



انجمن علمی گردشگری ایران

## ارائه الگوی گردشگری تعالی گرا با رویکرد ارتباطی

حسن سلطان محمدی<sup>۱</sup>، منوچهر جهانیان<sup>۲</sup>، محمدحسین ایمانی خوشخو<sup>۳</sup>، زهرا نادعلی پور<sup>۴</sup>

DOI:10.22034/jtd.2021.309059.2471

### چکیده

با وجود اتفاق نظر درباره اثر بخشی تعالی در توسعه و ارتقای عملکرد فردی و اجتماعی، تاکنون الگوی گردشگری تعالی گرا به صورت علمی و جامع تدوین و ارائه نشده است. پژوهش اکتشافی - توسعه ای حاضر به منظور برطرف کردن این خلأ و با هدف «ارائه الگوی گردشگری تعالی گرا با رویکرد ارتباطی» انجام شده و مبتنی بر روش ترکیبی است. در بخش کیفی، از منابع کتابخانه ای و دیدگاه های متخصصان در دسترس در حوزه های گردشگری، معنویت، فرهنگ و روان شناسی به صورت هدفمند و، در بخش کمی نیز، از پرسش نامه محقق ساخته در طیف لیکرت استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده ها، در بخش کیفی، از تحلیل مضمون و، در بخش کمی، از مدل تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدل سازی معادلات ساختاری (SEM) استفاده شده است. به منظور انجام تحلیل های آماری نیز از نرم افزارهای MAXQDA، SPSS<sup>22</sup> و LISREL<sup>8.8</sup> استفاده شده است. با توجه به یافته ها و الگوی ارائه شده، زیست بوم گردشگری تعالی گرا، به مثابه زیست بومی آموزشی و غیر رسمی، با روح معنوی تجلی یافته و در چهارچوب ابعاد ارتباطی انسان و با بهره گیری از مؤلفه های معنوی الگو باعث توسعه و تعمیق گستره شناخت، خود آگاهی، هم آفرینی و تکنیک دهی شده است و می تواند یکی از مناسب ترین روش های دستیابی به تعالی پایدار انسانی به شمار می رود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۰۳

### واژه های کلیدی:

گردشگری تعالی گرا، مؤلفه های معنویت، تعالی پایدار، ارتباطات انسانی

### مقدمه

بر ابعاد جسمانی، روانی و اجتماعی، به بعد معنوی نیز اشاره داشته و، در سی و هفتمین اجلاس سالانه بهداشت جهانی (1984)، بعد معنوی را بخش جدانشدنی از راهبردهای سلامت در کشورهای عضو سازمان جهانی بهداشت معرفی کرده و این تغییر رویکرد به مرور، در بخش های گوناگون جوامع، تأثیرات خود را نمایان ساخته است. مطالعات انجام شده در گردشگری نیز بیانگر شروع جریان علمی و تحول ساز معنوی در این بخش است، هرچند در این مسیر در ابتدای راه قرار دارد. بعد معنوی از جنس امور مادی نیست، بلکه متعلق به افکار، باورها، ارزش ها و اخلاقیاتی است که در مغز انسان ها تبلور می یابد. اگر کانون توجه علمی در قرن بیستم میلادی «محیط خارج» بود، در قرن

احساس خلأ معنوی در پی افزایش رفاه نسبی در عصر حاضر این نتیجه را نمایان کرده که نگاه صرف مادی به آفرینش پاسخ گوی ضرورت های پارادایم توسعه و پایداری نیست و این مسئله بر ضرورت تبیین رویکردهای معنوی و تعالی گرا و نقش آفرینی آن ها در بخش های گوناگون اجتماعی و اقتصادی از جمله گردشگری تأکید می کند. با حرکت از دهه هفتاد میلادی به سمت دوران معاصر، می توان متوجه تغییر رویکرد از نگاه صرف مادی به هستی به ابعاد معنوی آن در سطح جهانی شد. بر این اساس، سازمان بهداشت جهانی در تعریف ابعاد وجودی انسان، علاوه

۱. دکتری مدیریت گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ، مدرس دانشگاه، تهران، ایران (نویسنده مسئول). mohamadihs@yahoo.com

۲. استادیار دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

۳. استاد دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.

۴. دانشیار دانشکده گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.



بسیست و یکم، توجه علمی به «درون انسان» معطوف شده است. به عبارت دیگر، وارد زمانی می‌شویم که اکتشافات مهم در محیطی نیست که ما را احاطه کرده، بلکه در دنیای درون ماست (Azizi, 2015).

این پژوهش، با استفاده از استعدادهای موجود در گردشگری، درصدد ارائه پاسخی مناسب به این پرسش است: «الگوی اثربخش برای تعالی گردشگران، با توجه به مؤلفه‌های معنوی موجود در گردشگری، کدام است؟»

خروجی این پژوهش مفهومی نوین تحت عنوان «الگوی گردشگری تعالی‌گرا با رویکرد ارتباطی» است که در آن، علاوه بر نیازهای معنوی، به بسترسازی به‌منظور تحول و تعالی انسان و توسعه و تنوع‌بخشی در گردشگری نیز توجه شده است.

### مبانی نظری پژوهش

براساس بررسی‌های به‌عمل‌آمده و تصدیق سایت‌های علمی داخلی و خارجی مانند مرکز ملی اسناد و مدارک علمی ایران (ایران‌داک)، پروکونست و اسکوپوس، تحقیق کامل و منسجمی با این عنوان، در داخل و خارج از کشور، انجام نشده و تاکنون مدل جامعی نیز ارائه نشده است.

لذا، می‌توان ادعا کرد این تحقیق، در نوع خود، نخستین پژوهش است که با این عنوان و با نگاهی جامع در این عرصه انجام می‌شود و راهگشای پژوهش‌های بعدی در این زمینه خواهد بود. بدیهی است اتخاذ رویکردی جامع به این مفهوم نوین مستلزم توجه و بررسی تحقیقات مرتبط با موضوع پژوهش خواهد بود. ایمانی خوشخو و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی

با عنوان «ارائه چهارچوب مفهومی ادراک گردشگران فرهنگی از سفر با تأکید بر معنویت»، ادراک گردشگر فرهنگی در سطوح حواس پنج‌گانه، محیط و اجتماع را متأثر از معنویت می‌دانند که با تأکید بر وجد و شعف درونی، اتصال به خویشتن و هستی، دریافت نیروهای ماوراءالطبیعه، احساس آرامش، بازگشت به خویشتن و یافتن گمشده درونی در اتصال با خالق هستی حاصل می‌شود. معتمدی (۲۰۱۳) در تحقیقی با

عنوان «سبک زندگی مطلوب براساس دیدگاه ارتباطی (ارتباط انسان با خود، خداوند، دیگران و طبیعت)»

بیان می‌کند: «سبک زندگی به‌معنای شیوه‌ای از زندگی است که مبتنی بر الگوهای قابل‌شناسایی از رفتاری است که از طریق فعل و انفعال بین ویژگی‌های شخصی فرد، تعاملات اجتماعی و شرایط اقتصادی اجتماعی و محیطی زندگی فرد تعیین می‌شود. مصباح

(۲۰۱۰) در مقاله‌ای با عنوان «واکاوی مفهومی معنویت و مسئله معنا» بیان می‌کند که معنویت گمشده انسان در پرتو گیتی است که زمان و مکان نمی‌شناسد. معنا چیزی است که در باطن بیان یا عمل نهفته است و باید کشف شود. همچنین، معنا به‌نوعی با نظام اعتقادی و اهداف عملی خاص ارتباط دارد. شلدون (2020) در پژوهشی با عنوان «طراحی تجربه‌های گردشگری برای تحول باطنی» نتیجه‌گیری کرده که برای بررسی و حل مشکلات گردشگری، تغییر آگاهی همه‌ذی‌نفعان ضروری است. چیر و همکاران (2017) در پژوهشی با عنوان «به‌سوی چهارچوبی مفهومی برای گردشگری معنوی» بیان می‌کنند جدایی روان‌شناختی از زندگی روزمره در سفرهای معنوی نهفته است و آن را به آزمایشگاهی تشبیه می‌کنند که افراد می‌توانند معنویت را به‌گونه‌ای که در زندگی روزمره همیشه در دسترس نیست تجربه و بررسی کنند. شارپلی (2016) نیز، در پژوهشی با عنوان «گردشگری و معنویت - یک رابطه در حال تحول»، رابطه بین گردشگری و معنویت را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده که از دیرباز میان گردشگری و معنویت ارتباط وجود داشته است، لیکن رابطه بین گردشگری، دین و معنویت رابطه‌ای تعریف‌پذیر و ایستا نیست، بلکه رابطه‌ای مبهم و پویا است که تشریح آن نیازمند تحقیقات منظم است.

