی چندسطحی هستیم. حکمرانی چندسطحی به معنای تعامل و همکاری بین سطوح مختلف حکمرانی (ملی، منطقه‌ای و محلی) در فرآیند تصمیم‌گیری و اجرای سیاست‌های گردشگری است. در این رویکرد، باید به نظرات و خواسته‌های جوامع محلی توجه شود، منافع گردشگری به صورت عادلانه توزیع گردد و از مشارکت فعال ذینفعان مختلف در فرآیندهای برنامه‌ریزی و اجرا استفاده شود. با توجه به این مسائل، سؤال اصلی این پژوهش این است که: چگونه می‌توان با استفاده از رویکرد حکمرانی چندسطحی، از ظرفیت‌های صنعت گردشگری برای ایجاد تعادل بین هویت ملی و هویت‌های قومی در ایران بهره برد؟ این پژوهش در تلاش است تا چارچوبی تحلیلی برای ارزیابی و مدیریت تعاملات بین گردشگری، هویت و حکمرانی چندسطحی ارائه دهد.

مدل مفهومی پژوهش

در تحلیل بنیادین پویای هویت و تعاملات قومی - ملی، یکی از رهیافت‌های برجسته، تمرکز بر چگونگی ادراک گروه‌ها از جایگاه و وضعیت خود در ساختار فرصت‌ها، منابع و سیاست‌های کلان است. از این منظر، مدل‌های تحلیلی که به بررسی انتظارات جمعی و فاصله درک شده میان امکانات بالفعل و امکانات متصور می‌پردازند، چارچوب مناسبی برای فهم پویایی تعلقات هویتی و رفتار گروه‌ها در مواجهه با سیاست‌های حکمرانی ایجاد می‌کنند (گر، ۱۳۷۷). چنین رهیافت‌هایی نشان می‌دهند که عضویت و تعلق به اجتماع ملی یا قومی، تحت تأثیر مستمر مقایسه موقعیت‌های اجتماعی با سایر گروه‌ها یا حتی اجتماع‌های برون‌ملی شکل می‌گیرد. هر میزان که شکاف ادراکی میان انتظارات و واقعیت‌های ساختاری افزایش یابد، احتمال ظهور نارضایتی‌ها

و طرح مطالبات نوظهور تقویت می‌شود (Gurr, 2000). در این بستر، سیاست‌های عمومی و حکمرانی چندسطحی به‌منابه متغیرهای کلان، نقش تعیین‌کننده‌ای در بازتعریف دامنه و شدت تعلقات هویتی و تنظیم مناسبات میان هویت ملی و قومی ایفا می‌کنند. کارکرد این سیاست‌ها می‌تواند به دو صورت متفاوت ظهور کند: از یک‌سو، تجربه محرومیت یا احساس تبعیض که عمدتاً ریشه در ناکارآمدی یا بی‌توجهی سیاست‌های مرکزی دارد، محرک برجسته‌سازی و تقویت هویت‌های خاص قومی خواهد بود؛ از سوی دیگر، بهره‌مندی و مشارکت فعال گروه‌های قومی در فرآیند توسعه و توزیع قدرت و منابع، بستر تقویت همزمان انسجام ملی و توازن هویتی را مهیا می‌سازد (نواح و تقوی‌نسب، ۱۳۸۶). مطابق شواهد میدانی و پژوهش‌های معاصر، پیوند بین تعلقات هویتی و رویکردهای حکمرانی رابطه‌ای پیچیده، چندوجهی و متأثر از تجربه زیسته است؛ افزایش ادراک نابرابری و تبعیض غالباً به رشد هویت قومی و تضعیف پیوندهای ملی منجر شده و حتی زمینه بروز رفتارهای اعتراضی و واگرایانه را فراهم می‌آورد (مقدس جعفری و همکاران، ۱۳۸۷؛ Branscombe et al, 1999؛ صالحی امیری، ۱۳۸۵). در مقابل، سیاست‌های توزیعی، تعامل‌محور و مبتنی بر عدالت فضایی و روایتی می‌توانند با رفع زمینه‌های نارضایتی، نقش هماهنگ‌کننده میان ابعاد گوناگون هویت و حکمرانی را ایفا نموده و از تشدید بحران‌های قومی - ملی پیشگیری نمایند. در نتیجه، تبیین سازوکارهای میان‌سطحی و شبکه‌ای در بستر حکمرانی و سیاست‌گذاری گردشگری اهمیت ویژه پیدا می‌کند. تحلیل شبکه مفاهیم مرتبط با این حوزه‌ها، امکان بررسی و ارزیابی نظام‌مند روابط علی، تعاملات و هم‌پوشانی مؤلفه‌ها را در زمینه تعادل میان تعلقات ملی و قومی فراهم می‌آورد. بدین ترتیب، مطالعه حاضر با عبور از تبیین‌های منفرد روان‌شناختی یا مقایسه‌ای، با بهره‌گیری از چارچوب شبکه‌ای مفاهیم، تصویر دقیق‌تری از کارکردهای ساختاری و سیاستی در تنظیم و بازتولید هویت‌ها ارائه می‌دهد. کنش‌ورزی هویت قومی و احساس تعلق خاطر آن‌ها در نسبت با هویت ملی را در موضوعات مختلف از جمله گردشگری و... در شکل زیر نشان داده شده است:



شکل ۱. ارتباط ساختار - کار گزار در حوزه هویت قومی - ملی (محمودی رجا، ۱۳۹۹، خواجه‌سروی و محمودی رجا، ۱۳۹۸: ۳۸)



شکل ۲. بازخورد صنعت گردشگری در کنش‌ورزی فعال/منفعل شهروندان (نگارندگان)

در رابطه با محورهای دو شکل مذکور و ارتباط آن با مسئله تحقیق باید گفت در جوامعی با تنوع فرهنگی و قومی همچون ایران، فهم جامع مسئله تعادل میان هویت‌های قومی و هویت ملی مستلزم تبیین دقیق سازوکارهای تعامل فرد و ساختار در بستر سیاست‌گذاری و حکمرانی است. الگوی مفهومی نخست نشان می‌دهد که ادراک هویت و شکل‌گیری انتظارات، حاصل یک فرآیند پویا میان فرد و محیط اجتماعی است؛ به نحوی که فرد بر اساس ارزشیابی‌های بازتابی از وضعیت خویش، در مواجهه با محیط، انتظارات و کنش‌های خود را بازتعریف می‌کند. در این میان، موقعیت اجتماعی فرد و نحوه مقایسه خود با دیگران، در شکل‌دهی به تعلقات و الگوهای رفتاری نقش اساسی دارد. این فرآیند بازخوردی می‌تواند به تحرک مثبت و مشارکت فعال یا در غیاب عدالت و فرصت‌های برابر، به احساس محرومیت و انفعال منجر شود. شکل مفهومی دوم شبکه پیچیده‌ای از مضامین کلیدی را به تصویر می‌کشد که در تعامل با یکدیگر، بر جهت‌گیری اجتماعی و هویتی شهروندان مؤثر هستند. در این شبکه، متغیرهایی نظیر توسعه ملی پایدار، عدالت توزیعی، شکاف‌های مرکز - پیرامون، حکمرانی چندلایه، هویت و تعلق قومی و ملی و همچنین نقش حلقه‌های میانی به‌عنوان واسطه، هر یک به گونه‌ای ساخت‌یافته بر کنشگری فعال یا منفعل افراد اثرگذار است. در چنین بستری، گردشگری نقش یک واسطه راهبردی را ایفا می‌کند؛ به نحوی که می‌تواند با ایجاد فرصت‌های برابر، افزایش برهم‌کنش فرهنگی و توزیع عادلانه منافع، راه را برای تعادل و هم‌افزایی میان سطوح مختلف هویت هموار سازد. کارآمدی این نقش منوط به تحقق حکمرانی چندسطحی و تقویت نهادهای محلی و مدنی است تا ضمن افزایش نقش‌آفرینی جوامع گوناگون، فرآیند تصمیم‌گیری و مدیریت از مرکز‌گرایی به مشارکت واقعی تغییر یابد. چنین تغییری در بستر حکمرانی و برنامه‌ریزی گردشگری، نه تنها ظرفیت‌های محلی را به فعلیت می‌رساند، بلکه با کاهش محرومیت نسبی و تعدیل شکاف‌های ساختاری، انسجام ملی را تقویت و زمینه‌های تعارض هویتی را محدود می‌کند. برآیند این فرآیندها شکل‌گیری نوعی تعادل پویا میان ابعاد هویت قومی و ملی است که در آن، هویت‌های قومی نه تنها تضعیف نمی‌شوند، بلکه با قرار گرفتن در خدمت پروژه ملت‌سازی و تعلق ملی، به بخشی از میراث و سرمایه اجتماعی جامعه تبدیل می‌شوند. خروجی این مدل مفهومی، گذار از رویکردهای انفعالی و متمرکز به الگوهای

مشارکتی - شبکه‌ای در عرصه هویت، حکمرانی و گردشگری است؛ الگویی که ثبات، انسجام و پایداری اجتماعی را در گستره ملی تبیین و تضمین می‌کند.

پیشینه پژوهش

در حیطه اثر صنعت گردشگری بر توازن هویت ملی و هویت قومی هیچ تحقیقی در کشور صورت نپذیرفته است و این تحقیق از این جهت نوآوری دارد. مرتبط‌ترین پژوهشی که زمینه موضوع تحقیق حاضر به انجام رسیده را کوشکی (۱۳۹۵) در مورد بررسی تأثیر دیدار از موزه قلعه فلک‌الافلاک شهر خرم‌آباد بر هویت قومی و هویت ملی دیدارکنندگان از آن انجام داده است. نویسنده به این نتیجه رسیده است که دیدار از این موزه هم بر هویت ملی و هم بر هویت قومی دیدارکنندگان تأثیر مثبت گذاشته است. در دیگر تحقیقات انجام پذیرفته نیز صرفاً تأثیر صنعت گردشگری بر هویت ملی و همبستگی ملی در کشور مورد بررسی قرار گرفته است. در این زمینه شجری و فضلی‌نژاد (۱۳۹۳) به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه گردشگری داخلی تأثیر مثبتی بر هویت ملی ایرانیان دارد. بذرافشان (۱۳۹۴) نیز توسعه گردشگری میراث فرهنگی را عاملی جهت تقویت هویت ملی در کشور می‌داند. جان‌پرور و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی خود متوجه شده‌اند که بهره بردن از آثار تاریخی و باستانی کشور در توسعه گردشگری فرهنگی، موجب تقویت هویت ملی در کشور می‌شود. مقصودی و ارسیا (۱۳۸۸) و جهانیان و همکاران (۱۳۸۹) نیز نشان داده‌اند که گردشگری می‌تواند روابط بین فرهنگی را در جامعه ایرانی تقویت کند و از این راه باعث تقویت انسجام و همبستگی ملی شود.

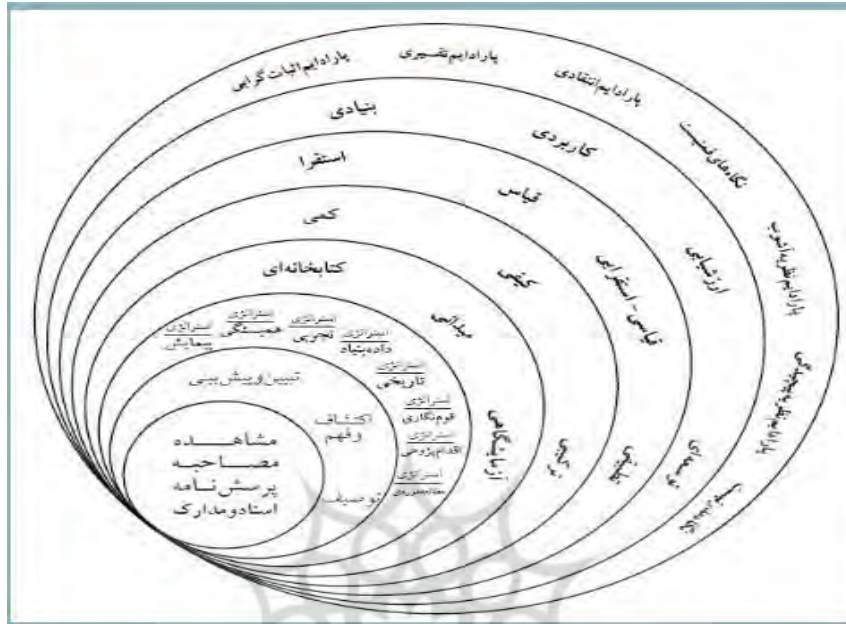
در تحقیقات خارجی انجام پذیرفته نیز تأثیر صنعت گردشگری بر هویت ملی (Nas, 2017; Palmer, 2007; Scherer and Thelen, 2017; Yang et al, 2020) و همچنین تأثیر آن بر هویت قومی (Yang and Wall, 2009; Yang, 2011; Yang, 2013; Sinclair-Maragh and Simpson, 2021) بیشتر به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. بررسی‌های نگارندگان نشان از این دارد که تنها باتلر و همکاران (۲۰۱۴) و هیری و همکاران (۲۰۱۶) در خصوص تأثیر صنعت گردشگری بر توازن این دو نوع هویت سخن گفته‌اند. باتلر و همکاران (۲۰۱۴) به این نتیجه رسیده‌اند که جاذبه‌های میراثی قومی در مالزی اگر به صورتی اثربخش تبلیغ و

شناسانده شوند، می‌توانند همزمان مروج هویت ملی این کشور نیز باشند. هیری و همکاران (۲۰۱۶) نیز نشان داده‌اند که برگزاری رویداد گردشگری ورزشی جام جهانی ۲۰۱۰ در آفریقای جنوبی، منجر به این شده که در حین برگزاری این رویداد، تمرکز بر هویت‌های قومی در این کشور کم شده و توجه به هویت ملی تقویت شود.

