

ارائه الگوی ادراک معنوی گردشگران فرهنگی از سفر (مورد مطالعه: گردشگران خارجی شهر اصفهان)

محمدحسین ایمانی خوشخو^۱، مهدیه شهبابی فراهانی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۱۱

چکیده

انسان، محور گردشگری، متشکل از ابعاد مادی و معنوی است که بر روی زمین در مسیر شناخت و آگاهی گام برمی‌دارد. در این میان، سفر و به‌ویژه فرهنگ مردمان هر منطقه منبعی ارزشمند است که برای کسب آگاهی از آن بهره می‌جوید. ادراک انسان، در جایگاه گردشگر فرهنگی، علاوه بر دریافت‌های ظاهری مبتنی بر حواس و محیط و روابط اجتماعی، به مضامین معنوی مرتبط می‌شود که زمینه اصلی تمامی دریافت‌های انسانی است. ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر اصطلاح جدیدی است که اولین بار در این تحقیق به‌منزله یکی از مفاهیم جدید مطالعات گردشگری معرفی می‌شود. در این پژوهش، ضمن مطالعه موردی گردشگران فرهنگی خارجی شهر اصفهان، الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر ارائه شده است. پژوهش به شیوه کیفی مبتنی بر اکتشاف و با مصاحبه عمیق با خبرگان و مشاهده و مصاحبه با گردشگران خارجی شهر اصفهان در بازه زمانی زمستان ۱۳۹۶ تا تابستان ۱۳۹۷ انجام شده است. ارزیابی داده‌های به‌دست‌آمده با روش تحلیل محتوا صورت گرفت و الگوی به‌دست‌آمده نیز از دیدگاه خبرگان راستی‌آزمایی شد. در پایان، این نتیجه حاصل شد که الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی از مؤلفه‌های پیش‌فرض گردشگر، حقیقت باطنی، حقیقت ظاهری و کنش گردشگر تشکیل شده است که در حین سفر و دریافت‌های حسی، محیطی و اجتماعی شکل می‌گیرد.

واژه‌های کلیدی: ادراک، معنویت، سفر، گردشگر فرهنگی

۱. دانشیار دانشگاه علم و فرهنگ، دانشکده علوم گردشگری؛

۲. نویسنده مسؤل: دکترای تخصصی مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ (mahdieh.shahrabi@yahoo.com)

مقدمه

گردشگر ماهیت انسانی دارد و محور اصلی سفر است. از سوی دیگر، گردشگری صرفاً با اهداف مادی انجام نمی‌شود و بر شناخت و درک جهان هستی تأکید دارد. از این رو انسان با تکیه بر ابعاد وجودی خویش، که متشکل از ابعاد مادی و معنوی است، محدود به درک ظواهر مادی نیست و معنویت ماهیت اصلی وی را دربر می‌گیرد.

مفهوم «ادراک معنوی»، که ندرتاً و بسیار کم در مباحث مشاهده شده است، فراتر از تئوری‌های ادراک مطرح می‌شود و با توجه به مضامین معنویت در درون وجود انسان شکل می‌گیرد. ادراک گردشگر فرهنگی صرف‌نظر از حواس، تعاملات اجتماعی و حضور در محیط، در بطن عناصر معنوی، سطح بالاتری از ادراک را در وی پدید می‌آورد که با اصطلاح ادراک معنوی تعبیر می‌شود. این پژوهش در پاسخ به این سؤال انجام گرفته است که الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر چیست؟

بی‌شک شناخت دقیق و عمیق از ماهیت گردشگر می‌تواند اطلاعات بیشتری پیرامون حضور گردشگر فرهنگی در سایت‌های تاریخی - فرهنگی در اختیار قرار دهد و این امر سبب تحقق فلسفه گردشگری و اهداف سفر انسانی به مقصدهای گردشگری می‌شود. از این رو آگاهی از درک گردشگر سرانجام به رضایت وی منجر می‌شود و در نتیجه می‌تواند در مسیر توسعه گردشگری مؤثر باشد.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

ادراک^۳

ادراک یعنی آنچه که فرد از دریافت جهان بیرونی می‌شناسد و معنی می‌کند (Nordvall & Arvola, 2016). فرایند ایجاد و خلق مفهوم با انتخاب، سازمان‌دهی و تفسیر افراد، اهداف، رویدادها، موقعیت‌ها و سایر پدیده‌هاست، که رخدادی مقطعی

3. perception

نیست بلکه فرایندی مستمر و مداوم است. بر این اساس ادراک گردشگر را فرایند ترجمه اطلاعات گردشگر از محیط بیرونی به درونی و از حوزه ذهن به تجربه بیان کرده‌اند (Nazem and Mohamed, 2015).

در روان‌شناسی سه نوع ادراک حسی، اجتماعی و محیطی در انسان شناخته شده است. ادراک حسی در روان‌شناسی امروز فرایندی ذهنی است که در طی آن تجارب حسی معنی‌دار می‌شوند و از این طریق انسان روابط امور و معانی اشیا را درمی‌یابد (ایروانی و خداپناهی، ۱۳۸۱: ۱۰). در روان‌شناسی محیط، پیرامون ادراک محیطی، بر مرتبط و درهم‌تنیده بودن ادراک، شناخت و شرایط محیطی تأکید می‌شود و این پیوستگی به‌ویژه هنگامی آشکار می‌شود که ادراک اشیا از ادراک محیط تفکیک گردد (شاهچراغی، ۱۳۸۸). فرایند ادراک اجتماعی در محیط رخ می‌دهد. دانش و اطلاعات به‌دست‌آمده از تعامل و ارتباط با افراد در یک محیط اجتماعی، برآیند تفکر فرد درباره دیگران و تفسیر آن ادراک اجتماعی است که بسیار تحت تأثیر روحیات و ویژگی‌های فردی و عناصر محیطی قرار دارد (Snyder et al., 1977).

معنویت^۴

امروزه طیف وسیعی از تعاریف برای معنویت وجود دارد: عالی‌ترین رابطه انسانی، جست‌وجوی یک معنای وجودی، بعد متعالی انسان، نظرها و رفتارهای شخصی که حس تعلق به یک بعد متعالی یا چیزی فراتر از خود را بیان می‌کند (دماری، ۱۳۸۸: ۱۶).

معنویت نوعی کیفیت روانی است که فراتر از باورهای مذهبی قرار دارد و در انسان انگیزه ایجاد می‌کند و احساساتی مثل درک هیبت الهی و احترام به خلقت را در شخص به‌وجود می‌آورد (عابدی جعفری و رستگار، ۱۳۸۶: ۱۰۵).

در یک نگاه کلی می‌توان گفت معنویت از جمله فضایل انسانی است که به زندگی انسان معنا و هدف

4. spirituality

دارد، به طوری که ۸۹ درصد سیاست‌گذاری‌های گردشگری در سطح جهان به گردشگری فرهنگی اختصاص می‌یابد. ۳۹ درصد سفرهای بین‌المللی، در سال ۲۰۱۷ میلادی، گردشگری فرهنگی بوده است که حدود ۵۱۶ میلیون سفر بین‌المللی را در سطح جهان شامل می‌شود (Richards, 2018). گردشگری فرهنگی صرفاً براساس جاذبه فرهنگی از جمله میراث فرهنگی، معماری، موزه‌ها، فستیوال‌ها، جاذبه‌های غذایی، زبان، مذهب و سبک زندگی مردم تعریف شده است (Chen & Rahman, 2018).

جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، به‌ویژه تنوع فرهنگی، موجب گسترش حضور گردشگران در این مکان‌ها شده است، به طوری که تنوع فرهنگی در شهرهای گوناگون عامل حرکت و رونق گردشگری در سایت‌های گردشگری به‌شمار می‌رود (Srisawad & Ounvichit, 2016). در نتیجه مناطق مختلف به‌جهت دارا بودن جاذبه‌های فرهنگی به مزیت رقابتی دست یافته‌اند و توانسته‌اند قدرت بسیار بالایی را برای جذب گردشگران از حیث رقابت و برتری ایجاد نمایند (Guedes & Jimenez, 2015). افرادی جذب بازار گردشگری فرهنگی می‌شوند که علاقه‌مند به جاذبه‌های فرهنگی و در جست‌وجوی تجربه عمیق فرهنگی‌اند. گردشگران فرهنگی افرادی هستند که در جست‌وجوی تجربه فرهنگی متفاوت، از قبیل درک مفاهیم، سرگرمی‌ها، هنر، مهارت‌ها، فضاهای فرهنگی، موزه‌ها، گالری‌ها، تئاتر به سفر می‌روند. این بازار بسیار متنوع است. افرادی که از این جاذبه‌ها دیدن می‌کنند دارای سطح درک متفاوت‌اند و بازخورد آن‌ها به این جاذبه‌ها نیز با هم متفاوت خواهد بود (Isaac, 2008).