هرچند مطالعات پیشین کلیاتی در زمینه معنویت در گردشگری ارائه کرده‌اند، واکاوی آن‌ها نشان‌دهنده غلبه نگاه مادی بر گردشگری، تک‌بعدی بودن آن‌ها، عدم تبیین جامع مؤلفه‌های معنوی و جایگاه آن‌ها در تعالی‌گرایی گردشگری، فقدان رویکرد ارتباطی و الگویی مدون و سیستمی است.

در این پژوهش، به‌منظور برطرف کردن این خلأها، تلاش شده است، با استفاده از استدلال‌های علمی و متنوع رویکرد برنامه‌ریزی ارتباطی و براساس ابعاد ارتباطی انسان، نگاهی جامع و سیستمی به گردشگری شود تا، علاوه بر تبیین مؤلفه‌های معنوی گردشگری، جایگاه آن‌ها در تعالی انسان با ارائه الگوی پژوهش به‌صورت سیستمی مفهوم‌سازی شود.

### سطوح ارتباطات انسانی

انسان‌ها در طول زندگی از سطوح گوناگون ارتباطی بهره‌مند بوده‌اند و همیشه در تلاش هستند تحت یک سیستم ارتباطی، با برقراری ارتباطات گوناگون، درخصوص قلمروی درونی و محیطی خود شناخت بیشتری حاصل کنند تا، ضمن برطرف کردن نیازهای مادی، پاسخ‌گوی نیازهای معنوی و



انسان می‌خواهد به کمال برسد و قرب الهی پیدا کند، باید از «خود دانی» فاصله بگیرد و خود را به «خود عالی» نزدیک کند (Motahari, 2006b: 367).

### ج) ارتباطات برون‌فردی<sup>۵</sup>

این سطح از ارتباطات انسانی رابطه انسان با هستی را شامل می‌شود و بر بعد زیستی استوار است. ارزش‌های ناظر به نسبت‌های انسان با طبیعت، از آن لحاظ که ناظر به حیات و واقعیت زیستی هستند، بر ارزش‌های اجتماعی که ناظر به روندها و ساختارهای اعتباری هستند تفوق رتبی دارند.

خداوند جهان طبیعت را به منزله آیات الهی در اختیار بشر قرار داده تا او بتواند از نعمت‌های بی‌پایان الهی بهره‌مند شود و صاحبان عقل و خرد قدرت و عظمت خداوند در ساخت و نظم آن را مشاهده کنند و با تدبیر و تفکر در خلقت الهی به هدف‌داری و قانونمندی جهان طبیعت پی ببرند (Rouhani Nejad, 2010: 25).

قرآن کریم، در آیات متعددی، خلقت آسمان‌ها، زمین و اختلاف شب و روز را نشانه‌هایی از قدرت خداوند برای خردمندان بیان کرده است.<sup>۶</sup> بنسبت نیازمند آن هستیم همانا پیروی از طبیعت است، ما جزئی از طبیعت هستیم.

### د) ارتباطات میان‌فردی<sup>۷</sup>

به فراگرد تفهیم، تفاهم و تسهیم معنا میان یک فرد و انسان‌های دیگر، یا دست‌کم یک انسان دیگر، ارتباطات میان‌فردی می‌گویند (Farhangi, 2001: 82). ارتباطات میان‌فردی مبتنی بر بعد اجتماعی انسان است و رابطه افراد با یکدیگر را شامل می‌شود.

ارتباطات میان‌فردی با معیارهای احترام متقابل و رعایت حقوق همدیگر، انسان‌دوستی و قدردانی، همکاری و تعاون از جمله ارزش‌های انسانی و اسلامی محسوب می‌شوند (Raufi, 2010: 91-112).

## نظریه برنامه‌ریزی ارتباطی

برنامه‌ریزی یا طرح‌ریزی به معنی تعیین هدف و یافتن و ساختن راه رسیدن به آن تعریف شده است (Rezaian, 2020: 32)

#### 5. Exterpersonal

۶. إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاجْتِيَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولِي الْأَلْبَابِ (آل عمران، ۰۹۱). الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ (آل عمران، ۱۹۱).

#### 7. Interpersonal

تعالی‌بخش خود نیز باشند. بدیهی است نقطه آغازین درک معنویت و رسیدن به تعالی برقراری ارتباط است. در کتاب مصباح‌الشریعة، منتسب به امام جعفر صادق (ع)، در قالب روایت معروف به اصول‌التعامل، اصول رفتارها و معاملات انسان بر چهار قسم توصیف شده است: ۱- تعامل با خالق؛ ۲- تعامل با نفس؛ ۳- تعامل با خلق و ۴- تعامل با هستی و دنیا (Gilani, 2008: 597).

در همین خصوص، شفیع و خدمتی (2006)، در طبقه‌بندی خود، ارتباطات انسانی را در حوزه‌های رابطه انسان با خود، رابطه انسان با خدا، رابطه انسان با دیگران و رابطه انسان با محیط مطرح کرده‌اند که در زیر تشریح می‌شوند.

### الف) ارتباطات درون‌فردی<sup>۲</sup>

به ارتباط هر فرد با خودش ارتباط «درون‌فردی» می‌گویند. ارتباط درون‌فردی اعمال ذهنی خودآگاه از قبیل تفکر، محاسبه، برنامه‌ریزی، تخیل و یادآوری را شامل شده و بیشتر این جریانات در ذهن رخ می‌دهد (Gil & Adams, 2005: 92-105).

«ارتباطات درون‌فردی» مبتنی بر بعد روانی انسان و زمینه‌ساز ارتباطات دیگر است.

رسول اکرم (ص)، در حدیثی مشهور، ارتباطات درون‌فردی را مقدمه خدانشناسی معرفی می‌کند و می‌فرماید: «هرکس خود را بشناسد خدا را می‌شناسد»<sup>۳</sup>.

### ب) ارتباطات فرافردی<sup>۴</sup>

ارتباطات فرافردی ناظر به بعد الهی و شامل رابطه انسان با خدا و ماوراءالطبیعه است. رستگار (2006) ارتباط فرافردی را اتصال و پیوند یک فرد با پدیده‌های ترانس‌فیزیک (خدا، نیروی برتر) بیان کرده است.

استاد شهید مطهری، در بیان نوع رابطه انسان با خدای خود، از اصطلاح «خود عالی» و «خود دانی» استفاده کرده است. ایشان در بیان این مطلب که رابطه انسان با خدا همچون رابطه دو موجود متباین نیست خدا را که غایت انسان است «خود عالی» و انسان را «خود دانی» نامیده است. حال، به هر میزان که انسان در بند خدا باشد، بیشتر به خود واقعی خودش نزدیک و آن را دریافت کرده است؛ چراکه حرکت به‌سوی خدا عبارت است از حرکت از خود به‌سوی خود. بنابراین، اگر

۱. «أَصُولُ الْمُعَامَلَاتِ تَقَعُ عَلَىٰ أَرْبَعَةِ أَوْجِهٍ، مُعَامَلَةُ اللَّهِ وَ مُعَامَلَةُ النَّفْسِ وَ مُعَامَلَةُ الْخَلْقِ وَ مُعَامَلَةُ الدُّنْيَا».

2. Intrapersonal

۳. مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ فَقَدْ عَرَفَ رَبَّهُ (محمدباقر مجلسی، بحارالأنوار، ج ۲، ص ۳۲).

4. Super-personal



«نظریه مجموعه‌ای است از تعریف‌ها و پیشنهادها درباره تعدادی متغیر به هم پیوسته که همه این تعریف‌ها و پیشنهادها بعد منظم و مدونی از وقایع و پدیده‌هایی را که بر اثر هم‌بستگی‌ها و تداخل این متغیرها به وجود می‌آید ارائه می‌دهد» (Naderi & Seif Iraqi, 1992: 41).

