

تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا

سعید شفیعا^۱ - مهدیه صباغ پور آذریان^۲

(تاریخ وصول: ۹۴/۱۰/۸ تاریخ پذیرش: ۹۵/۴/۲۹)

چکیده

گرایش بیش از پیش گردشگران مدرن به کنجکاوی و درک مفاهیم جدید باعث شده است محققان و کنفرانس‌های بین‌المللی به موضوع معنویت در گردشگری توجه کنند تا فضایی برای تغییر نگاه صرفاً مادی به این مقوله، حاصل شود. پژوهش کیفی گراند تئوری با هدف ارائه مفهومی بین‌رشته‌ای معنویت در گردشگری با استفاده از مصاحبه، مطالعه متون و استفاده از نظر خبرگان صورت گرفته است. بنابراین رسیدن به تعالی، رسیدن به معنا و رسیدن به درک متقابل به مثابه ابعاد اصلی این مفهوم شناسایی شد که از جنبه‌های اجتماعی، فردی، طبیعی، فراطبیعی شایان بررسی است. معنویت در گردشگری می‌تواند در همه انواع گردشگری جلوه کند و صرفاً معطوف به گردشگری دینی و مذهبی نیست. در مطالعات فارسی زبان موضوع معنویت بیشتر به مذهب و دین و در دیگر مطالعات به مباحث سلامتی، آرامش جسم، روش‌های ایجاد تمرکز و ادیان حاضر در مقاصد گردشگری خلاصه شده است. از آنجا که معنویت می‌تواند در همه سطوح زندگی انسان تأثیرات فیزیکی و روانی بلندمدتی داشته باشد، به نظر می‌رسد تعریف آن همچون یک هدف از گردشگری، اقدامی پذیرفته شده خواهد بود.

واژگان کلیدی: معنویت، معنویت در گردشگری، گردشگری، مفهوم‌سازی

۱. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران (نویسنده مسئول)
s.shafia@usc.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری دانشکده علوم گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ تهران

مقدمه

معنویت فرزند تفکر و تعقل در پدیده‌ها و فعالیت‌هاست که از دریچه تفسیر و تعبیر انسانی دریافت می‌شود. این مفهوم و درک آن از جمله حوزه‌های مطالعاتی و پژوهشی است که از دیرباز توجه محققان و پژوهشگران بسیاری را به خود جلب نموده است. با توجه به غنای مفهوم معنویت، ارائه تعریفی عینی دشوار است؛ اما بررسی و مفهوم‌سازی آن براساس مطالعات موجود کار غیرممکنی نیست. پلاتنه و تورسن (۲۰۰۷) معنویت را جستجوی معنا در زندگی، رابطه متعالی با خویشتن خویش و معبود، هدایت همه‌جانبه، ایجاد وحدت با طبیعت و اتحاد تعریف می‌کنند. ویلسون (۲۰۱۳: ۱۵۲) نیز معتقد است، معنویت جوهره وجود آدمی است و آدمی را متناسب با طبیعت جستجوگرش به یافتن معنا در زندگی ترغیب می‌کند، به عبارتی معنویت را می‌توان نوعی ابزار آگاهی‌بخشی دانست که به صورت ذهنی موجب ایجاد آگاهی در ضمایر افراد می‌شود. همچنین کولز (۱۹۹۱) بر این باور است که معنویت مسیری سیال است که طی آن افراد به واسطه تجربیات معنوی اکتسابی به تفسیر چرایی‌های زندگی خود می‌پردازند؛ بنابراین این تفسیرها و دستیابی به چراها، زمینه تغییر تفکر، الگوی فکر و حتی زندگی فرد یا جامعه را به همراه خواهد داشت. اما یافتن معنی درحالی که انسان به عادت زدگی و سکون دل‌بسته باشد، کار ساده‌ای نیست. اینجاست که مقوله سیال و پویای دیگری به‌عنوان گردشگری می‌تواند زمینه‌سازی و تسهیل‌گری نماید تا بروز تفسیرها و تغییرات در انسان علاقه‌مند به تغییر را فراهم سازد.

گردشگری به واسطه حرکت فیزیکی به گردش ختم می‌شود؛ یعنی حرکت از یک نقطه و بازگشت به آن پس از طی یک فرایند یا نشده. بنابراین این گردش نه تنها به جابه‌جایی فیزیکی افراد بلکه به تجربیات افراد پیش از سفر، در شروع حرکت از مبدأ، در مقصد و بازگشت به نقطه آغازین سفر وابسته است. از آنجا که سفر، گردشگر را به جستجوی معنا سوق می‌دهد، می‌توان گردشگری را به کالبد زاینده معنویت تعبیر نمود (امروز، ۲۰۱۱: ۵۰). در حوزه گردشگری نگاه بدوی به معنویت، آن را یکی از عوامل انگیزاننده سفر تلقی کرده است و گردشگر علاقه‌مند به معنویات فردی است که برای درک حس متعالی به سفهای مذهبی و زیارتی می‌پردازد، حال آنکه دو مقوله مذهب و معنویت باوجود مشابهت‌های بسیار وجه تمایز چشمگیر نیز دارند. باوجود آنکه رابطه اعم و اخص مذهب و معنویت، مذهب را می‌توان صرفاً متمرکز بر تقدس درونی افراد دانست درحالی که معنویت دارای ساختاری فرامادی و چندبعدی است که مذهب تنها یکی از عناصر آن قلمداد می‌شود. در مطالعات گردشگری مباحثی پیرامون گردشگری معنوی نیز به چشم می‌خورد. اما اغلب محققان بر این باورند که گردشگری معنوی را نمی‌توان گونه‌ای از گردشگری دانست، زیرا معنویت به‌مثابه چتری است که می‌تواند

دربرگیرنده گونه‌های مختلف گردشگری باشد، که منجر به ایجاد حس تعالی و ارزش‌های مقدس است (حق و نیوبای، ۲۰۰۹: ۲). بنابراین، گردشگری معنوی نوع به‌خصوصی از گردشگری نیست، بلکه نشانگر معنویتی است که گردشگر در جهت دستیابی به ارزش‌های غیرمادی در حین سفر در آن غوطه‌ور است (وارگیس، ۲۰۱۲: ۲۴۶). با این نگاه هر کدام از گونه‌های گردشگری، ظرفیت ژرف‌اندیشی و محقق‌سازی سطحی از معنویت را دارند که به گிரایی و دیدگاه فرد گردشگر وابسته است.

با توجه به دسته‌بندی‌های جدیدی که با ظهور گرایش‌ها نوین در حوزه گردشگری متهمی شد، برخی محققان گردشگران را به دودسته مدرن و سنتی تقسیم می‌کنند. کتی اچ.اس.یو. و همکاران (۲۰۰۸) گردشگر مدرن را فردی آگاه‌تر و باتجربه‌تر از گردشگر سنتی می‌دانند که به دنبال برقراری ارتباط با طبیعت و ارتقای ابعاد غیرمادی زندگی خود است، بنابراین گردشگر مدرن از عینیات فراتر می‌رود و به دنبال کشف حقیقت زندگی و درک معنای حقیقی پدیده‌هاست و روحیه ماجراجویانه و اکتشافی او بستر را برای کسب تجربیاتی ذهنی فراهم می‌سازد.

در پاسخ به این سؤال که معنویت چه اهمیتی در گردشگر دارد و چرا پرداختن به آن موضوعی بااهمیت و لازم است باید افزود که با توجه به استعدادهای بالقوه‌ای که در بطن گردشگری وجود دارد و امکان تأثیرگذاری بسیار بالای آن بر کیفیت زندگی گردشگران، درک و مفهوم‌شناسی معنویت در گردشگری می‌تواند زمینه‌پرورده شدن و توسعه‌یافتگی هر چه بیشتر این اقدام فیزیکی شود. بنابراین ورود معنویت به گردشگری را می‌توان به بعد بخشی و ارتقای سطح تجربه گردشگران و در نتیجه بهبود زندگی بشری مرتبط دانست.