ادراک معنوی گردشگر^۶

«ادراک معنوی»^۷ از موضوعاتی است که به‌صورت پراکنده و محدود در سه مقاله مطرح شده است، اما

غایی می‌بخشد و موجب شیوه‌ای خاص از زندگی در دنیا و باعث پیوند میان فرد با خود، دیگران و کل جهان هستی می‌شود. در تعاریفی که تاکنون از معنویت ارائه شده است مضامینی از جمله معناداری زندگی، هدفمندی، امیدواری، سرنوشت، هستی‌گرایی، تعالی، احساس آرامش و صلح و پیوندیافتن با دیگران و جهان هستی مستتر است. جست‌وجوی معنا، آگاهی درونی و باور به خدا از جمله مؤلفه‌های معنویت به‌شمار می‌رود که درک و فهم انسان را ارتقا می‌بخشد (Hardt et al., 2012).

معنویت از مفاهیم جدید در مطالعات گردشگری است، که با وجود پیچیدگی، همواره در ذهن انسان وجود داشته و بشر به طرق گوناگون با آن در ارتباط بوده است. معنویت موضوعی انتزاعی است و صرفاً به مفاهیم مذهبی محدود نمی‌شود، بلکه با بعد غیرمادی وجود انسان ارتباط دارد و در تمامی سفرها قابل درک است (Sharpley, 2016).

گردشگری فرهنگی^۵

ارتباط میان فرهنگ و گردشگری، بازدید از اماکن تاریخی و فرهنگی، موزه‌ها، فستیوال‌های هنری، آشنایی با سبک زندگی، آداب و رسوم، مذهب، زبان و میراث یک منطقه، انگیزه‌های سفر به این مناطق را بالا برد و به اتصال دو مقوله فرهنگ و گردشگری منجر شد و مفهوم گردشگری فرهنگی را پدید آورد (Richards, 2018)، طبق آمار سازمان جهانی گردشگری، بیش از ۴۰ درصد گردشگران در سطح جهان گردشگران فرهنگی‌اند (Yun et al., 2008). گردشگری فرهنگی گونه‌ای از گردشگری است که از دهه ۱۹۸۰ میلادی، از سایر سفرها متمایز شد. با این حال هنوز تعریفی جامع و مشخص از آن ارائه نشده است (Chen & Rahman, 2018).

آمارهای سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۷ به افزایش بازارهای گردشگری فرهنگی در جهان اشاره

6. Tourist Spiritual Perception
7. Spiritual Perception

5. Cultural Tourism



شکل ۱: کلیدواژگان مفهوم «ادراک معنوی»
در پژوهش های پیشین

از این رو بررسی و تحلیل پیشینه پژوهش، که به سه مقاله فوق اختصاص می یابد، نشان می دهد ادراک معنوی، که محقق این نوشتار در صدد ارائه و تحلیل آن است، با مضامین فوق متفاوت است و مفهوم و معنی دیگری دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر، به علت بررسی و ارائه اصطلاح و مفهوم جدید «ادراک معنوی گردشگر» در مطالعات گردشگری، از حیث هدف بنیادی است و از روش مطالعه میدانی مبتنی بر اکتشاف و شیوه کیفی انجام شده است. آنجایی که این مفهوم را در بین گردشگران خارجی شهر اصفهان به طور جزئی ارزیابی می کند، توصیفی است. دیدگاه پژوهشی، در این تحقیق کیفی، پدیدارشناسی است که از مصاحبه نیمه ساختاریافته، مصاحبه عمیق با خبرگان (استخراج مؤلفه های الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی)، مشاهده همراه با مشارکت و مصاحبه عمیق در میان گردشگران فرهنگی خارجی شهر اصفهان استفاده شده است. روش تفسیر تحلیل محتوا و استفاده از کدگذاری باز است. داده های پژوهش از زمستان ۱۳۹۶ تا تابستان ۱۳۹۷ جمع آوری شده است.

در مطالعات گردشگری مشاهده نشده است. اسپنسر (2016) اصطلاح ادراک معنوی را به مفهوم درک و شناخت خدا مطرح کرده است. از دیدگاه وی از دو طریق این شناخت حاصل می شود: یکی از طریق دین و دیگری به روش شهودی. دین و آیین های مذهبی شیوه و روشی است که انسان را به خدا نزدیک می کند. از سوی دیگر ممکن است انسان به روش شهودی و از طرق دیگری همچون تجربه، ارتباط با طبیعت و انسان ها به این شناخت دست یابد. استراناها (2001)، در مطالعات پزشکی و روان شناختی خود در میان بیماران و پرستاران بیمارستان، ارتباط مؤثر پرستاران با بیماران را جهت بهبودی آن ها، در گروه مراقبه معنوی تبیین کرده است. بدین مفهوم که هرچه مراقبه معنوی پرستاران بیشتر باشد، می توانند خدمات بهتری به بیماران ارائه دهند. در این تحقیق روشن می شود که عبارت ادراک معنوی به جای مراقبه معنوی به کار گرفته شده است و مقصود اصلی نویسنده از این عبارت انجام مراقبه معنوی است. در پژوهشی دیگر، محسنی مقدم (۱۳۹۵)، ضمن مطالعه معماری بناهای مذهبی و ایجاد احساس معنوی در تقارب و نزدیکی با فضای عبادی و مذهبی که در نیایشگاه ها حکم فرماست، ادراک معنوی را نوعی حالت معنوی در فرد تعریف می کند. بررسی مطالعات صورت گرفته، که در عنوان تحقیق ایشان اصطلاح ادراک معنوی مشاهده می شود، نشان می دهد ادراک معنوی به مفهوم شناخت پروردگار، مراقبه معنوی و احساس معنوی بیان شده است. به عبارت دیگر تعبیر و تفسیری بر روی حالات معنوی صورت گرفته است و ادراک معنوی نه یک اصطلاح بلکه توصیفی از حالات و ویژگی های انسانی تعریف شده است. خلاصه مفاهیم مذکور در شکل ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱: مشخصات مصاحبه‌شوندگان

کد مصاحبه‌شونده	تخصص	سازمان
۱	فلسفه	دانشگاه تهران
۲	فلسفه	دانشگاه شهید بهشتی
۳	ادیان و عرفان	حوزه علمیه قم
۴	عرفان	دانشگاه تهران
۵	روان‌شناسی	دانشگاه تربیت مدرس
۶	روان‌شناسی	دانشگاه علم و فرهنگ
۷	فرهنگ و ارتباطات	دانشگاه امام صادق علیه‌السلام
۸	گردشگری	دانشگاه علم و فرهنگ
۹	گردشگری	دانشگاه علم و فرهنگ
۱۰	گردشگری	دانشگاه UCLAN کشور انگلستان

پیش از شروع مصاحبه‌ها، هدف از پژوهش برای مصاحبه‌شوندگان کاملاً توضیح داده شد و با توجه به سابقه و تجربه فرد مصاحبه‌شونده، سعی شد سؤالات مصاحبه به‌صورت هدفمند به‌گونه‌ای مطرح شوند که انعطاف‌پذیری لازم را داشته باشند. نظرها در مصاحبه‌ها ضبط و یادداشت‌برداری شد تا تحلیل نهایی روی آن‌ها انجام شود. در پایان، نتایج به‌دست‌آمده با ده نفر از خبرگان به اشباع رسید. با استفاده از تحلیل محتوای داده‌های حاصل از مصاحبه‌های ژرف‌نگر با بهره‌گرفتن از آنالیز درون‌مایه‌ای تحلیل داده صورت گرفت. در این مرحله، پس از چندین بار مطالعه دقیق همه دست‌نوشته‌ها، قسمت‌های مرتبط شناسایی و مشخص شد. سپس با مراجعه به داده‌ها بخش‌های مشخص شده از درون دست‌نوشته‌ها جدا شد، کدهای مشابه در طبقه‌های دسته‌بندی‌شده قرار گرفتند و زیرگروه‌ها برای هر طبقه تعیین شد، در نهایت مؤلفه‌ها و شاخص‌های ادراک معنوی و عوامل مؤثر بر ادراک

شهر اصفهان از شهرهای پرآوازه ایران است که هسته نخستین آن در سده ششم پیش از میلاد شکل گرفت. با توجه به آنکه منطقه اصفهان قبل از اسلام و خصوصاً در عصر ساسانیان مرکز تجمع سپاه بوده است، این محل را سپاهان، اسپهان، اسپهان، صفهان و اصفهان می‌گفته‌اند. براساس آنچه تا امروز کشف شده است، قدمت سکونت انسان در اصفهان به بیش از ۴۲ هزار سال قبل می‌رسد. آثار به‌دست‌آمده از انسان‌های نخستین در غارهای قلعه بزی (حسن‌آباد)، واقع در شهرستان مبارکه، مؤید این امر است که در آن زمان، انسان‌های ساکن در این غارها گورخر، کرگدن، اسب و گاو وحشی و حیوانات دیگر را شکار می‌کرده‌اند (زنده‌دل و دیگران، ۱۳۸۸). اهمیت وجود آثار تاریخی و باستانی و پیشینه فرهنگ و تمدن ایرانی در اصفهان سبب شد که در سال ۲۰۰۶ میلادی، شهر اصفهان از سوی سازمان کنفرانس اسلامی^۸ دومین پایتخت فرهنگی جهان اسلام لقب بگیرد (سایت رسمی سازمان کنفرانس اسلامی).

