الگوی جهانگردی مسلمانان در عصر جهانی سازد:جایگاه امت و دعوت اسلامی

الگوی جهانگردی مسلمانان در عصر جهانی سازد:جایگاه امت و دعوت اسلامی

دکتر محمّدهادی همایون([1])

بسم ا الرحمن الرحیم

مفاهیم و اصطلاحات جهانیشدن

در بررسي موضوع جهاني شدن و مسائل مرتبط با آن، بايستي ميان چند مفهوم تمييز قائل شد.

نخستين مفهوم در اين زمينه كه به ويژه در بررسي ابعاد دعوت اسلامي و پيام دين به ذهن متبادر ميگردد، مفهوم "جهاني بودن دين" و لزوم جهاني انديشيدن و دغدغه اصلاح جهان را در سر داشتن از سوي دينداران و رهبران ديني است. اين موضوع به ويژه در دين اسلام از جايگاه خاصي برخوردار است. اصولاً انسان از لحاظ فطري موجودي است كه هيچگاه نميتواند خود را در حصار زمان و مكان محدود ببيند و همواره تلاش ميكند تا خود و انديشه خود را از اين دو قيد فارغ نمايد. عطش شديد بشر به سير در

طبيعت و تاريخ به عنوان دو منبع مهم شناخت در طول تاريخ زندگي وي بر كره خاك شاهدي گويا بر اين مدعا است. از آنجا كه دين ادعاي برخاستن از فطرت بشري و پاسخگويي به نيازهاي فطري وي را دارد، طبيعي است كه پيام آن همواره پيامي جهاني باشد. اين موضوع با توجه به خاتميت دين اسلام و ضرورت پاسخگويي دين خاتم به تمامي نيازهاي بشري فارغ از زمان و مكاني خاص در مورد اين دين مبين معناي روشنتري مييابد. آيات و روايات زيادي بر اين مدعا گواه ميباشد، از جمله:

"قل يا ايها الناس انّي رسول ا اليكم جميعاً ..." (اعراف، 158)

"بگو اي مردم! من فرستاده خدا به سوي همه شما هستم ..."

همين انديشه بود كه در تاريخ شكوفايي تمدن اسلامي، مسلمانان را تشويق به سير در زمين و ايجاد ارتباط فعال و مؤثر با ديگر مردمان نمود. نتيجه اين تلاش و ارتباط، گسترش خارقالعاده اين دين بود در سرتاسر جهان شناخته شده آن روزگار كه امروزه به عنوان يادگاري از آن دوران تلاش و جهاد، بستر گسترده و مناسبي را پيش روي مسلمانان اين عصر براي تعامل با جهان قرار داده است.

اما اصطلاح و مفهومي كه به ويژه در دوران جديد شكل گرفته و به ادبيات حوزههاي گوناگون دانش بشري راه يافته است، اصطلاحي است به نام Globalization كه در ادبيات فارسي پس از برابرنهادن چند واژه مختلف از جمله جهانيشدن، جهانيسازي، سيارهايشدن و جهانگيرشدن، سرانجام توافقي اجمالي بر سر واژه "جهانيشدن" ميان نويسندگان اين حوزه صورت پذيرفت. تقريباً تمامي انديشمنداني كه در اين خصوص قلم زدهاند، خاستگاه طرح آن را همگرايي جوامع بشري در حوزههاي اقتصادي و مالي دانستهاند. در واقع جهانيشدن در اين تعبير از حوزه اقتصاد و با هدف يكپارچه سازي اقتصاد جهان آغاز شد و ديگر حوزههاي معرفت و دانش بشري را در خدمت اين فرايند قرار داد.

سياست و فرهنگ از جمله حوزههايي بود كه با سرعت به اين حركت جهاني واكنش نمود و موضوعات خويش را در دستور كار مباحثهگران اين حوزه قرار داد. امروزه با توجه به گستردگي مباحث اين حوزه عليرغم برخوردار نبودن آن از مبنايي نظري و محكم، از جهانيشدن همچون ديگر مفاهيم اجتماعي تعاريف گوناگوني صورت گرفته است. در يك جمعبندي شايد بتوان مجموعه اين تعاريف را در يك موضوع، مشترك دانست و آن اين كه جهانيشدن حاصل گسترش و سرعت يافتن ارتباط و تعامل ميان جوامع و دولتها در زمينههاي اقتصادي، سياسي و فرهنگي است.

نكتهاي كه در اين خصوص شايان توجه مينمايد اين است كه اگرچه ارتباطات و گسترش خارقالعاده رسانههاي گوناگون در دوران مدرن را نميتوان آغازگر فرايند جهانيشدن دانست، اما بايد پذيرفت كه ارتباطات از ديرباز و نيز در جهان كنوني نقشي اساسي را در جهاني ساختن انديشههاي بشري داشته است. تفاوت مهم ميان دوران معاصر و دوراني مانند دوران شكوفايي تمدن اسلامي يا دورانهاي پيش از آن، در گسترش و سرعت باورنكردني ارتباطات در جهان معاصر نهفته است. در واقع تحولات سريع و گسترده در حوزه فناوري ارتباطات و اطلاعات در دوران معاصر چنان سرعتي به فرايند قديمي جهانيشدن بخشيده كه آن را به شكل موضوعي جديد و متفاوت در چشم نظارهگران بينالمللي آراسته است. در اين رويكرد، جهانيشدن موضوع جديدي نيست كه نگراني و دلواپسي بشر را به دنبال داشته باشد، بلكه مسئلهاي است كه بر اساس فطرت بشري از گذشتههاي دور آغاز شده و در دوران معاصر به لطف دستاوردهاي بشري سرعتي خارقالعاده يافته است.

اگرچه اين توجيه مقبول نظر جمع زيادي از دانشمندان افتاد، اما جمعي ديگر را حتي با فرض پذيرش اصل آن همچنان دلمشغول نگاه داشت. واقعيت اين بود كه به نظر ميرسيد اين فرايند، جرياني باشد متفاوت از آنچه در تاريخ بشر تا كنون شاهد بودهايم. آنچه به اين نگراني دامن مي زد اين احساس بود كه اين جريان به نحوي از سوي گروهي خاص هدايت ميشود. به دنبال اين توجه بود كه شكافي جدي ميان مفسران مفهوم جهانيشدن واقع شد. آيا جهاني شدن يك پروسه (Process) و فرايند است يا يك پروژه (Project) و طرح كه از سوي قدرتهاي جهاني هدايت ميشود؟ توجه به موضوع جهانيشدن به عنوان يك طرح از پيش تعيين

شده، سبب شكلگيري مفهوم ديگري شد كه در ادبيات فارسي نام "جهانيسازي" بر خود گرفت. در اين رويكرد، جهانيسازي آخرين مرحله سرمايهداري و پديدهاي است جايگزين برنامههايي چون "نوسازي" و "توسعه"، اما همگام و همداستان با آن كه سوغات جديد دنياي استكبار و استعمار براي بشريت امروز به شمار ميرود.

در اين تعبير نيز همچون دو مفهوم گذشته، نقش و جايگاه ارتباطات و رسانهها در جهانيساختن انديشههاي گروه هدايت كننده اين طرح كاملاً روشن و واضح است، با اين تفاوت كه آنچه سبب شكلگيري پديده جهانيشدن ميشود، ارتباطي است دوسويه كه در فضايي سالم و بدون واسطه ميان دو سوي ارتباط برقرار ميشود، اما جهانيسازي نقطه اتكاء خود را بر ارتباطات و رسانههاي توده قرار داده است كه با ايجاد فاصله ميان دو سوي ارتباط، آن را تبديل به ارتباطي يكسويه ميكنند و در واقع بيارتباطي را براي بشر به ارمغان ميآورند.

در جهان معاصر، رسانههاي توده (Media Mass)، اين دجالان يكچشم و يكسويه زمان ما كه فاصله هر گام چهارپايشان يك ميل راه است و زمين در زير پايشان درنورديده ميشود، تحت سلطه لشكر سفياني امروز يعني "صهيونيزم" در قحطي ارتباط واقعي ميان مردم پا به عرصه وجود گذاشته و با صداي بلند آنچنان كه از شرق تا غرب جهان آن را بشنوند فرياد بر ميآورند كه من آن خداي بزرگ شما هستم. آنچه به نظر ميرسد امروزه در تحليل فرايند يا طرح جهانيشدن شايسته توجه ويژه باشد، نقش اين گونه رسانهها است در تسهيل جريان جهانيسازي و گسترش قدرت صهيونيزم از طريق اشاعه انديشه ليبرال دموكراسي غرب در سرتاسر جهان به عنوان جامهاي نو بر قامت پنهان استكبار در جهان معاصر. بارزترين جلوه سلطه صهيونيزم بر اين رسانهها را بيشك بايد در پديدهاي سراغ گرفت كه با عنوان "صنعت فيلمسازي هاليوود" سالها است به تسخير جهان مشغول است.

پيش از انتقال به مبحث تحليل اين جريان از زاويه مطالعات فرهنگ و ارتباطات با توجه ويژه به نقش رسانههاي توده ، جاي سخن از اصطلاح ديگري خالي مي نمايد و آن مفهومي است كه ميتوان "جهان سازي"

نامش نهاد. با نگاه به حوادث يك دهه گذشته و به ويژه سالها و ماههاي اخير به نظر ميرسد استكبار جهاني پس از گذراندن دورهها و صورتهاي گوناگون استعمار و اعمال سلطه بر مردم جهان از لشكركشي و غارت سرزمينهاي تازه كشف شده و مستقر ساختن دولتهاي دست نشانده در آنها گرفته تا تجربه نمودن استعمار علمي در دانشگاههاي غربي و سرانجام استعمار فرهنگي با استفاده از رسانههاي مدرن و توده، اينك در يك حركت كاملاً ارتجاعي در پي زنده ساختن تجربههاي نخستين خود در تعامل با مردم جهان و اعمال قتل و غارت و حضور نظامي در ديگر كشورها باشد. در اين مرحله حتي حضور رسانههاي توده به عنوان عاملان و حاميان جدي جهانيسازي ميتواند اهداف اين لشكركشي و جهانسازي را به خطر اندازد. بارزترين مثال اين ادعا را ميتوان قتل خبرنگاران خارجي در بغداد در جريان لشكركشي آمريكا و انگليس به كشور عراق دانست. اين موضوع ميتواند نشان از استيصال استكبار در برخورد با مردم جهان و به ويژه مسلمانان داشته و از همين رو نويد پيروزي نهايي را براي آنان به همراه داشته باشد.

جهانيشدن و جهانگردي به عنوان يك ارتباط

رابطه جهانيسازي و فرهنگ را از چند زاويه ميتوان مورد تحليل قرار داد. با توجه به پيشگام بودن اقتصاد و مسائل اقتصادي در ايجاد دگرگوني در ديگر حوزهها از جمله فرهنگ در جهان معاصر و تحت سلطه تمدن غربي، تحليل فرهنگ در چارچوب اقتصاد در مورد پديدههايي كه به نحوي به هر دو حوزه وابستگي دارند امري معمول به شمار ميرود. در اين خصوص نيز با توجه به خاستگاه اقتصادي موضوع جهانيشدن، مسأله ي فرهنگ و آثار فرهنگي اين جريان در تحليلي اقتصادي قرار گرفته است. آنچه در تحليلهاي اقتصادي از موضوع رابطه فرهنگ و جهانيشدن به چشم ميخورد، نگاه ابزاري است به فرهنگ. در واقع همانگونه كه در سوسياليسم با ظهور مكاتبي مانند مكتب فرانكفورت و خلق اصطلاح "صنعت فرهنگ" به اين دستاورد مهم بشري جنبه ابزاري داده شد، در ادبيات جهانيشدن نيز به فرهنگ از زاويه ابزاري مؤثر نگريسته ميشود. در اينجا سخن از اين است كه در درجه نخست فرهنگ چه كمكي ميتواند به پيشبرد اهداف جهانيسازي نمايد و در درجه دوم اگر جهانيسازي پيامدهاي منفي فرهنگي به دنبال داشته باشد، چگونه ميتوان از شدت آن كاست به نحوي كه اصل مسأله مورد تهديد جدي واقع نشود. در واقع در اين رويكرد جهانيشدن و جهانيسازي اصل است و پيامدها و آثار فرهنگي آن موضوعي مهم اما به هر حال حاشيهاي.