نظریه برنامه‌ریزی معطوف به رویکرد، عناصر، مراحل و فرایند برنامه‌ریزی است که عموماً تحت تأثیر فرایندهای اجتماعی - اقتصادی هر دوره و نظام ارزشی حاکم بر جوامع، مفهوم و مصداق پیدا می‌کند. تاکنون دو رویکرد «عقلایی‌گرایی» و «ارتباطی» در زمینه فرایند برنامه‌ریزی توسعه مطرح بوده‌اند. از اواخر قرن بیستم، رویکرد ارتباطی در ادبیات برنامه‌ریزی جهان مورد توجه قرار گرفته است. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که رویکرد عقلایی‌گرایی به دلیل «تخصص محوری» و خصیصه «غیر مشارکتی» با ناکامی‌ها و ضعف‌های زیادی روبه‌رو بوده و اتخاذ رویکرد ارتباطی از ضرورت‌های مهم فرایند برنامه‌ریزی توسعه پایدار محسوب می‌شود (Eftekhari & Behzadnasab, 2004: 4-8).

رویکرد برنامه‌ریزی ارتباطی نقش محوری را به افراد می‌دهد و بر قدرت تصمیم‌گیری اجتماعی و ارتباط دوسویه برنامه‌ریزان و مردم تأکید دارد. در فرایند برنامه‌ریزی توسعه پایدار، «نظریه برنامه‌ریزی ارتباطی» به صورت رویکردی فراگیر مطرح است. اصول و شاخص‌های تحلیل فرایند برنامه‌ریزی ارتباطی عبارت است از ارتباط، گفت‌وگو و مشارکت و آموزش (Eftekhari & Behzadnasab, 2004: 16).

هابرماس با ارائه تئوری ارتباطی<sup>۱</sup> تصریح کرد که اساس برنامه‌ریزی مؤثر و موفق مبتنی بر «شیوه‌های ارتباطی»<sup>۲</sup> است و پیش‌نیاز تحقق ارتباط سازنده آن است که عقلانیت محض به منزله تنها استدلال<sup>۳</sup> به کاررفته در برنامه‌ریزی عقلایی‌گرایی کنار گذاشته شود و دامنه وسیع‌تری از استدلال‌ها شامل استدلال فنی - ابزاری، استدلال اخلاقی<sup>۴</sup> و استدلال احساسی<sup>۵</sup>، که همان تجربه حسی مردم از محیط پیرامون است، استفاده شود.

تحولات نظری فوق‌الذکر، که با انتقاد از اثبات‌گرایی<sup>۶</sup> و گرایش به دموکراسی و حکومت‌های

دموکراتیک همراه بود، به سرعت وارد عرصه برنامه‌ریزی شد و توسط افرادی چون جان فورستری<sup>۷</sup> در فرایند برنامه‌ریزی تحت عنوان «نظریه برنامه‌ریزی ارتباطی» بسط داده شد.

رویکردهای عقلایی‌گرایی در برنامه‌ریزی مبتنی بر دو خصیصه «تخصص محوری» و «غیر مشارکتی» و همراه با نگرش‌های تمرکزگرا در برنامه‌ریزی هستند که از جامعه هدف به منزله منبع آماری خود استفاده می‌کنند و پرسشگری از این اجتماع فقط به منظور جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز کارشناسان شکل می‌پذیرد. لیکن رویکرد ارتباطی در برنامه‌ریزی توسعه روش فعال کردن مردم برای انجام برنامه‌ریزی برای توسعه محیط خود است و نوع رابطه میان برنامه‌ریزان و مردم، در آن، اهمیت بسزایی دارد. در این روش، متخصصان و برنامه‌ریزان نقش تسهیلگری<sup>۸</sup> برای مردم دارند و، ضمن انتقال مهارت‌های لازم در برنامه‌ریزی به مردم، در تدوین برنامه‌های مطلوب و تلفیق آن با ظرافت‌های کارشناسی و اداری موردنیاز به آنان کمک می‌رسانند. بنابراین، رویکرد برنامه‌ریزی ارتباطی، غیردولتی و مشارکت‌جویانه است.

### معنویت

براساس فرهنگ دهخدا (1994)، «معنویت»<sup>۹</sup> در لغت مصدری جَعَلی و از واژه «معنوی» است. معنوی نیز، با افزودن یای نسبت به آن، از واژه معنی که خود مصدر میمی است و مفاد آن مقصود و مراد است مشتق شده است. بنابراین، معنوی یعنی منسوب به معنی و در مقابل لفظی است. این کلمه در معانی دیگری از جمله «حقیقی، راست، اصلی، ذاتی، مطلق، باطنی و روحانی» نیز به کار می‌رود.

موضوع یا محل معنویت انسان است (Naroui, 2005: 24). معنویت یکی از نیازهای درونی برای توسعه و تعالی انسان محسوب می‌شود و برخی صاحب‌نظران آن را متضمن بالاترین سطح زمینه‌های رشد شناختی - اخلاقی و تلاش آدمی برای معنابخشی و پاسخ به چراهای زندگی می‌دانند.

بسیاری از نویسندگان معنویت را شامل عناصر تعالی، ارتباط، معنا و هدف در زندگی و اعتقاد به قدرتی مافوق می‌دانند (Reed, 1991: 5-11).

علی‌رغم این‌که «معنویت» واقعیت موجود در زندگی بشر و عالم هستی است و نوعی پذیرش

1. Communicative Theory
2. Method Communicative
3. Reasoning
4. Moral Reasoning
5. Emotive Reasoning
6. Positivism

7. Jhon Forester

8. Facilitation

9. Spirituality



و توافق بر سر اصل آن وجود دارد، ابعاد آن و روش‌های دستیابی به آن ارائه شود که و پیچیدگی‌های آن باعث شده، براساس در جدول ذیل به صورت خلاصه به مهم‌ترین نگرش‌های متفاوت افراد، تعاریفی متنوع از آن‌ها اشاره می‌شود.

### جدول ۱: خلاصه‌ای از تعاریف معنویت

اندیشمند	تعریف معنویت
لاری و همکاران (2015)	معنویت امری ذاتی است و پیرامون قرب الی‌الله و شناخت خدا تعریف می‌شود، به طوری که تعالی بخش همه ابعاد زندگی است و در ارتباط با غایت هستی خداوند شکل می‌گیرد.
واحدیان عظیمی و رحیمی (2013)	معنویت حالتی روحانی است که دو بعد عمودی و افقی دارد، بعد عمودی ارتباط انسان با معبودش و بعد افقی نیز ارتباطات آدمی با محیط و انسان‌های دیگر را نشان می‌دهد. در هر دو بعد، اتصال آدمی به صورت کاملاً درونی و عرفانی انجام می‌شود، به طوری که تجربه هر فرد با تجربه دیگری متفاوت است.
مرزبند و زکویی (2012)	تعقل ویژه درباره خدا، انسان، خلقت و رابطه آن‌ها.
مطهری (2006a, 2008, 2016)	از نظر قرآن، معنویت پایه تکامل است و تکامل کشف‌کردنی است نه خلق‌کردنی؛ به این معنا که در متن وجود راه رونده، راهی به سوی کمال حقیقی او، که رسیدن به بارگاه قرب حق است، وجود داشته و ایمان و معنویت جزء سرشت انسان است.
ملکیان (2003)	معنویت دارای سه مؤلفه اصلی هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و وظیفه‌شناسی است.
امام خمینی (ره) (1989-2001)	معنویت مجموعه صفات و اعمالی است که شور و جاذبه شدید و قوی و درعین حال منطقی و صحیح را در انسان به وجود آورده تا او را در سیر به سوی خدا پیش ببرد. اعراف به سیر و سلوک معنوی می‌پردازد و در این راه از عقل و استدلال کمک می‌گیرد تا به اثبات معارف الهی بپردازد و به لقای الهی نائل شود.
جکسون و همکاران (2016)	معنویت بعد غیرمادی انسانی است که در ارتباط با خویش، دیگران، طبیعت و خالق هستی معنی پیدا می‌کند و امکان تعامل و کسب تعالی و غایت هستی را برای او امکان‌پذیر می‌کند و باعث سلامت جسمی و روانی خواهد شد.
ویلیکینسون (2007)	معنویت سکولار، به جای رابطه با امر خدا، بر رشد شخصی و آرامش درونی فرد تأکید دارد و جست‌وجوی معنا در خارج از نهادی مذهبی است و رابطه شخص با خود، دیگران، طبیعت و هر چیز دیگری را که فرد متعالی می‌داند در نظر می‌گیرد.
هاینلز (1995)	معنویت تلاش در جهت ایجاد حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران و نیروی برتر (خدا) یا کندوکاو در خصوص آنچه برای انسان شدن موردنیاز است و جست‌وجو برای رسیدن به انسانیت کامل است.