یافته‌های پژوهش

در ابتدا مفهوم ادراک معنوی و مؤلفه‌های آن به شیوه اکتشاف و شیوه کیفی مصاحبه عمیق و باز تعریف شد. تعدادی از صاحب‌نظران علمی و اجرایی در حوزه گردشگری به‌صورت هدفمند انتخاب شدند. به‌منظور شناسایی صاحب‌نظران، در یک گروه کارشناسی، ابتدا سازمان‌ها و دانشگاه‌های درگیر با مسأله گردشگری و متناسب با هدف این پژوهش مشخص شدند. سپس ویژگی‌های در نظر گرفته‌شده گروه هدف (خبرگان کلیدی) تعیین شد و پس از مشخص کردن گروه هدف، مصاحبه‌شوندگان، مطابق جدول ۱، از بین ایشان انتخاب شدند.

8. Organisation of Islamic Cooperation (OIC); <http://www.oic-oci.org/>

متغیر	گویه‌ها	کد مصاحبه‌شونده‌ها	گویه‌ها
عوامل مؤثر بر ادراک معنوی	درونی (فردی)	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱	شناخت فرد از خویش شناخت فرد از مکان شرایط جسمی حسن زیباشناختی حسن کنجکاوی علاقه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ناهنجاری
	بیرونی (محیطی)	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱	مکان ارتباطات و تعاملات انسانی شرایط جغرافیایی قوانین و مقررات دستکاری نکردن محیط

معنوی شناسایی شدند. مصاحبه ژرف‌نگر روشی فرد به فرد برای جمع‌آوری اطلاعات است که در آن یک مصاحبه‌کننده و یک مصاحبه‌شونده موضوعات خاص را به دقت به بحث می‌گذارند (هنینک و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۳). در این پژوهش، برای شناسایی مؤلفه‌های ادراک معنوی و عوامل مؤثر بر ادراک معنوی، با خبرگان حوزه فلسفه، عرفان، روان‌شناسی، فرهنگ و گردشگری (جدول ۱) مصاحبه عمیق انجام گرفت. مصاحبه در بخش اول به تعریف مفاهیم معنویت و ادراک معنوی و در بخش دوم به مؤلفه‌های ادراک معنوی و عوامل مؤثر بر آن‌ها اختصاص یافت. پس از درج نظرها، مصاحبه‌ها به روش تحلیل محتوا بررسی شد که نتایج حاصل از تحلیل و کدبندی آن‌ها در جدول ۳ و ۴ آمده است.

جدول ۳: نتایج حاصل از تعاریف مفاهیم

مفاهیم	تعریف	کد مصاحبه‌شونده‌ها
تعریف معنویت	حقیقت باطنی	۹.۸.۷.۴.۳.۲.۱
	عناصر غیرمادی	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱
تعریف ادراک معنوی	دریافت حقیقت باطنی	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱
	دریافت عوامل غیرمادی	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱

جدول ۴: متغیرها و ابعاد و شاخص آن‌ها

متغیر	گویه‌ها	کد مصاحبه‌شونده‌ها	گویه‌ها
ادراک معنوی	پیش‌فرض انسان	۹.۸.۴.۳.۲.۱	پیش‌فرض انسان از مکان قبل از سفر تجربه‌های پیشین ارزش‌گذاری‌های انسان دین اخلاق
	حقیقت باطنی (درونی)	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱	احساس وجد و شغف درونی احساس اتصال و قربت احساس نزدیکی به خالق احساس توانمندی والای انسانی احساس بازگشت به خویش و گمشده درونی احساس آرامش
	حقیقت ظاهری	۱۰.۹.۸.۷.۶.۵.۴.۳.۲.۱	معماری حسن زیباشناسی فضای محیط
	کنش انسان	۱۰.۹.۸.۷.۶.۴.۳	تعامل انسان با سایر افراد کسب تجربه‌های جدید

پس از تحلیل محتوای مصاحبه خبرگان، مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر به روش مشاهده همراه با مشارکت، در بهار ۱۳۹۷ تحلیل و سنجش اولیه شد. تاریخ پژوهش کیفی نشانگر این نکته است که بحث‌های روش‌شناختی بر سر نقش مشاهده به‌منزله روش پژوهش، از جایگاهی اساسی برخوردار است. مشاهده همراه با مشارکت راهبرد برای مطالعه میدان تعریف می‌شود که تحلیل اسناد و مدارک، مصاحبه، مشارکت و مشاهده مستقیم و درون‌نگری را با یکدیگر تلفیق می‌کند. مشخصه بارز این روش آن است که محقق بی‌هیچ مقدمه و تدارکی مستقیماً وارد میدان می‌شود (فلیک، ۱۳۹۴). مشاهده همراه با مشارکت در سه مرحله، مشاهده توصیفی^۹، مشاهده متمرکز^{۱۰} و مشاهده گزینشی^{۱۱} انجام می‌گیرد. در مرحله اول، مشاهده توصیفی، محقق با میدان مطالعه آشنا می‌شود. در این مرحله شرحی کلی از میدان داده می‌شود که تا سرحد امکان پیچیدگی‌های آن را نشان می‌دهد و به طرح سؤال‌های پژوهشی و ارائه حدس‌های دقیق‌تر کمک می‌کند. در مرحله دوم، مشاهده متمرکز، پژوهشگر بر فرایندها و مشکلاتی تمرکز می‌کند که برای پرسش‌های پژوهش بیشترین اهمیت را دارند. در مرحله سوم، مشاهده گزینشی

9. Descriptive Observation

10. Focused Observation

11. Selective Observation

رستوران‌های سنتی و مغازه‌های دور میدان، ارزش بسیار بالایی نزد آنان دارد. معماری عمارت عالی‌قاپو ایشان را به‌وجود می‌آورد و غالباً نمی‌توانند به راحتی عمارت را ترک کنند. اغلب قبل از ورود به داخل عمارت، مدتی از بیرون به عمارت نگاه می‌کنند، صحبت‌های تورگردانان را گوش می‌دهند و در بازدید داخل عمارت ترجیح می‌دهند تورگردان با آنان صحبت نکند. مکث‌های طولانی، سکوت ایشان و نگاه‌های عمیقی که به جزئیات عمارت دارند بسیار تأمل برانگیز است. گذشت زمان در هنگام بازدید برای‌شان بی‌معنی است، اغلب پس از خروج از عمارت به این موضوع اشاره می‌کنند که دوست دارند مجدداً از عمارت بازدید کنند. آن‌هایی که همراه تور نیستند، آزادی عمل بیشتری دارند و گاهی دو تا چهار روز را به بازدید از میدان نقش جهان اختصاص می‌دهند. اما اغلب تورگردانان برنامه‌های فشرده دارند و حسرت در چشمان و نگاه گردشگران دیده می‌شود، حتی اغلب اذعان می‌کنند که دوست دارند باری دگر از عمارت عالی‌قاپو دیدن کنند. در بازدید از معماری مسجد شیخ لطف‌الله و مسجد امام نیز تأمل بسیار به‌خرج می‌دهند. بازدید از معماری مساجد برای ایشان جذابیت بالایی دارد و مدت‌زمان زیادی در سکوت به معماری آن خیره می‌شوند. به طوری که حتی با همراهان خویش صحبت نمی‌کنند. بازدید از مغازه‌های اطراف میدان نقش جهان نیز برای ایشان لذت‌بخش است و ترجیح می‌دهند همراه همراهان خویش از صنایع دستی دیدن کنند. اغلب میناکاری، قلم‌زنی، مس و ظروف گلی را با علاقه نگاه می‌کنند و از یکدیگر سؤال می‌کنند که این ظروف چه مصرفی دارند. برخی نیز اندازه‌های کوچک این ظروف را برای یادگاری می‌خرند.