اما در كنار اين رويكرد ميتوان در رويكردي متفاوت موضوع جهانيشدن و جهانيسازي را از زاويه فرهنگ و ارتباطات مورد تحليل قرار داد و از نقش جدي ارتباطات در گسترش اين پديده براي تحليل آن سود

جست. در اين تحليل با توجه به موضوع مقاله بر پديده "جهانگردي" به عنوان يكي از مهمترين صورتهاي ارتباط در طول تاريخ بشر كه در عين حال تا كنون نيز به حيات خود ادامه داده است، متمركز خواهيم شد. جهانگردي از سويي رسانهاي است سنتي كه توانايي خود را براي حمل پيام ديني در طول تاريخ تمدن اسلامي نشان داده و از سويي ديگر رسانهاي است مدرن كه به نظر ميرسد امروزه محمل بسيار مناسبي براي پيشبرد اهداف جهانيسازي در دست تمدن غرب باشد. اين ويژگي دو دم بودن تيغ جهانگردي، آن را براي ما به عنوان موضوعي شايسته مطالعه درآورده است.

در تقسيم بندي رايج سطوح گوناگون ارتباط، جهانگردي يك ارتباط ميان فردي، مستقيم و شخصي است. با وجود اختلافي كه در دسته بندي انواع ارتباط و تعاريف آن ميان دانشمندان اين شاخه از دانش وجود دارد، در يك جمعبندي ميتوان گفت، "ارتباط ميان فردي" در مقابل "ارتباط درون فردي" و "ارتباط توده"، ارتباط چهره به چهره دو نفر با هم يا يك نفر با گروهي محدود است، مانند آنچه در كلاس درس يا سالن نمايش اتفاق ميافتد. (BITTNER, 1989, PP. 11-8)

ارتباط مستقيم و شخصي نيز در معنايي نزديك به همين تعريف، در مقابل "ارتباط غيرمستقيم و غيرشخصي" و دوباره "ارتباط توده"، ارتباطي است كه بدون واسطه ميان شخص پيام دهنده و شخص گيرنده پيام ايجاد ميشود. پيام گيرنده در اين نوع از ارتباط ميتواند يك فرد باشد يا مانند جلسات سخنراني، گيرندگان پيام متعدد باشند. (معتمدنژاد، 1371وسايل ارتباط جمعي، دانشگاه علامه طباطبايي، صص61-66) به هر حال آنچه ارتباط ميانفردي و مستقيم را از انواع ديگر ارتباط متمايز ميسازد، حذف واسطه و رسانه در شكل گيري اين نوع از ارتباط است.

اينك با در نظر گرفتن جهانگردي به عنوان يك ارتباط ميانفردي و مستقيم، شايسته است به تبيين جايگاه اين نوع از ارتباط در ميان ديگر انواع معمول ارتباط در جهان معاصر جهت برآورد ارزش ارتباطي آن بپردازيم. در نگاه نخست به جهان ارتباطات، به نظر ميرسد كه "ارتباطات توده"(Mass Communication) و "توده رسانههاي" (Mass Media) غالب وجه را ارتباطات در كنوني دنياي شكل دهند.

اينك در نگاهي به جنبه ارتباطي جهانگردي در مقايسه با رسانه‌هاي توده، نكته اي كوتاه اما مهم شايان توجه مينمايد. با اختراع پي در پي رسانه‌هاي توده، چنين به نظر ميرسيد كه تولد هر رسانه با توجه به ويژگي‌هاي جديدي كه به همراه مي‌آورد، افول رسانه‌هاي پيش از خود را به دنبال داشته باشد. به عنوان مثال با پيوستن تلويزيون به جمع رسانه‌هاي توده آن عصر، تصور مي‌شد كه دوران دو رقيب پيش از آن يعني راديو و سينما به پايان رسيده باشد. برتري تلويزيون نسبت به راديو در برخورداري از تصوير و حركت و نسبت به سينما در امكان استفاده از آن در منزل، تنوع برنامه‌ها و مقيد نبودن به زماني خاص بود. اما پژوهشگران ارتباطات با كمال تعجب مشاهده نمودند كه چنين اتفاقي نيفتاد. سبب اين بود كه هر رسانه با برخورداري از ويژگيهاي خاص خود، مناسب شرايط مكاني، زماني و محتوايي ويژهاي است و با ظهور رسانههاي جديد نه تنها اعتبار و موقعيت خود را از دست نميدهد كه بسا استفاده از رسانهاي، تشويقي باشد بر استفاده تكميلي از رسانهاي ديگر.

آن چه در مورد جهانگردي نيز اتفاق افتاد، از همين قاعده پيروي كرد. نخست چنين تصور مي‌شد كه با آمدن جهان به خانهها از راه رسانههاي توده مانند تلويزيون، اشتياق مردم براي ديدن شگفتيهاي جهان به ويژه با توجه به هزينه بالاي آن، تا حد زيادي فروكش كند، اما در اين مورد نيز شاهد بوديم كه آشنايي اجمالي با ديدنيهاي جهان كه از طريق گسترش رسانههاي توده ممكن شده بود، تشويقي شد براي مردم دنيا به تجربه اين امور از نزديك و در عين حال راهنماي مناسبي شد براي كساني كه از ديرباز به جهان و جهانگردي علاقه مند بوده اند.

آنچه فراتر از اين در مورد نقش ارتباطي جهانگردي در جهان معاصر مي‌توان گفت اين واقعيت است كه اگرچه معجزه قرن حاضر را به حضور و حاكميت رسانههاي جديد توده نسبت دادهاند، اما در يك نگاه دقيق و منصفانه، برتري ارتباطي ميان فردي و مستقيم مانند جهانگردي بر رسانههاي جديد توده از لحاظ توان و ارزش ارتباطي به ويژه آنجا كه بستر و گفتمان حاكم بر ارتباط، رنگ و بويي فرهنگي و ديني دارد، كاملاً قابل تشخيص است.

در اين نوع از ارتباط به جاي رسانه‌هاي بي جان، با انسان به عنوان رسانهاي بسيار پيچيده و كارآمد همراه با تمام امكانات ارتباطي ويژه آن مواجهيم. در جهانگردي بر خلاف ديگر انواع ارتباطات نه تنها پيام كه تمام نظام ارتباطي با همه ويژگي‌هاي انساني و فرهنگي آن جا به جا مي‌شود. مجادله اهميت بيشتر پيام يا ابزار كه يكي از مجادلات بنيادي دانش ارتباطات است، در جهانگردي معني ندارد. چه به اهميت پيام و محتوي معتقد باشيم و چه به اهميت ابزار و كانال، در اينجا، هم پيام و هم كانال، انسان است. در ارتباطي ميان فردي كه از راه جهانگردي به وقوع ميپيوندد، انسان مركز ارتباط است و در عين حال مي‌تواند بقيه نظامهاي ارتباطي را نيز از قبيل كتاب، با خود همراه كند و مجموعه آن ارتباط را تكامل بيشتري بخشد.

از سويي ديگر، اين نوع از ارتباط، يك ارتباط چهره به چهره با تمامي‌محسنات و مزاياي ويژه آن است. در اين نوع از ارتباط، پس فرست به شكلي بسيار كامل تر و در عين حال با سرعتي بسيار بيشتر به ارتباطگر مي‌رسد. اين مسأله يكي از مشكلات بزرگ رسانههاي توده است كه در مواجهه با آن، سازمانهاي اين رسانه‌ها تلاش مي‌كنند تا از طريق ايجاد واحد روابط عمومي‌و يا با استفاده از ابزارهاي ارتباطي مكمل مانند تلفن يا پست تا حدي بر اين مشكل فايق آيند. البته ارزش اين نوع از پس فرست به سبب ناقص بودن آن و همزمان نبودنش با فراگرد ارتباط، هيچگاه قابل مقايسه با پس فرستي نيست كه در ارتباط چهره به چهره رخ مي‌دهد. ارتباط بدون برخورداري از پس فرست، تبديل به يك ارتباط يك سويه مي‌شود كه به سختي مي‌توان بر آن نام ارتباط نهاد. در ارتباطي كه رو در رو صورت مي‌گيرد و هر دو طرف با تمام حواس وجود يكديگر را درك مي‌كنند، ارتباطي كامل رخ مي‌دهد كه نسبت به ديگر انواع ارتباط، بسيار عميق تر و بادوام تر است.

از منظري ديگر آنچه ارتباطات توده را از ديگر انواع ارتباطات متمايز

مي‌سازد و به آن ويژگي برتري مي‌دهد، همانا تحت پوشش ارتباطي قرار دادن تعداد زيادي از مخاطبان در يك زمان است. براي توده ويژگي‌هايي از قبيل پراكنده بودن، ناشناخته بودن، برخورداري از ويژگي‌هاي متفاوت و زياد بودن تعداد آنان ذكر شده است. هربرت بلومر در يك تلاش قابل تقدير، سعي نموده است تا انواع مختلف تجمعات انساني و ويژگيهاي هر يك از جمله توده را در يك جدول دو بعدي به

نمايش در آورد. جدولي كه وي ارايه مي‌كند با افزودن مواردي بر تعداد ستونها و سطرهاي آن در جدول(1) به نمايش درآمده است.

براي تحقق ارتباط توده، علاوه بر برخورداري از مخاطبيني از نوع توده، شرايط ديگري نيز در نوشته‌هاي مختلف آمده است. اين شرايط عبارت است از: نياز به واسطه (رسانه) در ايجاد ارتباط، تأخير در بازخورد، محدود شدن تعداد حواس و نياز به افراد، سازمان و نهادهاي اجتماعي. همان گونه كه مي‌بينيم به جز ويژگي زيادبودن تعداد در توده به عنوان مخاطبان ارتباطات توده، ديگر ويژگي‌هاي يادشده براي اين نوع ارتباط، ويژگي‌هايي منفي است كه به نفع افزودن بر گستره ارتباط، به ناچار به آن تن مي‌دهيم.

ميانه، اگرچه اعضاء متفرقند

تجانس عاطفي بالا و پر تجانس بالا، در ميان مرزهاي محدود درجه تعامل اشياء سازمان داده شده مورد توجه موضوع يا عقيده براي بحث يا انتخاب وضع يا حادثه حادثه در حال اتفاق اهداف مشترك هويت تماس محل اشتراك خارجي قابل دستكاري نسبتاً رسمي + غير رسمي خارجي بدون دستكاري پايين خارجي بالا، داخلي غير رسمي كنترل/ سازمان پايين متغير ميانه به بالا داراي درجات بسيار متفاوت بالا زودگذر بالا سطح توجه ناپايدار ناپايدار كوتاه موقت مستمر دوام

اما در ارتباطي مانند جهانگردي، مي‌توان ميان جنبه‌هاي مثبت ارتباطات ميانفردي و جنبه‌هاي مثبت ارتباطات توده جمع نمود و از مزاياي هر دو نوع ارتباط بهره جست. در جريان جهانگردي، ارتباط، رو در رو و بدون واسطه با استفاده از تمامي‌حواس انساني صورت مي‌پذيرد. همچنين اين ارتباط يك ارتباط دوسويه است كه در آن امكان ارسال و دريافت پس فرست با سرعتي بسيار زياد وجود دارد و براي تحقق آن غالباً نيازي به افراد، سازمان‌ها و نهادهاي اجتماعي به شكلي كه در رسانه‌ها متصور است، نمي‌باشد. از سويي ديگر با توجه به حجم گسترده اين جريان در سطح بين المللي كه آن را در رديف سه صنعت نخست جهان قرار داده است، نمي‌توان ادعا نمود كه در تحت پوشش قرار دادن افراد مختلف و بسيار در يك زمان، در رتبه اي پس از رسانه‌هاي توده ي جديد قرار داشته باشد.