مأخذ: گردآوری محقق، ۱۴۰۰

### تعالی

براساس تعریف فرهنگ عمید (2011)، از نظر لغوی، تعالی<sup>۱</sup> مصدر است و، اگر به کسر «لام» خوانده شود، به معنای بلند شدن، برتر شدن و بلندپایه شدن است و، اگر به فتح «لام» خوانده شود، صیغه ماضی و به معنای بلند و برتر است.

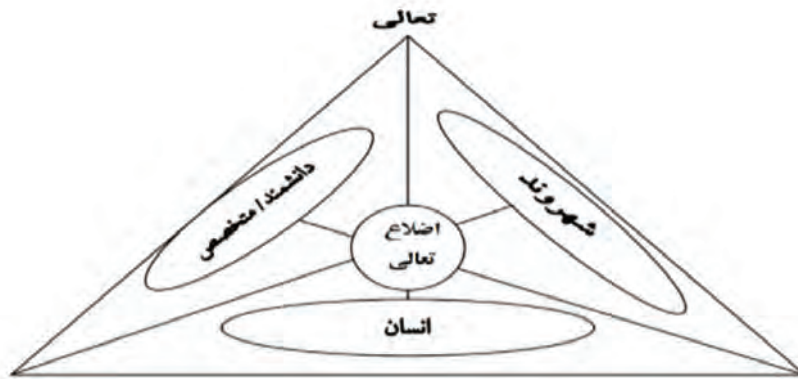
1. Excellence

### موضوع تعالی

تعالی ناظر به حرکت و رشد وجودی انسان است. اساس تعالی را انسان و قابلیت‌های او تشکیل می‌دهد؛ زیرا تعالی مستلزم کسب آگاهانه، و نه غریزی و طبیعی، عادت‌ها و اندیشه‌های خیر و نیکی است که غیر از انسان را شامل نمی‌شود. اگر سازمان‌ها و مصنوعات آن‌ها به لحاظ کیفی ارتقا می‌یابند، باز منشأ آن‌ها انسان



است. ارسطو و افلاطون، در مدینه فاضله و آرمان شهری که برای انسان به تصویر کشیده‌اند، تعالی را دارای سه ضلع انسان متعالی، دانشمند متعالی و شهروند متعالی به شکل ذیل تشریح و تبیین کرده‌اند:



شکل ۱: اضلاع تعالی منابع انسانی (Lucos, 2008)

«نهاد»، «خود» و «فراخود»<sup>۳</sup>. این سه عنصر، در تعامل با یکدیگر، رفتارهای پیچیده انسانی را به وجود می‌آورند. «نهاد» تنها مؤلفه شخصیت است که از بدو تولد انسان حضور دارد و کاملاً ناخودآگاه است و غرایز و رفتارهای ابتدایی را شامل می‌شود. «خود» مؤلفه‌ای از شخصیت است که مسئول برخورد با واقعیت است و قسمت سازمان یافته و منطقی ساختار روانی و میانجی بین نهاد، فراخود و دنیای خارجی است. روان‌شناسان انسان‌گرایی مانند کارل راجرز و ابراهام مازلو «خود» را مجموعه‌ای از توانایی‌های بالقوه و اساسی انسان می‌دانند که باید در سراسر زندگی برای رسیدن به ایدئال‌های ذهنی شکوفا شوند (Schultz, 2005: 399).

«فراخود» نیز جنبه‌ای از شخصیت است که در بردارنده تمام آرمان‌ها و استانداردهای اخلاقی و درونی است که ما از والدین و جامعه کسب می‌کنیم. به عبارت دیگر، نوعی وجدان است که اعمالی را که از نظرش خلاف هستند با احساس گناه مؤاخذه می‌کند.

### تعاریف اندیشمندان از «تعالی خود»

با توجه به کثرت و تنوع دیدگاه دانشمندان در زمینه «تعالی خود»، اهم مفاهیم و ابعاد تعاریف ذکر شده به صورت خلاصه در جدول ذیل آورده شده است:

1. ID
2. Ego
3. Super ego

ضلع نخست به انسان مربوط می‌شود. انسان متعالی دارای ادراک دقیقی از نقش خویش در نظام آفرینش است. او انسانی پاک و عقیف و دارای ایدئال‌ها و آرمان‌های بلند است و زندگی موزون و متوازی دارد.

ضلع دوم به انسان به منزله شهروند مربوط است. شهروند متعالی، در مرحله نخست، انسان متعالی است. شهروند متعالی به منزله یک فرد، علاوه بر انجام وظایف انسان متعالی، به جامعه خود هم توجه داشته و مراقب آن است. فعالانه در امور اجتماعی مشارکت می‌کند، خلاق است و از این‌که وی را چگونه اداره می‌کنند و چگونه حاکمیت بر وی اعمال می‌شود آگاه است و، در صورت نیاز و درخواست، می‌داند که جامعه را چگونه اداره کند.

ضلع سوم تعالی دانشمند یا متخصص متعالی است. شهروند متعالی، بسته به علایق شخصی خویش، می‌تواند دانشمند یا متخصص متعالی باشد. برای مثال، دانشمند متعالی به کمک حواس و آینده‌پردازی‌های خویش در جست‌وجوی دانش در زمینه‌هایی است که آن‌ها را حقیقی تلقی می‌کند و، با تکیه بر مبانی فلسفی، دانش خود را تبیین و آن را به همراه تجربه خویش به نسل‌های بعدی منتقل می‌کند (Lucos, 2008: 653-663).

### عناصر شخصیت

بنا بر نظریه فروید و استراچری (1964)، شخصیت انسان از سه عنصر تشکیل شده است:

## جدول ۳: «تعالی خود» در تعاریف صاحب‌نظران

تعاریف	اندیشمند
«تعالی خود» پدیده‌ای خاص انسان و یک ویژگی ساختاری است که به چیزی غیر از وجود خود انسان اشاره دارد و دارای سه بعد اساسی تأمل، درون‌نگری و معنویت است. معنویت نیز نزدیک‌ترین سازه به تعالی خود است که مذهب و ارتباط با خداوند را شامل می‌شود و تحقق خود جهت‌دهنده تلاش فرد برای متعالی ساختن خود است.	مک‌کارتی و بوک‌وج (2013)
تعالی خود در بردارنده رویدادهای غیرعینی و عرفانی است و عبارت است از تلاش فزاینده انسان برای کشف معناداری در زندگی، کمک به دیگران و دریافت کمک از جانب دیگران و دارای چهار بعد درون‌فردی (شامل پذیرش خود و نیاز به شناخت خود، آگاهی از نقاط ضعف و قوت و احساس رضایت از خود)، بعد بین‌فردی (شامل تماس با دیگران و محیط)، بعد زمانی (شامل یکپارچه‌سازی گذشته و آینده در زمان حال) و بعد فراشخصی مربوط به امور معنوی و ارتباط با خداوند است.	رید (2009, 2003, 1991)
افراد از طریق فرایند تعالی خود هدف‌های خود را به واقعیت تبدیل می‌کنند. متعالی ساختن خود ویژگی اصلی افراد خودشکوفای و افرادی است که تعالی خود بالایی دارند، خصلت نوع‌دوستانه دارند، خود را در قبال دیگران و انسانیت مسئول می‌دانند و در پی صمیمیت و همدلی با خداوند و تلاش برای کمک به دیگران هستند. تعالی خود زمینه را برای اعمال مذهبی و ارتباط خالصانه با خدا و خدمت به دیگران فراهم می‌کند.	کلنکو-ریورا (2006)
فرانکل مفهوم تعالی خود و معنویت را از طریق تلاش برای گسترش دادن ابعاد بین‌فردی، درون‌فردی، فراشخصی و زمانی برای یافتن معنای زندگی به هم مرتبط کرد. از دیدگاه وی، انسان کامل بودن یعنی با کسی یا چیزی فراسوی خود پیوستن. فرانکل معتقد است زندگی هیچ‌گاه بدون معنا نمی‌ماند و افراد به چند طریق می‌توانند به تعالی دست یابند: ۱- نشان دادن خلاقیت در زندگی از طریق ایجاد آثار خلاقانه؛ ۲- تجربه کردن دنیا و جنبه‌هایی از زندگی از طریق قوه ادراکی و درک دیگران و محیط و ۳- ارزش‌های نگرشی سازگارانه و پذیرش رویدادها و اتفاقات ناگوار در زندگی. مهم‌ترین اصل در روان‌شناسی وجودگرایی فرانکل «وقوف انسان به خویشتن» خود است.	فرانکل (1966, 1976)