به‌طور کلی دریافت‌های حسی، اجتماعی و محیطی گردشگر در سایت گردشگری، شامل عناصر

انجام می‌شود که پژوهشگر در این مرحله به دنبال یافتن شواهد و مثال‌های بیشتری برای انواع اعمال و فرایندهایی است که در مرحله دوم پیدا نشده‌اند (همان: ۲۴۵ و ۲۴۶). در مرحله نخست، ضمن بررسی میدان نقش جهان، مکان‌هایی که گردشگران خارجی در آنجا حضور می‌یابند و از آن‌ها بازدید می‌کنند مشخص شدند. پس از توصیف موقعیت مکان مطالعه شده، بر فرایندها و مشکلاتی که ممکن بود در هنگام مشاهده رخ دهد تمرکز شد و سرانجام جمع‌آوری داده‌ها متناسب با سؤال پژوهش، بررسی ادراک گردشگران فرهنگی خارجی اصفهان، ضمن مشاهده و حضور یافتن و صحبت با آنان، کسبه و ساکنان محلی و همچنین گذراندن زمان‌هایی همراه آنان، هنگام بازدید از سایت فرهنگی، صرف ناهار در رستوران‌های میدان نقش جهان، در کافی‌شاپ‌های میدان، مغازه‌ها و نیز زمان‌های استراحت ایشان در داخل میدان، در مرحله گزینش انجام شد.

مشاهده از طریق همراهی گردشگران خارجی میدان نقش جهان اصفهان با تمرکز بر ادراک آنان، ضمن تأکید به مبانی معنوی صورت پذیرفت. گردشگران فرهنگی خارجی در میدان نقش جهان اصفهان از مسجد امام، مسجد شیخ لطف‌الله، عمارت عالی‌قاپو و فضای بازار دیدن می‌کنند. غالباً یک روز تمام در اصفهان به بازدید از میدان نقش جهان اختصاص دارد. البته برنامه گردشگرانی که خارج از تور سفر کرده‌اند ممکن است متغیر باشد. از این رو همراهی گردشگران فرهنگی چه آن‌هایی که در قالب تورهای مسافرتی به اصفهان آمده بودند و چه گردشگرانی که خارج از تور به اصفهان سفر کرده بودند، انجام شد.

نتایج مشاهده و همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان، نشان می‌دهد آثار فرهنگی میدان نقش جهان اصفهان، مساجد میدان، عمارت عالی‌قاپو، درشکه‌های داخل میدان،

اوست، لذا این نگاه به درون و چه بسا جست‌وجوی اشتراکات انسانی و فرهنگی، مبانی درونی، فطری و به عبارت کلی‌تر معنوی وجود گردشگر است که در فرایند این دریافت‌ها در درونش شکل می‌گیرد. همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان نشان می‌دهد که ادراک معنوی ایشان با یکدیگر متفاوت است. برخی از گردشگران در مواجهه با سایت فرهنگی میدان نقش جهان اصفهان ادراک معنوی خویش را بازگو می‌کردند، توصیف‌هایی همچون احساس شمع، اتصال با هستی و پیشینیان، حس رمز و راز در مکان، احساس آرامش، ناتوانی از بیان دریافت‌های خویش، احساس نزدیک‌شدن به خالق هستی در بازدید از آثار فرهنگی و هنری. برخی دیگر علاقه‌مند به صحبت و تعامل با مردم محلی بودند و از تجربه‌های جدیدی که در سایت میدان نقش جهان کسب کرده بودند صحبت می‌کردند. بسیاری از پیش‌فرض‌های خود قبل از سفر به ایران و اصفهان می‌گفتند، از اطلاعاتی که پیش از بازدید از اصفهان داشتند و تغییر چشمگیر در ادراک خود، با حضور در مکان، اعلان می‌کردند. نکته مهم، در همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان، این بود که تمرکز و توجه آگاهانه به ادراک معنوی وجود نداشت. در زبان و ابراز احساسات خویش از مضامین معنوی وجودی خویش صحبت می‌کردند، اما به‌طور آگاهانه به این امر واقف نبودند. یکی دیگر از نکات مهم در مشاهده و همراهی ایشان، در نظر گرفتن رفتار و واکنش آن‌ها در مواجهه با آثار فرهنگی و مردم محلی، صحبت‌ها، نحوه تأمل و تفکر و سکوت آن‌ها بود. پس از همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان، در یادداشت‌برداری از مشاهده‌ها، مؤلفه‌های ادراک معنوی در مشاهده و همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان لحاظ شد. مجموع یافته‌های حاصل از سنجش ادراک

مختلفی است. گردشگر، برخوردار از حواس پنجگانه (بینایی، شنوایی، بویایی، چشایی و لامسه)، هنگام حضور در سایت گردشگری دریافت‌های گوناگونی مبتنی بر حواس خود خواهد داشت. معماری سایت گردشگری حس بینایی وی را متأثر می‌کند. همچنین موسیقی اصیل و سنتی، که در فضای میدان نقش جهان، و یا در رستوران‌ها و کافه‌های مجاور میدان پخش می‌شود، بر حس شنوایی تأثیر می‌گذارد. نوای اذان مسجد امام و شیخ لطف‌الله، که در وقت نماز پخش می‌شود، توجه بسیاری از گردشگران را به خود جلب می‌کند و بسیاری از آنان را به تفکر وامی‌دارد و حتی پس از شنیدن اذان درباره متن آن سؤال می‌کنند. از سوی دیگر، می‌توان به غذاهای سنتی ایرانی اشاره کرد که نماد فرهنگ و پیشینه این سرزمین است و از جمله منابع مهم فرهنگی در گردشگری به‌شمار می‌رود که حس بویایی و چشایی افراد را تحریک می‌کند. کالاهای مغازه‌های صنایع دستی نیز که در داخل میدان نقش جهان قرار دارند، حس لامسه گردشگر را برمی‌انگیزند. صنایع دستی از قبیل میناکاری، پوشاک سنتی، نقره‌جات و زیورآلات، مس، سرامیک، معرق، و انواع گلیم و طرح‌های تزئینی گلیم بر روی کیف، و سایر وسایل زینتی، همگی درکی از فرهنگ، تاریخ و باور جامعه میزبان را در ذهن گردشگر به‌وجود می‌آورد، که در مجموع شناختی کلی و یکپارچه از مجموع دریافت‌هایی که داشته است در وی ایجاد می‌کند. اما دریافت گردشگر به حواس وی محدود نمی‌شود. چراکه توصیف گردشگران از حواس پنجگانه‌شان، در مواجهه با هر یک از عناصر فرهنگی، فراتر از لذت‌های مادی است. نکته مهم این است که تمامی این دریافت‌ها در بستر روحانی و به عبارتی ماهیت معنوی و اصیل انسانی رخ می‌دهد که آن‌ها را متوجه نگاهی عمیق‌تر به درون خویش می‌کند. ادراک‌کننده انسان است و ماهیت اصلی انسان ابعاد غیرمادی یا معنوی وجودی

مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر از ایشان سؤال شد. نکته قابل توجهی که از نتایج مصاحبه با گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان وجود دارد، نداشتن تمرکز و نگاه یکپارچه به مضامین معنوی در ادراک ایشان از سایت فرهنگی است. بدین معنی که گردشگر فرهنگی با تمامی مفاهیم مذکور در درون خویش آشنا بود و گاهی نیز با تعجب بیان می‌کرد که تاکنون به صورت جدی به این مفاهیم توجه نداشته است.

نتایج بررسی معنویت، ادراک معنوی و مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر، به روش مصاحبه، نشان می‌دهد معنویت امری حقیقی، درونی و متصل به مضامین غیرمادی است که منجر به جست‌وجو، کنجکاوی و شناخت گردشگر می‌شود. این مفاهیم در طول زندگی همراه انسان‌اند، همچون صندوقچه‌ای در درون وجود او که گویی سال‌های متمادی بسته مانده است و به‌ویژه در محیط سفر می‌تواند آن‌ها را بیش‌ازپیش دریابد. سفر بستر مفیدی است که می‌تواند انسان را هرچه بیشتر به اصل خویش بازگرداند و با این مفاهیم آشنا کند. ادراک معنوی بی‌شک از انواع درک و دریافت انسان است که توجه به آن می‌تواند حقایق بسیاری را برای انسان روشن کند. توجه به ادراک معنوی خود به تنهایی می‌تواند مسیر رشد و تعالی انسانی قرار گیرد و در این میان سفر محفل و ظرفیتی در خود دارد که این توجه را برمی‌انگیزد. یکی از گردشگران عقیده داشت توجه به ادراک معنوی در زمره نیازهای متعالی انسانی است که باید بدان توجه بیشتری شود، چراکه نقش مهمی در تحقق اهداف حضور انسان بر روی کره زمین ایفا می‌کند. مجموع فرضیات گردشگر، کنش گردشگر، حقیقت باطن و حقیقت ظاهر از جمله مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر محسوب می‌شوند که می‌توانند در عناصر گوناگونی با حضور گردشگر در سایت فرهنگی بروز و ظهور داشته باشند.