و سرانجام اين نكته كه در ارتباطات ميان فردي امكان استفاده از ارتباط غيركلامي به شكل گسترده اي وجود دارد. ارتباط غيركلامي عبارت است از: "تمام محركهاي غيركلامي در يك ارتباط كه به وسيله منبع و استفاده او از محيط شكل ميگيرد و ارزش بالقوه پيام بودن را براي منبع يا گيرنده دارد. ويژگي هايي اين نوع ارتباط را از ارتباط كلامي متمايز مي كند و به آن برجستگي خاصي مي دهد. اين ويژگي ها را مي توان اين چنين برشمرد:

بسياري از اعمال غيركلامي تحت فرمان نيروهاي زيستي هستند و لذا نميتوان به سادگي آن را پنهان نمود.

در طول زندگي و دوران رشد انسان، ارتباط غيركلامي به مراتب زودتر از ارتباط كلامي آموخته مي شود و براي برقراري ارتباط در اختيار انسان قرار ميگيرد. از همين رو است كه غالباً توانايي انسانها نيز در آن بيشتر است.

ارتباط غيركلامي نسبت به ارتباط كلامي بسيار احساسي تر و عاطفي تر و لذا داراي تأثيري بيشتر است.

با توجه به نمادهاي مورد استفاده در هر دو نوع ارتباط، مي توان چنين نتيجه گرفت كه ارتباط غيركلامي به مراتب جهاني تر از ارتباط كلامي است.

اين ارتباط معمولاً در قالب استفاده از حركات بدن، نوع لباس، تعابير چهره، تماس از راه چشم، لمس، بو، استفاده از فضا و تعريف فاصله، نوع نگاه به زمان و چگونگي به كار بردن سكوت شكل مي‌گيرد([2]) "از آنجا كه در جريان ارتباطاتي كه روزانه برقرار مي‌كنيم، به طور ناخودآگاه استفاده ما از ارتباط غيركلامي‌به مراتب بيش از نوع كلامي‌آن است، مي‌توان از اين راه نيز به كامل تر و كارآمدتر بودن ارتباط از راه جهانگردي نسبت به ارتباط از راه رسانههاي نوين پي برد.

نكتهاي كه در اينجا شايان ذكر مينمايد اين است كه جريان ارتباطي جهانگردي در حالت طبيعي خود همانند هر ارتباط ديگري از تأثير آنچه "اختلال" يا "پارازيت" خوانده ميشود، مصون نيست. در اينجا اختلافي عميق ميان جهانگرد و جامعه ي ميزبان به عنوان دو ركن اصلي اين پديده وجود دارد. جهانگرد در سفر است و ميزبان در خانه خود. جهانگرد معمولاً در حال استراحت و گذراندن تعطيلات است و ميزبان در حال كار و تلاش براي زندگي روزمره و از همه مهمتر اين كه جهانگرد در جريان جهانگردي معاصر معمولاً از يك كشور غربي است و ميزبان جامعه اي است به اصطلاح در حال توسعه.

از آنجا كه جهانگردان در كشور ميزبان معمولاً دست به اعمالي مي‌زنند كه هيچ گاه در خانه خود مرتكب نمي‌شوند، ناتواني در آموزش اين گروه و ضعف ضوابط محدود كننده چه از سوي كشورهاي جهانگردفرست و چه از سوي كشورهاي جهانگردپذير ميتواند منجر به بروز مسائل فرهنگي و زيست محيطي جبران ناپذيري شود. علاوه بر آن در نظر نگرفتن محدوديت‌ها و قوانين فقهي اديان و مذاهب مختلف از سوي جهانگردان در كشورهاي مذهبي مي‌تواند منجر به بروز حوادثي شود كه اساس جهانگردي را در آن كشور در معرض مخاطره قرار دهد.

اين مسائل و مشكلات ديگري از اين دست سبب شده تا در جهان معاصر هر از چندي مخالفت‌هايي با توسعه جهانگردي از سوي انديشمندان اين حوزه و همچنين اهالي منطقه اي كه به دليل برخورداري از جاذبه جهانگردي مورد هجوم بازديدكنندگان واقع شده است، شكل گيرد. متأسفانه گاهي اوقات دولتها نيز به دليل سود سرشاري كه جهانگردي نصيب كشور مي‌كند، در سياست گذاري اين بخش، سياست بي تفاوتي را در

مسائل اخلاقي و فرهنگي جهانگردي اتخاذ مي‌كنند. اين عمل به نوبه خود سبب پيدايش گروههاي فشار ضد جهانگردي مي‌شود كه با توجه به تأثير مخرب اين شكل از جهانگردي بر كودكان و زنان و همچنين تضاد اين فعاليت با ارزشهاي جامعه، از اساس بنيان چنين حركتهايي را در معرض مخاطره قرار ميدهد.
"باتلر"([3]) به طور كلي شش مرحله را از آغاز تا انجام سرنوشت يك منطقه جهانگردپذير تشخيص مي‌دهد و در آن به توضيح چگونگي دگرگون شدن روابط ميان جهانگردان و جامعه ميزبان در طي اين مراحل ميپردازد. اين مراحل عبارت است از:

1- مرحله كشف؛

داستان منطقه مورد نظر با اين مرحله آغاز مي‌گردد. در اين زمان تعداد اندكي جهانگرد بدون اين كه به شخص يا سازماني براي تنظيم برنامه‌هايشان وابسته باشند، به منطقه وارد مي‌شوند و تلاش مي‌كنند تا به عمق فرهنگ آن جامعه وارد شوند و با اهالي ارتباط برقرار كنند. طبيعي است كه در اين مرحله، زبان ارتباط همان زبان جامعه ميزبان باشد و به طور كلي فرهنگ جامعه ميزبان از خوراك گرفته تا پوشاك، ملاك ارتباط قرار گيرد. ميزبانان نيز در مقابل تلاش مي‌كنند تا نهايت مهماننوازي را در برخورد با اين ميهمانان تازه از راه رسيده از خود نشان دهند. در اين مرحله تأثير و تأثر اجتماعي ناچيز است و فعاليت‌هاي اقتصادي بيشتر در سطح خرد و با تمركز بر محوريت فرد يا خانواده جريان مي‌يابد.

2- مرحله درگيري؛

در نقطه‌هاي آغازين اين مرحله، تعداد جهانگردان اندك اندك رو به افزايش مي‌گذارد و ميزبانان نيز با درك اين موقعيت به فكر پاسخ به نيازهاي جهانگردان و فراهم آوردن امكاناتي براي آنان مي‌افتند. يكي از نخستين نشانه‌هاي ورود به اين مرحله اختصاص قسمتي از منزل مسكوني ميزبان به امر اسكان جهانگردان است. در اين مرحله جهانگردان هنوز نسبت به شيوه زندگي محلي از خود تمايل نشان ميدهند و ارتباط ميان جهانگرد و ميزبان در سطح بالايي ادامه مي‌يابد. زبان ارتباط نيز در اين مرحله، كم كم جاي خود را به استفاده از نشانه‌ها و ارتباطات غير كلامي‌و در برخي موارد چاپ و توزيع بروشورهاي حاوي اطلاعات لازم براي جهانگردان به ويژه در مورد مسأله اسكان مي‌دهد.

در مراحل بعدي با شدت گرفتن ورود جهانگردان به منطقه، انديشه كسب درآمد از راه پذيرش جهانگرد تقويت مي‌شود و امكانات نيز متناسب با آن افزايش مي‌يابد. اين مسأله به نوبه خود سبب خارج شدن فعاليت‌هاي اقتصادي از حيطه خانواده ميشود و امور كلان تري را از قبيل اخذ وام و تأسيس شعبه بانك با خود به دنبال مي‌آورد.

3- مرحله توسعه؛

با افزايش چشمگير تعداد جهانگرداني كه به منطقه وارد مي‌شوند، ديگر ميتوان گفت كه منطقه به يك منطقه اصطلاحاً "توريستي" تبديل شده است. با ورود به اين مرحله، ابعاد جغرافيايي محل نيز گسترش مي‌يابد و با وارد شدن شركت‌هاي غيرمحلي و حتي خارجي به صحنه، فعاليت‌هاي اقتصادي محلي در حاشيه قرار ميگيرد. ورود كارگران مهاجر از ديگر مناطق، كاهش تماس و ارتباط افراد جامعه ميزبان را با جهانگردان به دنبال دارد و در عين حال زبان بين المللي جهانگردي را بر آن حاكم مي‌كند. در اين مرحله، جهانگردي به يك فعاليت تجاري تبديل مي‌شود.

4- مرحله ثبات؛

در اين زمان، منطقه مورد نظر از حالت انحصاري و دست نخوردگي بيرون آمده و شبيه به هر منطقه توريستي ديگري در سراسر جهان شده است. كاهش درآمدي كه همراه با اين مسأله پديدار مي‌شود، گردانندگان صنعت جهانگردي منطقه را به سازماندهي و جلب جهانگردان به صورت گروهي وادار مي‌سازد.

5- مرحله ركود:

با رسيدن منطقه به حد اشباع و آغاز كاهشي چشمگير در درآمدهاي حاصل از جهانگردي، مشكلات زيست محيطي، اجتماعي و اقتصادي گوناگون رخ مي‌نمايد و افراد جامعه ميزبان را كه اينك نسبت به جمعيت جهانگردان و همچنين كارگران مهاجر در اقليت قرار گرفته اند، دچار بحران مي‌نمايد. با كنار كشيدن سرمايهگذارهاي خارجي، جهانگردي منطقه در آستانه سقوط واقعي، قرار مي‌گيرد.

6- تجديد حيات يا سقوط؛

در اين مرحله تنها اميدي كه براي مقامات محلي باقي مي‌ماند اين است كه با كمك سازمان‌هاي باقي

مانده در محل با يك برنامه ريزي دقيق، انواع جديدي را از جهانگرد تشخيص دهند و با تغيير كاربري تأسيسات موجود، به جلب آنان بپردازند. نمونه اين امر مي‌تواند تبديل هتل‌ها و مهمان خانه‌ها به آسايشگاه سالمندان بايد و در پي آن استفاده از فضاهاي تفريحي براي استراحت اين ميهمانان تازه.

شكست در فرايند تجديد حيات، به معني ادامه سريع سقوط منطقه و برجاي ماندن تأسيسات گرد گرفته اي است كه تنها يادآور روزهاي پرشكوه رونق منطقه است.

"داكسي"([4]) نيز هماهنگ با باتلر، با رويكردي ارتباطي و تأكيد بيشتر بر رفتار جامعه ميزبان، در بررسي تأثيرات اجتماعي جهانگردي بر اين گونه جوامع، چهار رفتار و نگرش متفاوت را در نوع نگاه آنان به روند گسترش جهانگردي تشخيص ميدهد:

1- سرخوشي؛

در اين مرحله كه با مرحله كشف همزمان است، ميزبانان به چشم ميهمان به جهانگردان مي‌نگرند و آنان را با گرمي‌پذيرا مي‌شوند. سبب اين امر مي‌تواند حس مهمان نوازي افراد جامعه باشد يا در صورت وجود فقر در آن جامعه، اميد آنان به يافتن يك منبع جديد درآمد.

2- بي تفاوتي؛

در پي ورود به مرحله درگيري و افزايش جمعيت جهانگردان، ارتباط افراد جامعه ميزبان با آنان رسمي‌تر مي‌شود و در مقابل، جهانگردان نيز تمايل كمتري به وارد شدن در زندگي روزمره اهالي منطقه از خود نشان مي‌دهند. زبان جهانگرداني كه از اين پس به منطقه مي‌آيند ديگر زبان محلي منطقه نيست.

3- آزردگي؛

با ورود به مرحله توسعه و واژگون شدن نسبت جمعيت ميزبان و جهانگرد و در حاشيه قرار گرفتن

ميزبانان، مشكلات بسياري براي اين گروه رخ مي‌نمايد. مغازهها شلوغ مي‌شوند، ولي از تأمين نيازهاي روزانه مردم جامعه خبري نيست و به جاي آن اجناس مورد علاقه جهانگردان از قبيل صنايع دستي عرضه مي‌شود. با افزايش تعداد جهانگردان و به دنبال آن افزايش تعداد خودروهاي در حال رفت و آمد در منطقه، سختي زندگي هر روز بيش از پيش خود را بر مردم بومي‌تحميل مي‌كند و سرانجام سبب آغاز تغيير نگرش افراد جامعه ميزبان به جهانگردان مي‌شود.