مأخذ: جمع‌آوری نگارنده، ۱۴۰۰

**مؤلفه‌های مفهوم گردشگری**  
با توجه به تعاریف ارائه‌شده از گردشگری، انواع گوناگون گردشگری را تعریف و طبقه‌بندی کرد طبق شکل زیر عبارت هستند از انگیزه، زمان و مهم‌ترین مؤلفه‌هایی که می‌توان براساس آن‌ها مکان:



شکل ۲: مؤلفه‌های مفهوم گردشگری (یافته‌های نگارنده، ۱۴۰۰)



## گردشگری از دیدگاه قرآن و روایات

خداوند متعال در قرآن کریم، در آیات متعددی، تأکید بر سفر می‌کند و می‌فرماید که انسان‌ها از محیط محدود زندگی خود بیرون آمده و به سیر و سیاحت در جهان پهناور پردازند و، با اندیشه و تدبیر در اعمال و رفتار اقوام دیگر و سرنوشت آن‌ها، اندوخته‌های ارزشی از آگاهی و عبرت فراهم آورند. در این زمینه، به تعدادی از این آیات و روایات اشاره می‌شود:

در آیه ۱۱ سوره انعام و ۳۷ سوره آل عمران آمده است: در زمین گردش کنید و بگردید که سرانجام تکذیب‌کنندگان آیات الهی چه شد.

در آیه ۲۰ سوره عنکبوت، خداوند به پیامبر (ص) می‌فرماید: ای رسول به مردم بگو در زمین بگردید و بگردید خداوند چگونه آفرینش را آغاز کرده است. سپس، حیات فانی را به حیات ابدی پیوند دهد که خدا بر هر چیز توانا است.

در قرآن کریم، برای انسان، در مقایسه با سایر اشیای عالم، جایگاهی ویژه منظور شده است. این تعبیر قرآن مجید که می‌فرماید «ما نشانه‌های خود را در آفاق، یعنی در عالم طبیعت و در نفوس خود مردم، ارائه می‌دهیم» سبب شده است در ادبیات ما اصطلاح آفاق و انفس راه پیدا کند (Motahari, 2006a: 71). در همین زمینه، حضرت علی (ع) می‌فرماید: «هرکس خود را بشناسد به رشد و کمال بالایی نائل می‌شود.»<sup>۱</sup> حضرت ختمی مرتبت، محمد مصطفی (ص)، فرموده‌اند: «من اتمم را به پنج چیز سفارش می‌کنم: به گوش فرا دادن، فرمان‌برداری، جهانگردی، جهاد و وحدت» (Bek Mohammadi et al., 2015: 87) و در

جایی دیگر می‌فرمایند: «سافروا تصحوا و...»<sup>۲</sup> «سفر کنید تا سالم بمانید و...».

با تأمل بر آیات راهگشای قرآن و احادیث معصومین به روشنی در می‌یابیم که گردشگری و سفر، علاوه بر ابعاد مادی، دارای مؤلفه‌های اثربخش معنوی و ارزشمندی است که در جوامع علمی و تخصصی کمتر به آن‌ها پرداخته شده و این مهم ضرورت توجه و تبیین مؤلفه‌های معنوی آن را به‌منظور تعالی انسان دوچندان می‌کند. بدیهی است سفر کردن و سیر در آفاق و انفس می‌تواند زمینه‌ساز توسعه علمی، تجربی و اجتماعی انسان شده و، با تدبیر در آیات الهی، از طریق مؤلفه‌های انسان‌شناسی، خداشناسی، طبیعت‌شناسی و وظیفه‌شناسی می‌توان به رموز جهان و قدرت لایزال خالق هستی پی برد.

### روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر، با هدف و ماهیت اکتشافی و بنیادی، در پی توسعه دانش در خصوص ابعاد و مؤلفه‌های معنوی تعالی‌بخش گردشگری بوده است و، به روش ترکیبی، در دو بخش کیفی و کمی انجام شده است. به‌منظور استخراج الگو نیز، از روش‌های تحلیل مضمون<sup>۳</sup> و ترکیب مضمون<sup>۴</sup> استفاده شده است.

جمع‌آوری داده‌ها در بخش کیفی با استفاده از اسناد کتابخانه‌ای و همچنین مصاحبه عمیق با ده نفر از پندل خبرگان و متخصصان در دسترس گردشگری، فرهنگ، معنویت و روان‌شناسی به‌صورت هدفمند به شرح جدول ذیل که دارای تجربه و تحصیلات آکادمیک بودند انجام شده است.

### جدول ۴: ویژگی‌های پنل مصاحبه‌شوندگان

تعداد	توضیحات	مصاحبه‌شوندگان
۳	مدرس دانشگاه و فعالیت اجرایی در گردشگری	صاحب‌نظر در حوزه گردشگری
۲	مدرس دانشگاه و فعالیت در حوزه فرهنگی	صاحب‌نظر در حوزه فرهنگ
۳	مدرس حوزه و دانشگاه و نویسنده	صاحب‌نظر در حوزه معنویت
۲	مدرس دانشگاه و فعالیت اجرایی در حوزه روان‌شناسی	صاحب‌نظر در حوزه روان‌شناسی

و تفاوت‌های میان عبارات انجام شده است. برای تأیید سازگاری درونی و بیرونی الگوی طراحی شده، یافته‌های حاصله از بخش کیفی به پنج تن از

در بخش اسنادی، شناسایی کدهای اولیه با استفاده از فنون توجه به توصیفات و تشبیهات، استعاره‌ها و طبقه‌بندی‌های درون‌متنی و شباهت‌ها

3. Fundamental research  
4. Thematic Analysis  
5. Thematic Synthesis

۱. مَنْ عَرَفَ نَفْسَهُ جَلَّ أَمْرُهُ (غورالحکم و دررالکلم، جلد ۵، ص ۲۰۸).  
۲. من لایحضره الفقیه، جلد ۲، ص ۲۶۵.





MAXQDA انجام شد و در مرحله دوم، با مراجعه به متخصصان و خبرگان، مضامین مرتبط با موضوع و سؤالات پژوهش استخراج و کدگذاری مجدد انجام شد. تعداد کدهای استخراج‌شده، در مرحله اول، ۳۰۸ واحد و در مرحله دوم نیز ۲۷۳ واحد بود. مجموع کدهای موافق در دو مرحله کدگذاری نیز ۲۷۰ واحد است که، با قرار دادن این مقادیر در فرمول فوق‌الذکر، مقدار ضریب اعتماد ۹۳ درصد به دست آمد. این مقدار قابلیت اعتماد بالایی نتایج بخش کیفی را نشان می‌دهد. در بخش کمی نیز، بر مبنای یافته‌های بخش کیفی، پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته در طیف لیکرت طراحی و به‌منظور رعایت پروتکل‌های بهداشتی، با توجه به پاندمی کرونا، پرسش‌نامه‌ها به صورت الکترونیکی در جوامع علمی و دانشگاهی مرتبط با موضوع پژوهش در بین نمونه‌های در دسترس توزیع شد. پس از توزیع پرسش‌نامه‌ها، در نهایت، ۳۲۶ پرسش‌نامه دریافت شد و ۲۱۴ مورد از آن‌ها که سؤالات به صورت کامل پاسخ داده شده بود برای انجام بخش کمی پژوهش استفاده شد. روایی پرسش‌نامه و محتوای آن توسط متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش تأیید و به‌منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به جدول ذیل، ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه ۰/۸۰۳ محاسبه و تأیید شده است:

خبرگان و متخصصان که قبلاً اظهارنظر کرده بودند همچنین به ده تن از افراد متخصص غیرمشارکت‌کننده در مصاحبه‌های کیفی مراحل قبل ارائه شد و از آن‌ها درخواست شد درباره الگو و مضامین شناسایی شده، مرتبط بودن آن‌ها با اهداف و سؤالات پژوهش و صحت نام‌گذاری آن‌ها براساس دانش و تجربیاتشان اظهارنظر کنند. پس از یادداشت برداری از نکات مهم و مرتبط با موضوع پژوهش در هر مصاحبه، پاسخ‌های مصاحبه‌شوندگان چندین بار مطالعه و بررسی شد. سپس، با استفاده از بازخورد حاصله، تعدیل‌هایی انجام شد و در نهایت سازگاری درونی و بیرونی الگو تأیید شد. همچنین، به‌منظور تقویت اعتبار پژوهش، علاوه بر استفاده از ادبیات و منابع و متخصصان مرتبط با موضوع پژوهش، کدهایی انتخاب و استخراج شدند که با اهداف و سؤالات پژوهش ارتباط نزدیک داشتند و خودروشنگر بودند و نیاز به مداخله و تفسیر نداشتند (استفاده از توصیفگرهای با حداقل مداخله<sup>۱</sup>).