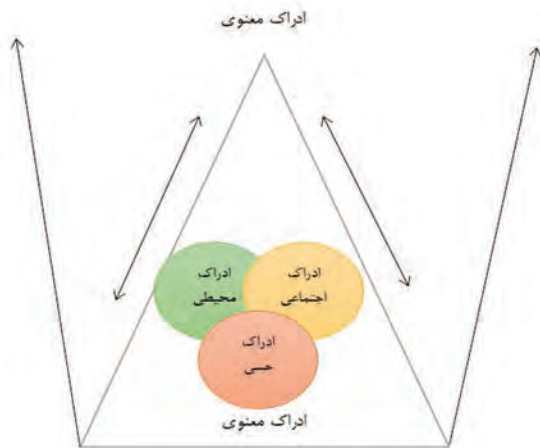
معنوی گردشگر به شیوه مشاهده همراه با مشارکت در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵: ادراک گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش

جهان اصفهان

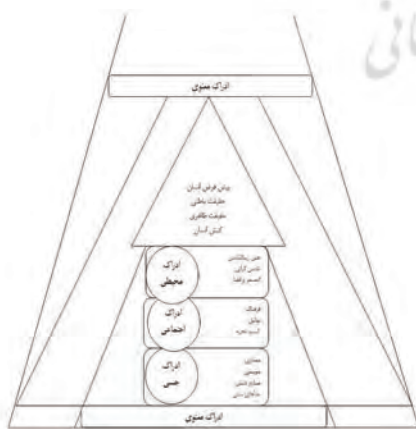
معماری نواهای مساجد در زمان‌های به‌خصوص موسیقی سنتی و اصیل ایرانی لمس کردن صنایع دستی خوردن غذاهای محلی و سنتی استنشام عطر	ادراک حسی گردشگر
آشنایی با جامعه میزبان تعامل و گفت‌وگو با مردم، فروشندگان و سایر همسفران حس راحت بودن کسب تجربه‌های جدید در ارتباط با دیگران	ادراک اجتماعی گردشگر
حس زیباشناسی جاذبه‌ها حس تقدس‌گرایی فضا و محیط جذاب	ادراک محیطی گردشگر
احساس وجد و شغف درونی احساس اتصال به خویش احساس اتصال و قرابت به هستی توانمندی بالای انسانی در خلق آثار هنری احساس آرامش حس بازگشت به خویش و گمشده درونی احساس هویداشدن نیازهای غیرمادی توجه به نیروی ماوراءالطبیعه اعتلای روحی احساس نزدیکی به خالق هستی	ادراک معنوی گردشگر

در تابستان ۱۳۹۷، پس از مشاهده و همراهی گردشگران فرهنگی خارجی میدان نقش جهان اصفهان، در رستوران سنتی نقش جهان، کافه‌سرای سنتی در داخل بازار میدان نقش جهان و نیمکت‌های داخل میدان در کنار حوض‌ها، با آن‌ها مصاحبه کردیم. اغلب گردشگران فرهنگی خارجی بخشی از زمان گردش در میدان نقش جهان را برای خود آزاد بودند. برخی از ایشان زمانی را در کافه‌های سنتی می‌گذراندند، در بازار خرید می‌کردند، یا در داخل میدان کنار حوض‌ها می‌نشستند. اغلب آن‌هایی که بدون تور سفر کرده بودند، زمان ناهار یا شام را در رستوران سنتی نقش جهان سپری می‌کردند. همزمان با حضور ایشان در این مکان‌ها، در مصاحبه‌ای که به صورت نیمه‌باز انجام شد، معنویت، ادراک معنوی و



شکل ۳: الگوی ادراک معنوی گردشگر

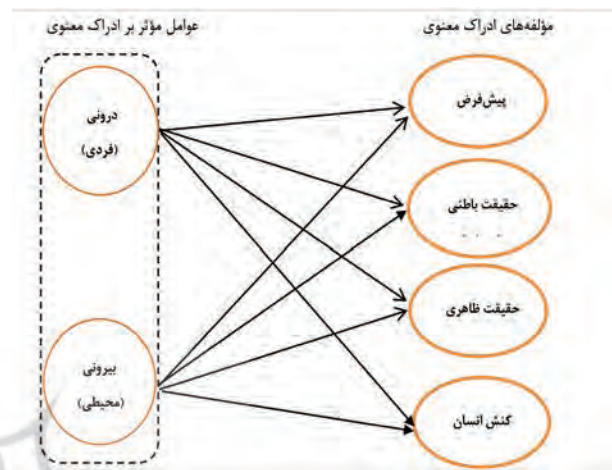
گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر به سایت‌های فرهنگی دریافت‌های گوناگونی دارد. علاوه بر حواس پنجگانه انسانی (بینایی، شنوایی، چشایی، بویایی و لامسه) که در فضاهای مختلف انسان را درگیر خود می‌کند، و به عبارتی همراه گردشگر است، ادراک اجتماعی و محیطی نیز در سایت گردشگری حاصل می‌شود. و سرانجام ادراک معنوی گردشگر در راستای ادراک حسی، اجتماعی و محیطی شکل می‌گیرد. ادراک معنوی نیز همانند سایر ادراک انسانی، در همه یکسان نیست، چون انسان‌ها درک گوناگونی از معنا دارند، و نیز تعداد کمی از انسان‌ها در مسیر معناگرایی قرار می‌گیرند. مؤلفه‌های تمامی سطوح ادراکی در شکل ۴ نشان داده شده است.



شکل ۴: الگوی مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر

فرهنگی از سفر

مطالعه و بررسی یافته‌های پژوهش حاکی از این مطلب است که مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر را، پس از تحلیل محتوای مصاحبه خبرگان و ارزیابی یافته‌های حاصل از مشاهده و مصاحبه، می‌توان به صورت شکل ۲ ارائه کرد.



شکل ۲: چارچوب مفهومی مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر

ارائه الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر مهد ارتباط گردشگر با خویشن محیط، جهان هستی و خالق در مسیر شناخت، حقیقت‌جویی و اصطلاحاً ادراک تعریف می‌شود. تمامی این مسیر هم در جهت شناخت و هم معنویت، گردشگر را به سوی حقیقت سوق می‌دهد. «ادراک معنوی گردشگر از سفر»، در بستر همه شناخت‌های مادی، حسی و محیطی، گردشگر را به درک بالاتر و عمیق‌تری از حقیقت می‌رساند. لذا ادراک معنوی گردشگر از سفر به مفهوم دریافت و تفسیر حقیقت باطنی گردشگر از سفر تعریف می‌شود که هم‌راستا با ماهیت وجودی انسانی است. با توجه به ادبیات نظری پژوهش و پژوهش‌های میدانی صورت‌گرفته، الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی خارجی از سفر به شهر اصفهان در شکل ۳ نشان داده شده است.

رقم می زند، که ادراک اجتماعی وی در سفر به اصفهان را شکل می دهد. در کنار تعاملات انسانی، محیط و فضایی که گردشگر در آن حضور یافته است، ادراک محیطی را برایش به همراه دارد. ویژگی های سایت گردشگری و در مجموع حس زیبایی شناختی که در ذهن گردشگر رخ می دهد، اتمسفر و فضایی که در سایت گردشگری به وی القا می شود، پیشینه تاریخی سایت، معماری و فضایی که خود را در آن حس می کند، و نیز تقدس گرایی از معماری فضا گرفته تا تاریخی و پیشینه فرهنگی که غنای فرهنگی را در ذهن وی القا می کند، مجموعه ادراک محیطی گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان می باشد. یافته های حاصل از مشاهده و پیمایش در میان گردشگران فرهنگی خارجی اصفهان و استناد به مبانی نظری پژوهش این نتیجه را به دست می دهد که در مجموع ادراک حسی و اجتماعی و محیطی گردشگر، به سبب ماهیت انسانی، دارای پیش فرض هایی در ذهن او از سفر به اصفهان است، همچنین حقیقت باطنی وجودی وی، حقیقت ظاهری که با آن روبه رو می شود و کنش های انسانی وی با سایر انسان ها، مجموع ادراک معنوی گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر است. در ادراک معنوی صحبت از معنویت و امری روحانی است که نمی توان حدی برای آن قائل شد، لذا به سبب ماهیت معنوی و روحانی وجودی انسان، و ماهیت معنوی هستی و خالق و آفریننده جهان، گردشگران از ادراک معنوی در سطوح متفاوت و بی انتها برخوردارند که متأثر از عوامل درونی و بیرونی آن هاست. در پایان الگوی ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر، پس از راستی آزمایی در میان خبرگان، در شکل ۵ ارائه شده است.