نوآوری و وجه تمایز این پژوهش در بررسی نقش صنعت گردشگری در ایجاد تعادل میان هویت‌های ملی و قومی در بافت پیچیده اجتماعی - فرهنگی ایران نهفته است. درحالی که مطالعات پیشین عمدتاً بر هویت ملی یا قومی به صورت جداگانه تمرکز داشته‌اند، این تحقیق با تلفیق این دو بُعد، رویکردی مبتنی بر حکمرانی چندسطحی را پیشنهاد می‌دهد. این رویکرد به همکاری میان سطوح ملی، منطقه‌ای و محلی کمک می‌کند و توزیع عادلانه مزایای گردشگری و مشارکت فعال جوامع محلی را تضمین می‌نماید. با استفاده از روش‌های کیفی و تحلیل اسناد موجود، این پژوهش نشان می‌دهد که چگونه گردشگری می‌تواند به‌عنوان کاتالیزوری برای تقویت همبستگی ملی و کاهش تفاوت‌های هویتی عمل کند. همچنین بر اهمیت توجه به جزئیات فرهنگی - اجتماعی هر منطقه و نقش ذینفعان محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری تأکید دارد. این مطالعه با پر کردن یک شکاف علمی، چارچوب جامعی برای ارزیابی و مدیریت تعاملات پیچیده بین گردشگری، هویت و حکمرانی ارائه می‌دهد و بر پتانسیل گردشگری در تقویت همبستگی ملی و تنوع قومی از طریق رویه‌های حکمرانی استراتژیک و فراگیر تأکید می‌کند و الگویی برای تحقیقات آینده در جوامع چندفرهنگی ارائه می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

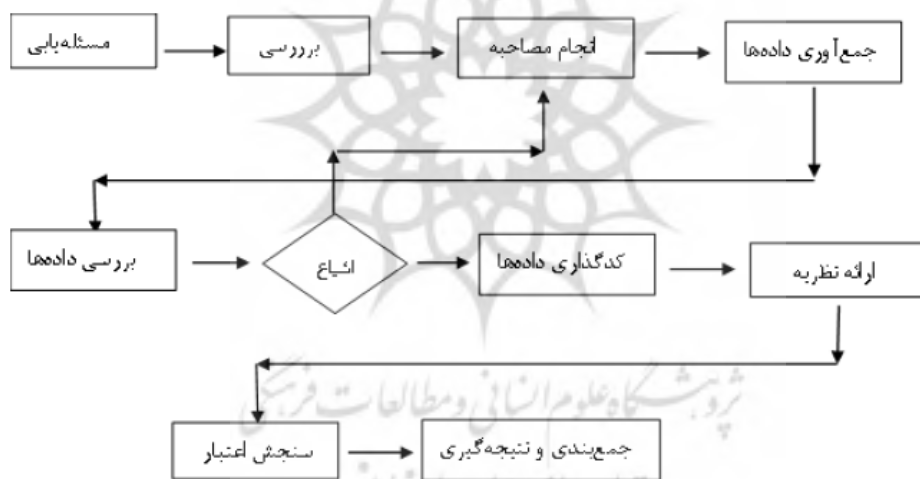
هدف از انتخاب روش تحقیق، تعیین شیوه‌ای است که پژوهشگر را دقیق‌تر و کارآمدتر به پاسخ پرسش‌های تحقیق راهنمایی کند (محمودی رجا، ۱۴۰۰: ۱۱۷-۱۱۸). چارچوب روش‌شناختی برمبنای الگوی پیاز پژوهش تدوین شد:



(محمودی رجا، ۱۴۰۰؛ دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶).

در لایه اول پارادایم تفسیری، در لایه دوم جهت‌گیری توسعه‌ای و کاربردی، در لایه سوم رویکرد استقرایی و در لایه چهارم روش پژوهش کیفی حاکم است. گردآوری داده‌ها در لایه پنجم مبتنی بر رویکرد تلفیقی (مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، اسناد و داده‌های رسانه‌ای) انجام شد و راهبرد پژوهش در لایه ششم بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (گردندتئوری) استوار بود. اهداف پژوهش در لایه هفتم توصیفی-اکتشافی و جمع‌آوری داده‌ها در لایه هشتم از شیوه‌های ترکیبی مانند مشاهده، مصاحبه و تحلیل منابع دیجیتال و اسنادی بهره گرفت. جامعه آماری مشتمل بر نخبگان دانشگاهی و اجرایی حوزه‌های علوم اجتماعی، علوم سیاسی، انسان‌شناسی، ایران‌شناسی، مسئولان و مدیران اجرایی گردشگری و صاحب‌نظران مطالعات هویت ملی و قومی و سیاست‌گذاری‌های مرتبط در ایران است. به‌منظور دستیابی به غنای داده‌ای و پوشش متنوع ابعاد ادراکی و میدانی، نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند (Purposeful Sampling) و بر مبنای ملاک‌هایی چون پیشینه تخصصی و نقش آفرینی در حوزه‌های هویت، حکمرانی و گردشگری انجام شد. نمونه‌گیری نظری تا سطح اشباع مفهومی ادامه یافت و در

مصاحبه با نفر هشتم اشباع نظری حاصل گردید؛ با این حال، مجموع مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با بیش از ۱۲ نفر از کنشگران، صاحب‌نظران و خبرگان مرتبط انجام گرفت تا تنوع دیدگاه و پوشش ابعاد تحلیل تضمین گردد. در کنار مصاحبه‌ها، بیش از ۸۰۰ صفحه داده خام از ارزیابی مستمر و نظام‌مند نشست‌های علمی و تخصصی، سخنرانی‌ها، مباحثات علمی، مصاحبه‌ها و پوشش تمامی حضور و مشارکت افراد صاحب‌نظر در انجمن‌های علمی و تخصصی مرتبط با موضوع هویت ملی، هویت قومی و حکمرانی چندسطحی گردآوری و گردآوری و پالایش گردید. کلیه داده‌های گردآوری شده بر اساس مدل مفهومی پژوهش، وارد فرایند کدگذاری داده‌بنیاد، شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی شدند و تحلیل آن‌ها با رویکرد استقرایی و داده‌بنیاد (اشتروس و کورین، ۱۳۹۷؛ قوام‌آبادی و دیگران، ۱۳۹۴) منجر به استخراج مضامین کلیدی، ترسیم مدل پارادایمی و کشف پیوندهای مفهومی موردنیاز برای پاسخ به پرسش‌های تحقیق گردید.



(کمالی باغستانی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۲-۱۴).

حجم غنی داده‌ها و متنوع‌سازی منابع از طریق تحلیل مصاحبه‌ها، اسناد سیاسی، سخنرانی‌ها و محتوای رسانه‌ای و نیز اعتبارسنجی یافته‌ها توسط صاحب‌نظران مستقل و راهبرد مثلث‌سازی، اعتبار و کفایت نتایج را تضمین کرد (فراستخواه، ۱۳۹۶: ۲۲۰ - ۲۴۲؛ پورسلیم و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۹). در این پژوهش، نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (Grounded Theory) نه صرفاً یک تکنیک جمع‌آوری و

تحلیل داده، بلکه رویکردی عملیاتی برای حل مسئله و دستیابی به هدف پژوهش یعنی تبیین سازوکار تعادل هویتی و حکمرانی چندسطحی در بستر گردشگری ایران بوده است. فرایند تحقیق از رهگذر پیوند تجربیات زیسته کنشگران و تحلیل داده‌های میدانی، به باز تعریف روابط میان هویت ملی و قومی و انعکاس پیچیدگی‌های حکمرانی در سطوح مختلف می‌پردازد، بی‌آنکه به پیش فرض‌های نظری از پیش تعیین شده یا مدل‌های خارج از بوم ایرانی اتکا شود. فرآیند عملیاتی روش تحقیق با مرحله کدگذاری باز آغاز شد؛ داده‌های جمع‌آوری شده در قالب مصاحبه‌ها و اسناد، بدون پیش‌داوری خطی، به واحدهای مفهومی کوچک‌تر (کدهای اولیه) افزای و طبقه‌بندی گردید تا مقولات علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی با حداکثر دقت استخراج شود.

در این بخش، کدها به‌عنوان نشانه‌های رفتاری و ساختاری زمینه‌ساز درک بهتر نقطه‌های تماس، واگرایی و همگرایی هویت در سیاست‌گذاری گردشگری عمل کرده و انبوهی از مضامین اولیه را نمایندگی کردند. در مرحله کدگذاری محوری، محورهای مدل پارادایمی مشتمل بر شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده یا مقوله محوری، راهبردها و پیامدها، نقش هسته تحلیلی پیدا کرده و ارتباط سیستماتیک بین مقولات و سطوح مختلف پدیده مورد مطالعه آشکار گردید. در این مرحله، محقق با چفت کردن مقولات اصلی استخراج شده به مدل پارادایمی تصویر شده، فرایند علی و پیامدی را از شرایط انگیزش و زمینه‌ساز تا تدوین راهبردهای عملی و پیامدهای ناشی از مداخلات را به‌گونه‌ای علمی و منسجم تبیین نمود. سرانجام، در کدگذاری انتخابی، مقوله یا پدیده اصلی پژوهش به‌عنوان محور مرکزی نظریه برگزیده شد و تمام مقولات فرعی پیرامون هسته مرکزی مدل، در قالب یک شبکه مفهومی یکپارچه و منسجم، سامان یافتند.

این رویکرد، امکان تبیین پیچیدگی‌ها و مسیریابی علمی روابط میان عناصر هویتی و حکمرانی چندسطحی را بر اساس داده‌های واقعی فراهم ساخت. مدل پارادایمی حاصل، نه تنها ابزار تحلیلی برای درک پیوند تعلقات ملی و قومی و مسأله تعادل هویتی در حکمرانی گردشگری ایران به‌دست می‌دهد، بلکه راهنمای تدوین راهبردهای عملیاتی و سیاست‌های بومی برای حل معضله‌های شناسایی شده را آماده می‌سازد. این فرآیند، با اتکا به تکرارپذیری، انسجام تحلیلی و انطباق با منطق بومی و تجربی، منجر به ارائه مدل نظری و راهکارهای سیاستی معتبر و سازگار با واقعیت‌های ساختاری و زمینه‌ای ایران گردید.