4- دشمني؛

در انتهاي زنجيره روابط ميزبان و جهانگرد و با وارد شدن به مرحله ركود، مشكل ظرفيت بيش از هر زمان ديگري خود را نشان مي‌دهد و ميزبانان را متقاعد مي‌سازد كه مسبب همه اين تبعيض و نارسايي، جهانگردان هستند. اين مسأله سبب بروز حالتي در افراد مي‌شود كه ميتوان نام آن را دشمني نهاد.

جهانگردي توده و جهانيسازي

تا اين قسمت از بحث، سخن در تبيين فرايند جهانگردي بود به عنوان يك ارتباط ميانفردي كه ضمن برخورداري از برتري‌ها و ارزشهاي ارتباطي نسبت به ديگر گونه‌هاي ارتباط، در مواردي نيز مي‌تواند دچار اختلال شود. اينك و در ادامه سخن، به دنبال اين خواهيم بود كه آيا در جريان جهانگردي معاصر، اين ارتباط ميانفردي غالباً در وضعيتي متعادل اتفاق مي‌افتد يا بروز عواملي كه مي‌تواند به عنوان عارضهاي از تمدن غربي به شمار آيد، سبب ايجاد سوگيري مصنوعي و دائم در اين جريان ارتباطي مي‌گردد. براي رسيدن به پاسخي مناسب در اين خصوص، شايسته است كمي‌بيشتر در مورد فرايند تودهاي شدن در زواياي گوناگون زندگي بشر مدرن از جمله توليد، جامعه، فرهنگ، ارتباطات و نهايتاً جهانگردي سخن گوييم.

توجه به مفهوم "توده" (Mass) در طول دهه‌هاي 20 و 30 قرن بيستم ميان نظريهپردازان اجتماعي و منتقدان اين حوزه رشد يافت و به عنوان نخستين نظريه كلاسيك در خصوص فرهنگ مطرح شد.

پس از وقوع انقلاب صنعتي اول در قرن هجدهم كه تاريخ نمادين 1750 ميلادي بيانگر آن است، موج دوم تجدد با ظهور شهرنشيني، سلطه فناوري جديد، فرايند صنعتي شدن و توليد انبوه (توده)، تجاري شدن، پيدايش و به قدرت رسيدن رسانههاي توده و سرانجام منتقل شدن نقش اساسي از توليد به توزيع شناخته ميشود كه از اواخر قرن نوزدهم ميلادي آغاز شد. اين تحولات در عرصه فناوري، دگرگونيهايي را نيز در جامعه و روابط اجتماعي به دنبال داشت كه سرانجام منجر به شكل گيري گونه خاصي از جوامع بشري شد كه آن را به نام "جامعه توده" ميشناسيم.

جامعه، توده در واقع محصول فروپاشي همبستگيهاي سنتي، از بين رفتن امنيت، تضعيف نهادها و روابط اجتماعي گذشته و به طور كلي ظهور يك نوع گسيختگي و بيهنجاري در جامعه مدرن است. در اين جامعه، انسان ذره گونه شده در دل شهرهاي بزرگ طعم تلخ تنهايي واقعي و منفي را ميچشد و اين انزواي تحميلي و در پي آن، تشنگي او براي ارتباط، زمينه را براي سلطه طبقات جديد و به قدرت رسيدن فرهنگسازهاي جامعه توده يعني رسانههاي توده فراهم ميكند. فرهنگ جديدي كه براي پر كردن شكاف به وجود آمده در جامعه توده به وسيله اين نهادهاي تازه قدرت در جامعه مدرن به وجود ميآيد "فرهنگ توده" نام دارد.

يكي از ويژگيهاي مهم نظريه فرهنگ توده تشخيص اين نوع فرهنگ در كنار "فرهنگ عامه" و "فرهنگ عالي" است. فرهنگ عامه بيانگر نيازها و علايق موجود و واقعي مردم جامعه است كه به صورت خودجوش پديد ميآيد و در فولكلور تجلي پيدا ميكند. در مقابل آن، فرهنگ عالي فرهنگي است كه داراي استقلال و بيانگر ذوق راستين هنري و ادبي طبقهاي ممتاز در جامعه است. در فرهنگ توده كه به شكل تحميلي و غير خودجوش در نتيجه تحولات جامعه صنعتي شكل ميگيرد، همين تجليات ادبي و هنري نيز به پيروي از توليد انبوه صنعتي، به طور مصنوعي بازتوليد شده و با شعار "دسترسي مساوي به فرهنگ براي همه" در دسترس همگان قرار ميگيرد.

منتقدان، فرهنگ آمريكا را به عنوان بارزترين مصداق فرهنگ توده و فرايندي به نام "آمريكايي شدن

فرهنگ" را يكي از مهم ترين پيامدهاي ظهور فرهنگ توده در جامعه مدرن مي‌دانند. به اعتقاد اين گروه، آمريكايي شدن فرهنگ، هسته اصلي فرهنگ توده را تشكيل مي‌دهد. عواملي چند امكان شكل گيري سهل و فزاينده جامعه توده را در ايالات متحده آمريكا پديد آورده است. در واقع آمريكا زاييده سرمايه داري اروپا بود كه از عصر سرمايهداري تجاري ظهور پيدا كرد. به اين تعبير مي‌توان گفت آمريكا در ميان كشورهاي ديگر در اين دوره از همه بي ريشه تر بود. در مهاجرت اروپاييان به اين سرزمين جديد، سهم بيشتر از آن كساني بود كه در اروپا پايگاهي جدي نداشتند و به عبارتي از وازده‌هاي جامعه به شمار مي‌رفتند. اين گروه بنا به طبيعت خود، عناصر عاميانه تر فرهنگ اروپايي را با خود به آمريكا بردند و عناصر عالي را در همان جامعه اروپايي بر جا گذاشتند. در اين شرايط، فقدان سنتهاي فئودالي، سلطنتي و اشرافيت همراه با تحولات زودرس در زمينه فناوري، آمريكا را در اوايل قرن بيستم، مظهر فرهنگ توده كرد. از همين رو است كه مخالفت با آمريكا و آمريكايي شدن فرهنگ از انگلستان و فرانسه به عنوان محمل‌هاي اصلي فرهنگ اروپايي آغاز شد.

پيدايش و گسترش اين فرهنگ جديد در جامعه مدرن پيامدهاي منفي ديگري نيز به دنبال دارد كه خميرمايه اصلي انتقادات وارد بر جامعه توده، رسانه‌هاي توده و فرهنگ توده را تشكيل مي‌دهد. نخستين پيامد اين سلطه، مضمون واكنش محافظهكارانه و آزاديخواهانه فرهنگ عالي به فرهنگ جديد است به عنوان يك فرهنگ پست، مبني بر تنزل ذوق ادبي و هنري كه به وضوح در داستان‌ها، رمان‌ها و فيلم‌هاي فرهنگ توده ديده ميشود.

همچنين انتقاد ديگري كه به اين فرهنگ وارد شده بيانگر اين نكته است كه در جامعه توده، روابط انسان‌ها همانند دانه‌هاي شن – كه در عين با هم بودن از هم جدا نيز هستند– شيء گونه مي‌شود. مثال روشن اين مسأله، نحوه ارتباط تماشاچيان فيلم در سالن سينما است. اين ارتباط كه از طريق ارتباط هر فرد به طور جداگانه با ماجراي فيلم و قهرمان داستان به شكل غير مستقيم برقرار مي‌شود، نه تنها ارتباطي ذهني نيست كه عصبي و بر مبناي هيجانات روحي است. انسان‌ها از راه برقراري اين پيوندهاي دروغين، شايستگي بيشتري براي حضور در جامعه توده پيدا مي‌كنند.

يكي ديگر از مفاهيم به كار رفته در تبيين پيامدهاي ظهور فرهنگ توده، مفهوم "گريز از واقعيت" است. در جامعه اي كه انسان تنهايي را در عين بودن با ديگران به تلخ ترين شكل آن تجربه مي‌كند، فرار از واقعيت‌هاي سنگين جامعه امري طبيعي به نظر مي‌رسد. اين گريز مي‌تواند طيف گسترده اي از حالات گوناگون را شامل شود. فيلم‌هايي با موضوع فرار از زندان يا وضعيت‌هاي خطرناك، نقاشي‌هاي غيرواقعيتگرا، بازيهاي رايانه اي و واقعيت مجازي همه از اين مقوله اند.

مفهوم "قدرت" نيز يكي ديگر از مفاهيم كليدي در شناخت جامعه توده و فرهنگ توده است. منتقدان اين فرهنگ، ظهور آن را نه نويدي براي گسستن سلطه‌هاي پيشين كه نمايش تازه اي از سلطه اي تازه مي‌دانند يعني سلطه فناوري جديد. در واقع از ديد اين منتقدان، فرهنگ توده صرفاً يك فرهنگ نيست، بلكه بخشي از دستگاه كلي قدرت در جوامع مدرن به شمار مي‌رود. در جامعه توده ميان اين فرهنگ تازه، ابزارهاي توليد، فناوري و قدرت رابطه اي تنگاتنگ برقرار است. در اين فرهنگ با از بين بردن تنوعات و سركوب صداهاي مخالف، "صيانت ذات" و "لذت" به عنوان حقايق اساسي و مركزي زندگي پذيرفته مي‌شوند و تمامي‌امور مربوط به حيات بشر با اين دو اصل معناي ويژه خود را مي‌يابند.([5])

همچنين از آنجا كه در اين فرهنگ، ابزارهاي اداره فرهنگ و فرهنگ سازي اهميت ويژه اي پيدا مي‌كنند، رسانه‌هاي توده و گردانندگان آن از جايگاهي ممتاز در جامعه توده برخوردار مي‌گردند. بي شك يكي از راه‌هاي مهم ايجاد برتري و سلطه سرمايه داري غربي و در رأس آن آمريكا در جامعه توده و حفظ اين سلطه جهاني نيز، استفاده از توان باورنكردني همين رسانه‌هاي توده در خلق تصاوير دستكاريشده از تمدن غربي و همچنين از ويژگي‌هاي تمدنها و فرهنگهاي مقابل اين تمدن است. اين رسانه‌ها با بهرهمندي از آخرين دستاوردهاي بشري در زمينه فناوري‌هاي ارتباطي، هر لحظه بر سرعت، كيفيت و گستره ارتباطي خويش ميافزايند و از اين رهگذر، غرب را به كعبه آمال انسان‌هاي دور افتاده از تاريخ و هويت خويش بدل مي‌سازند.

آنچه در جهانگردي معاصر نيز اتفاق مي‌افتد از همين الگو پيروي مي‌كند. با تصويري كه در جهانگردي

از كشورهاي غربي ساخته مي‌شود، سطح زندگي آنان در نگاه كشورهاي ميزبان بسيار پيشرفته جلوه مي‌كند و اين گونه كشورها نيز به نوبه خود تلاش مي‌كنند تا هنگام مسافرت اربابان به كشورشان، با وجود فقر و اختلاف طبقاتي موجود در كشور، آن سطح را در واقعيت نيز حفظ كنند و زندگياي مشابه زندگي تصوير شده جهانگردان در سرزمين خود براي ايشان فراهم آورند. اين مسأله در صورت عدم وجود مديريت توانا، به نوبه خود منجر به افزايش واردات كالاها و تخصص‌هاي مختلف از كشورهاي جهانگردفرست مي‌شود كه علاوه بر سرازير نمودن بيشتر سود به دست آمده از اين صنعت به همان كشورها، خود كمكي است شايان توجه به ايجاد و حفظ تصوير برتري غرب و در نهايت غرب زدگي و تثبيت سلطه جهاني تمدن غرب و به عبارتي روشنتر جهانيسازي.

آنچه در جهان امروز، جهانگردي را به شكل ابزاري براي تشديد و تثبيت سلطه فرهنگي غرب و جهانيسازي درآورده است، رخنه فرايند توده اي شدن به درون اين فعاليت فرهنگي ديرپاي بشر و شكل گيري "جهانگردي توده" و حاكميت آن بر اين بخش از زندگي بشر است.