مسیر شناخت و دریافت، مسیری است که تمامی انسان ها در طول زندگی آن را درمی یابند و طی می کنند، اگرچه میزان و کیفیت آن متفاوت است اما در تمامی بشر شناخت و دریافت وجود دارد. از حواس انسانی گرفته تا درک از محیط و سایر انسان ها، همگی در ذیل ادراک معنوی گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر قرار می گیرند. نوع دریافت های حسی گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر، بر پایه حواس پنجگانه، بر پایه دیدن معماری و بناهای تاریخی فرهنگی، صدای موسیقی که در سایت گردشگری شنیده می شود، از صدای تجمع سایر انسان ها تا موسیقی که در فضا پخش می شود و همچنین صدای اذان که در وقت اذان صبح، ظهر و مغرب از مساجد به گوش می رسد. صنایع دستی اصفهان و علاقه گردشگران فرهنگی خارجی به لمس آنها، و نیز غذاهای سنتی که بسیار بدان علاقه مند می باشند. و حس بویایی آنها که از غذا، نوشیدنی ها و یا عطرها در محیط استشمام می گردد. مجموع و برآیندی که گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر به اماکن فرهنگی دریافت می کند، حواس پنجگانه و ادراک حسی وی را شکل می دهد. مجموع و برآیند دریافت های گردشگر فرهنگی خارجی شهر اصفهان از سفر به اماکن فرهنگی، از طریق حواس پنجگانه، ادراک حسی وی را شکل می دهد.

در کنار ادراک حسی، ادراک اجتماعی از تعامل با سایر گردشگران، جامعه محلی، ارائه کنندگان خدمات گردشگری حاصل می شود، که مجموع این تعاملات در درون فرهنگ جامعه محلی و ارتباطات میان فرهنگی شکل می گیرد، که گاهی به شکل مقایسه در ذهن گردشگر تداعی می یابد. مجموع تعاملات، تجربه های ارتباطی را برای گردشگر

بر مبنای حواس پنجگانه (بینایی، شنوایی، بویایی، چشایی و لامسه)، ادراک حسی را شکل می‌دهد که طی فرایندی از طریق تکانه‌های عصبی در مغز در ذهن انسان نقش بسته و تفکر وی را تشکیل می‌دهد.

• ادراک اجتماعی گردشگر فرهنگی

ادراک اجتماعی گردشگر فرهنگی فرایند شکل‌گیری واکنش‌های گردشگر پیرامون یافته‌های ذهنی درباره سایر افراد است. مجموع دریافت‌های گردشگر فرهنگی از سفر که در نتیجه تعاملات انسانی او رخ می‌دهد، ادراک اجتماعی گردشگر فرهنگی را تشکیل می‌دهد و شامل برآیند تعاملات فرهنگی جامعه میزبان و گردشگر، تعاملات و ارتباطات انسانی و نیز تجربه‌هایی است که در ارتباط با سایر انسان‌ها کسب می‌کند.

• ادراک محیطی گردشگر فرهنگی

فرایندی که بر مرتبط بودن ادراک، شناخت و شرایط محیطی تأکید می‌کند ادراک محیطی نامیده می‌شود، به‌ویژه زمانی که ادراک اشیا از محیط تفکیک می‌شود. مجموع دریافت‌های گردشگر فرهنگی از سفر در محیطی که در آن قرار گرفته است، ادراک محیطی وی را تشکیل می‌دهد. لذا ادراک محیطی شامل دریافت‌های گردشگر فرهنگی از فضا و اتمسفری که در محیط گردشگری وجود دارد، حس تقدس‌گرایی گردشگر به محیط که به اهمیت‌دادن، ارزش‌نهادن و مقدس‌بودن محیط فرهنگی در ذهن گردشگر اشاره می‌کند و نیز حس زیبایی‌شناختی گردشگر فرهنگی از دریافت‌هایی که از محیط گردشگری دارد و برآیندی که از محیط در ذهن وی شکل می‌گیرد است.

• ادراک معنوی گردشگر فرهنگی

ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر به مفهوم شناخت و دریافت حقیقت باطنی و ماهیت وجودی اوست که مجموع دریافت‌های حسی، اجتماعی و محیطی گردشگر فرهنگی را از سفر دربر می‌گیرد.

انسان در مسیر معرفت‌افزایی، نیازمند تقرب بیشتر به دریافت معنوی است تا مسیر قرب الی‌الله را در جهت تحقق خلیفه‌اللهی خویش طی کند، و اولین گام در این جهت می‌تواند شناخت هرچه بیشتر خویشتن باشد. چرا که عرفا همچون امیرالمؤمنین علیه‌السلام خودشناسی را اقدام نخستین در راه معرفت بیان می‌دارند و این امر جز به دانستن حقیقت روحانی برای انسان امکان‌پذیر نخواهد بود. همچنان که ملاصدرا علم حضوری انسان به خویشتن را درک شهودی بیان می‌کند و آن را از راه شهود و قلب می‌داند، که ماهیتی غیرمادی دارد و گویی از عالم وجود نشئت گرفته است. ادراک معنوی شناختن در مسیر فرامادی و روحانی است، نه وسیله آن. چراکه ماده وسیله و ابزار است و غیرماده و معنویت ماهیت حقیقت هستی است، ادراک معنوی در بطن این شناخت شکل گرفته است و ویژگی غیرمادی دارد. لذا برای ادراک معنوی، می‌توان ماده را ابزار دانست، اما غیرماده و فراطبیعی بودن ویژگی و صفات ذاتی ادراک معنوی محسوب می‌شود.

انسان متشکل از دو بعد مادی و غیرمادی، جسم و روح است پای جسم بر روی کره خاکی دارد، خاک و ماده جزئی جداناپذیر از هستی انسان این جهانی‌اند، و شاکله مادی وی را تشکیل می‌دهند. به همین سبب ابزار مادی چون چشم، گوش و سایر اعضای بدن، در این شناخت دخیل‌اند و بخش زیادی از دریافت‌ها توسط آن‌ها انجام می‌شود. ادراک حسی و در کنار آن ادراک از اجتماع و محیط، که در مجموع ادراک مادی را تشکیل می‌دهد، گام نخستین و ورود به ادراک معنوی است.

• ادراک حسی گردشگر فرهنگی

ادراک حسی گردشگر فرهنگی فرایندی ذهنی است که در طی آن تجارب حسی معنی‌دار می‌شوند و از این طریق گردشگر روابط امور و اشیا را درمی‌یابد. مجموع دریافت‌های حسی گردشگر فرهنگی از سفر،

میزان آگاهی وی از حقیقت باطنی، عناصر غیرمادی و ارتباطاتی که در محیط سفر دارد ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر را شکل می‌دهد. ادراک معنوی گردشگر فرهنگی از سفر از مجموع عناصری چون پیش‌فرض گردشگر از سفر، حقیقت باطنی، حقیقت ظاهری و کنش گردشگر تشکیل می‌شود.

• مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر

فرهنگی

پیش‌فرض گردشگر فرهنگی

مفروضاتی که گردشگر قبل از سفر در ذهن خویش دارد پیش‌فرض گردشگر از سفر را تشکیل می‌دهد. مفروضات وی در مجموع حاصل تجربه‌هایی است که در طول زندگی داشته که در مبانی اخلاقی و دینی نمود ظاهری می‌یابد و به عبارتی نوع جهان‌بینی و اعتقادات وی را شکل می‌دهد. لذا پیش‌فرض گردشگر اشاره دارد به مجموعه باورها، ارزش‌ها، اعتقادات دینی، اصول اخلاقی و فرضیاتی که به مقصد گردشگری و مکانی که قرار است بدان سفر کند مرتبط است. پیش‌فرض گردشگر از سفر به‌طور کلی اشاره به پیش‌فرض‌های وی درباره مکانی که بدان سفر کرده است، تجربه‌های پیشین گردشگر در طول زندگی، ارزش‌گذاری‌هایی که اعتقادات وی را شکل می‌دهد، دین و مذهبی که بدان تمسک می‌جوید و اخلاقیات در نظر اوست. در مجموع می‌توان گفت پیش‌فرض گردشگر از سفر، با ذهن، تفکر و نگرش گردشگر مرتبط است که در نوع دیدگاه وی بسیار اثرگذار خواهد بود و ادراک معنوی وی را شکل می‌دهد.