مفهوم‌شناسی پژوهش

هویت ملی

هویت ملی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سطوح هویت جمعی، پاسخی به پرسش‌های اساسی “چیستی” و “کیستی” انسان‌ها در سطوح فردی و جمعی است (جنکینز، ۱۳۸۱). این هویت بر پایه خودشناسی و دیگرشناسی شکل می‌گیرد که از یک سو معرف ویژگی‌هایی است که افراد به‌طور مشترک دارا هستند و از سوی دیگر تمایز “ما” از “دیگری” را برجسته می‌کند برخلاف هویت‌های قومی و محلی که به گروه‌های کوچک‌تری اشاره دارند (برتون، ۱۳۸۰)، هویت ملی به‌عنوان گسترده‌ترین و مشروع‌ترین سطح هویت شناخته می‌شود که تمامی افراد یک جامعه سیاسی را در برمی‌گیرد (گل‌محمدی، ۱۳۸۳: ۶۳). این هویت، از طریق تعلق خاطر به عناصر مشترک نظیر تاریخ، سرزمین، دین، فرهنگ، مفاخر ملی، زبان و ادبیات مشترک تعریف می‌شود. هویت ملی از یک سو بر حافظه تاریخی جمعی در یک سرزمین ملی بنا شده است که تجربیات تاریخی مشترک آن را تقویت می‌کند و از سوی دیگر، تعهد و وفاداری به نمادهای مشترک ملی مانند پرچم، سرود ملی و نهادهای سیاسی را تقویت می‌کند. این تعهد و تعلق به کشور، سرمایه‌ای حیاتی برای حاکمیت به‌شمار می‌آید و عاملی برای حفظ تمامیت سرزمینی و استقلال سیاسی کشور است (حاجیان و همکاران، ۱۳۹۴). تعلق خاطر ملی، مفهومی چندبعدی است که از جنبه‌های مختلف به هویت ملی پیوند می‌خورد. این مفهوم شامل تعلق عاطفی، به معنای احساس دل‌بستگی، غرور و علاقه به کشور و نمادهای آن نظیر پرچم ملی است که یکی از اصلی‌ترین مظاهر هویت ملی در عرصه روابط بین‌الملل محسوب می‌شود و معمولاً بیان‌کننده افتخار و تمایز ملت‌ها از یکدیگر است. همچنین، تعلق شناختی به معنای آگاهی از دستاوردها، ارزش‌ها، میراث تاریخی و فرهنگ ملی است که تقویت‌کننده عمق هویت ملی در سطح فردی و جمعی است. از دیگر ابعاد تعلق خاطر ملی می‌توان به تعلق رفتاری اشاره کرد که به اشکال مشارکت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی نمود پیدا می‌کند؛ از جمله مشارکت در انتخابات، احترام به قوانینی که ماهیت ملی دارند یا حضور در مراسم و آیین‌های ملی. این سطوح می‌توانند از سطح فردی - نظیر حس شخصی تعلق به کشور - تا سطح جمعی - نظیر همبستگی با دیگر اعضای ملت - گسترش پیدا

کنند. انسجام ملی نیز به معنای تحقق همبستگی اجتماعی و یکپارچگی میان اعضای یک ملت است که می‌تواند گروه‌های اجتماعی با تنوع‌های قومی، فرهنگی و زبانی مختلف را در یک چارچوب هویتی مشترک گرد هم آورد. تقویت انسجام ملی، مستلزم پذیرش تفاوت‌ها در عین تأکید بر نقاط اشتراک مانند منافع ملی، ارزش‌ها و اهداف مشترک است. هویت ملی، با ارائه یک چارچوب مشترک برای توصیف «مجموعه‌ای واحد از ما» در برابر «دیگران»، بستری مناسب برای حفظ انسجام اجتماعی ایجاد می‌کند. یکی از عناصر کلیدی هویت ملی، حافظه تاریخی جمعی است. این حافظه شامل وقایع تاریخی مشترکی است که ملت را به هم پیوند می‌دهد و احساس اشتراک در سرنوشت تاریخی را تقویت می‌کند. به‌عنوان مثال، بزرگداشت رویدادهای تاریخی یا قهرمانان ملی، نمادهایی برای بازآفرینی و یادآوری این حافظه جمعی هستند که هویت ملی را تقویت می‌کنند. پرچم نیز به‌عنوان یکی از بارزترین نمادهای هویت ملی، در روابط بین‌الملل نقش ویژه‌ای ایفا می‌کند. پرچم نه تنها نشان‌دهنده اقتدار ملی در داخل کشور است، بلکه در روابط خارجی به‌عنوان مظهر شناسایی و تمایز یک کشور عمل می‌کند. حس تعلق خاطر ملی که به‌طور گسترده به پرچم به‌عنوان نماد وحدت و اتحاد ملت گره‌خورده است، یکی از شاخص‌های تمایز کشورهای مختلف در عرصه روابط بین‌الملل محسوب می‌شود. این حس، عاملی برای تقویت دل‌بستگی ملت به کشور و پذیرش هزینه‌های لازم برای حمایت از منافع ملی است. در مجموع، هویت ملی، نوعی چارچوب هویتی گسترده و پویا است که از طریق تلفیق عناصر تاریخی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی قادر است انسجام ملی و حس تعلق خاطر به کشور را تقویت کند. حافظه تاریخی جمعی که پایه‌گذار ادراک مشترک از گذشته است، ارتباط مستقیم با تقویت احساس همبستگی ملی دارد. همچنین، پرچم به‌عنوان یکی از مظاهر برجسته هویت ملی، نقشی محوری در اتحاد ملت‌ها و تمایز آن‌ها در روابط بین‌الملل ایفا می‌کند. هویت ملی نه تنها عامل انسجام و یکپارچگی درونی یک ملت است، بلکه در عرصه گسترده‌تر بین‌المللی به‌عنوان یکی از عناصر هویت‌بخش و تمایزآفرین کشورها شناخته می‌شود.

هویت قومی

هویت، به‌عنوان منشأ انسجام اجتماعی و لنگرگاه ثبات سیاسی - اجتماعی، همواره مورد توجه عالمان علوم اجتماعی بوده است (خواججه‌سروی و محمودی‌رجا، ۱۳۹۸: ۳۶-۳۷، حاجیانی، ۱۳۸۸: ۳۵). تفاوت‌های قومی، جنسی و پایگاه اجتماعی، تأثیر بسزایی بر چرخه حیات سیاسی-اجتماعی جوامع دارد (محمودی‌رجا، ۱۴۰۰). در این میان، هویت قومی به‌عنوان یکی از ابعاد مهم هویت اجتماعی در اغلب نظام‌های سیاسی، با در بر گرفتن شاخصه‌هایی چون تعلق به سرزمین مشخص، زبان، فرهنگ، ادبیات، موسیقی، هنر و...، تحولات سیاسی-اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اسمیت، هویت قومی را ابزاری ذهنی می‌داند که بر رابطه متقابل نخبگان و مردم، بازتولید خاطرات مشترک، نگرش نوستالژیک و... تأثیر دارد (خواججه‌سروی و محمودی‌رجا ۱۳۹۸: ۳۷). تاجفل، هویت قومی را فرآیند بازنمایی اجتماعی-سیاسی می‌داند (حاجیانی، ۱۳۸۸: ۳۵، نش، ۱۳۸۷: ۱۴۳-۱۴۵). ریچارد جنیکنز، هویت قومی را فرآیند اجتماعی شدن و تعریف و بازتعریف افراد در تعاملات سیاسی-اجتماعی یاد کرده‌اند (جنیکنز ۱۳۸۱: ۳۴-۳۶). در نظر امانوئل کاستلز، هویت قومی، سازمان‌دهی و همبستگی اجتماعی در جامعه و شبکه قدرت است (محمودی‌رجا، ۱۳۹۹، کاستلز، ۱۳۸۰: ۸۴-۸۵). اندیشمندان مکتب کنش متقابل نمادین، از جمله هربرت مید، هربرت بلومر و...، هویت اجتماعی، به‌ویژه هویت قومی را توانایی کنشگران برای تفسیر جهان و واقعیت‌های اجتماعی-سیاسی می‌دانند (ریتزر، ۱۳۷۴: ۱۵۵-۱۶۰). در جوامع متکثر فرهنگی-قومی، هویت قومی بر پایه اشتراک و یکسانی میان دسته‌ای از افراد در مؤلفه‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و تاریخی شکل می‌گیرد (برتون، ۱۳۸۰). این هویت، هم به شناخت و آگاهی از خود و هم به تمایز از دیگران وابسته است؛ به این معنا که اعضای یک گروه قومی، هویت خود را بر اساس ویژگی‌هایی مانند منشأ، سرنوشت و تجارب تاریخی مشترک و گاهی سکونت در یک مکان جغرافیایی معین، تعریف می‌کنند (حاجیانی، ۱۳۸۷: ۱۴۵). این تمایز، به‌نوبه خود، احساس وفاداری و افتخار به نمادهای قومی، همچون زبان، مذهب، آداب‌ورسوم و مفاخر فرهنگی را تقویت می‌کند (اکوانی، ۱۳۸۷: ۱۰۱). ویلیام سامنر، یکی از جامعه‌شناسان مطرح آمریکا، هویت قومی را «وضعیتی که در آن یک گروه اجتماع انسانی، ارزش‌ها، سنن و موازین فرهنگ خود را محور قضاوت در مورد دیگران قرار دادند و اغلب، فرهنگ خود را برتر از دیگر فرهنگ‌ها در

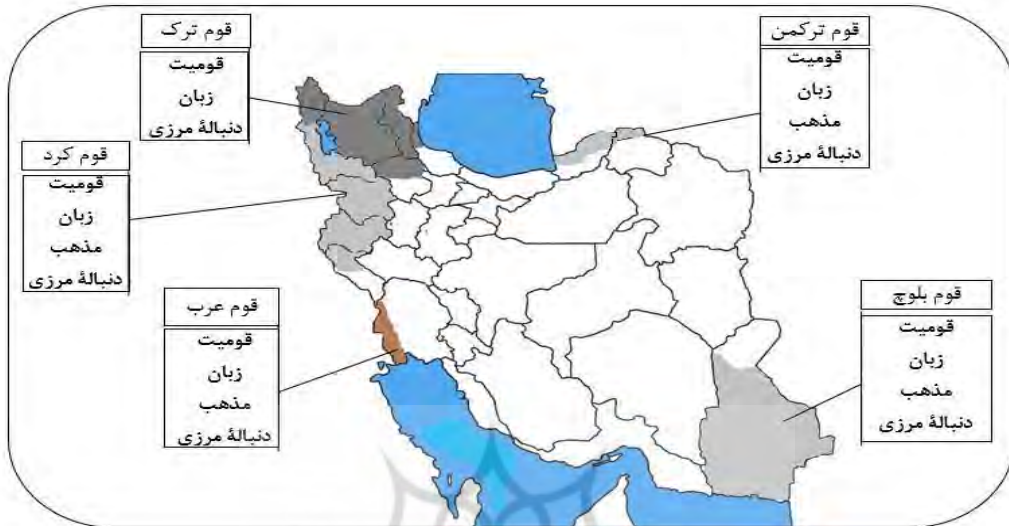
نظر می‌گیرند» تعریف کرده است (به نقل از گیدنز، ۱۳۷۳: ۳۶۹). در واقع، تفاوت‌ها و مناسبات اجتماعی افراد منجر به بازتولید هویت‌های اجتماعی، از جمله هویت قومی خواهد شد. رولان برتون معتقد است هویت قومی بر ساخت و سازه ذهنی است که در آن هر قشر و طبقه‌ای، دنبال جایگاه خود در تعلقات سیاسی - اجتماعی است (برتون، ۱۳۸۴: ۲۲ - ۲۵، خواجه‌سروی و همکاران، ۱۴۰۰: ۷۷ - ۷۸). هویت قومی نقش مهمی در ایجاد و حفظ خودآگاهی جمعی در میان اعضای یک گروه قومی ایفا می‌کند. این خودآگاهی، علاوه بر پیوند با ریشه‌ها و فرهنگ قومی، زمینه‌ساز شکل‌گیری احساس تعلق اجتماعی و فرهنگی در بین افراد گروه می‌شود. نمادها و شاخص‌هایی مانند زبان، آیین‌ها و ارزش‌های مشترک، این تمایز را در برابر سایر گروه‌های قومی برجسته می‌سازند (چگینی، ۱۳۹۷). وابستگی به هویت قومی معمولاً با حفظ و دفاع از نمادهای فرهنگی و اجتماعی گروه همراه است. این حس وفاداری، می‌تواند به افزایش تعلق و افتخار به میراث قومی منجر شود.