"جهانگردي توده عبارت است از جريان يكنواخت تعداد بي شماري از جهانگردان به سوي مقاصد ويژه گذراندن تعطيلات. اين حركت از دهه 1960 با افزايش ثروت، طولاني تر شدن تعطيلات و ارزان تر شدن حمل و نقل در كشورهاي صنعتي و از اين كشورها آغاز به رشد نمود. در ابتدا، اين جريان جهانگردي رو به مقاصدي نمود كه از آفتاب، ماسه و دريا برخوردار بودند".([6])

اين سه ويژگي در كنار به عنوان جزء لاينفك تمدن غرب، "چهارگانه نامقدس" (Quarter Unholy) جهانگردي توده را شكل مي‌دهند. تعبير "آفتاب، ماسه، دريا " كه "از سوي برخي صاحب نظران به كار ميرود، دلمشغولي آنان را نسبت به گذشته‌هايي نشان مي‌دهد كه در آن، سفر در انحصار طبقات بالا و متوسط جامعه بود".([7])

در واقع، توده اي شدن جهانگردي را بايد انحرافي از جريان هميشگي اين پديده به عنوان يك ارتباط ميان فردي در زندگي بشر دانست. اختلالي كه در اين فرايند ارتباطي در تمدن غرب ايجاد شد، بسيار جدي تر، عميق تر و گسترده تر از آن بود كه اختلالي به حساب آيد مانند هر اختلال ديگري كه گهگاه در انواع ارتباط به وجود مي‌آيد. بروز اين اختلال در فرايند ارتباطي جهانگردي، از آنجا كه برخاسته از شكلگيري نوع جديدي از جامعه و فرهنگ در درون تمدن مسلط و حاكم بود، تا آنجا ديرپايي خود را ادامه داد كه سرانجام منجر به قلب ماهيت واقعي اين فعاليت انساني در طول تاريخ شد. امروزه جهانگردي به عنوان يك حركت فرهنگي تمدن ساز تنها خاطره اي است در ذهن آشنايان با تاريخ كه به سختي مي‌توان اميدي به تحقق دوباره آن داشت.

آنچه سبب انحراف جهانگردي در دوران معاصر از جريان ارتباطي هميشگي آن شده است، سطحي شدن ارتباط ميان جهانگردان و ميزبانان به دليل فشردگي برنامه‌هاي بازديد در جهانگردي از نوع توده و كاهش وقت براي برقراري ارتباط و عميق نمودن آن است. اين فرايند به روشني در سرنوشت يك منطقه جهانگردپذير از آغاز تا انجام - كه پيشتر در قالب دو الگوي شش و چهار مرحله اي توضيح داده شد – قابل پي گيري است.

توده اي شدن جهانگردي و شيء گونه شدن روابط ميان انسانهاي درگير در اين فرايند پيشتر ارتباطي، بر تمامي‌عناصر شكل دهنده جهانگردي تأثير داشته است. در بعد عنصر جهانگرد، شكل گيري جهانگردان توده به عنوان پرجمعيت ترين طبقه جهانگردان، نتيجه طبيعي اين امر به حساب مي‌آيد. جهانگردان توده يكي از كمارتباطترين طبقات جهانگردان به شمار مي‌آيند. اين گروه توجه كمي‌به اوضاع پيرامون خود در جامعه ميزبان دارند و هنگام ترك محل، جز ويراني و آسيب از خود اثري بر جاي نمي‌گذارند.

طبقه ميزبانان نيز در جهانگردي توده، به سبب افزايش يافتن تعداد برخوردهايشان با جهانگردان، رفته رفته انگيزه خود را براي ارتباط از دست ميدهند و با گذشت زمان موضوع مهمان نوازي تا حد زيادي ميان آنان كاهش مي‌يابد. در اينجا با ورود شركتهاي خدماتي ويژه جهانگردان با مسأله ديگري مواجه

ميشويم كه پيشتر بدان اشاره شد. اين طبقه از ميزبانان با آفرينش تصاوير قالبي از جامعه و جهان، مانع رويارويي جهانگرد با فرهنگ واقعي ميزبان مي‌شوند.

در بعد عنصر انگيزه نيز همين گروه هستند كه با تعريف انگيزه‌هاي كاذب براي جهانگردي و همچنين طراحي انگيزه‌هاي جديد مبتني بر وضعيت پر تنش جامعه توده به جاي انگيزه‌هاي ارتباطي جهانگردان، آتش اين ضد ارتباط را شعله ورتر ميسازند.

سرانجام در مورد جاذبه‌ها نيز بايد گفت كه سوغات جهانگردي توده براي جاذبههاي جهانگردي، چيزي جز تخريب ميراث طبيعي و فرهنگي بشر نبوده است. تمركز جهانگردي توده بر انواع خاصي از جاذبه‌ها و هجوم بي امان جهانگردان به سوي اين سرمايه‌هاي ارزشمند، همراه با از دست دادن انگيزه براي برقراري نوع خاصي از ارتباط توأم با احترام از سوي جهانگردان توده با جاذبه‌ها كه در گذشته رواج داشت، سبب اصلي در اين تخريب وحشيانه به شمار مي‌آيد.

يكي از نويسندگان معاصر در توصيف جهانگردي توده در جهان معاصر و مقايسه آن با جهانگردي در دوران پيشين چنين مي‌نويسد:

"توريست زائر امروزي است. توريست مي‌خواهد ياد بگيرد، بداند و اصولاً موضوعي براي گفتگو داشته باشد. توريست حاكم مطلق تمدنها است. موزه‌ها را براي او مي‌سازند، هتلها را براي او برپا مي‌كنند، معبدها را براي او به نمايش ميگذارند، مقدسات را براي او بي سيرت مي‌كنند. توريست مي‌خواهد همه چيز را هر چه زودتر به دست آورد. ميخواهد هر چه زودتر ببيند، بهره بگيرد، ببرد و به خانه بازگردد. حوصله شاگردي و فراگيري و انتظار شكفتگي را، كه از جمله شرايطي است كه ميوه اي را در سكوت طبيعت به ثمر ميرساند، ندارد. توريست شتابزده است چون پراكنده است و پراكنده است چون

غباري از خواسته‌هاي متضاد است.

توريست مي‌خواهد همه چيز را آماده به او بدهند، همه چيز را به سطح شعور و قد و قواره او پايين بياورند، از اين رو از وقت تلف كردن بيزار است. توريست پول دارد و ميخواهد همه چيز را بخرد و هر چه زودتر نهايت استفاده را ببرد و به همين سبب خواهان برنامه‌هاي فشرده است و برنامه فشرده نيز مستلزم اين است كه جمله ديدنيها، شنيدنيها و آموختني‌ها در نقاط گوناگون متراكم شوند، خواه اين نقطه تراكم موزه باشد، خواه معبد، خواه قصر و خواه ميدان شهر. آنجا كه توريست پيدا شود، رقص معبد مبدل به پايكوبي كاباره مي‌شود، مراسم سري آيين تشرف به قيل و قال سيرك، و معابد و مساجد نيز به بازار مكاره، خشوع و خضوع زائر به كنجكاوي تنزل مي‌يابد و شوق خلوت گزيني به تشديد لذت.

... علت اين كه گردانندگان امور نه فقط از توريسم باكي ندارند، بلكه به عكس به ترغيب و تشويق و اشاعه آن همت مي‌گمارند، اين است كه اولياي امور نيز در بيشتر موارد از انسانهاي توده‌ها تشكيل شده اند." .([8])

بدين ترتيب جهانگردي امروز ما در فاصله اي بسيار زياد از ماهيت تاريخي خويش قرار دارد. اگرچه تمدن غرب، حاكميت خود را بر جهان امروز تا حد زيادي مرهون نقش تمدن ساز جهانگردي مي‌داند، اما در ادامه، اين كاركرد شگفت جهانگردي جاي خود را به تثبيت سلطه جهاني غرب و فرهنگ غرب بر سراسر جهان داده است. آنچه سبب اين انحراف اساسي در روند ايجاد و گسترش تمدنهاي بشري شده، عبارت است از فرايند توده اي شدن انسانها و به دنبال آن ظهور جامعه توده، فرهنگ توده، ارتباطات توده، رسانه‌هاي توده و البته جهانگردي توده به عنوان سوغات بي بديل تمدن غرب براي بشر امروز.

امروزه انسانها چه در داخل سرزمين خويش به حركت درآيند و چه مرزهاي قراردادي خودساخته را

درنوردند، با انگيزه‌هاي گوناگوني سفر مي‌كنند. همچنين ميزبانان اين مسافران نيز با انگيزه‌هاي گوناگوني به استقبال آنان مي‌روند. مجموع اين انگيزه‌ها را مي‌توان در چهار دسته كلي انگيزه‌هاي روانشناختي، اقتصادي، علمي‌و ارتباطي قرار داد. در حاكميت فرهنگ توده و رواج جهانگردي توده، اين حركت و انگيزه‌ها با تمام تنوع و گوناگوني اي كه در شيوه‌ها و چگونگي آن به چشم مي‌خورد، در پايان به چيزي نميانجامد جز تثبيت سلطه جهاني فرهنگي و اقتصادي تمدن مبتني بر سرمايه داري غرب و البته به سرانجام رساندن آنچه " جهاني سازي" نام گرفته است. تفصيل بيشتر اين ماجرا در نمودار (1) آمده است.

نمودار 1: الگوي جهانگردي در جهان معاصر

پس از اين داستان غمانگيز آنچه در اينجا ميتواند روزنه اميدي باشد اين است كه بررسي روند توسعه جهانگردي حكايت از آن دارد كه دوران جهانگردي توده به سر آمده و اين فعاليت بزرگ جهاني در آينده در قالب اشكال نويني از جهانگردي رشد خواهد نمود كه به جهانگردي كيفي (Tourism Quality) مشهور است.([9])

پون در بررسي خود به ثبت روند رشد جهانگردي توده از اوايل دهه 1950 تا اواخر دهه 1970 پرداخته و آنگاه به نوعي تغيير تدريجي در بازار اشاره مي‌كند. وي همچنين به تفاوت‌هاي موجود بين نوعي قديمي‌كه از آن به عنوان جهانگردي توده ياد مي‌شود و گونه نوين آن از لحاظ خصوصيات مشتريان و الگوهاي رفتاري آنان مي‌پردازد. از ديدگاه وي، جهانگردي جديد به تجربه كردن موضوعي متفاوت و تعمق بيشتر در خصوص تاريخ و فرهنگ مقاصد علاقه مند است و آگاهي بيشتري نسبت به تأثير خود بر محيط زيست دارد. نـــمودار (2) اين چرخه حيات جهانگردي را نشان مي‌دهد.

نمودار 2: چرخه حيات جهانگردي

منبع: لومسدن، 1380، ص 387

بر اساس آنچه كه در نمودار آمده است، صلح و آرامش پس از دومين جنگ جهاني، نقطه آغاز رشد جهانگردي است. در اين راه عواملي از جمله در نظر گرفتن تعطيلات همراه با حقوق و افزايش اوقات فراغت، و

اختراع و عمومي‌شدن هواپيماهاي جت، نقطه عطف شكل گيري جهانگردي توده به شمار مي‌رود. اين نوع از جهانگردي تا اواسط دهه 1970 حاكميت خود را بر صحنه فعاليتهاي جهانگردي ادامه داد و از آن پس بود كه با رسيدن به حدود رشد خود، سير نزولي را آغاز نمود و در عين حال در كنار خود اشكال نويني از جهانگردي كيفي را توسعه بخشيد. به نظر مي‌رسد اين فرايند به شكلي تدريجي همچنان ادامه داشته باشد.