حقیقت باطنی

حقیقت باطنی عنصر کلیدی و جدایی‌ناپذیر معنویت و ماهیت انسانی است که به بخش غیرمادی و روحانی وجود انسان مرتبط است. حقیقت باطنی به ماهیت هستی انسانی اشاره می‌کند که اصالت روح، بعد غیرمادی و در نهایت اتصال وی به ابعاد

روحانی هستی و خالق را شکل می‌دهد. حقیقت باطنی فطرت خدایی وجود انسانی است که وی را به خلیفه‌اللّهی نزدیک‌تر کرده و صفات تعالی و کمال‌گرایانه انسانی را تداعی می‌بخشد. لذا حقیقت باطنی یکی از ارکان و مؤلفه‌های اصلی ادراک معنوی است که به احساس وجد و شعف درونی گردشگر در مواجهه و رویایی با فرهنگ و سایت فرهنگی اشاره دارد، احساس اتصال و قرابت با موقعیتی که در آن قرار گرفته است و نوعی پیوستگی با پیشینه فرهنگی و تاریخی منطقه، احساس نزدیکی به خالق هستی، احساس توانمندی والای انسانی در خلق آثار فرهنگی و تاریخی، احساس بازگشت به خویشتن و گمشده درونی که گویی در سایت فرهنگی یا تاریخ منطقه خود را می‌جوید و نیز احساس آرامش درون گردشگر از حضور در چنین مکانی.

می‌توان چنین استدلال کرد که حقیقت باطنی تنها رکن غیرمادی ادراک معنوی است که اصالت آن به غیرمادی بودن است. به معنای دیگر، حقیقت باطنی مؤلفه بارز و آشکار غیرمادی و روحانی ادراک معنوی است که جمیع عناصر آن توصیف‌کننده جوانب غیرمادی وجود انسانی در ماهیت و ارتباط با هستی است.

حقیقت ظاهری

گردشگر به جهت ماهیت انسانی که دارد، از ابعاد جسمانی و مادی تشکیل شده است. لذا شناخت، دریافت و ادراک گردشگر در ابتدا از سوی دریافت‌کننده‌های مادی و جسمانی رخ می‌دهد. از این رو ظواهر، مادیات و همه آنچه که به بعد مادی وی مربوط می‌شود، رکن جدایی‌ناپذیر ادراک معنوی خواهد بود. چراکه گردشگر به جهت ماهیت زمینی، که با حضور خویش در طبیعت پیدا می‌کند، برای مطابقت و همسوسدن با حیات بر روی کره خاکی، از امکاناتی بهره می‌برد که در ظرفیت مادی وجودش سنخ جسمانی پیدا کرده است و زندگی دنیایی را

مسیر حرکت به سوی معنویت‌اند و معنویت همسو و همه‌جانبه محقق می‌کنند. لذا الگوی معنویت و سفر طریق تعالی، کمال، رشد و منش ماهیت وجودی انسانی است که حقیقت‌جویی، کمال‌جویی و معناگرایی و نهایت معنابخشی برای انسان به همراه خواهد داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

مفهوم معنویت و سفر در رابطه گردشگر با خویشتن، جامعه، هستی و خالق تعریف می‌شود. در این مفهوم حقیقت باطنی و ماهیت انسان، نوع جهان‌بینی، نگرش و اعتقادات انسان، میزان خودآگاهی فرد، سلامت جسمی، ویژگی‌های شخصیتی و رفتار عبادی وی، در ارتباط گردشگر و خویشتن او تجلی می‌یابد. مبنای کلیدی رابطه انسان با خویشتن وجودی‌اش، میزان آگاهی وی از شناخت خود، ماهیت اصیل انسانی و حقیقت باطنی اوست و این رابطه در رابطه گردشگر با جامعه‌ای که در آن قرار دارد و زندگی می‌کند، کامل می‌شود.

انسان موجودی اجتماعی است و رفتاری که در جامعه از وی بروز می‌کند و رابطه‌اش با سایر انسان‌ها بسیار حائز اهمیت است. روابط بین فردی، نوع رفتار فرد در محیط جامعه، درک متقابل میان انسان‌ها، و اخلاقیات مبنای رابطه گردشگر با جامعه را تشکیل می‌دهد. این مفهوم در معنای وسیع‌تر در رابطه با هستی و جهان معنی پیدا می‌کند. نوع ارتباط گردشگر با هستی، نوع پیوستگی که میان خود و هستی درمی‌یابد، و در آن به جست‌وجو و کشف معنی می‌پردازد، و احساسی که از رموز آفرینش و هستی دارد، این رابطه را تعیین می‌کند. در نهایت تمامی هستی و ماهیت انسان که در ارتباط‌های وی شکل می‌گیرد، همگی در ارتباط با خالق است، با آن معنی می‌یابد و کامل می‌شود. این ارتباط ناشی از اعتقاد و باور به خالق، اتصال

برایش سهولت می‌بخشد. از این‌رو جسم و ابعاد مادی، به گفته عرفا و فیلسوفان، اگرچه همه وجود انسانی نیست، اما رحمت و نعمت الهی در جهت لطف به انسان و داشتن سهولت بیشتر در ظرف زمین قرارگرفتن بوده است.

به همین جهت، حقایق ظاهری یا مادی که در فضای سفر برای گردشگر نمود پیدا می‌کند، به معماری سایت فرهنگی، حس زیبایی‌شناسی گردشگر و فضا و اتمسفر محیطی که بدان سفر کرده اشاره دارد.

کنش گردشگر فرهنگی

گردشگر، به سبب ماهیت انسانی خویش، در ارتباط با سایر انسان‌ها و هستی آفریده شده است. لذا کنش و تعامل از ویژگی‌های غیرقابل انکار انسانی است که طبق گفته روان‌شناسان یکی از نیازها و ملزومات زندگی انسان تلقی می‌شود. فضای سفر نیز امکان انواع ارتباطات انسانی را فراهم می‌کند. این ارتباطات در مسیر تعالی انسانی تلقی می‌شوند و تجربیات سفر، که یکی از آورده‌های سفر برای گردشگر به‌شمار می‌رود، در مسیر رشد و سعادت انسان است.

کنش گردشگر، ضمن تأکید به نوع ارتباطات گردشگر، به میزان تعاملات گردشگر با سایر افرادی که در طول سفر با آنان در ارتباط است و تجربه‌هایی که در طول سفر از ارتباط با سایر افراد کسب می‌کند اشاره دارد. همسفران گردشگر فرهنگی، ارائه‌کنندگان خدمات گردشگری و نیز مردم اصفهان از جمله افرادی هستند که گردشگر در حین سفر با آنان ارتباط دارد و گاهی منجر به تعامل می‌شود.

ارتباط یکی از ارکان کلیدی معنویت، و ادراک معنوی گردشگر به‌شمار می‌رود. ارتباط گردشگر با خویشتن، ارتباط با جامعه و سایر انسان‌ها، ارتباط با جهان هستی و ارتباط با خالق هستی، همگی در

و ارتباط اجتماعی با سایر انسان‌ها، اتمسفر و فضای پیرامون، زمینه را برای دریافت معانی و ابعاد غیرمادی هستی، محیط و وجود و خویشتن فراهم می‌کند. به جهت اینکه ماهیت انسان برگرفته از بعد غیرمادی است، لذا بستر درک معنویت و ابعاد روحانی ارتباط انسان با خویش، محیط و خالق هستی، در همه افراد و به عبارتی گردشگران وجود دارد، اما میزان دریافت‌های حسی، منتج از قوای حواس پنجگانه، ارتباط با دیگران و توجه به معماری و اتمسفر محیط، در گردشگران با یکدیگر متفاوت خواهد بود، که این تفاوت به ویژه در بیان و اظهار گردشگران نمایان می‌شود. با وجود همه تفاوت‌ها، تمامی این دریافت‌ها، تفسیر و ادراک، در همه گردشگران در سطوح مختلف دیده می‌شود.