باین حال، عواملی مانند فقدان فرصت‌های برابر، بی‌عدالتی اجتماعی یا احساس محرومیت نسبی، می‌توانند هویت قومی را در تقابل با سایر هویت‌ها، از جمله هویت ملی، تقویت کنند (قلی‌زاده، ۱۳۹۰؛ ربانی و همکاران، ۱۳۸۸). بر این اساس، هویت قومی در ارتباط با هویت‌های محله‌ای، منطقه‌ای، نژادی، فرهنگی و... تعریف می‌شود و در جوامع متنوع و متکثر فرهنگی - قومی، سنت فرهنگی، اجتماعی و سیاسی مشترکی ایجاد می‌کند. افراد از این طریق دنبال شناخت جایگاه خود در یک اجتماع بزرگ‌تر و رسیدن به هدف واحدی هستند؛ بنابراین، هویت قومی نوعی بیان از "ما بودن" است که افراد یک گروه را بر اساس اشتراکات قومی، در مقابل "دیگران" تعریف می‌کند. این تعریف، علاوه بر جنبه ایجابی که مبتنی بر افتخار و وفاداری به عناصر فرهنگی - اجتماعی است، جنبه سلبی نیز دارد که بر غیر خودی بودن دیگران تأکید می‌کند (حاجیان، ۱۳۸۷: ۱۴۵). از این دیدگاه، هویت قومی می‌تواند هم ابزاری برای حفظ فرهنگ و انسجام درونی گروه باشد و هم در صورت وجود احساس نابرابری، عاملی برای تقابل و تعارض با گروه‌های دیگر شود. این موضوع، به ویژه در ارتباط با پدیده‌هایی چون گردشگری قومی، حکمرانی محلی و چندلایه، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. گردشگری قومی می‌تواند به مثابه فرصتی برای تقویت و بازنمایی هویت‌های قومی عمل کند، اما در عین حال، می‌تواند به تجاری‌سازی و از خود بیگانگی فرهنگی نیز منجر شود. حکمرانی

محلی و چندلایه نیز می‌تواند از طریق سیاست‌گذاری‌های خود، به تقویت یا تضعیف هویت‌های قومی و تعادل بین آن‌ها و هویت ملی دامن زند.

گردشگری قومی

در مطالعات سیاست و امنیت، موضوع قومیت و گروه‌های قومی پیوندی عمیق با پویایی‌های توسعه، ثبات و امنیت دارد و همواره در کانون توجه پژوهشگران و سیاست‌گذاران در جوامع چندقومیتی چون کانادا و اسپانیا قرار گرفته است (خواج‌سروی و دیگران، ۱۴۰۰: ۷۵؛ حاجیانی، ۱۳۸۸: ۴۰۷-۴۰۹). در این زمینه، ایران با پیشینه تاریخی، تنوع فرهنگی و جایگاه ژئوپلیتیکی خاص خود، از نمونه‌های بارز و شاخص در جهان محسوب می‌شود؛ کشوری که تکثر قومی، زبانی و مذهبی نه تنها یک مؤلفه بنیادین هویتی آن است، بلکه بر شکل‌دهی روابط اجتماعی، سیاست‌گذاری‌های کلان و حتی معادلات امنیت ملی نیز تأثیرگذار بوده است (محمودی‌رجا، ۱۳۹۹: ۴۳؛ اکبری و فخار، ۱۳۹۶: ۷۴). این پایگاه چندلایه هویتی، علیرغم وجود مزایای متنوع، به واسطه وجود شکاف‌های زبانی، فرهنگی و مرزهای مشترک با همسایگان، بعضاً با چالش‌هایی در مدیریت هویت، تعلق و انسجام ملی روبه‌رو شده است (محمودی‌رجا، ۱۴۰۳: ۶). سهم چشمگیر اقوام غیرفارس - در برخی برآوردها نزدیک به نیمی از جمعیت کشور (مقصودی، ۱۳۸۰: ۱۶؛ حاجیانی، ۱۳۸۰: ۱۱۹) - و تمرکز آن‌ها در نواحی مرزی، سبب شده سیاست‌گذاری هویت و توسعه ملی در ایران دارای حساسیت و دقت مضاعف باشد. در بررسی ترکیب قومی - جغرافیایی ایران، هفت قوم عمده یعنی ترک، کرد، بلوچ، لر، ترکمن، عرب و فارس، ساختار انسانی و فرهنگی کشور را شکل داده‌اند که هر یک بسته به موقعیت جغرافیایی، تاریخ زیست و ارتباطات فرامرزی، ویژگی‌های خاصی دارند (ضرغامی و انصاری‌زاده، ۱۳۹۱: ۹۷؛ محمدی‌رجا، ۱۴۰۲: ۶۲). این تنوع، گاه به‌منزله فرصت و گاه زمینه بالقوه‌ای برای بروز چالش‌های هویتی - امنیتی قلمداد شده است. در شکل زیر، پراکنندگی جغرافیایی اقوام اصلی ایران به تصویر کشیده شده است:



(محمودی رجا، ۱۴۰۰ و محمودی رجا، ۱۴۰۲)

به عنوان نمونه، بلوچ‌ها با تمرکز در جنوب شرق، عمدتاً در استان‌های سیستان و بلوچستان، کرمان و خراسان ساکن هستند و با توجه به پیوندهای زبانی و مذهبی - عمدتاً با جوامع همسایه شرقی - عمق و پیچیدگی خاصی به هویت منطقه بخشیده‌اند (محمودی رجا، ۱۴۰۰: ۳۸؛ فلاحی، ۱۳۹۴: ۱۴۳). آذری‌ها که پس از فارس‌ها بزرگ‌ترین گروه قومی کشورند، عمدتاً در شمال غرب و نیز شماری از شهرهای مرکزی سکونت دارند و هرچند هویت زبانی و سنتی‌شان متمایز است، ویژگی‌های مذهبی مشترک و همچنین نقش تاریخی‌شان، به تقویت انسجام ملی کمک نموده (درویشی و امامی، ۱۳۸۹: ۱۳۲؛ مرشدی زاد، ۱۳۸۴: ۱؛ سعدآبادی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸۵).

ترکمن‌ها نیز با جمعیتی بیش از یک میلیون نفر غالباً در شمال، استان گلستان و خراسان شمالی حضور دارند و اشتراکات قومی - زبانی‌شان با کشورهای آسیای میانه، نوعی هویت مرزی - منطقه‌ای برایشان رقم زده است (قجری، ۱۳۹۰: ۱۰-۱۲؛ فلاحی، ۱۳۹۰: ۱۸۶؛ محمودی رجا، ۱۴۰۳: ۴۳). عرب‌های ایران عمدتاً در استان خوزستان و به طور پراکنده در جنوب و جنوب غرب زیست می‌کنند؛ ویژگی‌هایی مانند پیوندهای مذهبی (اکثراً شیعه)، ارتباطات قومی و مهاجرت‌های معاصر، بر لایه‌های هویتی و فرهنگی این گروه اثرگذار بوده است (گودرزی، ۱۳۸۴: ۶؛ کسروی، ۱۳۵۵: ۱۳۰؛ مرادی و

محمودی رجا، ۱۴۰۱: ۱۳۲). کردها که سومین گروه بزرگ قومی کشور محسوب می‌شوند، در استان‌های غربی نظیر کردستان، ایلام، کرمانشاه، آذربایجان غربی و بخش‌هایی از خراسان اسکان یافته‌اند و مشابه دیگر اقوام مرزنشین، اشتراکات و پیوندهایی فراتر از مرزهای کنونی با کردهای دیگر کشورها دارند (غلامرضایی، ۱۴۰۰: ۴۲-۴۳؛ محمودی رجا، ۱۴۰۲: ۴۵). لرها نیز عمدتاً در نواحی غربی و جنوب غرب، در استان‌هایی چون لرستان، کهگیلویه و بویراحمد، بخش‌هایی از چهارمحال و بختیاری و خوزستان متمرکز بوده و پیشینه‌ای دیرینه از مقاومت، خودمختاری محلی و نقش در تاریخ ملی ایران دارند (غلامرضایی، ۱۴۰۰: ۴۳؛ محمودی رجا، ۱۴۰۲: ۴۸). این ساختار پیچیده قومی و جغرافیایی، همزمان حامل فرصت و تهدید است. از یک سو، چنین کثرتی ظرفیت عظیمی برای «گردشگری قومی» به‌عنوان یکی از شاخه‌های ارزشمند گردشگری فرهنگی ایجاد می‌کند؛ زیرا هر قوم با آداب، آیین، زیست‌بوم، زبان و میراث منحصر به فرد خود می‌تواند جاذبه‌ای کم‌نظیر برای گردشگران داخلی و خارجی باشد و از رهگذر آن، توسعه محلی را تجربه کند. از سوی دیگر، چنانچه مدیریت و سیاست‌گذاری به‌درستی صورت نگیرد، قرار گرفتن کانون‌های قومی در کنش متقابل با جامعه ملی و فراملی می‌تواند - ولو در سطح بالقوه - به بروز حساسیت‌ها، سوء تفاهم‌های هویتی یا شکاف‌های اجتماعی دامن‌زنند. در این شرایط، گردشگری قومی نه تنها می‌تواند مسیر بازآفرینی و بازشناسی هویت اقوام را هموار ساخته و سرمایه اجتماعی را در سطح کلان‌تر ارتقا دهد، بلکه چنانچه فرآیندهای هدایت و حکمرانی آن مشارکتی و چندلایه نباشد، این پدیده بالقوه سودمند ممکن است به ابزار تشدید تمایزات یا حتی آسیب‌های اجتماعی بدل شود. در نتیجه، حاکم بودن رویکرد یکپارچه، ترکیبی و نظام‌مند به ظرفیت‌های قومی و گردشگری، زمینه را برای تحقق توازن هویتی و توسعه پایدار فراهم خواهد نمود.

نقش صنعت گردشگری در تقویت و تعامل هویت‌های ملی و قومی

صنعت گردشگری می‌تواند به‌عنوان راهی مهم برای تقویت هویت‌های ملی و قومی عمل کند. از طریق گردشگری، نمادهایی که به‌عنوان «میراث ما» شناخته می‌شوند، به بسته‌هایی جذاب برای تجربه‌های گردشگری تبدیل می‌شوند و نوعی تعلق جمعی ایجاد می‌کنند که افراد هویت خود را به آن نسبت می‌دهند. (Lanfant, 1995) به این ترتیب، گذشته ملی نه تنها به ابزاری برای تقویت

هویت ملی تبدیل می‌شود، بلکه فرصتی برای گردشگران داخلی فراهم می‌آورد تا با سفر درون کشور و بازدید از یادمان‌های ملی، به پرسش‌های هویتی «ما که هستیم و از کجا می‌آییم» پاسخ دهند و ارتباطی عمیق‌تر با ملت خویش برقرار کنند. (Palmer, 1999) این فرآیند به تقویت هویت جمعی و ملی و انسجام اجتماعی منجر می‌شود و گردشگری داخلی را به ابزاری برای ملت‌سازی تبدیل می‌کند. (Light, 2007) افزون بر این، پذیرایی از گردشگران خارجی نیز، با تبلیغ و معرفی یادمان‌های ملی گردشگری، می‌تواند تصویر ذهنی مثبتی از یک ملت در بین دیگر کشورها ایجاد کند و جایگاه هویت ملی را در اذهان مردم بهبود بخشد. (Light, 2001) زمانی که آثار تاریخی و ملی یک کشور به گردشگران عرضه می‌شوند و مردم متوجه می‌شوند که گردشگران برای دیدار از این مکان‌ها، به کشورشان سفر می‌کنند، این امر می‌تواند باعث تقویت غرور ملی شود (کاظمی، ۱۳۸۵). همچنین، صنعت گردشگری می‌تواند به تقویت هویت‌های قومی نیز کمک کند. ورود گردشگران به مناطق قومی اثرات مثبت اقتصادی بر توسعه محلی دارد (Dwyer et al, 2004) و موجب می‌شود که با توجه بیشتر به فرهنگ‌ها و سنت‌های محلی، حفاظت بهتری از فرهنگ‌های قومی صورت گیرد و دارایی‌های فرهنگی ملموس و ناملموس اقوام، مانند هنرها، موسیقی‌ها و صنایع دستی، رونق بیشتری پیدا کند. (Henderson, 2003) در این راستا، حکمرانی محلی و چندلایه می‌تواند نقشی حیاتی در مدیریت و برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار گردشگری قومی ایفا کند تا از تحریف و تجاری‌سازی ناخواسته فرهنگ‌ها جلوگیری شود و تعامل مثبتی بین هویت‌های ملی و قومی شکل گیرد.