به‌منظور بررسی قابلیت اعتماد بخش کیفی، از روش هولستی<sup>۲</sup>، که یکی از روش‌های پیشنهادی نویندورف (2002) برای تأیید اعتماد بود و در آن کدگذاری باید دو مرحله انجام شود، براساس فرمول ذیل استفاده شده است:

$$PAO = \frac{2M}{(n_1 + n_2)}$$

در مرحله اول، مضامین توسط پژوهشگر از اسناد و منابع مکتوب استخراج و کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار

#### جدول ۵: ضریب آلفای کرونباخ پارامترهای پژوهش

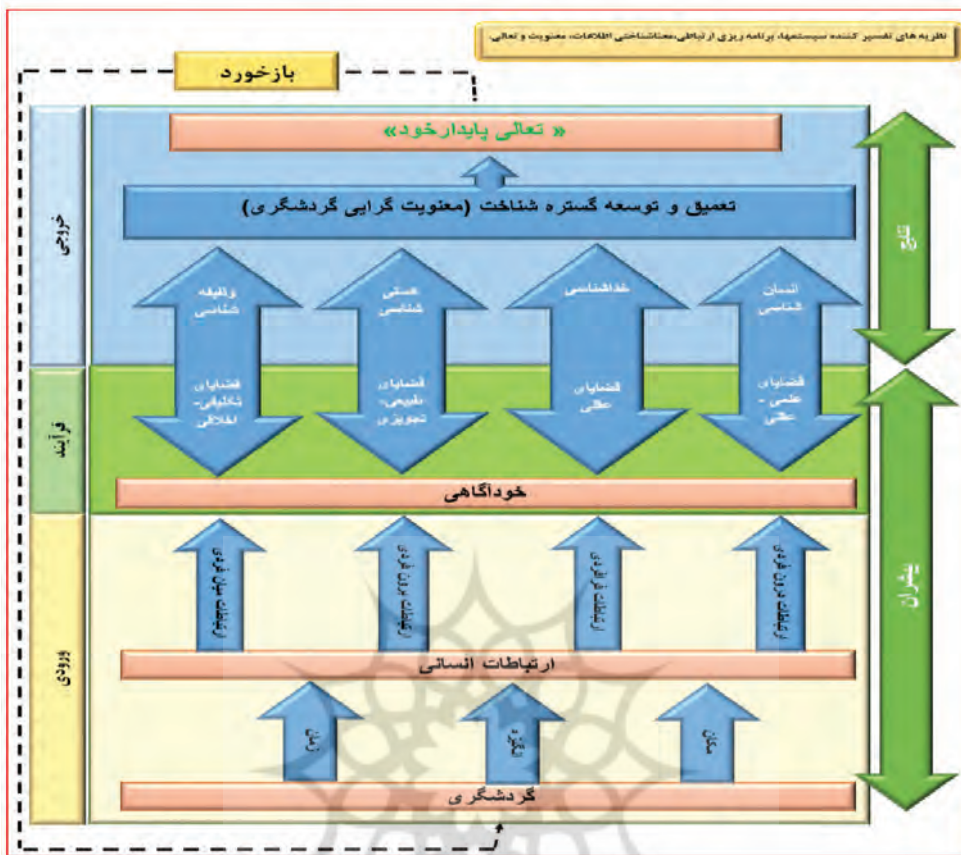
پارامتر	تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ
ابعاد	۴	۰/۷۹۱
فرایند	۶	۰/۸۵۷
مؤلفه	۴	۰/۷۸۶
شاخصه	۱۹	۰/۹۱۱
کل پرسش‌نامه	۳۳	۰/۸۰۳

#### بحث و یافته‌های پژوهش

پس از طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل مضامین، الگوی اثربخش با رویکرد ارتباطی، به‌منظور تعالی‌گردشگران، با توجه به مؤلفه‌های معنوی موجود در گردشگری با عنوان «الگوی گردشگری تعالی‌گرا با رویکرد ارتباطی» به شکل زیر استخراج و تأیید شد:

همچنین، با استفاده از مدل تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و مدل‌سازی معادلات ساختاری<sup>۳</sup> (SEM)، داده‌های این مرحله تجزیه و تحلیل شد. به‌منظور انجام تحلیل‌های آماری نیز از نرم‌افزارهای SPSS<sup>۲۲</sup> و LISREL<sup>۸,۸</sup> استفاده شده است.

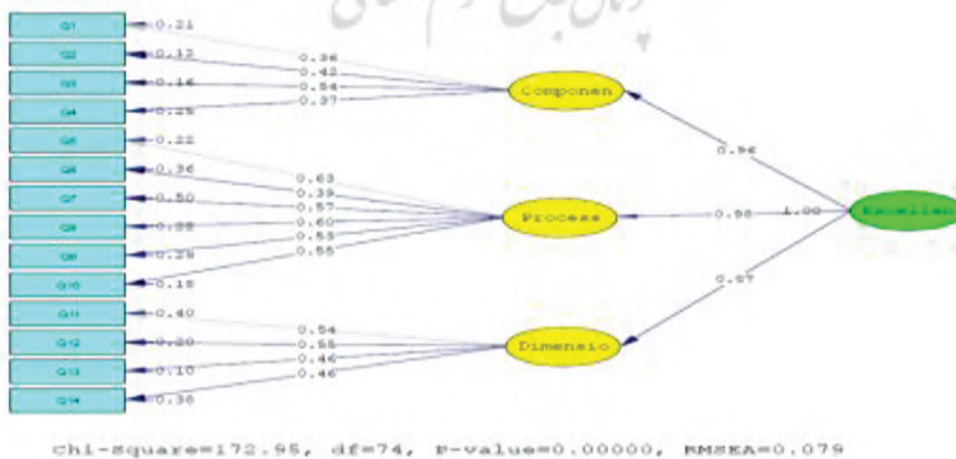
1. Low inference descriptors
2. Holsti
3. Structural Equation Modeling



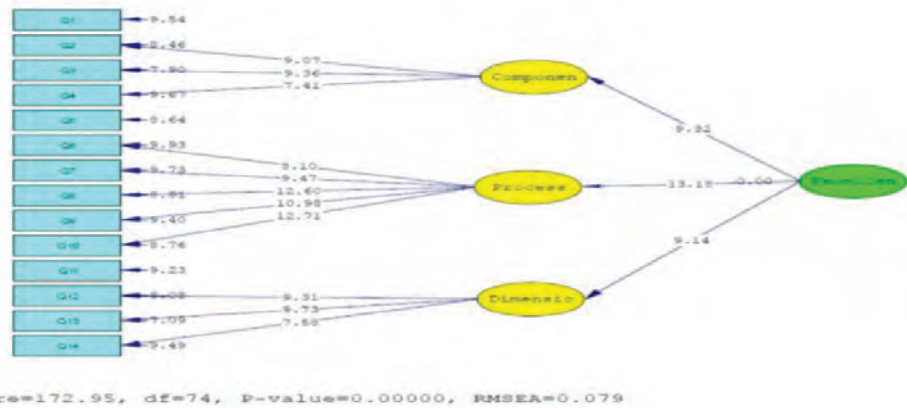
شکل ۳: الگوی گردشگری تعالی گرا با رویکرد ارتباطی

مؤلفه‌های گوناگون پژوهش، مدل‌سازی معادلات ساختاری براساس یافته‌های بخش کیفی و کمی انجام شد که نتایج آن در زیر نشان داده شده است. پس از انجام تحلیل عاملی و اطمینان از مناسب بودن روابط بین ابعاد، فرایندها و