تحقيق "بررسي پيش بيني‌هاي سال2020" كه در اواخر دهه 1990 به وسيله سازمان جهانگردي جهاني انجام شده است نشان مي‌دهد كه الگوي جهانگردي در آينده، توأم با پراكندگي بيشتري خواهد بود و جهانگردان به جاي گروه‌هاي بزرگ، بيشتر در گروه‌هاي كوچكتر سفر خواهند كرد و افرادي كه به صورت آزاد و مستقل به جهانگردي مي‌پردازند سهم برتر بازار را به خود اختصاص خواهند داد. البته كشورهاي در حال توسعه اي كه داراي بازارهاي مسافرتي تكامل نيافته ولي با رشد سريع باشند از اين روند مستثني خواهند بود.

تورهاي سنتي گشت و گذار كه شامل بازديد سطحي از جاذبه‌هاي خاص است و هدف آن است كه در حداقل فرصت موجود از حداكثر تعداد جاذبه‌ها بازديد شود، همچنان مورد علاقه بازارهاي تازه كار و تكامل نيافته خواهد بود، اما طرفداران اين گونه تورها كاهش خواهند يافت.

براساس اين تحقيق، انگيزه اصلي سفرها در20 سال اول هزاره جديد احتمالاً شامل موارد زير خواهد بود:

پي بردن به اصل و منشأ ميراث فرهنگي كشور خود يا ملل ديگر.

پي بردن به ارزش محيط طبيعي وفرهنگي.

پيگيري يك سرگرمي يا علاقه ويژه مانند ورزش، كسب آگاهي از تاريخچه خانوادگي، عكاسي، و تحقيقات علمي.

استراحت و رهايي از دغدغه زندگي مدرن شهري و گذراندن اوقات با خانواده و خويشاوندان.

روند كلي بر سفرهاي ارزشمندتر، آموزندهتر و معنيدارتر متمركز خواهد بود، به نحوي كه تجربه اي عميق كه حواس پنجگانه را به خود مشغول سازد، ايجاد كند. در اين مورد، انواعي از جهانگردي و سفر كه علاقه و جاذبه ايجاد مي كند، عبارت است از:

اكوتوريسم يا طبيعت گردي براساس سفرهاي اكتشافي و كشف عميق طبيعت و تبادل فرهنگي از طريق فعاليت هايي مانند توريسم روستايي، پياده روي، كوهنوردي، غارنوردي، ورزش هاي آبي و سفرهاي رقابتي و آموزشي كه تجربه يادگيري به عنوان موضوع اصلي سفر را به همراه داشته باشد.

گردهمايي ها، آيين ها، كنفرانس ها و رويدادها.

مسافرت هاي موضوعي خانواده ها، جوانان، بزرگسالان مجرد و بازنشستگان (سالمندان) شامل خريدهاي مورد علاقه، انواع سفرهاي درماني مانند آبگرم درماني، زيبايي درماني، پزشكي جايگزين، ورزش هاي رزمي و همچنين سفرهاي مذهبي.

سفرهاي زيارتي شامل زيارتگاه هاي مسلمانان، مسيحيان، بوداييها، تائوئيستها و ساير فرقه هاي

مذهبي.

سفرهاي تحقيقي – آموزشي شامل گروه‌هاي دانش آموزي – دانشجويي و مدرسان آنها، پژوهشگران و دانشجويا‌ني كه علاقمند به تحقيقات موضوعي مانند طبيعت، فرهنگ و انسان شناسي هستند.

سفرهاي ورزشي به ويژه بازي گلف كه در ميان كشورهاي آسياي جنوب شرقي، كرهايها و ژاپني‌ها مشهور است، همراه با فستيوال‌هاي ورزشي- سنتي و انجام مسافرت براي ديدن رويدادهاي ورزشي در كشورهاي ديگر.

سفرهاي ماه عسل و عروسي، با ماهيت قومي– فرهنگي كه در ژاپن و چند كشور اروپايي مرسوم است.

مسافرت افراد معلول و ناتوان كه براساس محصولاتي مناسب با نوع معلوليت افرادي كه با صندلي چرخدار مسافرت مي‌كنند و به تسهيلاتي مانند آسانسور، بالابر و پلكان شيب دار نياز دارند، تهيه مي‌شود.([10])

تلاش براي طراحي الگويي اسلامي‌در جهانگردي

مجموعه اين اطلاعات و پيش بيني‌ها، اين موضوع را به طور جدي فراروي ما قرار مي‌دهد كه با وجود جايگاه در حال تحول اما به هر حال نامناسب جهانگردي در جمهوري اسلامي‌ايران، به نظر مي‌رسد بستر و فضاي مناسبي براي رقابت جدي در اين عرصه با حفظ كيفيتها و ارزشها پيش روي سياستگذاران و برنامه ريزان كشور قرار داشته باشد. به سر آمدن دوران تلخ حاكميت جهانگردي توده، نويدي است براي كشورها و ايدئولوژيهايي كه ادعاي الگويي جديد براي جهانگردي دارند. اين موضوع به ما اين امكان را مي‌دهد

كه با توجه به مباني محكم و قابل دفاع ديني خود، در اين بازار رقابت به ارائه الگويي اسلامي دست يازيم. با توجه به اين كه در اسلام تمامي پديده ها معنايي الهي مييابند، اين الگو بيشك متفاوت از الگويي خواهد بود كه تا كنون در جهان معاصر رواج داشته است. با توجه به آنچه در خصوص نقش تمدن ساز جهانگردي در تاريخ بشر گذشت، مي توان گفت كه اين الگو به منزله اصلاح جرياني خواهد بود كه در دوران حاكميت تمدن غربي به انحراف كشيده شد.

در اين الگو و در جنبه ارتباطي آن، مسلمانان گاه با غير خود در ارتباطند و گاه اين ارتباط ميان خود ايشان برقرار مي شود. آن گاه كه در جهانگردي، مسلمانان با غير خود ارتباط برقرار مي كنند، آنچه بر ارتباط ايشان حاكم است، دوري توأمان ايشان از ضعف نفس از سويي و ستم ورزي و بي عدالتي از سويي ديگر است. مسلمانان از آنجا كه در پي تعقيب هدف مقدس دعوت به سوي غيرمسلمانان ميروند، با آغوشي باز اما با صلابت در رفتار خود، با آنان روبرو مي شوند. از اين رو است كه مي توان به تأثيرگذاري آنان اطمينان داشت، چه به سوي ديگران بروند و چه به سويشان بيايند.

در ارتباط ميان مسلمانان نيز آنچه بيشترين جلوه را دارد، مفهومي است كه فارغ از مرزهاي قراردادي و نژاد و قوم و قبيله با عنوان امت اسلامي همه مسلمانان را رو به سوي يك هدف مجهز مي نمايد، مفهومي كه امروزه در سايه حاكميت تمدن غربي بر كشورهاي اسلامي و شكل گيري ملت- دولتها رنگ باخته است. اگر مسلمانان جهان امروز در پي احياء مجدد تمدن اسلامي خويش هستند و اگر شيعه در اميد و انتظار شكل گيري اين تمدن در دوران حضور امام معصوم (عجل ا تعالي فرجه) ميگدازد، چاره اي جز گسترش ارتباط ميان مسلمانان در اشكال گوناگون و ممكن از جمله جهانگردي برخاسته از الگويي اسلامي و نه غربي، وجود ندارد.

اگر جهت و شدت فرايند فرهنگ پذيري را تابعي از چهار موقعيت فرهنگي، ارتباطي، اقتصادي و جغرافيايي جهانگردان و جامعه ميزبان نسبت به يكديگر بدانيم، پسنديده است در سياست هاي فرهنگي جمهوري اسلامي در بخش جهانگردي براي جذب و همچنين فرستادن جهانگرد از كشورهايي آغاز كنيم كه در اين عوامل

نزديكي بيشتري با آنان احساس مي‌كنيم. كشورهايي كه نام اسلام را بر خود پسنديده اند، بهترين نمونه‌هاي اين نزديكانند. از آنجا كه مسائل ديني و فرهنگي و واهمه از تأثيرات مخرب جهانگردي در حوزه فرهنگ از دغدغههاي اساسي مسلمانان و به طور كلي كشورهايي است كه در صدد صيانت از فرهنگ و هويت فرهنگي و تاريخي خويشند، نگاهي به موقعيتها و وضعيتهاي يادشده با تمركز بر موضوع جهانگردي ميان كشورهاي اسلامي‌شايسته مي‌نمايد.

مهمترين نقطه اشتراك اين كشورها، همانا فرهنگ اسلامي‌و در رأس آن قرآن كريم است. اين اشتراك و نزديكي فرهنگي علاوه بر تسهيل جريان يادشده، جوامع مسلمان را نيز تا حد بسيار زيادي از تأثيرات منفي جهانگردي در امان نگه مي‌دارد. مسلمانان با توسعه ارتباطات ميان خويش بر اساس هويت واحد اسلامي، نه تنها در راه شناخت متقابل و عميق از يكديگر و زدودن زنگارهاي قرنها فاصله گامهاي سريعي للاخواهند داشت، و نه تنها با آشنايي با مظاهر به جا مانده از تمدن عظيم و انساني اسلامي‌به درك درستي از هويت مشترك خويش و روزگار عزت و شوكت ايجاد شده بر پايه وحدت و امت اسلامي‌خواهند رسيد، كه با نگاهي ژرف به جنبههاي گوناگون فرهنگي ديگر ملل مسلمان، بر جنبه‌هاي مغفول فرهنگ خود نيز وقوف خواهند يافت. به راستي چه چيزي جز همين جهل نسبت به خود و ديگران است كه قرنها است مسلمانان را از يكديگر دور نگه داشته و به تفرقه و نهايتاً شكست و عقب ماندگي آنان در صحنه جهاني منجر شده است؟

در بعد ارتباطي نيز زبان به فراموشي سپرده شده عربي مي‌تواند نقشي استثنايي را در ايجاد اين نزديكي و اتحاد بازي نمايد. اگرچه در جهان امروز زبان عربي _ چه به صورت انحصاري و چه در اشتراك با ديگر زبانها _ تنها مورد استفاده و فهم يك پنجم مسلمانان واقع مي‌شود، اما اين زبان به دليل پيوند با روح جاري در كالبد مسلمانان و تمدن اسلامي‌يعني قرآن و همچنين رواج در مراسم و عبادت‌هاي مختلف ايشان، بالقوه توان تبديل شدن به زبان مشترك مسلمانان سراسر جهان را در ارتباطات گوناگون ميان آنان دارد. علاوه بر آن، كشف و بهره برداري از اين گنجينه پنهان ارتباطي، به نوبه خود مي‌تواند به گسترش ارتباط ميان مسلمانان هر چه بيشتر دامن زند.

از لحاظ اقتصادي و يا به عبارت دقيق تر ميزان پيشرفتگي در ميان كشورهاي جهان، به نظر مي‌رسد اگرچه اختلاف قابل توجهي ميان كشورهاي اسلامي‌وجود دارد، اما تقريباً به طور برابر مي‌توان آنان را در دو دسته كلي "كشورهاي حد وسط توسعه" و "كشورهاي حد پايين توسعه" قرار داد. توضيح آن كه در سال‌هاي اخير براي تقسيم بندي كشورهاي جهان از نظر قرار داشتن در مراحل سه گانه توسعه _ به جاي اصطلاحاتي مانند جهان اول، دوم و سوم يا كشورهاي شمال و جنوب كه بيشتر داراي مفهومي‌ذهني است _ از سوي سازمان ملل متحد شاخص جديدي به نام "شاخص توسعه انساني" با تركيب سه معيار "محصول سرانه ناخالص داخلي واقعي"، "اميد زندگي" و "سواد" تعريف شده است.

بر اساس اين شاخص به جز دو كشور برونئي و كويت كه جزء "كشورهاي حد بالاي توسعه" در جهان به شمار مي‌روند، 25 كشور اسلامي‌ديگر در دسته كشورهاي حد وسط توسعه و 25 كشور باقي مانده نيز در دسته كشورهاي حد پايين توسعه قرار مي‌گيرند. نكته جالب اين است كه به جز چهار كشور آسيايي افغانستان، يمن، بنگلادش و پاكستان، ديگر كشورهاي اسلامي‌گروه حد پايين توسعه، همگي در قاره آفريقا قرار دارند.([11]) بي شك اين نكته مي‌تواند به رونق جريان جهانگردي ميان اين كشورها كمك شاياني نمايد و ضمن ايجاد يك ارتباط دوسويه و برابر ميان آنها، عامل مهمي‌باشد در تقسيم عادلانه ثروت در قلمرو اسلام. در اين راه نهادها و سنتهاي اسلامي‌كه پيشتر از آنها يادشد مي‌توانند تسهيلات قابل توجهي را در اين خصوص ايجاد نمايند.

البته با توجه به گستره عظيمي‌از زمين كه تحت پوشش كشورهاي اسلامي‌قرار گرفته است، نمي‌توان ادعا نمود كه دسترسي مسلمانان ساكن اين كشورها به همه جاي اين سرزمين يكسان است و با سهولت انجام مي‌پذيرد، اما مي‌توان اين نكته را نيز در ذهن داشت كه به ندرت اتفاق مي‌افتد كه كشور يا كشورهايي غيراسلامي‌در سراسر اين گستره، ميان مرزهاي كشورهاي اسلامي‌به حدي فاصله اندازند كه دسترسي مسلمانان را به يكديگر با مشكلي جدي رو به رو نمايند. در نهايت همانند موقعيت اقتصادي مي‌توان كشورهاي اسلامي‌را از لحاظ نزديكي جغرافيايي نيز در چند دسته مشخص جاي داد. البته به همه اين مطالب بايد پيشرفت فناوري را در نظام‌هاي حمل و نقل در جهان معاصر به هر حال در اين معادله مدنظر قرار داد، هر چند كه بازگشت به تاريخ تمدن اسلامي‌به ما نشان مي‌دهد كه در دوران غيبت اين فناوري‌ها، هيچ گاه فاصله‌هاي ظاهري مانع ارتباط ميان مسلمانان نشده است.

البته شايان ذكر است كه اين فعاليت در يك نگاه كلي تر مي‌تواند به امر جهانگردي ميان كشورهاي اسلامي‌منحصر نگردد. سفر مسلمانان به كشورهاي غيراسلامي‌و پذيرش جهانگردان غيرمسلمان از سوي كشورهاي اسلامي‌نيز ميتواند نتايج ثمربخشي در پي داشته باشد. در يك نگاه فرهنگي و ارتباطي، جهانگردي چه ميان كشورهاي اسلامي‌صورت پذيرد و چه ميان كشورهاي اسلامي‌و غيراسلامي‌و در اين حالت دوم نيز چه مسلمانان به عنوان جهانگرد به ديگر كشورها سفر كنند و چه در كشور خود پذيراي جهانگردان غير مسلمان باشند، كاركردهاي ديني بسيار مهمي‌را مي‌توان انتظار داشت.

رونق يافتن جريان جهانگردي ميان كشورهاي اسلامي‌و بازديد مسلمانان جهانگرد از جوامع مسلمان جهان - همان گونه كه گذشت – سبب آشنا شدن مسلمانان خواهد شد با مشكلات و ويژگي‌هاي فرهنگي جوامع مسلمان و دريافتن نقاط اشتراك و اختلاف ميان فرهنگ‌هايي كه همه را به نام "فرهنگ اسلامي" ميشناسيم. اين امر به نوبه خود كمك شاياني خواهد بود در برقراري پيوند و اتحاد ميان مسلمانان و احياء دوباره مفهوم امت اسلامي.

از سويي ديگر سفر جهانگردان مسلمان به كشورهاي غير اسلامي‌مي‌تواند با هدف آشنا نمودن غير مسلمانان با اصول و مباني دين مبين اسلام و تبيين آموزههاي مترقي آن و سرانجام تبليغ دين به ويژه به شكلي غير مستقيم و از راه زندگي با مردم و ارايه سلوك و رفتار اسلامي، با تأثيري بيشتر صورت پذيرد. همانگونه كه مي‌دانيم اگر چه به مقتضاي آيه شريفه "نفر":

"وما كان المؤمنون لينفروا كافه فلولا نفر من كل فرقه منهم طائفه ليتفقهوا في الدين و لينذروا قومهم اذا رجعوا اليهم لعلهم يحذرون" (توبه، 122)

"و نسزد گروندگان را كه بيرون روند همگي، پس چرا بيرون نرفتند از هر گروهي از ايشان طايفه اي تا دانش بياموزند در دين و تا بيم دهند قوم خود را چون باز گردند به سوي ايشان، باشد كه آنان بترسند."

تبليغ دين اساساً به عهده گروهي خاص گذاشته شده است، اما اين مسأله، بار مسؤوليت را از دوش كساني كه به هر شكلي در موقعيتي قرار مي‌گيرند كه تبليغ دين براي آنان امكانپذير است، بر نخواهد داشت. به ويژه كه اين گروه به سبب موقعيت غيررسمي‌و اعلامنشدهشان مي‌توانند با نفوذ بيشتر در جامعه مورد خطاب از يك سو و استفاده از آزادي عمل بيشتر كه در برخي شرايط براي مبلغان رسمي‌فراهم نيست از سويي ديگر، به شكل مؤثرتري به تبليغ دين بپردازند. با نگاهي اجمالي به آن چه از رهبر كبير انقلاب اسلامي، حضرت امام خميني (قدس سره الشريف) براي ما به يادگار مانده، به نظر مي‌رسد صرف نظر از مورد جهانگردان، اصل اين استنتاج مورد نظر ايشان نيز بوده است، آنجا كه مسؤوليت تبليغ دين، اشاعه فرهنگ و در معناي خاص آن صدور انقلاب را متوجه تمامي‌كساني ميكنند كه به شكلي در معرض ارتباطي ميان فرهنگي و موقعيتي تبليغي قرار ميگيرند. بنيانگذار جمهوري اسلامي‌در ديداري با ورزشكاران مي‌فرمايند:

"شما با اخلاق خوش خودتان و با رفتار خودتان و با كردار خودتان ان شاء ا كه اين وجهه اسلامي‌جمهوري اسلامي‌را صادر كنيد به خارج" .([12])

ايشان همچنين در ملاقات با شركت كنندگان در كنفرانس بين المجالس به شكلي كلي مي‌فرمايند:

"بايد علاوه بر سفرهاي رسمي، سفرهاي غيررسمي‌هم بنماييم تا دنيا را بيدار كنيم... تنها در سفرهاي غيررسمي‌است كه درست مي‌توانيد با مردم عادي كوچه و بازار تماس بگيريد و آنها را روشن كنيد. بودن

شما كه يال و كوپال نداريد در ميان مردم هم جالبتر است و هم شما بهتر مي‌توانيد تبليغ كنيد" ([13]).

اما نكته‌اي كه به نظر مي‌رسد تا كنون از آن غفلت شده است، كاركرد ديني سومين حالت مطرح شده جهانگردي در اين نوشتار يعني پذيرش جهانگردان غيرمسلمان به درون جامعه اسلامي‌است. تا كنون تصور غالب ما از تبليغ دين، حضور پيدا كردن فردي بوده است به نام مبلغ در ميان مردم جامعه‌اي كه قصد تبليغ آنان را دارد. اگر چه اين شكل از تبليغ همواره در طول حيات اسلام به عنوان يك دين تبليغي، به شكل بارز و برجسته وجود داشته است، اما به موازات آن شاهد حضور جريان تبليغي مؤثر اما كم و بيش ناپيدايي نيز در تاريخ اسلام هستيم.

حضور يافتن مخاطبان تبليغ در ميان جامعه اسلامي، علاوه بر برخورداري از ويژگيهاي تبليغ متعارف، مخاطب را در فضايي قرار مي‌دهد كه توان بسزايي در نمايش هماهنگي ميان عناصر گوناگون يك جامعه اسلامي‌را در كنار هم دارد. در اين حالت نه تنها يكايك مسلمانان در كلام و رفتار، مبلغ دين خواهند بود كه در اين راه همه مظاهر جامعه به كمك آنان خواهد آمد. نمونه اين نوع از تبليغ را در مورد استفاده از اسيران جنگي به عنوان "عبد و امه" در ميان مسلمانان در تاريخ اسلام داريم. با اين سياست، اسيران جنگي كه با شركتشان در جنگ در بيشتر موارد مظهر مخالفت با گسترش اسلام به شمار مي‌رفتند، پس از طي يك دوره درخشان تبليغي در ميان يك خانواده مسلمان و فراگرفتن تعاليم اسلامي‌به هر دو شكل نظري و عملي، با بهانه‌هاي گوناگوني كه در احكام اسلامي‌از پيش طراحي شده بود، يكي پس از ديگري آزاد مي‌شدند و بعضاً به عنوان يك مبلغ توانا به ميان جامعه خود براي تبليغ اسلام باز مي‌گشتند. در مورد جهانگردي نيز مي‌توان با يك طراحي حسابشده، چنين كاركردي را توقع داشت.

در كنار اين مسأله با توجه به اهميت هر سه نوع جهانگردي، سازماندهي سفر ايرانيان به خارج از كشور در چارچوبي كه توضيح داده شد و تشويق هموطنان به ايرانگردي به همان اندازه مهم و ضروري تلقي مي‌شود كه تلاش براي جذب جهانگرد از كشورهاي خارجي. حتي شايد افزايش سفرهاي ايرانيان در داخل كشور

و افزايش توان ارتباط ميان فرهنگي آنان با هموطنان خويش علاوه بر تقويت زيرساختها و مديريت جهانگردي كمك بسزايي باشد در تصحيح نگرش مردم به پديده جهانگردي و جهانگردان خارجي كه همواره در نگاهي اجمالي به تاريخ، پيام آور چپاول و غرب زدگي در اين كشور بوده اند.

نكته مهم در تمامي حالات يادشده، تبيين هدف و طراحي سازوكار رسيدن به آن بر اساس الگوي برگزيده اسلامي است. مواردي مانند لذت از منابع فرهنگي و طبيعي كشور در ايرانگردي، نمي تواند هدف مناسبي براي سياستگذاران تصور شود. جهانگردان در طول تاريخ و از جمله در دوران معاصر با كمي تفاوت در شدت و جهت، در انگيزه هاي خود براي سفر و جهانگردي از الگويي واحد پيروي مي كنند. اين انگيزه ها همان گونه كه گذشت در چهار گروه كلي انگيزه هاي روانشناختي، اقتصادي، علمي، و ارتباطي جاي مي گيرد. اما آنچه سبب شكل گيري الگوهاي متفاوت در طول تاريخ و به ويژه در دوران معاصر شده است، سازوكارهاي طراحي شده از سوي ميزبانان براي تحقق اهداف خود از اين مسأله است. اگرچه ممكن است جهانگرد با هدفي فرهنگي وارد كشور شود، اما نگاه ميزبان ميتواند به او به عنوان يك منبع درآمد باشد و سازوكارهاي تعبيه شده در جهانگردي آن كشور نيز او را به همان سمت سوق دهد.

در يك جمعبندي، در بينش اسلامي بر اساس دو هدف اصلي از سير در زمين يعني شناخت و ارتباط، دو مفهوم عبرت و عبادت، برخاسته از جريان شناخت و نظر در تاريخ و طبيعت به عنوان دو منبع مهم شناخت، و دو مفهوم امت و دعوت، برخاسته از جريان ارتباط با مسلمانان و غيرمسلمانان، به عنوان اهداف اصلي توسعه جهانگردي در كنار كاركردهاي معمول آن و بدون نفي اين كاركردها مطرح هستند. اين جمعبندي در نمودار (3) به شكل الگويي اسلامي از جريان جهانگردي به نمايش درآمده است:

نمودار 3: الگوي جهانگردي در اسلام

بر اساس اين الگو، در بازديد جهانگردان از بناهاي تاريخي گذشتههاي دور، مسلمانان به آنچه پيش از اسلام داشته اند افتخار نمي كنند، بلكه در اين جاذبه ها به ديده عبرت مي نگرند و درود و افتخار خود را نثار مسلماناني ميكنند كه با پايمردي و رشادت خود سبب حاكميت اسلام بر اين سرزمين شدند. نحوه تلقي مسؤولان كشور در ابتداي حاكميت جمهوري اسلامي از كاخهاي برجاي مانده از دوران پهلوي اين

چنين بود.

تفرج مسلمانان نيز در طبيعت در كنار كاركردهاي معمول خود و فراتر از آن، حس شكرگزاري را در آنان تقويت مي‌نمايد و از آنجا كه نظر در آفرينش خداوند است، عبادت به شمار مي‌آيد. برنامه ريزي متوليان جهانگردي مي‌تواند روي بدين سو داشته باشد، همان گونه كه در برخي كشورهاي اسلامي‌با طبيعتي فقيرتر از كشور ما جلوه گر شده است.

حضور مسلمانان در كشور ما و حضور ما در كشور آنان، نبايد بر گرد محور ملت-دولت و افتخار هر يك بر آنچه در سرزمين خود دارد، به گردش درآيد. همچنين همان گونه كه گفته شد، غيرمسلمانان در بازديد خود از كشور ما و در ارتباط با ايرانيان مسلمان در كشور خودشان بايد ايستادگي ما را بر آنچه اسلامي‌مي‌دانيم، در عين رأفت و رحمت و پايبندي به اصول و ارزشهاي اخلاقي به روشني شاهد باشند.

در مورد جاذبه‌هاي جهانگردي نيز توجه به چند نكته مهم مي‌نمايد. در كشور ما جاذبه‌هاي گوناگوني براي جذب جهانگردان وجود دارد. ميراث طبيعي از كوير تا جنگل و كوههاي پر از برف، و ميراث فرهنگي از آثار پيش از اسلام و پس از آن تا سنتها و مراسم گوناگون در كنار جاذبه‌هايي ديگر كه در جريان جهانگردي معاصر به شمار نمي‌آيد، مجموعه اي متنوع را پيش روي جهانگردان قرار مي‌دهد.

جهانگردان نيز با انگيزه‌هاي مختلفي مناطق مورد علاقه خويش را انتخاب ميكنند. هر منطقه اي هم با توجه به برخورداري از جاذبه‌هاي ويژه اي مي‌تواند تنها پذيراي گروهي خاص باشد. با كنار هم قرار دادن اين دو اصل مي‌توانيم چنين نتيجه بگيريم كه پيش از هر چيز در كشور بايد تصميم گرفته شود كه با توجه به جاذبههايي كه وجود دارد و هر جاذبه هم مي‌تواند بهانه جذب گروهي خاص از جهانگردان باشد، چه نوع جهانگرداني را مي‌خواهيم بپذيريم. به عنوان مثال آيا با توجه به سواحل زيباي شمال

كشور مي‌توانيم جهانگردي طبيعي و تفريحي را با در نظر گرفتن مسائل فقهي و فرهنگي در مورد جهانگردان غربي ترويج دهيم يا اين كه با توجه به مسائل يادشده، اين گونه جاذبه‌ها را بايد در مورد گسترش ايرانگردي و جهانگردپذيري از كشورهاي اسلامي‌محور توسعه جهانگردي قرار داد. در اين حالت جهانگردي‌هاي ويژه و كيفي مي‌تواند مناسب ترين انتخاب براي جهانگردان غربي باشد. اين نكته بايد در مورد انواع جاذبه‌ها بر اساس ماهيت طبيعي يا فرهنگي و همچنين تعلق بناهاي تاريخي به دوره پيش از اسلام يا پس از آن رعايت گردد.

آنچه در اين خصوص مهم است توجه به اين نكته است كه جاذبه‌هاي جهانگردي تنها منحصر به جاذبه‌هاي مرده نمي‌شود، بلكه جاذبه‌هايي كه در جريان حيات طبيعي خود مورد بازديد و بلكه مشاركت جهانگردان واقع مي‌شوند، مي‌تواند از اهميتي دوچندان برخوردار باشد. به عنوان مثال، مساجد مسلمانان گاه مي‌توانند به عنوان يك موزه محل تجمع هنرها و صنايع مسلمانان در دوران تمدن اسلامي‌باشند و گاه نيز مي‌توانند به عنوان محل اقامه جماعتهاي باشكوه، جهانگرداني ويژه را به خود جذب نمايند.

همچنين در مورد جاذبه‌هاي جهانگردي، به ويژه اگر اين فرايند را منحصر به جهانگردپذيري از كشورهاي خارجي ندانيم، بايد به اين نكته نيز توجه داشته باشيم كه در بينش اسلامي، وجود جاذبه به معناي معاصر آن، شرط اساسي جهانگردي تلقي نمي‌شود. نفس حركت و سفر در جهان بيني اسلامي‌از جايگاه ويژه اي برخوردار است.

سرانجام آنچه در خصوص ساختار جهانگردي در كشوري مانند جمهوري اسلامي‌ايران مي‌توان گفت، اين نكته است كه بيشك اين ساختار بايد بر اساس مبانيي كه تا كنون توضيح داده شد طراحي گردد. اگر بنا بر ادغام سازمانهايي باشد كه هر يك به نحوي بر جاذبه‌هاي معمول جهانگردي در كشور نظارت دارند، سازمانهاي متولي امر زيارت اعم از داخلي و خارجي مانند سازمان حج و زيارت و سازمانهاي متولي جاذبه‌هاي غيرمعمول مانند سازمان تبليغات اسلامي‌يا مركز رسيدگي به امور مساجد و همچنين سازمانهاي متولي ارتباطات كشور با كشورهاي خارجي مانند سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامي‌نيز نبايد در اين

ادغام از نظر دور بمانند.

اما از آنجا كه از سويي وظايف اين گونه سازمانها از جهت اجرايي يا نظارتي بودن متفاوت است و از سويي ديگر نيز با ادغام، با توجه به حجم زياد، اداره آنها مشكل ميگردد، به نظر ميرسد مناسب باشد موضوع ادغام را در حد هماهنگي در سياستگذاري و اجراي سياستها تلقي نماييم. مهمترين جلوه اين هماهنگي، ايجاد بخشي در برنامه‌هاي توسعه كشور است كه در آن به بيان هماهنگ برنامه‌ها و سياستهاي اجرايي اين حوزه مشترك پرداخته مي‌شود. همچنين در اين مورد، حضور نمايندگان اين سازمانها در شوراي عالي جهانگردي ضروري مي‌نمايد. وابستگي اين شورا به بالاترين مقام سياستگذاري كشور يعني رهبري نظام يا به عبارتي مجمع تشخيص مصلحت، بيشترين هماهنگي را با سياستهاي ساير بخشهاي كشور به دنبال خواهد داشت.

از جهت وابستگي سازمان اجرايي دولتي جهانگردي به بخش فرهنگي يا اقتصادي دولت نيز مي‌توان گفت كه اگر شوراي عالي جهانگردي با تركيب يادشده بتواند وظيفه سياستگذاري هماهنگ را به طور كامل انجام دهد، مناسب ترين جايگاه براي ايجاد ضمانت اجراي اين سياستها، جايگاهي فراتر از وزارتخانه‌ها و زير نظر بالاترين مقام اجرايي كشور يعني رئيس جمهور و در حد معاونت وي در شكل سازماني مستقل خواهد بود.

سرانجام در ختم كلام و با تأكيد بر موضوع رابطه ميان جهانگردي، جهانيسازي و جهانيبودن دين اسلام به ذكر يك نكته اساسي به عنوان نتيجه نهايي اين مقاله اشاره مينماييم و آن اين كه تا زماني كه به درون مرزهاي خود ميانديشيم و دغدغه اصلاح جهان را در سر نداريم، در حصار همين مرزها گرفتار آناني خواهيم شد كه در سر انديشه جهانيشدن و ساختن جهان را بر اساس اميال و هواهاي خود مي‌پرورانند. انديشيدن به امت اسلامي‌نخستين گام در راه شكست اين حصار است. لازمه اين انديشه، تنها، نشستن در خانه و آغوش براي مهمان گشودن نيست. بايد غل و زنجير ساليان را از پاي باز كرد و به راه افتاد تا مبادا مانند آنان باشيم كه قرآن كريم در شأنشان مي‌فرمايد:

"يا ايها الذين آمنوا ما لكم اذا قيل لكم انفروا في سبيل ا اثّاقلتم الى الارض ارضيتم بالحياة الدنيا من الآخرة فما متاع الحياة الدنيا في الآخرة الا قليل. الاّ تنفروا يعذّبكم عذاباً اليماً و يستبدل قوماً غيركم و لا تضرّوه شيئا وا على كل شيء قدير" (توبه، 38-39)

"اي آنان كه ايمان آورديد چيست شما را كه هر گاه گفته شود به شما بسيج كنيد در راه خدا سرگرداني كنيد به سوي زمين؟ آيا خشنود شديد به زندگاني دنيا به جاي آخرت؟ همانا نيست بهره زندگاني دنيا در آخرت مگر اندك. اگر نكوچيد عذاب كند شما را عذابي دردناك و بر گيرد به جاي شما گروهي را جز شما و هرگز زيانش نرسانيد به چيزي و خدا است بر هر چيز توانا"

صدق ا العلي العظيم

فهرست منابع

قرآن كريم، ترجمه مرحوم سيد كاظم معزي.

امام خميني، روح ا...، صحيفه نور، ج15، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامي(1365).

بشيريه، حسين. ، مجموعه تقريرات درس نظريه‌هاي فرهنگي معاصر، تهران، دانشگاه امام صادق(ع)، دوره دكتري فرهنگ و ارتباطات. (1377)

سازمان ايرانگردي و جهانگردي. ، وضعيت موجود جهانگردي در ايران: تحليلي از نقاط قوت و ضعف، فرصتها و تهديدات، تهران، دفتر پروژه برنامه ملي توسعه گردشگري. (1379)

شايگان، داريوش. ، آسيا در برابر غرب، تهران، انتشارات امير كبير. (1356)

لومسدن، لس. ، بازاريابي گردشگري، مترجم: محمد ابراهيم گوهريان، تهران، دفتر پژوهشهاي فرهنگي. (1380)

محسنيان راد، مهدي. ، ارتباط جمعي در كشورهاي اسلامي(گزارش تحقيق براي درس ارتباط جمعي در كشورهاي اسلامي، نخستين دوره دكتري فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)، تكثير محدود). (1376)

معتمدنژاد، كاظم. ، وسايل ارتباط جمعي، تهران، دانشگاه علامه طباطبايي. (1371)

Bittner, J.R., Mass Communication: an Introduction, New Jersey, Prentice Hall. (1989)

Boissevain, Jeremy., Mass Tourism, in: Jafar Jafari, Encyclopedia of Tourism, P383, London & New York, Routledge. (2000)

Ryan, Chris., Recreational Tourism, London, Routledge. (1993)

Selwin, Tom., Sun, Sand, Sea and Sex, in: Jafar Jafari, Encyclopedia of Tourism, P564, London & New York, Routledge. (2000)

Somovar, Larry A. and Richard E. Porter., Communication Between Cultures, USA, Wadsworth. (1995)

([1]). عضو هيأت علمي دانشگاه امام صادق (ع).

([2]). (SOMOVAR, 1995, PP.182-212).

([3]). (RYAN,1993,PP.133-136).

([4]). (RYAN,1993,PP.136-137) .

([5]). بشيريه، حسين، مجموعه تقريرات درسي نظريه هاي فرهنگي معاصر.

([6]). (BOISSEVAIN, 2000, P383).

([7]). (SELWYN, 2000, P564).

([8]). شايگان، داريوش، آسيا در برابر غرب، تهران، دفتر پژوهشگهاي فرهنگي ، 1356، صص 85 – 83 .

([9]). لومسدن، لس، بازاريابي گردشگري، محمد ابراهيم گوهريان، تهران، دفتر پژوهشهاي فرهنگي، 1380، صص 387 – 385 .

([10]). سازمان ايرانگردي وجهان گردي، وضعيت موجود جهانگردي در ايران، تهران، دفتر پروژه برنامه ملي توسعه گردشگري، 1379، صص 62 – 56.

([11]). محسنيان راد، مهدي، ارتباط جمعي در كشورهاي اسلامي، 1376، صص 6 – 3.

([12]). امام خميني، صحيفة نور؛ ج 15، وزارت ارشاد، 1365، ص 25.

([13]). همان، ص 190 .