رابطه بین هویت قومی و هویت ملی در میان اقوام ایرانی

رابطه بین هویت قومی و هویت ملی در ایران می‌تواند به تفسیرهای متنوعی منجر شود، از ارتباط منفی و تضاد تا هم‌افزایی و تقویت متقابل. رابطه منفی میان این دو، به معنای تضاد و عدم انطباق است؛ به عبارتی، تقویت یکی ممکن است به تضعیف دیگری بیانجامد. استقلال و عدم ارتباط نیز می‌تواند به معنای عدم رابطه مستقیم بین آن‌ها باشد (Gong, 2007)؛ اما رابطه مثبت نشان‌دهنده هم‌افزایی و تقویت متقابل است، به طوری که قدرت یکی به افزایش قدرت دیگری منجر می‌شود (طالبی و کریم‌زاده، ۱۳۹۷: ۹۵). مطالعات صورت گرفته حاکی از وجود رابطه‌ای

مثبت میان هویت‌های قومی و ملی در ایران است (حاجیان، ۱۳۸۷؛ ربانی و همکاران، ۱۳۸۸؛ رضایی و همکاران، ۱۳۸۶). دلیل این امر آن است که اقوام ایرانی به‌صورت تاریخی بخشی از سرزمین ایران بوده‌اند و این تعلق خاطر مشترک به سرزمین و هویت ملی، فراتر از اختلافات قومی و فرهنگی آن‌ها عمل کرده است (صفوی و همکاران، ۱۳۹۶). برخلاف بسیاری از کشورها، اقوام ایرانی مهاجر یا پناهندگان مناطق دیگر نیستند (احمدی، ۱۳۷۹)، بلکه بومی این سرزمین بوده و ایران جلوه‌ای از هم‌زیستی این اقوام است (نوربخش، ۱۳۸۷: ۸۳). با این وجود، در دهه‌های اخیر، محرومیت‌ها و نابرابری‌های نسبی به کاهش احساس تعلق به هویت ملی در میان برخی اقوام منجر شده است. این اتفاق به‌ویژه در خوزستان میان عرب‌ها (قیم، ۱۳۸۰)، کردستان میان کردها (صادقی‌زاده، ۱۳۹۷)، آذربایجان غربی (عبدالله‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹)، ایلام (رنوفی و همکاران، ۱۳۹۶) و بلوچستان (محمود اوغلی و اصغری‌نیز، ۱۳۹۶) رخ داده است. این اقوام به‌دلیل مجاورت با کشورهایی که جوامعی هم‌قوم را در خود جای داده‌اند و مقایسه شرایط خود باهم قومی‌هایشان حساسیت بیشتری نسبت به محرومیت‌ها حس می‌کنند (حیدری و حیدری‌بنی، ۱۳۹۳). مشکلات ناشی از تضعیف هویت ملی، به‌ویژه در حوزه‌های سیاسی (عبداللهی و حسین‌بر، ۱۳۸۱؛ مقدس جعفری و همکاران، ۱۳۸۷؛ حاجیان، ۱۳۸۷)، می‌تواند به کاهش مشارکت اقوام در فعالیت‌های سیاسی و انتخاباتی منجر شود و سیستم سیاسی موجود را به چالش بکشد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷). این وضعیت ممکن است تهدیداتی همچون کاهش مشروعیت نظام، افزایش تمایلات جدایی‌طلبانه یا عدم حمایت از نظام در بحران‌های بین‌المللی را افزایش دهد.

بررسی نقش صنعت گردشگری در کاهش محرومیت قومی و تقویت هویت ملی در جمهوری اسلامی ایران

قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مهم‌ترین سند بالادستی حکومتی، بر حقوق اقتصادی، سیاسی و اجتماعی تمامی اقوام تأکید دارد. بر مبنای این قانون، همه شهروندان در برابر قانون برابر هستند و آزادی مذاهب و زبان‌های قومی به رسمیت شناخته شده است. این سند، همچنین به مشارکت اقوام در مشاغل دولتی و سیاسی توجه ویژه دارد (ترابی و مجیدی، ۱۳۹۳؛

ترابی، ۱۳۸۸). مقام معظم رهبری نیز اقوام را به عنوان فرصتی برای کشور می‌نگرند و به لزوم مشارکت آن‌ها در سرنوشت خویش و برخورداری از حقوق مانند یک شهروند کامل تأکید دارند. همچنین، ایشان هویت اقوام را جزئی از هویت ملی و فرهنگ اقوام را مکمل یکدیگر می‌دانند (کاظمی، ۱۳۹۵). این نگاه کلان به اقوام به ویژه در مناطقی که با چالش‌های قومی مواجه هستند اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در این زمینه، صنعت گردشگری می‌تواند ابزاری مؤثر برای پیشبرد سیاست‌های کلان کشور و کاهش احساس محرومیت نسبی بین اقوام مختلف باشد. گردشگری قومی به خصوص در معرفی و بهره‌برداری از موسیقی، پوشاک، صنایع دستی و آیین‌های محلی به عنوان جذابیت‌های گردشگری نقش ایفا می‌کند. (Wall and Xie, 2005) این نوع گردشگری باعث می‌شود که فرهنگ‌های محلی به طور فعال زنده بمانند و با مشارکت فعال اقوام، به بهبود شرایط اقتصادی منطقه و تقویت تعاملات اجتماعی کمک شود. (Santos et al, 2008) یکی از مهم‌ترین تأثیرات صنعت گردشگری بر جوامع قومی، افزایش درآمدهای اقتصادی است. این درآمدها می‌توانند به بهبود کیفیت زندگی در مناطق اقوام کمک کنند و سطح فقر را کاهش دهند (Phua et al, 2012)؛ هزینه‌هایی که گردشگران به منظور خرید محصولات محلی، حضور در برنامه‌ها و جشنواره‌ها و استفاده از خدمات اقوام پرداخت می‌کنند، محرک اقتصادی بزرگی برای این مناطق است. نمونه‌هایی مثل دستاوردهای اقتصادی در استان‌های مانند بلوچستان و ترکمن صحرا نشان می‌دهد که توسعه گردشگری می‌تواند باعث بهبود روابط بین این جوامع و حکومت مرکزی شود (ضرغامی و انصاری زاده، ۱۳۹۱؛ خانی و همکاران، ۱۳۹۱). علاوه بر منافع اقتصادی، گردشگری قومی از لحاظ فرهنگی نیز اهمیت زیادی دارد. از طریق تبلیغ ویژگی‌های فرهنگی متنوع در جشنواره‌ها و نمایش‌های قومی، می‌توان خرده فرهنگ‌ها را تقویت و حفظ کرد (Yang, 2013). این مسئله باعث می‌شود که فرهنگ‌های قومی به عنوان بخشی از میراث ملی کشور شناخته شوند و اقوام به این باور برسند که در حیات فرهنگی جامعه نقش دارند. افزایش غرور فرهنگی در بین اقوام و علاقه‌مندی به انتقال فرهنگ‌ها به نسل‌های بعدی می‌تواند حس تعلق به هویت ملی را تقویت کند (محمدی ایروانلو و همکاران، ۱۳۹۸).

یکی از چالش‌های مهم در این مسیر، نحوه مشارکت نخبگان قومی در سیاست‌گذاری‌های مربوط به توسعه گردشگری است. نخبگان اقوام که نمایندگان مصالح فرهنگی و اجتماعی

قومیت‌های خود هستند، نیاز دارند تا در فرآیندهای تصمیم‌گیری و اجرایی سیاست‌های توسعه محلی نقش فعال داشته باشند. بدین ترتیب، احساس بیگانگی با نظام کاهش پیدا کرده و انسجام ملی تقویت می‌شود (قادرزاده و محمدزاده، ۱۳۹۷). نبود مشارکت ملموس این نخبگان می‌تواند منجر به نارضایتی و احساس محرومیت بیشتر شود که باید به‌شکلی نظام‌مند مدیریت شود (سردارنیا و صفی‌زاده، ۱۳۹۹). تجربیات بین‌المللی می‌توانند در این زمینه کمک شایانی به جمهوری اسلامی ایران کنند. به‌عنوان مثال، چین که به‌خوبی توانسته از گردشگری قومی برای توسعه مناطق با تنوع قومی بهره‌برداری کند، با ارائه آموزش‌های لازم و تأمین سرمایه برای قومیت‌ها، توانسته مشارکت آن‌ها را در اقتصاد محلی افزایش دهد. (Yang and Wall, 2009) این کشور به‌روشنی نشان داده که حکومت علاوه بر تشویق اقوام به مشارکت، قادر است بازار گردشگری را کنترل و هدایت کرده و نقش مرکزی در توسعه گردشگری داشته باشد (Yang et al, 2006)؛ (Henderson, 2003). روند مشابهی می‌تواند در ایران پیاده‌سازی شود، جایی که تسهیلگری در رشد گردشگری و کاهش محرومیت‌ها، همراه با کنترل مناسب و سیاست‌گذاری پایدار، می‌تواند باعث تقویت یک هویت ملی گسترده و منسجم شود و زمینه‌ساز توسعه فرهنگی و اقتصادی ایده‌آل گردد. از این طریق، مشارکت فعال اقوام در توسعه و پیشرفت کشور به‌عنوان عوامل کلیدی ثبات و ارتقای انسجام اجتماعی محسوب خواهد شد و مسیر پویایی برای توسعه مشترک فرهنگی و اقتصادی خلق می‌کند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

جدول ۱. مشخصات جامعه آماری برای تحلیل مسئله

ردیف	شغل	تحصیلات
۱	دبیر برگزاری نخستین رویداد میز ملی گردشگری	فوق‌لیسانس
۲	دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران و رئیس انجمن جامعه‌شناسی ایران	دکتر
۳	معاون اسبق کار و استاد دانشگاه	دکتر
۴	پژوهشگر اقوام، دانشیار گروه علوم سیاسی دانشگاه تبریز	دکتر
۵	دانشیار جامعه‌شناسی و عضو هیئت‌علمی دانشگاه شاهد	دکتر

تحصیلات	شغل	ردیف
دکتر	استاد گروه انسان‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران	۶
دکتر	وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، استاد دانشگاه	۷
دکتر	استاد جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه مازندران	۸
دکتر	استاد تمام علوم سیاسی دانشگاه تهران و پژوهشگر اقوام	۹
دکتر	پژوهشگر اقوام، استادیار معارف اسلامی و علوم سیاسی دانشگاه امام صادق (ع)	۱۰
دکتر	پژوهشگر اقوام، دانشیار علوم سیاسی دانشگاه تهران مرکز	۱۱
دکتر	جامعه‌شناس و استاد پژوهشگاه علوم انسانی	۱۲
دکتر	استاد تمام علوم سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	۱۳
	نشست‌های تخصصی انجمن‌های علوم سیاسی ایران، جامعه‌شناسان ایران، مطالعات ملی، نشست «علوم سیاسی و ایران باستان، پژوهش‌های مجلس، انجمن مطالعات صلح و ایران‌شناسی	۱۴
	همایش ملی هویت و سیاست‌گذاری در ایران	۱۵
	سیزدهمین نشست از سلسله نشست‌های ایران‌شهر در خانه گفت‌وگو شهر و معماری	۱۶
	چهارمین نشست از سلسله نشست‌های گفت‌وگوی انتقادی با عنوان «هویت ملی ایران معاصر	۱۷
	اولین نشست از سلسله نشست‌های «تنوع اقوام و مذاهب و هویت ملی در دهه پنجم انقلاب»	۱۸
	نشست تخصصی جامعه‌شناسی تاریخی هویت ملی، انجمن علمی گردشگری ایران	۱۹

یافته حاصل از مصاحبه

کدگذاری اولیه^۱

جدول ۲. کدهای اولیه استخراج شده از نخبگان علمی و ابزاری و مجامع علمی - تخصصی

کدگذاری باز	گزیده جملات/بیانات
حکمرانی چندسطحی	واقعیت این است که اگر حکمرانی ما فقط از بالا تصمیم بگیرد، صدای اقوام در توسعه گردشگری شنیده نمی‌شود و این شکاف را می‌سازد.
تعادل قومی-ملی	ما نیاز داریم تعادلی میان هویت ملی و ریشه‌های قومی پیدا کنیم تا احساس تعلق واقعی در تجربه گردشگری ایران دیده شود.
مشارکت محلی	بومی‌ها اگر در مدیریت و اجرای برنامه گردشگری دخیل باشند، هم تعلق تقویت می‌شود و هم اعتماد

۱ با توجه به محدودیت حجمی، تلاش شد با مینا قراردادن مدل مفهومی، کدهای مرتبط از صاحب نظرات استخراج شود و بر مبنای تکرار مفاهیم مهم، در جدول فوق تنها بخشی از آن‌ها ارائه شود.