با توجه به خصوصیات گردشگر مدرن، تلفیق گردشگری با مفاهیم معنوی بیش‌ازپیش پذیرفتنی و نیازمند مفهوم‌سازی است که این مهم در مطالعات موجود به‌خوبی صورت نگرفته و نیازمند توجه بیشتر است. تحقیقات پیشین فارسی و انگلیسی زبان به این مقوله به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم پرداخته‌اند که ه پوشانی‌ها و تفاوت‌هایی میان آن‌ها مشاهده می‌شود. در ادامه به بررسی روش تحقیق پرداخته خواهد شد.

ادبیات موضوع

معنویت

در لاتین معنویت از واژه نفس^۱ در یونانی از باد^۲ و در بودایی از واژه نور اصلی^۳ گرفته شده

1. breath
2. wind
3. cardinal light

است. که در سنت‌های فلسفی شرقی مثل هندویسم، بودایسم و ... از این واژه، معنایی مثل سلامت، انرژی، ارتباطات پویا و هوشیاری برداشت می‌شود. درحالی‌که در اسلام، یهودیت و مسیحیت به حقیقت و راستی و برتری مطلق و سیطرهٔ یک خدای واحد تعبیر می‌شود. افزودنی است که از منظر سکولار، معنویت به فرایند رشد یکپارچه و پویایی تعبیر شده که به ارزش‌ها، معانی و اهداف زندگی تمرکز دارد و عملاً زمینه‌ساز جاری‌سازی معنا در زندگی روزانه و مادی است (ایمان زاده، ۱۳۹۴؛ اشعری، باقری و حسینی، ۱۳۹۱).

دین‌داری، مانند معنویت به مثابهٔ چتری پوشش‌دهندهٔ اعتقادات، اقدامات و سنن شناخته می‌شود که در پاره‌ای از موارد به صورت جایگزین به جای معنویت به کار رفته است. این در حالی است که اساساً دین زیرشاخه‌ای از معنویت است و این جایگذاری اقدامی اشتباه است (ترایب، ۲۰۰۹: ۱۳۵-۱۳۶). با توجه به تفاوت معنایی که در دهه‌های اخیر بین معنویت و دین‌داری در ادبیات پژوهشی غرب مشاهده می‌شود، معنویت بیشتر به سمت تجربیات متعالی شخصی تمرکز داشته و به مبانی دینی، آیینی و الهی کمتر گرایش دارد. طی مطالعه‌ای که روف (۱۹۹۳) انجام داد مشخص شد نسل پس از جنگ جهانی دوم، افرادی جستجوگر و متفاوت‌اند. آن‌ها ترجیح می‌دهند که معنوی باشند تا متدین و این بدان معناست که به دنبال سفری معنوی و جستجو هستند تا در جستجوی برنامه‌های رسمی کلیسایی (روف، ۱۹۹۳: ۷۹). موضوعی که در ایران به گونهٔ دیگری نمود پیدا کرده است و به ظهور معنویت جدید و رفتارهای نوین دینی توصیف شده است. جمع‌های اعتقادی و گروه‌های اجتماعی که با هدف دستیابی به موفقیت، خوشبختی، کمال و آرامش روحی، فضاهای مثبت و معناآفرینی ایجاد کرده‌اند و به شکلی دیگر برای دستیابی به تقدس و آرامش روحی تلاش می‌کنند (شریعتی، باستانی و خسروی، ۱۳۸۶). می‌توان معنویت را نتیجهٔ مصالحهٔ بین دین و مدرنیسم دانست. جایی که فردگرایی و تجربه‌گرایی دوران مدرن به دنبال تجربه‌پذیری مستقیم و ملموس کردن ابعاد دینی دین است. بنابراین سه بعد تجربه‌ای، گوهرشناختی و فردی موجود در این دیدگاه، پدیده‌ای روان‌شناختی و جدید به نام معنویت ایجاد می‌نماید (قربانی، ۱۳۸۳).

با توجه به دامنهٔ گسترده از تعبیرها و تفسیرها، می‌توان معنویت را مفهومی تعریف نشده بین محققان دانست که این مهم ریشه در گستردگی و پیچیدگی آن دارد. این پیچیدگی از زاویه‌ای دیگر با بهره‌مندی از جهان‌بینی‌ها و تفسیرهای مختلف گروه‌های اعتقادی تشدید شده است (فری، ۲۰۱۳: ۶۹۳-۷۲۷). اما دو دیدگاه کارکردی و بنیادین دربارهٔ معنویت وجود دارد. در دیدگاه بنیادین، معنویت نوعی تمایل به یافتن هدف و ترکیبی از فلسفه اصلی زندگی و ارزش‌ها و اعمال انسانی است. درحالی‌که در رویکرد کارکردی بیشتر به اثرات بیرونی و شایان

نگرش آن اشاره می‌شود. اثراتی که با توصیف‌هایی مثل تقوا، عشق، تحرک و مواردی این‌گونه شناخته می‌شوند (مقیمی، رهبر و اسلامی، ۱۳۸۶). در مطالعات مختلف، معنویت همچون یک متغیر مستقل یا میانجی برای ایجاد خلاقیت، سلامت، انگیزه، خوش‌بینی، عدالت، وفاداری، کیفیت زندگی به کاررفته برده شده است. در این میان متغیرهایی مثل سن، جنس، درآمد، تحصیلات، محل سکونت به عنوان طبقه، امکان دسته‌بندی نتایج به دست آمده را فراهم نموده است. نکته حائز اهمیت اینکه در موضوع گردشگری، معنویت به مثابه ایجادکننده یک بازار جدید، تولیدکننده گونه‌ای از گردشگری پرطرفدار و مفهومی یاد شده است. آنچه مشخص است، به معنویت در سلسله مطالعات متفاوت پزشکی، سازمانی، روان‌شناسی، بازاریابی، گردشگری و دینی با نگاه‌های گوناگون توجه شده است که این پژوهش با محوریت گردشگری، این مفهوم را بازنمایی خواهد کرد.

مفهوم معنویت در مطالعات گردشگری

مطالعات انگلیسی‌زبان

با استخراج مفاهیم موجود در تعاریف معنویت واژگانی مانند امری فردی، زندگی، اصول، روح‌بخش، شدن، خداوند، کیفیت، ارتباط و متعالی استخراج می‌شود (یانگ و کوپسن، ۲۰۱۰: ۴) یا براساس آنچه تیلور (۲۰۰۲) نشان می‌دهد، تلاش برای درک معنویت تداعی گر مفهیمی از جمله مقدس، اخلاقی، جوهره خالص، غیرمادی، عقلانی، پالایش فکری و عاطفی و فراطبیعت است. او همچنین معتقد است معنویت جوهره زندگی است، زیرا هم بر افکار و هم بر اعمال فرد تأثیر می‌گذارد، پس نوعی کیفیت بنیادین انسانی است که زندگی فرد را ارزش بخشیده و متعالی می‌کند. از طرفی برخی مانند هیل (۲۰۰۰: ۵۳) بر این باورند که هر تفکر و رفتاری را می‌توان معنوی تلقی کرد و حس تعالی جزء لاینفک معنویت است؛ بنابراین هر آنچه منجر به شکل‌گیری حس متعالی و مقدسی در آدمی است می‌توان معنوی قلمداد کرد. برای نمونه اگر فعل سفر موجب ایجاد حس متعالی در فرد مسافر شود، می‌توان آن سفر را سفری معنوی دانست و الزاماً نباید انتظار داشت معنویت صرفاً از زیارت یا اعمال نظام‌مند مذهبی حاصل شود، هرچند که یکی از مهم‌ترین مراجع دستیابی به معنویت، گردشگری مذهبی است.

بدیهی است که آدمی وقتی احساس نیاز به امری کند، آن را در قالب هدف تعریف نموده و برای دستیابی به هدفی که در راستای نیازهایش شکل گرفته، تلاش می‌کند. می‌توان معنویت را در بالاترین سطح هرم نیازهای مازلو دانست، جایی که انسان از نیازهای فیزیکی و مادی عبور

کرده است و با شکل‌گیری نیازهای غیرمادی در ضمیرش، دستیابی به تعالی روح و خودشکوفایی برایش اهمیت ویژه‌ای می‌یابد؛ بنابراین در جهت پاسخ به نیاز اصلی زندگی که در اینجا جستجوگری برای دستیابی به معنا است، به تکاپو می‌پردازد. اینجا هر چه پیشروی رخ دهد در جهت درک معنا و رسیدن به سطح بالاتری از انسجام با هستی است (میتروف و دنتون، ۱۹۹۹: ۸۴).