آزمون مدل پژوهش با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)



شکل ۴: تحلیل عاملی تأییدی روابط بین پارامترهای الگوی پژوهش



شکل ۵: مقادیر  $t$  برای بررسی معنی داری پارامترهای الگوی برازش یافته پژوهش

شاخص‌های برازش الگو نیز به شرح جدول ذیل است:

جدول ۷: شاخص‌های برازش الگو

مقدار به دست آمده	حد مطلوب	شاخص برازش
۲/۳۳	کمتر از ۳	Chi-Square/Df
۰/۹۰	۰/۹ و بالاتر	GFI
۰/۹۷	۰/۹ و بالاتر	CFI
۰/۹۷	۰/۹ و بالاتر	IFI
۰/۹۶	۰/۹ و بالاتر	NFI
۰/۰۷	۰/۱ و کمتر	RMSEA

سیستمی تعریف و الگوی گردشگری تعالی گرا ارائه شود. گردشگری تعالی گرا، نه مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، بلکه فرایندی سیستمی و پویا در مسیر زندگی و در بستر زمان، مکان و انگیزه است که دارای چهار بعد درون‌فردی، فرافردی، برون‌فردی و میان‌فردی است.

ارتباطات درون‌فردی و روانی با کسب و تعمیق شناخت از کرامت ذاتی انسان با استفاده از قضایای عقلی - تجربی؛ ارتباطات فرافردی با کسب و تعمیق شناخت روحی از خداوند با استفاده از قضایای عقلی؛ ارتباطات برون‌فردی با کسب و تعمیق شناخت از حقوق طبیعی ناشی از کرامت ذاتی هستی با استفاده از قضایای طبیعی - تجویزی و در نهایت ارتباطات میان‌فردی با کسب، توسعه و تعمیق شناخت از حیات اجتماعی و التزام به پذیرش وظیفه و مسئولیت اجتماعی با استفاده از قضایای تکلیفی - اخلاقی، بستر ساز دستیابی به «تعالی پایدار خود» خواهند بود.

همان‌گونه که در نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری مشاهده می‌شود، بین ابعاد، فرایندها و مؤلفه‌های متناظر با آن‌ها هم‌بستگی معناداری وجود دارد و شاخص‌های برازش اعتبار و قدرت مطلوب الگوی نظری به دست آمده موضوع پژوهش را نشان می‌دهند.

### نتیجه‌گیری

بررسی پیشینه پژوهش بیانگر غلبه نگاه مادی و اهتمام کمتر به تبیین مؤلفه‌های معنوی در گردشگری با رویکرد ارتباطی و سیستمی است. ارتباطات حلقه واسط بین انسان و گردشگری و نقطه آغازین درک معنویت و رسیدن به تعالی است و توجه به آن می‌تواند نقش مؤثری در تبیین جامع تعالی بخشی گردشگری داشته باشد.

در این پژوهش، تلاش شده است، با توجه به ابعاد ارتباطی انسان، مؤلفه‌های معنوی موجود در گردشگری شناسایی و جایگاه آن‌ها در تعالی انسان به صورت





## محدودیت‌ها و پیشنهادهای پژوهش

محدودیت‌های متعددی می‌تواند در انجام مطالعات بنیادی، با توجه به نوآورانه بودن آن‌ها، پژوهشگران را با چالش مواجه کند که در این پژوهش می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱- گستردگی و پیچیدگی فلسفی موضوع با توجه به این‌که پژوهشی بین‌رشته‌ای است.

۲- کمبود منابع علمی و نظری در حوزه گردشگری تعالی‌گرا با توجه به جدید بودن موضوع و فقدان پژوهش قبلی.

۳- محدودیت‌های ناشی از پاندمی بیماری کرونا.

نظر به این‌که توجه به نیازها و علایق گردشگران، به‌منظور تعالی‌بخشی آن‌ها با استفاده از ارتقای کیفی مقاصد گردشگری و بهبود ارائه خدمات، مناسب‌ترین مسیر برای افزایش رضایتمندی و توسعه گردشگری تعالی‌گرا است، پیشنهادهای ذیل برای حصول آن‌ها ارائه می‌شود:

الف) بررسی و تبیین پیامدهای الگوی گردشگری تعالی‌گرا در عملکرد فردی و اجتماعی در جامعه.

ب) دایر کردن کرسی گردشگری تعالی‌گرا در دانشکده‌های گردشگری به‌منظور برنامه‌ریزی، آموزش و پرورش مدیران اجرایی گردشگری تعالی‌گرا.

ج) بررسی روش‌های تنوع‌بخشی به گردشگری با توجه به ابعاد و مؤلفه‌های الگوی استخراجی.

د) بررسی و تبیین موانع توسعه گردشگری تعالی‌گرا در سطح ملی و جهانی.

ه) مطالعه تطبیقی الگوی گردشگری تعالی‌گرا با جهت‌گیری کارآفرینانه.

و) تبیین و توسعه استراتژی‌های بازاریابی گردشگری تعالی‌گرا.

## منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و بهزادنسب، جانعلی (۱۳۸۳). برنامه‌ریزی ارتباطی، رویکردی انتقادی به نظریه برنامه‌ریزی. فصلنامه مدرس علوم انسانی، (۳۲).

ایمانی خوشخو، محمدحسین، شهرابی فراهانی، مهدیه، افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین و شارپلی، ریچارد (۱۳۹۷). ارائه الگوی ادراک معنوی گردشگران فرهنگی کلان‌شهرهای ایران از سفر، مطالعه موردی، رساله دکتری، دانشگاه علم و فرهنگ.

بیک‌محمدی، حسن، بیک‌محمدی، مهسا، بیک‌محمدی، مهنام و محمودزاده، امیر (۱۳۹۴). مسائل و مشکلات حقوقی جهانگردی در ایران. تهران: انتشارات پارس ضیاء، علم‌آفرین.

خمینی، روح‌الله (۱۳۶۸). صحیفه امام، ج ۶. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س).

خمینی، روح‌الله (۱۳۸۰). آداب الصلوة. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س).

دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۳). لغت‌نامه. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

رستگار، عباس علی (۱۳۸۵). ارائه و تبیین مدل انگیزشی مبتنی بر معنویت، مطالعه موردی: رساله دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.

رضائیان، علی (۱۳۹۹). اصول مدیریت. تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).

روحانی‌نژاد، حسین (۱۳۸۹). تعلیم و تربیت در اسلام. قم: زمزم.

رنوفی، محمود (۱۳۸۹). مؤلفه‌های هویت دینی. مجله دین و ارتباطات، (۳۷)، ۹۱-۱۱۲.

شفیعی، عباس و خدمتی، ابوطالب (۱۳۸۵). رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی. قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

شولتز، دوان (۱۳۸۴). نظریه‌های شخصیت، ترجمه یوسف کریمی و همکاران. تهران: ارسباران.

عزیزی، فریدون (۱۳۹۷). دانشنامه سلامت معنوی اسلامی. تهران: دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی.

عمید، حسن (۱۳۹۰). فرهنگ فارسی عمید. تهران: انتشارات امیرکبیر.

فرهنگی، علی اکبر (۱۳۸۰). ارتباطات انسانی. تهران: رسا.

گیل، دیوید و ادمز، بریجت (۱۳۸۴). الفبای ارتباطات، ترجمه رامین کریمیان و دیگران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.