کدگذاری باز	گزیده جملات/بیانات
	افزایش می‌یابد.
توسعه‌ی اقتصادی	شما ببینید هر جا اقتصاد محلی کنار روایت هویت قومی فعال شده، مهاجرت هم کمتر بوده و آسیب‌های هویتی هم کمتر دیده می‌شود.
توانمندسازی بومی	من فکر می‌کنم نباید کار را دست افراد غیرمتخصص بدهیم؛ آموزش حرفه‌ای اقوام خودش عامل اصلی پایداری پروژه‌هاست.
گفت‌وگوی فرهنگی	تا وقتی اقوام مجالی برای گفت‌وگو و نمایش داشته باشند، سوءتفاهم‌های هویتی پایدار نمی‌ماند و تعامل محقق می‌شود.
شفافیت سیاسی	درواقع اگر نظارت و شفافیت در تخصیص اعتبارات باشد، اقوام تبعیض را کمتر حس می‌کنند و با برنامه‌ها همکاری می‌کنند.
بازنمایی رسانه‌ای	رسانه‌ها اگر واقع‌بینانه به هویت اقوام بپردازند، تصورات قالبی تضعیف می‌شود و حس تعلق افزایش پیدا می‌کند.
امنیت مرزی	وقتی توسعه گردشگری در مناطق مرزی جدی گرفته شود، خود اقوام بهترین ضامن امنیت ملی و مرزی هستند.
الگوی بومی توسعه	شما طرح‌ها را اگر بر اساس الگوی بومی تدوین کنید، ظرفیت همزیستی در سطح ملی بیشتر ظهور پیدا می‌کند.
کاهش نگاه امنیتی	تا وقتی نگاه مطلق امنیتی بر مناطق قومی حاکم باشد، امکان تحقق گردشگری پایدار و حس شهروندی اصیل کم می‌شود.
نخبگان محلی	کار به دست نخبگان بومی اگر سپرده شود، مطالبه‌گری سالم و اعتماد دوجانبه میان دولت و جامعه بیشتر می‌شود.
عدالت توزیعی	اگر عدالت توزیع امکانات و فرصت‌های گردشگری رعایت شود، اقلیت‌ها هم انگیزه وفاداری‌شان بیشتر می‌شود.
تعامل نهادها	اگر دستگاه‌ها و نهادها شبکه‌ای با هم کار کنند، تضادهای هویتی و بین‌نهادی به کمترین حد خودش می‌رسد.
شرایط مرزی	پیشنهاد من این است که تجربه مرز را تهدید ندانیم، بلکه اقوام مرزنشین ظرفیت مشارکت و انتقال فرهنگ دارند.
رونق بوم‌گردی	بوم‌گردی اگر با محوریت اقوام باشد، هم مهاجرت کمتر می‌شود هم هویت بومی بازتولید مثبت دارد.
احساس شهروندی	شما اگر احساس شهروندی و رفع تبعیض را جدی بگیرید، کارآمدترین ابزار حل بحران‌های هویتی را خواهید داشت.

کدگذاری باز	گزیده جملات/بیانات
زبان و مذهب	تجربه به من نشان داده اگر زبان و مذهب اقوام به رسمیت شناخته شود، رفتار تقابلی کمتر خواهد بود.
دیپلماسی گردشگری	گردشگری گاهی پلی برای صادرات هویت و دیپلماسی فرهنگی است و از مرز تقابلی عبور می‌کند.
چالش پروژه‌نمایشی	پروژه‌های غیرواقعی زود فراموش می‌شوند، مهم آن است که نیاز واقعی و هویت بومی پشت هر طرح باشد.
سرمایه اجتماعی	همین گردشگری اگر درست مدیریت شود می‌تواند بزرگترین سرمایه اجتماعی برای انسجام و همگرایی باشد.
نقش زنان و جوانان	حضور زنان و جوانان اقوام در گردشگری نه فقط اشتغال، بلکه بازتولید مثبت هویت محلی را تقویت می‌کند.
مرزبندی سیاست-هویت	دغدغه من همیشه این است که نباید مسائل هویتی را ابزار سیاست کرد؛ باید به واقعیت زیستی اقوام احترام گذاشت.
شفافیت نظارتی	اگر پروژه‌ها با نظارت مردمی شفاف باشد، سوءظن و بی‌اعتمادی به حداقل می‌رسد.
توسعه عدالت محور	توسعه وقتی پایدار می‌شود که همه اقوام سهم واقعی و عادلانه در سیاست‌گذاری و اجرا داشته باشند.
برندسازی هویتی	اگر بتوانیم روایت چندفرهنگی در محصولات گردشگری خلق کنیم، ایران را با هویت متنوعش جهانی‌تر خواهیم دید.

کدگذاری شبکه‌ای

جدول ۳. کدگذاری کلی مصاحبه‌های استخراج شده

فرآیند کدگذاری		
مقوله انتخابی (هسته)	کدگذاری محوری	کدگذاری باز یا پایه
تعادل هویتی پایدار	نوسازی ساختار حکمرانی و بازآرایی سطوح اختیار	حکمرانی چندسطحی
		تفویض اختیار و مسئولیت
		ارتقای نقش نهادهای محلی
		مکانیسم پاسخگویی محلی
		ارزیابی اثربخشی تفویض
		تنظیم‌گری سیستمی
		تولید نظم هویتی-اجتماعی و ارتقای کیفیت
		تعادل قومی-ملی

فرآیند کدگذاری		
کدگذاری باز یا پایه	کدگذاری محوری	مقوله انتخابی (هسته)
انسجام اجتماعی	تعلق	
تولید روایت مشترک هویت،		
کاهش شکاف‌های هویتی		
اجماع گفتمانی		
عدالت توزیعی	عدالت فضایی و توسعه فرصت‌های برابر	
رفع تبعیض و محرومیت نسبی		
بازتوزیع منافع اقتصادی و اجتماعی گردشگری.		
دسترسی متوازن به منابع		
مشارکت ساختاری اقوام	تعمیق مشارکت و توانمندسازی جوامع قومی:	
ظرفیت‌سازی نهادی		
شیوه‌های تصمیم‌سازی شفاف و دمکراتیک.		
آموزش و ارتقای نقش زنان/جوانان		
برندسازی هویت	بازنمایی و روایت هویت جمعی در بستر گردشگری	
بازنمایی رسانه‌ای پویای قومیت‌ها		
ثبت تجربه زیسته اقوام.		
دیپلماسی فرهنگی گردشگری		
پایش و ارزیابی مستمر پیامدها	ارزیابی آینده‌نگر و سیاست‌گذاری اقتضای	
، کنترل مخاطرات نهادی-هویتی		
آسیب‌شناسی سیاست‌های غیرواقع‌گرا		
یادگیری تطبیقی و بازخورد		

مدل پارادایمی تحقیق



در فضای چندقومیتی ایران، حفظ تعادل میان هویت ملی و قومی به یکی از چالش‌های سیاست‌گذاری و راهبردی تبدیل شده که پیامدهای عمیقی برای کیفیت حکمرانی، امنیت ملی و

توسعه پایدار فرهنگی و اقتصادی برجای می‌گذارد. پیوند تنگاتنگ میان کیفیت حکمرانی چندسطحی و مدیریت آگاهانه گردشگری بومی، نشان‌دهنده نقش تعیین‌کننده تفویض اختیار به نهادهای محلی، توانمندسازی سرمایه اجتماعی و نهادینه‌سازی بازنمایی عادلانه هویت‌های قومی در تنظیم نظم اجتماعی و ارتقای یکپارچگی ملی است. تصمیم‌سازی‌های مبتنی بر رویکردهای مرکز‌گرایانه و آگاهی ناکافی نسبت به اقتضائات محلی، غالباً به بازتولید تنش‌های هویتی، کاهش مشارکت اجتماعی و تضعیف اعتماد نهادی منجر می‌شود و امکان تحقق توسعه پایدار بومی را با مانع جدی مواجه می‌سازد. از سوی دیگر، تجربه زیسته و داده‌های میدانی گواه آن است که توسعه سیاست‌های عادلانه، توانمندسازی شبکه‌های محلی و به رسمیت شناختن تنوع و چندصدایی هویتی، بستر مناسبی برای بازسازی انسجام اجتماعی، ارتقای امنیت مناطق قومی و تثبیت تصویر مثبت ایران در سطوح داخلی و بین‌المللی فراهم می‌سازد. تلفیق راهبردهای حکمرانی چندسطحی، ایجاد نهادهای فرهنگی-محلی و سیاست‌گذاری مشارکتی در عرصه گردشگری، نقشی بنیادین در تعدیل شکاف‌های هویتی، تسهیل فرایند هم‌افزایی سرمایه اجتماعی و حفظ مشروعیت حکمرانی در بستر پویای ایران معاصر ایفا می‌کند. این مدل سیاست‌گذاری، علاوه بر کاهش آسیب‌پذیری‌های هویتی و رفع زمینه‌های واگرایی، زمینه‌ساز الگویی هوشمندانه برای مدیریت همزمان منافع ملی و مطالبات قومی در پروژه توسعه گردشگری می‌شود.

شرایط علی

تمرکزگرایی ساختاری که ریشه در نظم حقوقی و سیاسی ایران معاصر دارد، زمینه‌ساز شکل‌گیری موقعیت‌های واگراییانه در بافت قومی-ملی شده است. در چنین پیوستاری، تصمیمات کلان بدون لحاظ مقتضیات محلی، اغلب منجر به تضعیف حس تعلق و مشارکت جوامع بومی می‌شود. تمرکز قدرت، موجب حذف ظرفیت‌های اصلی کنش جمعی و بهره‌برداری ناکافی از منابع شناخت محلی می‌گردد، به نحوی که جایگاه قومیت‌ها در معادلات سیاست‌گذاری عمدتاً به صورت نمادین و گاه ابزاری تقلیل می‌یابد. از دیگر مؤلفه‌های علی، اتخاذ رویکردهای یکسان‌انگار و تقلیل‌گرایانه در سیاست‌گذاری هویت است که تصویری غیرپویا و قالبی از هویت‌های قومی ارائه می‌دهد. این رویکرد معمولاً بر بازنمایی ادغامی و تسهیلگر تک‌صدایی تمرکز یافته و تفاوت‌ها را

تهدیدی بالقوه تلقی می‌کند، نه فرصتی برای غنای فرهنگی و سرمایه اجتماعی ملی. پیامد این روند، ایجاد زمینه‌های بی‌اعتمادی بین نهادهای مرکزی و جوامع محلی و افزایش فاصله روانی و اجتماعی است که می‌تواند در سطح رفتارهای اجتماعی و گفت‌وگوهای عمومی بازتاب یابد. فقدان مشارکت واقعی و نظام‌مند اقوام در فرایندهای تصمیم‌سازی، عنصر کلیدی تشدید شکاف‌های هویتی است. بدون جذب نیروها و نخبگان بومی در نظام مدیریت گردشگری و مالکیت پروژه‌های توسعه ملی، سیاست‌ها اغلب به مانعی برای انسجام اجتماعی تبدیل شده و ظرفیت‌های بومی به هدر می‌رود. این وضعیت، قابلیت گردشگری بومی را نیز کاهش داده و فرصت استفاده از این صنعت به‌عنوان اهرمی برای همگرایی درونی و ترویج وحدت ملی تضعیف می‌گردد.

شرایط زمینه‌ای

بافتار ایران با ویژگی بارز تنوع قومی و فرهنگی و پیشینه عمیق تاریخی، بستری پیچیده و چندلایه برای تحقق حکمرانی چندسطحی و مدیریت تعادل هویتی فراهم ساخته است. این تنوع از یک‌سو امکان تبادل خلاق فرهنگی، پویایی اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی را مهیا می‌سازد، اما در صورت غفلت از شناخت عمیق زمینه‌های بومی، بستر بالقوه تعارض و واگرایی را نیز فراهم می‌آورد. ویژگی‌های تاریخی مناطق، تعاملات گروه‌ها و جایگاه تاریخی اقوام در نظام قدرت ملی، به‌صورت مستقیم بر مسیر سیاست‌گذاری تأثیرگذار است. از سوی دیگر، تحولات جمعیتی، مهاجرت‌های داخلی و تغییرات ژئوپلیتیک، باعث شده‌اند جغرافیای هویت و الگوهای زیست جمعی در بسیاری از مناطق دستخوش تغییر شود. این امر اقتضا می‌کند تا سیاست‌گذاری‌های توسعه و گردشگری، با درک حساسیت‌های محلی و تاریخچه تعاملات اجتماعی، طراحی و اجرا شود. بی‌توجهی به ویژگی‌های بستر زمینه‌ای هر منطقه، می‌تواند به بروز تنش‌های جدید یا بازتولید تعارضات پنهان منجر گردد، به‌خصوص در مناطقی که سابقه تاریخی نزاع یا همزیستی شکننده حاکم بوده است. در این فرایند، توجه به اقتضانات فرهنگی و ارزش‌های هویتی بومی در تنظیم سیاست‌های گردشگری اهمیت مضاعف می‌یابد. استفاده از ظرفیت گردشگری باید همسو با احترام به رسوم، زبان، نمادها و میراث معنوی مناطق باشد و نه تنها بر توسعه اقتصادی، بلکه بر بازتولید همگرایی فرهنگی و ارتقای

احساس تعلق مؤثر باشد. هدف نهایی در این شرایط، خلق بستری است که در آن گردشگری به تقویت همزیستی، اعتماد متقابل و تثبیت تصویر ملی-محلی منجر گردد.