تعدادی از محققان سفر و گردشگری را به‌خودی‌خود مقوله‌ای معنوی می‌دانند (امبروز، ۲۰۱۱ و هیل، ۲۰۰۰) حال آنکه برخی دیگر معتقدند که معنویت در گردشگری تنها شامل گشت و گذارهایی است که منجر به ایجاد ارزش‌های مقدس و حس متعالی است و این بستگی به دو عامل تعیین‌کننده دارد. اولین عامل انگیزه سفر است، گردشگر مدرن با انگیزه‌هایی توسعه‌یافته‌تر در جهت برآوردن نیازهای والاتری به سفر می‌پردازد (کلز، ۱۹۹۱). کلز همچنین تأکید می‌کند آدمی به دنبال یافتن پاسخ برای چرایی‌ها و پی‌بردن به اینکه از کجا آمده است، به کجا می‌رود و مقصد غایی کجاست، همواره بی‌قراری می‌کند و به دنبال تجربیات جدید، تعامل با افراد جدید و برقراری ارتباط با محیط جهت معنابخشی به زندگی خود است. دومین عامل تعیین‌کننده معنویت در گردشگری تجربه حاصل از سفر است، و این در صورتی حاصل می‌شود که تجربیات غیرمادی رخ دهد و منتهی به ایجاد حس متعالی و تقدس در ضمائر افراد شود. با این حال شناسایی تجربیات معنوی کار بسیار دشواری است، زیرا تجربیات معنوی از آنجا که کنترل‌شدنی و سنجش‌پذیر نیستند، با انواع دیگر تجربه تفاوت‌های بسیاری دارند (امبروز، ۲۰۱۱: ۶).

آنچه موجب ایجاد نقطه اتصال بین معنویت و گردشگری می‌شود، وجود هوش معنوی در آدمی است. هوش معنوی نشانگر اشتیاق آدمی به سفر و روح ماجراجوی گردشگر است. گاردنر (۲۰۱۱) در کتاب هوش‌های چندگانه^۱ به پارادایم هوش معنوی و ظهور آن پس از تکامل هوش عاطفی و هوش اجتماعی اشاره کرده است. در تعریف هوش معنوی به جنب‌وجوشی که در آدمی ایجاد می‌شود تا چرایی‌های هستی را درک کند، اشاره و تأکید می‌شود که هوش معنوی به‌طور پیوسته به ترغیب آدمی برای برقراری بیشتر ارتباط با دیگران و طبیعت می‌پردازد تا به سؤالات غایی ضمیر او پاسخ دهند. در اینجا گردشگری همچون یکی از ابزارهای تسهیل‌گر در جهت عملکرد هرچه مؤثرتر هوش عاطفی شناخته می‌شود. انسان در حرکت، به دنبال معنايابی، خودآگاهی، کسب تجربه‌های غیرمادی، ایجاد ارزش‌های متعالی، هویت‌یابی و کسب سلامت روح و جسم است (امبروز، ۲۰۱۱: ۱).

مطالعات فارسی زبان

در پژوهش‌هایی که در مورد معنویت در ایران صورت گرفته است، متون خارجی مرجع تعاریف و جهت‌گیری‌ها بوده‌اند؛ اما تفسیر معنویت نزدیکی‌های بسیاری با مفاهیم مذهبی و دینی دارد، به نحوی که گاه تمییز بین این دو مفهوم غیرممکن است. به عبارتی نگاه محققان داخلی به مقوله معنویت به مثابه چتری پوشش‌دهنده همه حالات غیرمادی در گردشگری نیست و این مفهوم صرفاً به مقوله مذهبی کاهش یافته است. بررسی مطالعات داخلی نشان داد که معنویت را از دریچه گردشگری مذهبی و گردشگری حلال جستجو کرده‌اند. گاه تفاوت موجود بین معنویت و دین دیده نشده یا این دو مفهوم به جای یکدیگر کاربرد داشته‌است. بنابراین نبود تحقیقاتی که به رابطه معنویت و گردشگری و به تدقیق مفهوم معنویت در گردشگری پردازد، به روشنی دیده می‌شود. شایان ذکر است که بیشتر پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون معنویت در ایران صرفاً به تأثیر معنویت در کیفیت زندگی بیماران، اثربخشی رفتار سازمانی و تعهد شغلی است (۱۶، ۱۷، ۱۸).

به طور کلی در برخی از متون فارسی معنویت به معنای ارتباط متقابل با معبود، توجه خالصانه به او در قالب نماز، دعا یا امور معنوی دیگر شناخته می‌شود. سرانجام این حالات منجر به تولد دوباره آدمی در بعد روحانی شده و از این رو بسیار با ارزش است (ری شهری، ۱۳۲۵: ج ۴). پیراسته و نیک‌منش نیز (۱۳۹۱: ۳) طی پژوهشی توصیفی، کوشش کردند با استفاده از ابزار آماری و پرسشنامه معنویت^۱ (دایننگ و پرشین، ۲۰۰۹) به تعریف چهار مؤلفه برای معنویت^۲ پرداخته و اهمیت تأثیر معنویت بر کیفیت زندگی را بسنجند در این مطالعه به فر در جایگاه یکی از راهکارها از مؤلفه «سلامت روانی» توجه شد. عظیمی و رحیمی (۱۳۹۲) معتقدند معنویت حالتی روحانی است که دو بعد عمودی و افقی دارد، بعد عمودی نشانگر ارتباط انسان با معبودش و بعد افقی بازتاباننده ارتباطات آدمی با محیط و انسان‌های دیگر است، در هر دو بعد اتصال آدمی به صورت کاملاً درونی و عرفانی صورت می‌گیرد، به طوری که تجربه هر فرد با تجربه دیگری متفاوت است. همچنین در برخی پژوهش‌های ایرانی معنویت صرفاً به مثابه ارزش‌های اخلاقی توصیف شده است (یزدانی و همکاران، ۱۳۸۹ و نادی و گل پرور، ۱۳۹۰). جدول شماره ۱ خلاصه‌ای بر تعاریف موجود در میان تحقیقات است.