میدان نقش جهان اصفهان، به دلیل بهره‌مندی از فضای ویژه، به جهت وسعت مکانی و وجود جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و مذهبی در یک مکان، کشش یا به عبارت دیگر انگیزه‌های زیادی برای حضور گردشگران در این مکان ایجاد می‌کند. حضور مردم شهر در فضای میدان، به‌ویژه در ایام تعطیل، نمودی از سبک زندگی مردم شهر است و امکان ارتباط و تعامل نزدیک را با مردم شهر فراهم می‌کند و یکی از مهم‌ترین ارکان جاذبه‌های فرهنگی به‌شمار می‌رود، که بر درک گردشگر از فرهنگ منطقه بسیار تأثیرگذار خواهد بود. فضای مساجد میدان امام، با معماری‌های بی‌نظیر که از هر سو و جهت، دید متفاوتی به گردشگر می‌دهد، همچنین عمارت عالی قاپو، و بازارهایی که در اطراف میدان قرار دارند، نمایشی از تاریخ پیشینیان را در عصر حاضر برای گردشگر تداعی می‌کند. افراد دریافت‌های گوناگونی از یک مکان دارند، علایق گوناگون بر میزان و نحوه تفسیر گردشگر از مکان بسیار اثرگذار است. به عبارت دیگر زمانی که گردشگر در میدان نقش جهان اصفهان حضور پیدا می‌کند، ضمن توجه به عوامل

و درهم‌تنیدگی با خالق هستی، عالی‌ترین رابطه انسانی را شکل می‌دهد که در اتصال و پیوستگی با رفتار دینی تکمیل می‌شود. تمامی این روابط در بستر سفر مفهوم می‌یابد و تجلی می‌کند. معنویت و سفر، در یک رابطه طولی با هم قرار گرفته‌اند و سیری از تکامل و رشدیافتگی را نشان می‌دهند. لذا می‌توان چنین پنداشت که الگوی معنویت و سفر، همان طی طریق شناخت، حقیقت‌جویی و دریافت و آگاهی انسانی است که می‌تواند در زمره ادراک معنوی قرار گیرد و به بهبود و تعالی ادراک معنوی انسانی نیز منجر شود.

شناخت و جست‌وجوی معنای زندگی، انسان را، در جایگاه یک سیستم تفکر منطقی و هماهنگ و عمل‌گرا، به سفر واداشت تا ضمن آگاهی از فرهنگ، تاریخ و پیشینه مردمان، ماهیت وجودی خویش را بیابد، در مسیر کشف و جست‌وجوی هستی گام بردارد و از سفر در راه کسب معرفت و تجربه برای ارتباط با زمین، طبیعت، خالق هستی و یافتن مفهوم و معنای زندگی بهره‌گیرد. کشف و دریافت معنای زندگی در مفهوم عام به معنی علم و آگاهی انسان از جهان بیرون و دنیای درون او به مسیر کمال و گشایش رمز و راز و سیر حرکت و حضور انسان بر روی زمین تعبیر می‌شود. این حرکت احساس دریافت رمز و راز، آگاهی و ارتباط با محیط را به گردشگر می‌دهد، لذا ادراک و شناخت از یک سو در جایگاه خاستگاه ماهیت انسانی و از سوی دیگر، در مسیر ماهیت معنوی انسان، به منزله قوه مدرکه معنوی، به‌ویژه در گردشگری اهمیت می‌یابد. ارزش‌هایی که در فضای سفر به انسان ارائه می‌شوند، همانند اصول راهنمایی جهت درک حقیقت و معنا برای زندگی به‌شمار می‌روند، به‌ویژه در گردشگری فرهنگی که گردشگران به شهر یا کشور دیگری برای بازدید و شناخت فرهنگ و آداب‌ورسوم سفر می‌کنند. درک و تفسیر محیط پیرامون براساس مؤلفه‌های حواس پنجگانه، تعامل

منابع

- فردی و محیطی که بر ادراک وی اثر می‌گذارند، تمرکز بر حواس پنجگانه، افراد و رهگذران، اتمسفر و انرژی‌های محیطی، نوعی نگاه به درون در آن‌ها رخ می‌دهد، بازگشت به خویشتن، بازگشت به گذشته و تصور کردن گذشتگان، هنرمندان، ادوار و تاریخی که بر آن مکان گذشته است. توجه به عصر حاضر، میزان تفاوتها از گذشته تا به امروز، نوع نگرش پیشینیان در خلق آثار هنری و معماری در کنار توانمندی‌های فوق‌العاده‌ای که داشته‌اند، همگی نوعی خودآگاهی، وجد، حس قرابت، اتصال و یانندای درونی همسو با آرامش را در گردشگر فرا می‌خواند، و گویی وی را به طبیعت خویش باز می‌گرداند. تمامی این تفکرات و ذهنیت‌ها در بستر دریافت‌های مرتبط با مبانی معنوی وجود انسانی است که در درون گردشگر پدید می‌آید. عوامل فردی از جمله علایق فردی، سلامت جسمی، میزان شناخت از خویش، شناخت از مکان، تجربه‌های فردی، انتظارات و توقعاتی که فرد پیش از سفر دارد، باورها و عقاید و نگرش فرد به زندگی از عناصر تأثیرگذار بر ادراک به‌شمار می‌رود. همچنین شرایط محیطی از جمله موقعیت جغرافیایی، اجتماعی و فرهنگی سایت گردشگری، قوانین و مقررات و محیط دستکاری نشده از جمله عناصر محیطی است که بر دریافت و ادراک تأثیرگذارند. این عناصر آمیخته با هدف و موضوع سفر می‌توانند در مجموع بر سه سطح ادراک حسی، اجتماعی و محیطی گردشگر تأثیرگذار باشند. مفهوم معنویت، به‌منزله بعد غیرمادی وجود انسان و عالم هستی، بستر ادراک دریافت گردشگر را از مجموع همه ادراکات وی تشکیل می‌دهد، که همگی در محیط گردشگری و فرهنگ رخ می‌دهد.
- ایروانی، محمود و خداپناهی، محمدکریم (۱۳۸۱) روانشناسی احساس و ادراک. تهران: سمت.
- دماری، بهزاد (۱۳۸۸). سلامت معنوی. تهران: طب و جامعه.
- زنده‌دل، حسن و همکاران (۱۳۸۸). راهنمای گردشگری ایران: استان اصفهان. تهران: نشر ایرانگردان (کاروان جهانگردان).
- شاهچراغی، آزاده (۱۳۸۸). «تحلیل فرایند ادراک محیط باغ ایرانی براساس نظریه روان‌شناسی بوم‌شناختی». فصلنامه هویت شهر، دوره ۳، شماره ۵، ص ۷۱-۸۴. شهیدی، شهریار و حمدیه، مصطفی (۱۳۸۱). اصول و مبانی بهداشت روانی. تهران: سمت.
- عابدی جعفری، حسن و عباسعلی رستگار (۱۳۸۶). ظهور معنویت در سازمانها، فصلنامه علوم مدیریت، تهران، سال دوم، شماره ۵.
- فلیک، اووه (۱۳۹۴). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی. چاپ هشتم.
- محسنی مقدم، مریم (۱۳۹۵). «ادراک معنوی حاصل از فضاهای مذهبی کلیساهای قرون وسطی در غرب». فصلنامه هنر و تمدن شرق، سال چهارم، شماره ۱۲.
- هنینک، مونیک؛ هاتر، اینگه؛ بیلی، آجای (۱۳۹۵). روشهای تحقیق کیفی. ترجمه علیرضا خواجه شاهکوهی، گرگان: انتشارات دانشگاه گلستان.
- Chen, H. & Rahman, I. (2018). "Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty". *Tourism Management Perspectives*, 26, 153–163.
- Hardt, J., Schultz, S., Xander, C., Becker, G., & Dragan, M. (2012). "The Spirituality Questionnaire: Core Dimensions of Spirituality". *Psychology*, 3(01), 116 .

- Srisawad, P., & Ounvichit, T. (2016). "Innovating a constructivist learning model to instill cultural diversity respect into youths in a Thai tourism community". *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 37(2), 88-92.
- Guedes, A. S., & Jiménez, M. I. M. (2015). "Spatial patterns of cultural tourism in Portugal". *Tourism Management Perspectives*, 16, 107-115.
- Spencer, M. K. (2016). "The Phenomenology and Metaphysics of Spiritual Perception: A Thomistic Framework". *New BlackFriars*, DOI:10.1111/nbfr.12221.
- Stranahan, S. (2001). "Spiritual Perception, Attitudes about Spiritual Care, and Spiritual Care Practices among Nurse Practitioners". *Western Journal of Nursing Research*, 23(1), 90-104.
- Yun, D., MacDonald, R. M., MacEachern, M., & Hennessey, S. (2007). "Typology of cultural tourists: an island study". Available at SSRN 1617362.
- Isaac, R. (2008). *Understanding the Behaviour of Cultural Tourists Towards a Classification of Dutch Cultural Tourists*. Dissertation.
- Nazem, G., & Mohamed, B. (2015). "Understanding Medical Tourists' Perception of Private Hospital Service Quality in Penang Island". *Asian Culture and History*, 8(1), 100.
- Nordvall, M., & Arvola, M. (2016). "Perception, meaning and transmodal design". In *DRS 2016* (Vol. 3, pp. 1089-1100).
- Richards, G. (2018). "Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Sharpley, R. (2016). "Tourism and Spirituality: An Evolving Relationship". *International Journal of Tourism & Spirituality*, 1(1), 8-24.
- Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). "Social Perception and Interpersonal Behavior: On the Self-Fulfilling Nature of Social Stereotypes". *Journal of Personality and Social Psychology*, 35(9), 656.