شرایط مداخله‌گر

روند اصلاح سیاست‌های هویتی در سطح کلان و اتخاذ تصمیماتی که از نگاه امنیت‌محور به سمت الگوهای مشارکتی و توسعه‌محور حرکت کنند، به‌عنوان عاملی مداخله‌گر نقشی بنیادین در تعدیل روندهای واگرایانه ایفا می‌کند. تحول در نگرش مدیران ارشد و نهادهای متولی همواره مقدمه‌ای برای تسهیل اصلاحات ساختاری، افزایش شفافیت و پاسخگویی و کاهش سوءبرداشت سیاست‌های توسعه‌ای بوده است. این اصلاحات باید باهدف ایجاد تعادل واقعی بین منافع ملی و مطالبات بومی و نه صرفاً مدیریت بحران، صورت پذیرد. ظرفیت‌سازی برای کنش جمعی بومی و ایجاد بسترهای قانونی و اجرایی آن، عامل دیگری است که می‌تواند نقش واسط میان جامعه محلی و ساختار مرکز را ایفا کند. این فرآیند شامل تربیت و توانمندسازی نخبگان محلی، حمایت از تشکل‌های مردمی و ارتقای دانش و تخصص مدیریتی در حوزه‌های مرتبط با گردشگری و حکمرانی چندسطحی است. حمایت از رسانه‌های بومی و شکل‌دهی به روایت‌های متکثر و واقع‌گرای هویتی نیز از جمله عوامل مؤثر بر ظرفیت‌سازی هستند. افزون بر این، نقش کلیدی نهادهای واسط - شامل شوراهای محلی، خانه‌های فرهنگ و انجمن‌های صنفی- در ایجاد سازوکارهای گفت‌وگوی بین‌سطحی و تقویت سازگاری میان نیروهای ملی و محلی بسیار برجسته است. این نهادها، با تسهیل ارتباط مستقیم جوامع بومی با سطوح بالاتر سیاست‌گذاری و فراهم کردن زمینه تعاملات فرهنگی و اقتصادی پایدار، می‌توانند فضای اعتماد و هم‌افزایی مشارکتی را تقویت و نهایتاً با شکل‌دهی به راهبردهای توسعه‌محور، از چرخه بازتولید واگرایی ممانعت کنند.

راهبردهای عملیاتی

ایجاد سازوکارهای اجرایی برای تفویض اختیار به مراکز تصمیم‌ساز محلی نخستین گام در جهت تحقق حکمرانی چندسطحی مؤثر است. در این راستا، انتقال قدرت و منابع باید بر اساس ضوابط علمی و ارزیابی‌های کارشناسی انجام و کنترل نهادی و پاسخگویی نظام‌مند نهادینه شود تا

ظرفیت‌های بومی بالفعل گردد. این تفویض اختیار، جریان تصمیم‌سازی را از درون جوامع محلی ارتقا داده و موجب می‌شود مصالح و اقتضائات مناطق، به نحوی واقع‌گرایانه و عادلانه، در سیاست‌های کلان کشور بازتاب یابد. از بُعد دیگر، طراحی و پیاده‌سازی راهبرد عدالت‌محور در سیاست‌های توزیع منابع و تسهیلات گردشگری جایگاه ویژه‌ای دارد. این نگاه ضمن رفع تبعیضات تاریخی و رفع احساس محرومیت، بستر لازم برای مشارکت واقعی و برنامه‌ریزی مستقل جوامع بومی را فراهم می‌کند. ایجاد نهادهای محلی مثل خانه اقوام، ساماندهی بازارچه‌های تخصصی بومی و شکل‌دهی به شبکه‌های فرهنگی-گردشگری بومی، ابزارهای تحقق چنین سیاستی خواهند بود. سرانجام، توسعه زیرساخت‌های گردشگری بومی در حوزه آموزش، حمل‌ونقل، تسهیلات اقامتی و شبکه‌های ارتباطی باید با مشارکت و نظارت مستمر خود جوامع هدف صورت پذیرد. این فرآیند از یک سو بر ایجاد حس مالکیت اجتماعی، افزایش تاب‌آوری بومی و تقویت سرمایه اجتماعی می‌افزاید و از سوی دیگر، با معرفی الگوهای نامتعارف گردشگری فرهنگی، نظام اقتصادی و اجتماعی مناطق را متحول می‌سازد. راهبردهای عملیاتی موفق، نه تنها عامل پیوستگی اجتماعی، بلکه تضمین پایداری، امنیت و مشروعیت گونه‌ای جدید از حکمرانی است.

پیامدها

پیامد نخست تحقق راهبردهای مورد اشاره، تعمیق انسجام اجتماعی و تقویت همگرایی ملی است. در فضایی که اعتماد نهادهای مرکزی و مردم به یکدیگر افزایش یابد، دایره تعلق جمعی گسترش می‌یابد و سرمایه اجتماعی در لایه‌های متعدد تقویت می‌شود. این انسجام، به کاهش آسیب‌پذیری ملی در برابر تهدیدات بیرونی و شکل‌گیری چهره‌ای مثبت‌تر از ایران در نظام بین‌المللی خواهد انجامید و بر پایداری حاکمیت در سطح ملی و محلی می‌افزاید. رشد امنیت پایدار، رشد اقتصادی و ارتقای اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی ایران از دیگر نتایج تحقق حکمرانی چندسطحی با محوریت گردشگری بومی است. بهبود زیرساخت‌ها و افزایش خدمات با مشارکت بومی، مهاجرت نخبگان را کاهش داده و زمینه بهره‌وری و نوآوری محلی را افزایش می‌دهد. در مقابل، استمرار روندهای ناکارآمد و غفلت از مؤلفه‌های هویتی و مطالبات قومی، به تعمیق شکاف‌های اجتماعی، بی‌اعتمادسازی فراگیر، افول سرمایه اجتماعی و تضعیف مشروعیت نظام

منتهی می‌گردد. در نهایت، تجربه حکمرانی موفق و هوشمندانه در این حوزه می‌تواند الگویی الهام‌بخش برای مدیریت تعارضات هویتی و توسعه پایدار در سایر کشورهای کثیرالقوم جهان به‌شمار آید. رویکرد تلفیقی به هویت و گردشگری، نه تنها به پویایی اقتصادی و فرهنگی ایران می‌افزاید بلکه ظرفیت‌های ملی را برای مواجهه با ریسک‌ها و چالش‌های آینده افزایش می‌دهد؛ بنابراین، تعادل هویتی در چارچوب حکمرانی چندسطحی و توسعه گردشگری بومی، فراتر از یک دغدغه منطقه‌ای، به یک راهبرد بنیادین در خدمت ثبات، توسعه و اقتدار ملی بدل خواهد شد.

نتیجه‌گیری

تحلیل پارادایمی حکمرانی هویتی در ایران نشان می‌دهد که گشودن مسیر تعادل میان هویت ملی و قومی، مستلزم عبور از منطق تمرکزگرایی و سیاست‌های همسان‌ساز تاریخ معاصر است؛ منطقی که پیوسته زمینه واگرایی اجتماعی و تضعیف سرمایه نمادین ملت را فراهم ساخته است. در این بستر، پایداری ساختار دولت-ملت ایرانی به شدت به وجود سازوکارهایی وابسته شده که بتوانند ظرفیت‌های متنوعی را به گونه‌ای منسجم، مشروع و مشارکتی به هم پیوند دهند. رسوخ سیاست‌های تقلیل‌گرایانه به لایه‌های اجرایی، موجب شده است وزن هویت قومی در فرایندهای تصمیم‌سازی و توسعه تضعیف گردد و به تبع آن ریسک آسیب‌پذیری ساختاری و بروز گسست‌های اجتماعی افزایش یابد. از این زاویه، ضرورت بازتعریف مدل حکمرانی چندسطحی و جلب مشارکت هوشمند جوامع قومی و محلی، به‌عنوان پیش‌شرط نوسازی نظم جمعی و تحقق امنیت ملی پایدار جلوه‌گر می‌شود. در چارچوب راهبردی پژوهش حاضر، «گردشگری قومی» نه صرفاً یک بخش اقتصادی یا یک عرصه فرهنگی، بلکه بستری میان‌بخشی برای بازسازی اعتماد، تولید روایت‌های همگرا و نهادینه‌سازی مشارکت اقوام در قلمرو دولت-ملت است. گردشگری قومی، به‌مثابه فرایندی نهادمند، قادر است زمینه پیوند متقابل سنت‌ها، ارزش‌ها و نمادهای بومی با هویت ملی و روایت رسمی را فراهم نماید. ترویج بوم‌گردی، توسعه زیرساخت‌های متناسب با ویژگی‌های بومی و حمایت از ظرفیت‌های فرهنگی محلی، می‌تواند جریان روان و سازنده‌ای میان مرکز و پیرامون برقرار کند که در آن سوژه‌های محلی نه ابژه‌های یکپارچه‌سازی، بلکه بازیگران فعال دیپلماسی فرهنگی و توسعه همگرا هستند. در این پارادایم، گردشگری قومی ابزاری برای تقویت سرمایه

اجتماعی، کاهش سوء تفاهم‌های هویتی، باز تولید وحدت علی‌رغم کثرت و نهایتاً التیام مرکزپیرامون و همچنین بازیابی کارآمدی حکمرانی ارزیابی می‌شود. پیاده‌سازی این الگو وابسته به اصلاحات بنیادین در ساختار حاکمیتی، منطق سیاست‌گذاری و گفت‌وگو توسعه ملی است. گذار از تلقی امنیت‌محور به نگرش توسعه‌محور، تقسیم اختیارات و مسئولیت‌های معنادار برای نهادهای محلی، بسترسازی برای حضور و کنشگری اقوام و رفع موانع تاریخی مرکزگرایی، در کنار توسعه بازارچه‌های بومی، آموزش تخصصی مدیریت گردشگری، ارتقای زیرساخت‌های فرهنگی و هویتی و اصلاح سیاست‌های رسانه‌ای، از الزامات اجرایی این فرآیند محسوب می‌شود. همچنین، طراحی نهادهای میان‌سطحی همانند «خانه اقوام ایرانی» باید محوریت یابد تا بتواند به‌عنوان فضای گفت‌وگوی میان‌فرهنگی، تسهیلگر سیاست‌سازی تعاملی و نمایندگی چندصدایی هویت‌ها، سطح جدیدی از مسئولیت‌پذیری و حکمرانی مرکب را رقم زند.

جمع‌بندی پژوهش بیانگر آن است که تعادل هویتی در ایران بدون توسعه صنعت گردشگری قومی و واسطه‌گری نهادی برای تبدیل مناسبات هویتی از وضعیت واگرایی به همبستگی، محقق نخواهد شد. تحقق حکمرانی چندسطحی، مشارکت بومی، توسعه گردشگری قومی و نهادسازی هوشمند، عناصر کلیدی الگویی هستند که می‌تواند توازن پایدار، انسجام ملی و توسعه متوازن را علیرغم پیچیدگی‌های ساختاری و تنوع هویتی، در سطح ملی بازآفرینی نماید. تنها در چنین الگویی، گردشگری قومی نه به‌عنوان ابزار باز تولید تفاوت‌ها، بلکه به‌مثابه سازوکار پویای پیوند و همگرایی در منظومه دولت-ملت ایرانی معنا خواهد یافت.

فهرست منابع

- Abolghasemi, Mahmoud; Norouzi, Abbasali; Talebzadeh Nobarian, Mohsen (2013). "The Impact of the Internet on Family Values from the Perspective of Religious and National Identity," *Quarterly National Studies*, Issue 14. [In Persian].
- Abolhasani, Rahim (2008). "Components of National Identity with a Research Approach," *Quarterly Journal of Politics*, Issue 38. [In Persian].
- Ahmadi, Hamid (2000). *Ethnicity and Ethnicism in Iran*. Tehran: Ney Publications. [In Persian].
- Ahmadi, Mohammad Hossein & Elvand, Maryam, (2013), "The Role of Ethnocentrism in Social Unrest", *Social Order Quarterly*, Volume Four, Number Two. [In Persian].
- Gholamrezaei, Ali (2021). Ethnicism and the Formation of the Threat of Ethnic Nationalism in Iran. *Journal of War Studies*, Vol. 3, No. 8: 35-49.