1. Spirituality Questionnaire (SQ): Dunning and Persian (2009)

۲. خودآگاهی، اهمیت اعتقادات معنوی، فعالیت‌های معنوی و نیازهای معنوی

جدول (۱) تعاریف موجود از تحقیقات مطالعه شده

(یونگ و کوپسن، ۲۰۱۰)	هنوز تعریف دقیقی از معنویت وجود ندارد. با این حال، در تئوری‌هایی که به توضیح و بررسی معنویت پرداخته‌اند، ۹ کلمه به چشم می‌خورد: فردی، زندگی، اصول، روح‌بخش، شدن، خداوند، کیفیت، ارتباط و متعالی.
(تیلور، ۲۰۰۲)	معنویت جوهره زندگی است، زیرا هم بر افکار و هم بر اعمال فرد تأثیر می‌گذارد. به عبارتی نوعی کیفیت بنیادین انسانی است که زندگی فرد را ارزش بخشیده و متعالی می‌کند. برای درک معنویت مفاهیمی مطرح می‌شوند از جمله: مقدس، اخلاقی، جوهره خالص، غیرمادی، عقلانی، پالایش فکری و عاطفی و فراطبیعت.
(نورمن، ۲۰۱۱)	گردشگری معنوی ترکیبی از زیارت، آداب، گشت‌وگذار روحانی، مذهب، هویت‌یابی، پناه‌جویی و جستجوی معنا است. گردشگر معنوی نیز به دنبال دستیابی به منافع معنوی، اقداماتی مذهبی - معنوی در طول سفر خود صورت می‌دهد
(گئورگی، ویلسون و زهرا، ۲۰۱۳)	معنویت جوهره وجود آدمی است و آدمی را متناسب با طبیعت جستجوگرش ترغیب به جستجوی معنا در زندگی می‌کند، به عبارتی معنویت را می‌توان نوعی ابزار آگاهی بخشی دانست که به‌صورت ذهنی موجب ایجاد آگاهی در ضمیر افراد می‌شود.
(هیل و همکاران، ۲۰۰۰)	هیل (۲۰۰۰) معتقد است هر تفکر یا رفتاری را می‌توان معنوی تلقی کرد. آنچه حائز اهمیت است این است که حس تعالی جزء لاینفک معنویت است؛ بنابراین هر آنچه منجر به شکل‌گیری حس تعالی و مقدس در آدمی بشود را می‌توان معنوی قلمداد کرد. برای نمونه اگر فعل باغبانی موجب ایجاد حس تعالی در فرد شود می‌توان باغبانی را برای آن فرد تجربه‌ای معنوی دانست.
(میتروف و دنتون، ۱۹۹۹)	معنویت به بالاترین مرتبه هرم نیازهای مازلو اشاره دارد جایی که انسان از نیازهای فیزیکی و مادی عبور می‌کند و به تعالی روح و خود شکوفایی می‌رسد و به نیاز اصلی زندگی‌اش که جستجوی معناست، پاسخ می‌دهد. اگر به دنبال یک کلمه برای توصیف معنویت باشیم، آن کلمه «ارتباط متقابل» است. جایی که انسان به درجه‌ای از درک ارتباط متقابل خود با فراطبیعت می‌رسد.
(وارگیس آنتونی و وارگیس پرابها، ۲۰۱۲)	زنجیره‌ای از معنویات در ذات گردشگری مشهود است، و درک معنویت به تجربه گردشگر بستگی دارد، نه انگیزه نخستین او. گردشگری معنوی نوع به خصوصی از گردشگری نیست، بلکه نشانگر معنویتی است که گردشگر در جهت دستیابی به ارزش‌های غیرمادی در حین سفر در آن غوطه‌ور است. در گردشگری معنوی، گردشگر در جستجوی آرامش ذهنی و میزانی از رضایت غیرمادی است.
(آمبروز، ۲۰۱۱)	امروزه معنویت یکی از مهم‌ترین انگیزاننده‌های سفر شناخته می‌شود، زیرا گردشگر آگاه امروز در جستجوی خویشتن خویش، رضایت معنوی و بازیابی ذهنیات خویش است و با هدف هویت‌یابی و کسب سلامت روحی و جسمی به سفر می‌پردازد.

(گولدنر، ۲۰۱۱)	هوش معنوی پیوسته به ترغیب آدمی برای برقراری بیشتر ارتباط با دیگران و طبیعت می‌پردازد تا سؤالات غایی ضمیر او به پاسخ برسند.
(فاروق حق و لونس نیوبی، ۲۰۰۹)	گردشگری معنوی مرزهای باریکی با گردشگری زیارتی و گردشگری مذهبی دارد و به گردشگری اشاره دارد که با هدف کسب تجربه غیرمادی و بدون اجبار صورت می‌گیرد. گردشگری معنوی را می‌توان هرگونه گردشگری که منجر به ایجاد ارزش‌های مقدس می‌شود، دانست. از جمله سفرهای مذهبی و غیرمذهبی، سفر به طبیعت و... است
(میلان آمبروز، ۲۰۱۱)	سفر از آنجا که گردشگر را به جستجوی معنا سوق می‌دهد، به‌خودی‌خود معنوی تلقی می‌شود. گردشگر مدرن نیز آگاه‌تر و باتجربه‌تر گشته است و به دنبال برقراری ارتباط با طبیعت و ارتقای ابعاد غیرمادی زندگی خود است.
(میلان آمبروز، ۲۰۱۱)	تجربیات معنوی با انواع دیگر تجربه متفاوت‌اند زیرا تجربیاتی غیرتجاری هستند که قابل کنترل و اندازه‌گیری نیستند. تحقیقات نشانگر این حقیقت است که مؤلفه تجربیات معنوی سفر رابطه مستقیمی با ارتقای عزت نفس دارد
(کولز، ۱۹۹۱)	معنویت مسیری سیال است که طی آن افراد از روی تجربیات معنوی اکتسابی به تفسیر چرایی‌های زندگی خود می‌پردازد. آدمی به دنبال یافتن پاسخ برای چرایی‌ها و پی بردن به اینکه از کجا آمده است، به کجا می‌رود و مقصد غایی کجاست، همواره بی‌قراری می‌کند و به دنبال تجربیات جدید، تعامل با افراد جدید و برقراری ارتباط با محیط جهت معنابخشی به زندگی خود است
(اسپیدکا و مکینتاش ۱۹۹۶) به نقل از (قربانی، ۱۳۸۳)	دین‌داری سنتی شامل عناصر فردی و نهادی است؛ اما در معنویت که امری امروزی است، پدیده‌ای فردی است که به تعالی شخصی، جستجوگری معنا و دستیابی به برتری در هوشیاری می‌پردازد. تأکید معنویت بیشتر روی تجارب شخصی متعالی مثبت است.
(وائوقان، ۱۹۹۱)	پاسخ انسان به مهر و محبت خداوندی و تجربه‌ای فاعلی از امری مقدس.
(قربانی، ۱۳۸۳)	معنویت حاصل مصالحه دین و مدرنیسم است که زمینه‌ساز ورود عقلانیت و تجربه‌گرایی به مفاهیم قدسی شده که از ذاتی و عرضی بودن دین به سمت شخصی و فردی شدن گرایش پیدا کرده است و از روی تجربه‌ای بودن، گوهرشناختی بودن و فردیت، پدیده‌ای به‌شدت فردی و شخصی است.
(بیدمون، ۱۹۹۹)	مؤلفه‌های تعالی معنوی شامل حس پیوند با جامعه بشری، جهان‌شمولی، باور به ماهیت توأم با وحدت زندگی، اجابت دعا، دستیابی به شادی و شغف به‌دست‌آمده از رویارویی با واقعیت متعالی، تحمل تناقضات، اندیشیدن در مورد امور بر اساس هم‌این و هم‌آن نه این یا آن، توانایی پذیرش دیگران به همان شکلی که هستند و توجه به حساسیت‌ها و نیازهای آنها، حس شگفتی و سپاس برای مشخصه‌های بی‌همتا و مشترک با دیگران در زندگی
(محمدری شهری، ۱۳۲۵)	معنویت به معنای ارتباط متقابل با معبود، توجه خالصانه به او در قالب نماز، دعا و یا هر امر معنوی دیگر شناخته می‌شود که منجر به تولد دوباره آدمی در بعد روحانی می‌گردد

(پیراسته، نیک منش ۱۳۹۱)	در ارزیابی تأثیر معنویت بر کیفیت زندگی، سفر نیز همچون یکی از راهکارهای تعبیه شده در مؤلفه «سلامت روانی» دیده می شود.
(واحدیان عظیمی، رحیمی ۱۳۹۲)	معتقدند معنویت حالتی روحانی است که دو بعد عمودی و افقی دارد، بعد عمودی نشانگر ارتباط انسان با معبودش و بعد افقی منعکس کننده ارتباطات آدمی با محیط و انسان های دیگر است، در هر دو بعد اتصال آدمی به صورت کاملاً درونی و عرفانی صورت می گیرد، به طوری که تجربه هر فرد با تجربه دیگری متفاوت است
(یزدانی، نجف آبادی و سلیمی ۱۳۸۹)	مهم ترین ویژگی معنویت چندبعدی بودن آن است.
(نادی، گل پرور ۱۳۹۰)	ارزش های اخلاقی جزو لاینفک معنویت است. یکی از آثار مهم معنویت ایجاد ارزش های اخلاقی است
(کاملی، خی اندیش و مرادی ۱۳۹۱)	از اصلی ترین عواملی که در نظام ارزشی اسلام به آن توجه شده، معناداری در زندگی فردی و اجتماعی است.
(فرهنگی و رستگار، ۱۳۸۵)	کلارک (۱۹۵۸) ^۱ ، تعریفی از مفهوم معنویت عرضه می کند که بیشتر رویکرد دینی دارد: « وقتی فردی پدیده ای ماورای طبیعی را احساس می کند، مهم ترین ویژگی این کار او را می توان تجربه درونی شخصی دانست به ویژه هنگامی که بخواهد این تجربه را با تلاش های فعالانه برای هماهنگ ساختن زندگی اش با ماوراءطبیعه هویدا سازد» بنابراین معنویت اسلامی و مبتنی بر دیناست

منبع: نگارندگان

سمینارها و اجلاس های مرتبط

در کنفرانس ها و سمینارهای بین المللی به موضوع معنویت در گردشگری کمتر توجه شده است شاید یکی از مهم ترین دلایل آن، تازه بودن و بنیادین بودن این مفهوم است. اما در سال ۲۰۱۳ کنفرانس بین المللی ای با عنوان «گردشگری معنوی برای توسعه پایدار^۲ با همکاری UNWTO در ویتنام برگزار شد. موضوعات محوری این کنفرانس شامل درک و حفاظت از ارزش ها و بسترهای مذهبی-معنوی و فرهنگی در گردشگری، تفسیر، توسعه، مدیریت و ارتقای محصولات گردشگری معنوی، گنجایش اجتماعی-اقتصادی و توانمندسازی جوامع میزبان، گردشگری معنوی بود. بخش های متفاوت این کنفرانس در جدول شماره ۲ آورده شده است:

1. The Psychology of Religion (1985)
2. International Conference on Spiritual Tourism for Sustainable Development -Ninh Binh

جدول (۲): بخش‌های کنفرانس ویتنام

بخش‌ها	توضیحات
معانی پویای گردشگری معنوی	از گردشگری مذهبی تا غیرمذهبی و دوره جدید معنویت گرایی
تبادلات فرهنگی و گردشگری مسئولیت‌پذیر	قوی‌سازی تعاملات انسانی از طریق سفرهای معنوی
پایداری مقاصد گردشگری معنوی	توسعه گنجایش و مدیریت پاسخگو
محصولات گردشگری معنوی و مسیرهای فرهنگی	تطابق بین تقاضای بالقوه با موجود در مقاصد گردشگری

منبع: نگارندگان

بین ده مقاله برجسته منتشر شده در این کنفرانس، ۴ مورد موضوعات بازاریابی، ۳ مورد برنامه‌ریزی و توسعه پایدار، دو مورد اخلاقیات، یک مورد صلح و یک مورد رسانه بوده است. نگاه به معنویت در گردشگری در این کنفرانس بیشتر از جنس مادی، متدهای آرامش‌بخشی، مذاهب شرق آسیا و کدهای اخلاقی استاندارد است. در این کنفرانس که ارتقای گردشگری معنوی مقصد ویتنام را دنبال می‌کرده است، جنبه‌های مفهومی و معنایی تعریف شده در مطالعات معنویت مشاهده نشد. اما در چهار کنفرانس دیگر در کاستاریکا با عناوین مذهب و معنویت در جامعه^۱ که در سال‌های ۲۰۱۴، ۲۰۱۳، ۲۰۱۲، ۲۰۱۱ برگزار شد، محورهای اصول مذهبی، جوامع مذهبی، تفاوت‌های مذهبی و تدابیر سیاسی مذهب مورد توجه قرار گرفت. پنجمین کنفرانس از این سلسله برنامه‌ها در سال ۲۰۱۵ و در دانشگاه کالیفرنیا برگزار شد که با نگاه به مقالات موجود در این پنج برنامه مشخص است که به موضوع معنویت صرفاً از جهت مذهبی توجه شده به معنویت در معنای عام کمتر توجه شده است

پیشینه تحقیق

پیشینه داخلی

مطالعات موجود نشان می‌دهد رشته‌های گوناگون همچون روان‌شناسی، پزشکی و فلسفه، به مفهوم‌سازی معنویت پرداخته‌اند. قربانی در مطالعه‌ای تحلیلی با بررسی متون مربوطه به معنویت، از زاویه روان‌شناسی این مفهوم را گره‌خورده با دین‌داری دانست که جنبه تجربی و شخصی دارد. در این پژوهش معنویت به مثابه نظم‌دهنده وجودی عمل، یک عامل شخصیتی، یک نوع هوش و نوعی انگیزش‌شناسایی شد. در این پژوهش چهار عامل اساسی متعارض جاودانگی و ناپایداری، جاودانگی و امکان‌ناپذیری آن، جاودانگی و کسالت آور بودن آن در دنیا، لذت طلبی و پاک نشدن

رنج در این دنیا، عنوان شد که این عوامل در شکل‌گیری معنویت اثرگذارند (قربانی، ۱۳۸۶). عباسی و همکاران در مطالعه‌ای اسنادی با هدف تعریف جامع از سلامت معنوی به مفهوم‌سازی آن پرداختند. نتایج نشان داد درحالی که معنویت حالتی از بودن است، سلامت معنوی حالتی از داشتن را تداعی می‌کند. سلامت معنوی بر مبنای فرایندی از کنش متقابل انسان در جهان هستی و یک قدرت برتر و حاکم قدسی تعریف پذیر است (عباسی و همکاران، ۱۳۹۱). در مطالعه‌ای که توسط عظیمی و رحیمی صورت گرفت، مفهوم معنویت از طریق تحلیل محتوای قراردادی تبیین گردید. در این مطالعه تأکید گردید مبهم بودن این مفهوم در کنار نامشخص بودن حیطه‌های متصل به آن، موضوع مفهوم‌سازی معنویت را پیچیده کرده است (عظیمی و رحیمی، ۱۳۹۱).

پیشینه خارجی

نکته قابل توجه اینکه مطالعات مفهوم‌سازی کمی روی موضوع معنویت و گردشگری صورت نگرفته است. برای نمونه مطالعه ویلسون، مکینستوش و زهرا که روش پدیدارشناختی^۱ به کار گرفته شده بود، این مفهوم را یک بستر مناسب برای چگونگی درک و جستجوی مفهوم و اهداف زندگی، جستجوی معنا، تجربه تعالی و اتصال به معانی بالاتر معرفی نمود. این مطالعه بررسی‌های خود را در زمینه سفر و گردشگری انجام داده بود و سفر را زمینه‌ای مناسب برای دستیابی به تجربیات معنوی عنوان نمود (ویلسون، مکینستون و زهرا، ۲۰۱۳). نقطه ضعف این مطالعه پوشش ندادن تعاریف موجود در مورد معنویت و گردشگری و تأکید صرف بر مصاحبه‌های انجام شده بود. به نظر می‌رسد بررسی و بازشناسی مفهوم معنویت در گردشگری، به عنوان یک شکاف مهم در مطالعات اخیر قابل طرح و بررسی است. این مهم درحالی که یک نیاز نظری است، قابلیت کاربردی در مطالعات توسعه‌ای دارد.

روش تحقیق

این تحقیق کیفی با استفاده از روش گرانند تئوری یا نظریه زمینه‌ای با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای، مصاحبه‌های باز و تحلیل‌های ذهنی صورت گرفته است. از آنجا که ریشه فلسفی این روش به تعامل نمادین و پراگماتیسم مرتبط است و محقق با هدف اولیه مشخصی به صورت نظری اقدام به نمونه‌گیری می‌کند، از ابتدای کار تعداد مصاحبه‌ها و مکتوبات نامشخص است (ابوالمعالی، ۱۳۹۱: ۳۸۵-۱۳۹۰). هدف این گونه از تحقیق، رسیدن به اشباع نظری یا اضافه نشدن مفهومی جدید به مفاهیم گردآوری شده است. این گونه از تحقیق

برخلاف روش‌های کمی به جای طرح فرضیه و آزمون آن از داده‌های واقعی استفاده و مفهوم‌سازی می‌نماید (دانایی فرد، ۱۳۹۲: ۵۶). بنابراین از زاویه شناخت‌شناسی رابطه پژوهشگر و آزمودنی برعکس اثبات‌گرایی از نوع ذهنی است و همچنین از دیدگاه هستی‌شناسی جهان به‌عنوان سازه‌ای مرکب از واقعیت‌های چندگانه قابل بررسی و تفسیر دیده می‌شود (دانایی فرد، ۱۳۹۳: ۹۰). بنابراین محقق به‌عنوان عنصر تفسیرگر و تعیین‌کننده به‌مرور به منابع شناسایی شده و موردنیاز مسئله تحقیق مراجعه می‌کند تا به اشباع نظری برسد. در این تحقیق کدگذاری باز، محوری و انتخابی امکانات پالایش و ارتباط دهی بین مفهوم‌ها زیر مفهوم را فراهم می‌سازد (دهقان و همکاران، ۱۳۹۲). با توجه به پراکندگی تعاریف موجود حول موضوع تحقیق، ابتدا کلیه تعاریف موجود گردآوری شد.^۱ در این بخش کلیدواژه‌های معنویت، حلال، مذهبی و دینی به‌جای یکدیگر به‌کاربرده شده بودند که توسط محققان موردتوجه قرار گرفت. لذا واحد تحلیل محتوا بین یک جمله تا یک پاراگراف قرار داده شد و متن‌های جمع‌آوری شده به‌صورت مجزا و مقایسه‌ای موردتوجه قرار گرفتند. ابتدا کلمات تکراری و برجسته‌ای که برای تعریف معنویت در گردشگری به‌کاربرده شده است، شناسایی شد. در کنار این اقدام از ابزارهای تحلیلی «انجام مقایسه» استفاده شد که شامل مقایسه مداوم و مقایسه نظری است (همان: ۹۳). با توجه به اینکه مستندات به دو بخش فارسی و انگلیسی تقسیم شدند، این مقایسه‌ها با دید کل‌نگر در این دو گروه متفاوت نیز صورت گرفت. بنابراین برای تکمیل مدل مفهومی و پوشش دهی نقاط مبهم یا پنهان حاصل شده از دسته‌بندی‌های واژه‌ای و مقایسه‌ها، به مصاحبه با خبرگان پرداخته شد. این مصاحبه‌ها، نقش بازآفرینی و رفع ابهام از مطالعات صورت گرفته را برعهده داشت و بارها باعث بازگشت به مطالعات کتابخانه‌ای گردید.

بنابراین در انتها با استفاده از منابع علمی و مصاحبه‌های انجام شده و تحلیل‌های ذهنی نگارندگان، مفهوم معنویت در گردشگری به تفکیک ابعاد و مؤلفه‌ها آشکار شد. اینکه مفهوم معنویت در گردشگری چیست و چه مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌هایی دارد سؤال اصلی تحقیق است که با توجه به مراحل ذکر شده به آن پاسخ داده شد. جای توجه دارد که مصاحبه‌های تخصصی تکمیلی با دکتر همایون، ایمانی خوش‌خو، اعوانی، منصوری و افتخاری صورت گرفت، ۴۱ مقاله و پایان‌نامه، کلیه مقالات ارائه شده در کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت تهران و کنفرانس بین‌المللی گردشگری معنوی برای توسعه پایدار ویتنام، مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفت.

۱. خلاصه این تعاریف در جدول ۱ ارائه شده است که به‌عنوان واحد تحلیل و تفسیر متنی استفاده گن است.

تجزیه و تحلیل

نقدی به مطالعات انجام شده

نقدی که بر مطالعات موجود حول معنویت و گردشگری وجود دارد بیشتر به غالب شدن نگاه‌های مادی و صوری برگرفته از پارادایم‌های رایج گردشگری است. چیزی که گردشگری را تبدیل به ابزار کسب سود کرده و امکان واکاوی و ژرف‌نگری را از آن گرفته است. نگاهی که در آن معنا و جستجوگری معنی صرفاً به جستجوگری بخش‌هایی از آرامش و آسایش جسمی خلاصه شده است. هرچند این عوامل را می‌توان به‌عنوان نتایج معنویت نیز پذیرفت. از سویی تمام مطالعات، معنویت را به‌عنوان متغیری مستقل یا میانجی مورد توجه قرار داده‌اند و هیچ‌کدام از مقالات موضوع معنویت را به‌عنوان یک هدف و نتیجه مطلوب در نظر نگرفته‌اند. همواره معنویت به‌عنوان ابزاری برای رسیدن به یک تغییر استفاده شده است درحالی که خود معنویت که منشأ تحولات عدیده است می‌تواند به‌عنوان یک نتیجه بررسی شوند. برای مثال، اقداماتی که در یک سفر گردشگری غیر مذهبی می‌تواند منجر به ایجاد معنویت شود یا تأثیرات برنامه‌های گردشگری و تورگردان‌ها که به درک معنوی سفر تأثیرگذار است، می‌تواند دستیابی به معنویت را یک هدف نهایی در نظر بگیرد. به نظر می‌رسد با وجود وجود تعاریف متعدد حول معنویت، مفهوم‌سازی جهت‌گزين و صرفاً مادی یا صرفاً مذهبی باعث شده که مطالعات رشته‌ها و گروه‌های مختلف اجتماعی، جهت‌گیری‌های متفاوتی داشته باشد. موضوعی که عملاً ارائه فراتحلیل یا جمع‌بندی نتایج مطالعات موجود را به کار سخت و غیرممکنی تبدیل نموده است.

بحث و بررسی و پیشنهاد چهارچوب مفهومی

گردشگری‌ای که در دهه‌های اخیر پا گرفته و جامعه بشری در مقام گردشگری به رسمیت شناخته است، بیشتر متأثر از الگوی گردشگری ابوه است. گردشگری که از نظر ماهیت به دنبال کسب درآمد و سود مادی است. بنابراین دیدن گردشگری با این سبک با نگاه معنوی و به‌عنوان پیامدهای معنوی به‌خاطر عدم تعلق ریشه‌ای آن به معنا، کار ساده‌ای نیست. چیزی که در مسافرت‌های پیشین به استناد تاریخ با هدفی دیگر یعنی حرکت برای دیدن وقایع، حقایق، عبرت‌ها، پندها و درنهایت تحول و گسترش بینش همراه صورت می‌گرفته. هرچند از نظر نگارندگان، هر نوع از گردشگری می‌تواند زمینه‌های معنوی خاص خود را داشته باشد.

تفاوت بسیاری بین گردشگری معنوی و گردشگری و معنویت وجود دارد. بیشتر، مردم، گونه خاصی از گردشگری را همچون گردشگری معنوی شناخته‌اند. این مهم حتی در مستندات علمی دانشگاهی داخلی نیز مشاهده گردید. اما از آنجا که تمامی گونه‌های گردشگری از نگاهی وسیع،

گونه‌ای از فرهنگ هستند و فرهنگ به‌عنوان یک مؤلفه غیرمادی ولی معنی‌دهنده، ارزش‌های ویژه‌ای به ابعاد مختلف سفر وارد می‌کند، می‌توان همه انواع گردشگری را دارای بعدی غیرمادی یا معنوی دانست. بنابراین عملاً موضوع گردشگری و معنویت، به این مهم اشاره دارد که بین هر گونه‌ای از گردشگری با معنویت، مؤلفه‌های ارتباط‌دهنده‌ای وجود دارد که به‌ظاهر فیزیکی گردشگری، باطن مفهومی و ژرف‌نگرانی معنوی خواهد داد. بنابراین اینکه گردشگری به چه جهت جغرافیایی صورت می‌گیرد مهم است اما بیش از آن رسیدن به معنی امکان تعریف معنویت در گردشگری را فراهم می‌کند. چنانچه در صورت تحقق، حتی گردشگری انبوه را به گونه‌ای معنویت‌دار خواهد کرد.

معنا با روح ارتباط دارد، آنچه در وجود انسان به درک معنا ختم شود حس یا عناصر چندگانه حسی نیست. حس در اینجا به‌عنوان ابزاری برای تجربه کردن است اما نیازمند اضافه شدن عناصر و تفسیر شدن است، تا به معنا برسد؛ بنابراین معنی در کنار جمع‌بندی جزئیات، بستر رسیدن به سیرت باطنی را فراهم می‌سازد. یعنی حرکت از مؤلفه‌های ظاهری و خارجی به باطنی با استفاده از تفکر و در پاره‌ای از موارد بهره‌برداری یا فعال‌سازی شهود. بنابراین «معنی»، امری کلی است که بر پایه روح قابل دریافت است. آنجا که ترکیبی از عناصر ظاهری و باطنی با استفاده از تبادلات بین عقل و روح درک می‌شود و جنبه‌های عمقی یک پدیده را نمایان می‌سازد. از آنجا که گونه‌های مختلف گردشگری با حرکت و جابجایی صورت می‌گیرد، به‌صورت بالفعل با تحرکات ظاهری همراه است. اما برای دستیابی به معنا و معنویت بالقوه در آن، یا عزم جدی گردشگر برای تعقل، یا بسترهای اثرگذار برای انتقال مفاهیم ژرف لازم است. بسترهایی که از اطلاعات عددی، تاریخی، داستانی و صرفاً ظاهری عبور کرده باشد و به فلسفه یا دلایل ارتباط‌دهنده بین این اطلاعات پردازد.

از سویی نگرش‌های دینی رایج در مقاصد مختلف گردشگری باعث شده کنفرانس‌ها و همایش‌های بین‌المللی برگزار شده در این حیطه، با نگاه معنویت منطقه‌ای یا معنویت دین‌محور تحریف شود. برای نمونه در کنفرانس‌های بین‌المللی نزدیک به موضوع گردشگری و معنویت که در ویتنام صورت گرفت، تعاریف معنویت به لذت‌طلبی، متدهای آرامش روح و روان حاضر در مقاصد گردشگری و حتی مذاهب مطلوب این مناطق تقلیل یافت. در بیشتر مقالات منتشر شده در این کنفرانس، توجه به رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری و سود اقتصادی مد نظر بود و کمتر به فرد گردشگر و آثار معنویت در زندگی‌اش توجه داشت. اما به نظر می‌رسد گستردگی این مفهوم به گونه‌ای است که بتوان با تعریف و مفهوم‌سازی صحیح آن، همه این روایت‌ها را در دل آن جای داد و از تعبیر معنویت به‌جای مذهبی بودن یا لذت‌های مادی و معنوی جلوگیری کرد. بنابراین پس از مروری بر مصاحبه‌های انجام‌شده و مطالعات

گردآوری شده می‌توان مفهوم معنویت در گردشگری را به صورت جدول شماره ۴ نشان داد.

جدول (۴) مفهوم‌سازی معنویت در گردشگری

مفهوم	ابعاد	مؤلفه‌ها	زیر مؤلفه‌ها
معنویت در گردشگری	رسیدن به تعالی	روح	عزت نفس
			خودشناسی
	رسیدن به معنا	آموزش و پندآموزی	خودشکوفایی
			افکار مثبت
	رسیدن به درک متقابل	تعقل و کاوشگری	آرامش
			سلامت روحی و جسمی
	رسیدن به درک متقابل	فراطبیعی	امنیت
			کیفیت تجربه
	رسیدن به درک متقابل	طبیعی	دستیابی به آگاهی
درک تفاوت‌ها			
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	تغییر نگرش	
		درک ارزش‌های مقدس	
رسیدن به درک متقابل	بین فردی	هویت‌یابی	
		درک فرهنگی	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	حقیقت‌پدیده‌ها	
		فلسفه خلقت و حوادث	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	دین و اعتقادات دینی	
		مذهب	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	زیارت و برقراری ارتباط فراحسی	
		هم‌پنداری و نظم	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	وحدت با طبیعت	
		ارتباطات متقابل	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	سبک زندگی	
		کیفیت زندگی	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	فرهنگی	
		ارزش‌های اخلاقی	
رسیدن به درک متقابل	اجتماعی	ارتباط مؤثر	
		مفاهیم جدید	

منبع: نگارندگان

لذا معنویت در گردشگری مفهومی است چندبعدی که از راه دستیابی یا رسیدن به معنا، تعالی و درک متقابل به دست آمده از سفر قابل تبیین است. رسیدن به تعالی می‌تواند به صورت روحانی و جسمانی به دست آید و ناگزیر به جنبه‌های مذهبی و دینی خلاصه نمی‌شود. معنا از طریق تعقل و پندآموزی به دست آمده از برخورد گردشگران با سیستم گردشگری به دست می‌آید. در این سیستم، افراد، فرهنگ‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌های مقدس، هویت‌ها و جاذبه‌های گردشگری عامل دستیابی به این سطح از معنا و ادراک خواهند شد. از آنجایی که در گردشگری تقابل چندگانه بین گردشگر با طبیعت، اجتماع، فرد و زوایای فراطبیعی برقرار است، درک صحیح مضامین خاص، ناب و حتی عادی؛ اما قابل تأمل قابلیت ایجاد معنویت را فراهم می‌سازد. جایی که حقایق، دین و مذهب، نظم و هماهنگی‌های طبیعی، الگوها و سبک زندگی، فرهنگ و ارزش‌های اخلاقی، برقراری ارتباطات مؤثر و درک مفاهیم جدید، به عنوان زیر مؤلفه‌های رسیدن به درک متقابل مفروض است.

به نظر می‌رسد هر گونه گردشگری قابلیت‌های معنوی دستیابی به تعالی، رسیدن به معنا و درک متقابل را داشته باشد. اما این مهم نیازمند بررسی و تحلیل است. جایی که گردشگری میراثی امکان دستیابی به آگاهی و پندگیری و درک ارزش‌های فرهنگی را بیشتر فراهم می‌سازد، گردشگری ورزشی زمینه سلامت جسم و خودشکوفایی فرد را به واسطه بروز استعدادهاش فراهم می‌سازد؛ بنابراین معنویت در گردشگری، شامل تمام ابعاد پنهان و آشکاری است که در فرد گردشگر به صورت درونی و بیرونی بر جای خواهد ماند. حتی احساس رضایت و لذتی که با ادراک و تدبر در یک سفر گردشگری به دست می‌آید را، می‌توان بخشی از معنویت به دست آمده از گردشگری نام نهاد.

نتیجه گیری

گردشگری همچون یک حرکت فیزیکی در جغرافیا ابعاد ظاهری و باطنی دارد. این تحقیق با توجه به گرایش بیش از پیش گردشگران به ابعاد مختلف معنوی سفر، به دنبال بازآفرینی و عیان سازی مفهوم معنویت در گردشگری بود. در این پژوهش مشخص گردید که هرچند پارادایم‌های رایج در گردشگری که به موضوع کسب و منفعت و سود اقتصادی از گردشگری تأکید بسیار دارد، اما موضوعات معنوی به صورت جسته و گریخته در مطالعات مختلف به چشم می‌خورد. هرچند مطالعات داخلی موضوع معنویت را به موضوعات دینی و مطالعات خارجی این موضوع از جنبه‌های آرامش جسم، روش‌های برقراری ارتباط با خود و دنیای ماورایی توجه کرده‌اند، معنویت به معنای دستیابی به مفاهیم و تعالی یک بخش غیرقابل انکار و فراگیر از

گردشگری است. مطالعات موجود فارسی و انگلیسی نشان می‌دهد که مفهوم معنویت تا به حال همچون یک متغیر هدف در نظر گرفته نشده است و همواره به آثار مستقیم یا میانجی این مفهوم در سایر متغیرها توجه شده است.

بنابراین رسیدن به تعالی، رسیدن به معنی و رسیدن به درک متقابل به مثابه ابعاد اصلی مفهوم معنویت در گردشگری شناخته شد. در اینجا سفر و گردشگری به عنوان یک بستر و قابلیت برای جابجایی فرد این امکان را فراهم می‌سازد تا فرد گردشگر از عادت‌ها و حالت سکون خود خارج شود و مستعد تغییر و تحول شود. تحول می‌تواند با دریافت مفاهیم و مضامین جدید به دست آمده از تبدلات انسانی، برخورد با جاذبه‌ها و عناصر طبیعی یا دستیابی به سطحی از ارتباطات فراطبیعت به دست آید. البته دریافت فقط شرط لازم برای تحول است و ژرف‌نگری و تعقل، شرط کامل.

به نظر می‌رسد مقوله معنویت را باید به مراتب گسترده‌تر و جامع‌تر از مذهب و دین دانست. جایی که هر گردشگر بی‌دین بدون داشتن نیت مذهبی، می‌تواند از عظمت طبیعت، از تقابل با فرهنگ‌های مختلف یا حتی تعامل با افراد متفاوت به درک مفاهیمی دست یابد که باعث ارتقای روحی و قلبی است. حتی حضور ناخواسته این گردشگر در مراسم مذهبی و آیینی بدون قصد مذهبی، می‌تواند زمینه‌ای از معنویت و تحول را ایجاد کند. این تحول ناگزیر به گرایش مذهبی وی منتهی نخواهد شد بلکه با عمیق شدن نگاه نسبت به جهان هستی و درک فلسفه ارزش‌های جاری در اجتماعات مردمی گونه دیگری از معنا را خلق خواهد نمود. پیشنهاد می‌شود تحقیقات کیفی و کمی تکمیلی حول مدل مفهومی ذکر شده صورت گیرد و به تفکیک گردشگری بر مبنای هدف مؤلفه‌های برجسته معنوی گردشگری بازشناسی و بررسی گردد

منابع

- ابوالمعالی، خدیجه (۱۳۹۲)، پژوهش کیفی از نظریه تا عمل، تهران: نشر علم.
- ایمان زاده، علی (۱۳۹۴)، بررسی تطبیقی مفهوم، اهداف، اصول و روش های تربیت معنوی از دیدگاه علامه طباطبایی و دیوید کار، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه ملایر دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- اشعری، زهرا، باقری، خسرو، حسینی، افضل السادات (۱۳۹۱)، بررسی مفهوم، اصول و روش های تربیت معنوی از دیدگاه علامه طباطبایی، فصلنامه علمی-پژوهشی تربیت اسلامی، شماره ۵، زمستان ۱۳۹۱.
- پیراسته، علی اکبر، نیک منش، زهرا (۱۳۹۱)، نقش معنویت در کیفیت زندگی بیماران مبتلابه ایدز، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد، دوره ۲۰، شماره ۵، آذر و دی ۱۳۹۱.
- حمیدرضا یزدانی، محمدرضا کاظمی نجف آبادی، غلامرضا سلیمی (۱۳۸۹)، بررسی نقش میانجی معنویت در رابطه بین ابعاد عدالت سازمانی و پیامدهای معنویت، مجله چشم انداز مدیریت بازرگانی، شماره ۳، پاییز ۱۳۸۹.
- دانایی فرد، حسن (۱۳۹۲) نظریه پردازی: مبانی و روش شناسی ها، تهران: انتشارات سمت.
- دانایی فرد، حسن (۱۳۹۳) استراتژی های نظریه پردازی، تهران: انتشارات سمت.
- دهقان نیری، ناهید، فخر موحدی، علی، اسماعیلی، مریم، صادقی، تابنده و طیبی، زهرا (۱۳۹۲)، اصول تحقیق کیفی - شیوه ها و رویه های توسعه گراند تئوری، تهران: اندیشه رفیع ری شهری، محمد (۱۳۲۵)، میزان الحکمه، جلد چهارم، تفسیر حدیث ۱۰۵۶۵، انتشارات موسسه علمی فرهنگی دارالحديث.
- شریعتی، مزینانی، سارا، باستانی، سوسن و خسروی، بهناز (۱۳۸۶)، جوامعی در نوستالژی اجتماع، نگاهی به پدیده معنویت های جدید در ایران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۸.
- فرهنگی، علی اکبر و رستگار، عباس علی (۱۳۸۵)، ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت کارکنان، دوماهنامه علمی - پژوهشی دانشور رفتار، دانشگاه شاهد، دی ۱۳۸۵، سال سیزدهم، شماره ۲۰.
- قربانی، نیما (۱۳۸۳)، معنویت: روی آوردی تجربه ای، گوهر شناختی، و مدرن به دین با یک سازه روان شناختی، مقالات و بررسی ها، دفتر ۷۶ (۲) فلسفه، پاییز و زمستان.
- کاملی، محمدجواد؛ خیراندیش، مهدی و مرادی، شعبان (۱۳۹۱)، مفهوم شناسی هوش معنوی و کاربرد آن در سازمان پلیس، فصلنامه توسعه مدیریت منابع انسانی و پشتیبانی، سال

هفتم، شماره ۲۶، زمستان ۱۳۹۱.

کوربین، جولیت، اشتراوس، آنسلم (۱۳۹۱)، *اصول تحقیق کیفی شیوه‌ها و رویه‌های توسعه گراندد تئوری*، ترجمه دهقان نیری، ناهید؛ فخر موحدی، علی؛ اسماعیلی، مریم؛ صادقی، تابنده؛ طیبی، زهرا، تهران: انتشارات رفع.

مقیم، محمد؛ رهبر، امیرحسین؛ اسلامی، حسن (۱۳۸۸)، *معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، سال دوم.

ملایی، مریم؛ مهداد، علی؛ گل پرور، محسن (۱۳۹۳)، *رابطه معنویت در محیط کار، انگیزه درونی و اشتیاق شغلی با عملکرد و وظیفه، مجله دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی*، سال پانزدهم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۳.

نادی، محمدعلی و گل پرور، محسن (۱۳۹۰)، *روابط ساده و ترکیبی مؤلفه‌های معنویت با وفاداری در محیط کار، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری*، سال ششم، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۰.

واحدیان عظیمی، امیر؛ رحیمی، ابوالفضل (۱۳۹۲)، *تبیین مفهوم معنویت: تحلیل محتوای قراردادی، مجله تحقیقات در علوم سلامت*.

Alex Norman (2004), *Spiritual Tourism: Religion and Spirituality in Contemporary Travel*, University of Sydney, 2004.

Cathy HSU, Les Killion, Graham Brown, Michael J. Gross and Sam Huang (2008), *Tourism Marketing*, WILEY Publication, ISBN: 9780470814901. 2008.

Coles, R. (1991), *The Spiritual Life of Children*, ISBN: 9780547524641, Houghton Mifflin Harcourt Publishing, 1991.

Farooq Haq, Leonce Newby (2009), *Segmentation of the Spiritual Tourism Market*, Journal of ANZMAC, 2009.

Fry, LW. (2003). *Toward a theory of spiritual leadership*, The Leadership Quarterly 14: 693-727

Gardner, H. (2011), *Frames of Mind: The Theory of Multiple Intelligences*, ISBN: 9780465024346, Basic Books Publishing, 2011.

Gregory B. Willson, Alison J. McIntosh and Anne. L. Zahra (2013), *Tourism And Spirituality: A Phenomenological Analysis*, Elsevier Ltd. *Annals of Tourism Research*, Vol. 42, pp. 150-168, 2013.

Hill, P. C., Pargament, K. I., II, Hood, R. W., Jr, McCullough, M. E., Swyers, J. P., Larson, D. B., et al. (2000), *Conceptualising Religion and Spirituality: Points of Commonality, Points of Departure*. *Journal for the Theory of Social Behavior*, 30(1), 51-77

Milan Ambroz (2011), *Tourist Origin and Spiritual Motives*, *Journal of Management*, Vol. 16, 2011, 2, pp 71-86.

Mitroff, I., and Denton, E. (1999), *A Study of Spirituality in the Workplace*. *Sloan Management Review*, 40(4), 83-92. 1999.

Norman, A. (2011), *Spiritual Tourism: Travel and Religious Practice in Western Society*, Bloomsbury Academic Publishing, ISBN: 9781441150448.

Pidemon, R.L, (1999), Does spirituality represent the sixth factor of personality? Spiritual transcendence and the five factor model, Journal of personality, 67, 985 – 1013.

Plante, T.G. and Thoresen, C.E. (2007), Spirit, Science, and Health: How the Spiritual Mind Fuels Physical Wellness, ISBN: 9780275995065, Greenwood Publishing Group, 2007.

Roof, w.c , (1993), A generation of seekers: the spiritual jourinays of body boom generation, San Francisco Harper.

Taylor, E.J. (2002), Spiritual Care: Nursing Theory, Research, and Practice, ISBN: 9780470814901, Prentice-Hall Publishing, 2002.

Tribe, John, (2009), Philosophical Issues in Tourism, CHANNEL VIEW PUBLICATIONS, Bristol.

Vargheese Antony Jesurajan & S. Varghees Prabhu (2012), Dimensions of Spiritual Tourism in Tuiticorin District of Tamil Nadu in India - A Critical Analysis, Business Intelligence Journal, 2012.

Vaughan, F. (1991), Spritual issue in psychotherapy, Journal of Transpersonal Psychology, 23, 105-119.

Young, C. and Koopsen, C. (2010), Spirituality, Health, and Healing: An Integrative Approach, Jones & Bartlett Learning Publisher, ISBN: 9780763779429