## منابع

- گیلانی، عبدالرزاق (۱۳۸۷). مصباح الشریعة و مفتاح الحقیقة، تصحیح و تنظیم رضا مرندی. تهران: پیام حق.
- Amid, H. (2011). *Amid Persian Dictionary*. Tehran: Amirkabir Publications. [In Persian]
- لاری، ساموور، پورتر، ریچارد و استفانی، لیزا (۱۳۹۴). ارتباطات بین فرهنگ‌ها، ترجمه غلامرضا کیانی و سیداکبر میرحسینی. تهران: انتشارات باز.
- Azizi, F. (2015). *Encyclopedia of Islamic Spiritual Health*. Tehran: Shahid Beheshti University of Medical Sciences. [In Persian]
- مرزبند، رحمت‌الله و زکویی، علی اصغر (۱۳۹۱). شاخص‌های سلامت معنوی از منظر آموزه‌های وحیانی. فصلنامه اخلاق پزشکی، ۶(۲۰)، ۶۹-۹۹.
- Bek Mohammadi, H., Bek Mohammadi, M., Bek Mohammadi, M., & Mahmoudzadeh, A. (2015). *Legal Issues and Problems of Tourism in Iran*. Tehran: Pars Zia Publications, Alam Afarin. [In Persian]
- معمودی، عبدالله (۱۳۹۲). سبک زندگی مطلوب براساس دیدگاه ارتباطی (ارتباط انسان با خود، خداوند، دیگران و طبیعت). فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، ۴(۱۳)، ۱۲۵-۱۴۲. <https://doi.org/10.22054/qccpc.2013.6088>
- Benson, J. (2013). *Environmental Ethics an Introduction with Readings*. Rotlage.
- مصباح، علی (۱۳۸۹). واکاوی مفهومی معنویت و مسئله معنا. فصلنامه اخلاق پزشکی، ۴(۱۴).
- Cheer, J. M., Belhassen, Y., & Kujawa, J. (2017). The search for spirituality in tourism: Toward a conceptual framework for spiritual tourism. *Tourism Management Perspectives*, 24, 252-256.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵ الف). انسان کامل. انتشارات صدرا.
- Dehkhoda, A. A. (1994). *Dictionary*. Tehran: Institute of Publishing and Printing, University of Tehran. [In Persian]
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵ ب). مجموعه آثار، ج ۲۴. تهران: انتشارات صدرا.
- Eftekhari, A. R., & Behzadnasab, J. (2004). Communication Planning, A Critical Approach to Planning Theory. *Quarterly Journal of Teacher of Humanities*, (32). [In Persian]
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۵). مجموعه آثار، ج ۱۵. قم: صدرا.
- Farhangi, A. A. (2001). *Human Communications*. Tehran: Rasa Publications. [In Persian]
- ملکیان، مصطفی (۱۳۸۲). معنویت، گوهر ادیان، سنت و سکولاریسم. تهران: انتشارات صراط.
- Frankel, V. (1966). Self-transcendence as a human phenomenon. *Journal of Humanistic Psychology*, 6, 97-106.
- نادری، عزت‌الله و سیف عراقی، مریم (۱۳۷۱). روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی. انتشارات بدر.
- Frankel, V. (1976). *Psychotherapy and existiaism*. New York: Simon & Schuster.
- نارویی نصرتی، رحیم (۱۳۸۴). معنویت همزاد و همگام انسان، نگاهی دینی روان‌شناختی. فصلنامه معرفت، (۸۷).
- Freud, S., & Strachey, J. E. (1964). *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*.
- واحدیان عظیمی، امیر و رحیمی، ابوالفضل (۱۳۹۲). تبیین مفهوم معنویت: تحلیل محتوای قراردادی. مجله تحقیقات در علوم سلامت، ۱۱(۱)، ۱۱-۲۰.

- Lucos, A. (2008). Defining Excellence in Higher Education. *The Journal of Higer Education*, 46(6), 653-663.
- Malekian, M. (2003). *Spirituality, the essence of religions, tradition and secularism*. Tehran: Sarat Publications. [In Persian]
- Marzband, R., & Zakoei, A. A. (2012). Indicators of spiritual health from the perspective of revelatory teachings. *Quarterly Journal of Medical Ethics*, 6(20), 69-99. [In Persian]
- McCarthy, V., & Bockweg, A. (2013). The Role of transcendence in a holistic view of successful aging. *Journal of Holistic Nursing*, 31(2), 84-93.
- Mesbah, A. (2010). Conceptual analysis of spirituality and the problem of meaning. *Quarterly Journal of Medical Ethics*, 4(14). [In Persian]
- Motahari, M. (2006a). *The Perfect Man*. Tehran: Sadra Publications. [In Persian]
- Motahari, M. (2006b). *Collection of Works, Vol. 24*. Tehran: Sadra Publications. [In Persian]
- Motahari, M. (2008). *Collection of Works, Vol. 26*. Tehran: Sadra Publications. [In Persian]
- Motahari, M. (2016). *Collection of works, Vol. 15*. Qom: Sadra. [In Persian]
- Motamedi, A. (2013). Desirable lifestyle based on communication perspective (human relationship with himself, God, others and nature). *Cultural Quarterly of Counseling and Psychotherapy*, 4(13), 125-142. <https://doi.org/10.22054/qccpc.2013.6088> [In Persian]
- Naderi, E., & Seif Iraqi, M. (1992). *Research methods and how to evaluate it in the humanities*. Tehran: Badr Publications. [In Persian]
- Gil, D., & Adams, B. (2005). *The Alphabet of Communication, Translated by Ramin Karimian et al*. Tehran: Center for Media Studies and Research. [In Persian]
- Gilani, A. (2008). *Mesbah al-Shari a and the key to the truth, edited by Reza Marandi*. Tehran: Payam-e-Haq. [In Persian]
- Hinnells, R. (1995). *A New Dictionary of Religions*. Oxford: Blackwell.
- Imani Khoshkhoo, M. H., Shahrabi Farahani, M., Eftekhari, A. R., & Sharpli, R. (2018). Presenting a model of spiritual perception of cultural tourists of Iranian metropolises from travel, case study, doctoral dissertation, University of Science and Culture. [In Persian]
- Jackson, D., Doyle, C., Capon, H., & Pringle, E. (2016). Spirituality, spiritual need, and spiritual care: Whate the literature says. *Journal of Religion, Spirituality & Aging*, 28(4), 281-295.
- Khomeini, R. (1989). *Sahifa Imam, vol. 6*. Tehran: Institute for Organizing and Publishing the Works of Imam Khomeini (PBUH). [In Persian]
- Khomeini, R. (2001). *Adab al-Salwa*. Tehran, Imam Khomeini Publishing House. [In Persian]
- Koltko-Rivera, M. (2006). Rediscovering the later version of Maslow's hierarchy of needs: Selftranscendence and opportunities for theory, research, and unification. *Review of General Psychology*, 10(4), 302-317.
- Larry, S., Porter, R., & Stephanie, L. (2015). *Communication between Cultures, Translated by Gholamreza Kiani Seyed Akbar Mir Hassani*. Tehran: Baz Publications. [In Persian]





- Compilation of University Humanities Books (Samt). [In Persian]
- Rouhani Nejad, H. (2010). *Education in Islam*. Qom: Zamzam. [In Persian]
- Schultz, D. (2005). *Personality theories, translated by Yusuf Karimi and colleagues*. Tehran: Arsbaran. [In Persian]
- Shafiei, A., & Khedmati, A. T. (2006). *Organizational behavior with an Islamic approach*. Qom: Publishing House and University Research Center. [In Persian]
- Sharpley, R. (2016). Tourism and Spirituality: An Evolving Relationship. *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality (IJTCS)*, 1(1), 8-24. <https://doi.org/10.22133/ijts.2016.43074>
- Sheldon, P. J. (2020). Designing tourism experiences for inner transformation. *Annals of Tourism Research*, 83, 102935. Vahedian Azimi, A., & Rahimi, A. (2013). Explaining the Concept of Spirituality: Contractual Content Analysis. *Journal of Research in Health Sciences*, 2(1), 11-20. [In Persian]
- Wilkinson, T. (2007). *The Lost Art of Being Happy: Spirituality for Sceptics*. Findhorn Press.
- Naroui Nosrati, R. (2005). The twin spirituality of human beings, a religious-psychological view. *Maaref Quarterly*, (87). [In Persian]
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Rastegar, A. A. (2006). Presenting and explaining the motivational model based on spirituality, a case study: PhD thesis, Faculty of Management, University of Tehran. [In Persian]
- Raufi, M. (2010). Components of Religious Identity. *Journal of Religion and Communication*, (37), 91-112. [In Persian]
- Reed, P. G. (1991). Self-transcendence and mental health in oldest-old adults. *Nursing Research*, 40(1), 5-11.
- Reed, P. G. (2003). The theory of self-transcendence. In M. J. Smith & P. R. Liehr (Eds.), *Middle range theory for nursing* (pp. 145-165). New York: Springer.
- Reed, P. G. (2009). Demystifying self-transcendence for mental health nursing practice and research. *Archives of Psychiatric Nursing*, 23(5), 397-400.
- Rezaian, A. (2020). *Principles of Management*. Tehran: Organization for the Study and