- Akbani, Seyyed Hamdollah (2008). "Tendency Towards National and Ethnic Identity in the Arabs of Khuzestan," *Quarterly National Studies*, Issue 9. [In Persian].
- Akbari, M., & Fakhar, H. (2017). "An Analysis of the Political and Cultural Indices of the Iranian Society and Political System." [In Persian]
- Bazrafshan, Shima (2015). "The Impact of Cultural Heritage Tourism on National Identity," Paper presented at the National Conference on Culture, Tourism, and Urban Identity, Shiraz. [In Persian].
- Branscombe, N.R, Schmitt, M.T, & Harvey, R.D. (1999). Perceiving pervasive discrimination among African Americans: Implications for group identification and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77.
- Burton, Roland (2001). *Political Ethnography*, Translated by Nasser Fakouhi, Tehran: Ney Publications. [In Persian].
- Butler, G, Khoo-Lattimore, C, & Mura, P. (2014). Heritage tourism in Malaysia: Fostering a collective national identity in an ethnically diverse country. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19.
- Chegini, Abbas (2018). "The Role of National Identity in Countering Future Threats," *Defensive Politics Journal*, Issue 27. [In Persian].
- Clarke, V. & Braun, V. (2013) Teaching thematic analysis: Overcoming challenges and developing strategies for effective learning. *The Psychologist*, 26(2), 120-123.
- Cohen, E. (2001). *Thai tourism: Hill tribes, islands and open-ended prostitution*. Bangkok: White Lotus Press
- Creswell, John W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Translated by Alireza Kiamanesh. Tehran: Academic Jihad Press. [In Persian]
- Dariushi, F., & Emami, A. (2010). "Ethnicities and National Solidarity in the Islamic Republic of Iran: Challenges and Solutions." *Islamic Revolution Studies Journal*, No. 20, pp. 121-148. [In Persian]
- Dwyer, L, Forsyth, P, & Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25.
- Falahi, Keyumars. (2015). *Iranian Behavioral Analysis*. Tehran: Mehkam Publishing, 5th Edition. [In Persian]
- Farastkhah, Maqsood. (2016). *Qualitative Research Method in Social Sciences with an Emphasis on Grounded Theory*. Tehran: Aghah Press. [In Persian]
- Fearon, J.D. (2003). Ethnic and cultural diversity by country. *Journal of economic growth*, 8.
- Ghaffari, A., Mortezaei-Nejad, S.M., Norouzi, S., Javadi, M., Nani, S., Abdolhosseinzadeh, M. (2015). "The Pattern of Scientific Authority in the Islamic Republic of Iran Based on the Leader's Statements." *Strategic Basij Studies Quarterly*, 18(68). [In Persian]
- Glaser, Barney G., & Strauss, Anselm L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine.
- Gong, L (2007). Ethnic identity and identification with the majority group: Relations with national identity and self-esteem. *International Journal of Intercultural Relations*, 31.
- Gudarzi, Hossein. (2004). *Sociology of Identity in Iran*. Tehran: Institute for National Studies Press. [In Persian]
- Gurr, T.R. (2000). *Peoples versus States. Minorities at Risk in the New Century*. Washington: United States institute of Peace Press
- Haji Aghaei, Ebrahim (2008). "The Relationship Between National Identity and Ethnic Identity Among Iranian Ethnic Groups," *Iranian Sociology Journal*, Issue 9. [In Persian].

- Haji Aghaei, Ebrahim; Irvani, Zahra; Amir, Armin (2015). "Comparative Study of Ethnic Identity in Iran and Lebanon," *Applied Sociology*, Issue 26. [In Persian].
- Hajiani, Ebrahim. (2009). *The Sociology of Iranian Identity*. Tehran: Strategic Research Center Publications. [In Persian]
- Heere, B, Walker, M, Gibson, H, Thapa, B, Geldenhuys, S, & Coetzee, W. (2016). Ethnic identity over national identity: An alternative approach to measure the effect of the World Cup on social cohesion. *Journal of Sport & Tourism*, 20.
- Henderson, J. (2003). Ethnic heritage as a tourist attraction: The peranakans of Singapore. *International Journal of Heritage Studies*, 9.
- Heydari, Gholamhasan; Heydari Beni, Zohreh (2014). "Examining Challenges to National Power in Iran with an Emphasis on the Crisis of National Identity," *Quarterly Geopolitics*, Issue 10. [In Persian].
- Jahaniyan, Manouchehr; Qarakhlo, Mehdi; Zandi, Ebtehal (2010). "Introduction to National Solidarity with Emphasis on Cultural and Tourism Components," *Human Geography Quarterly*, Issue 2. [In Persian].
- Janporvar, Mohsen; Salehabadi, Reyhaneh; Mahdiyi, Masoumeh (2019). "Strategic Cultural Tourism for Strengthening National Identity in the Islamic Republic of Iran," *Specialist Quarterly Applied Studies in Social Sciences and Sociology*, Issue 2. [In Persian].
- Javadi Arjmand, Mohammad Jafar; Tavakolian, Seyyed Mohsen; Qomarian Nasrabadi, Nahid (2014). "Examining the Role of Ethnic Identity in Sustainable Security: A Case Study of Kurdistan, Iran (Kurd Ethnicity)," *Political and International Research*, Issue 6. [In Persian].
- Jenkins, Richard (2002). *Social Identity*, Translated by Touraj YarAhmadi, Tehran: Shiraz Publications. [In Persian].
- Kamalī Baghestani, Mohammad, Masoudi, Omid Ali, & Dehghan Shad, Hoorieh. (2024). "Designing a Model of User-Generated Content Factors on Instagram with a Focus on COVID-19." *Journal of News Sciences*, 13(3), 1–20. [In Persian]
- Kasravi, Ahmad. (1976). *The Five Hundred Years' History of Khuzestan*. Tehran: Gam Paydar Press. [In Persian]
- Khajehsaravi, Gholamreza; Khorramshad, Mohammad Baqer; Rahbar, Abbasali; Mahmoudi Raja, Seyyed Zakaria (2021). "Analyzing Factors Influencing Political Participation of Citizens: Case Study of Turkman Ethnic Participation in Iran's 12th Presidential Election," *Strategic Researches in Politics*, Issue 67: 73–112. [In Persian].
- Khajeh-Sarvi, Gholamreza, & Mahmoudi Reja, Seyed Zakaria. (2019). "A Study and Analysis of Factors Influencing Baluch Voting for Moderation Discourse in the Twelfth Presidential Election." *Iranian Political Sociology*, 2(3): 33–74. [In Persian]
- Khani, Fazileh; Qarinjik, AbdolMajid; Qanbari Nasab, Ali; Akbari Samani, Nahid (2012). "The Role of Tourism in Economic Development of the Coastal Bazaar in Bandar Torkaman County," *Human Geography Research Journal*, Issue 44. [In Persian].
- Lanfant, M.F. (1995). International tourism, internationalisation and the challenge to identity. In: M. F. Lanfant, J. B. Allcock, & E. M. Bruner (Eds.), *International tourism: Identity and change* (24–43). London: Sage
- LEONG, L. (1997), *Commodifying Ethnicity: State and Ethnic Tourism in Singapore*. In: M. Picard and R. Wood (Eds.), *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies* (71-98). Honolulu: University of Hawaii Press
- Light, D. (2001). *Facing the future': Tourism and identity-building in post-socialist Romania*. *Political geography*, 20.

- Light, D. (2007). Dracula tourism in Romania: Cultural identity and the state. *Annals of Tourism Research*, 34.
- Mahmoudi Reja, Seyed Zakaria. (2020). "A Study of Political, Ethnic-Religious Group Behavior in Election." [In Persian]
- Mahmoudi Reja, Seyed Zakaria. (2021). "The Political Behavior of Ethnic-Religious Groups in the Iranian Presidential Election (Case Study: Turkmen and Baluch Ethnic Groups)." PhD Dissertation in Political Science, Allameh Tabataba'i University, Tehran. [In Persian]
- Mahmoudi Reja, Seyed Zakaria. (2024). *Strengthening Solidarity and Sense of Belonging to the Islamic Republic of Iran in the Context of Ethnic-Religious Diversity: With Emphasis on the Role and Activities of Media*. Research Project, Shenakht Institute, Tehran. [In Persian]
- Maqsoodi, Mojtaba. (2001). *Ethnic Developments in Iran: Causes and Contexts*. Tehran: Iranian Civilization Publications, affiliated with National Studies. [In Persian]
- Mohammadzadeh, H., & Khani, S. (2018). "Historical and Social Contexts Influencing Ethnic Divisions in Iran." *Iranian Social Studies Journal*, 12(3): 125-147. [In Persian]
- Moradi, Abdollah & Mahmoudi Raja, Seyed Zakaria. (2022). "A Sociological Explanation of the Factors Influencing the Tendency towards Salafism in Khuzestan Province: Case Study of Ahvaz Youth." *Strategic Policy Research Quarterly (Pajooresh-haye Rahbordi Siasat)*, Vol. 11, No. 42, Serial No. 72, pp. 43-77.
- Nas, A (2017). Branding and national identity: The analysis of "Turkey: Discover the Potential" campaign. *Bilig*, 83.
- Palmer, C. (1999). Tourism and the symbols of identity. *Tourism Management*, 20.
- Palmer, N. (2007). Ethnic equality, national identity and selective cultural representation in tourism promotion: Kyrgyzstan, Central Asia. *Journal of Sustainable Tourism*, 15.
- PHUA, V.C, BERKOWITZ, D, GAGERMEIER, M. (2012). Promoting Multicultural Tourism in Singapore. *Annals of Tourism Research*, 39.
- Pour-Salim, A., Arefi, M., & Fathi Vajargah, K. (2017). "Designing a Model for the Curriculum of Global Citizenship Education in Elementary Schools of Iran's Educational System: A Model Based on Grounded Theory." *The Journal of New Thoughts on Education*, 13(3). [In Persian]
- Qajari, Ali Akbar. (2011). *Responding to the Demands of the Turkmen Ethnic Group (as a Cultural Identity) within the Framework of National Unity*. MA Thesis in Political Science, Tarbiat Modares University. [In Persian]
- Sade-Abadi, Ali-Asghar, Pour-Ezzat, Ali-Asghar, & Abbasi, Tayebeh. (2013). "Identifying National Solidarity Components within Iranian Ethnic Groups." *Defensive Strategy Journal*, 42: 173-198. [In Persian]
- Santos, C. A, Belhassen, Y, & Caton, K. (2008). Reimagining Chinatown: An analysis of tourism discourse. *Tourism Management*, 29.
- Scherer, E, & Thelen, T. (2017). On countryside roads to national identity: Japanese morning drama series (asadora) and contents tourism. *Japan Forum*, 32.
- Sharpley, R, & Telfer, D. J. (2015). *Tourism and development: Concepts and issues*. Toronto: CHANNEL VIEW
- Sinclair-Maragh, G, & Simpson, S. B. (2021). Heritage tourism and ethnic identity: A deductive thematic analysis of Jamaican Maroons. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 7.
- Strauss, Anselm L., & Corbin, Juliet M. (1998). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. SAGE Publications. [In Persian]

- Strauss, Anselm; Corbin, Juliet (2018). Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, Translated by Ebrahim Afshar, Tehran: Ney Publications. [In Persian].
- Taghavi-Nasab, Seyyed Mojtaba (2007). A Study of Internal Factors Affecting Ethnic and National Identity Among Arabs of Ahvaz County, Master's Thesis in Sociology, Shiraz: Shiraz University. [In Persian].
- Torabi, Yousef (2009). "Islamic Republic's Policies in Managing Social Diversities," Quarterly Political Knowledge, Issue 5. [In Persian].
- Torabi, Yousef; Majidi, Yousafali (2014). "Managing Ethnic Divisions in Kurdistan of the Islamic Republic of Iran," Quarterly Strategic Studies in Politics, Issue 3. [In Persian].
- Wall, G, & Xie, P.F. (2005). Authenticating ethnic tourism: Li dancers' perspectives. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 10.
- Yang, I.C.M, French, J.A, Lee, C, & Watabe, M. (2020). The symbolism of international tourism in national identity. Annals of Tourism Research, 83.
- Yang, L, & Wall, G. (2009). Ethnic tourism: A framework and an application. Tourism Management, 30.
- Yang, L, Wall, G, Smith, S. L.J (2006). Ethnic Tourism Development: Chinese Government Perspectives. Annals of Tourism Research, 35.
- Yang, L. (2011). Ethnic tourism and cultural representation. Annals of Tourism Research, 38.
- Yang, L. (2013). Ethnic tourism and minority identity: Lugu Lake, Yunnan, China. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 18.
- Zarghami, Barzin, & Ansari-Zadeh, Arsalan. (2012). "Analysis of Geopolitical Opportunities and Threats for the Baloch Ethnic Group from the Perspective of Political-Social Gap Theory." Human Geography Research Quarterly, 3: 95-110. [In Persian]



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی