

مقاله پژوهشی

ادراک معنوی گردشگر در گستره فرهنگ

مهديه شهرايي فراهاني*

دکتری تخصصی مدیریت گردشگری، مدیراداره تحقیق و توسعه پارک ملی علوم و فناوری‌های نرم و صنایع فرهنگی، ایران.

تاریخ قرارگیری روی سایت: ۱۴۰۰/۰۲/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۱۸

چکیده | ادراک معنوی گردشگر از سفر در مسیر شناخت و جستجوی معنای زندگی، مقوله‌ای فرهنگی است که در ظرف فرهنگ پدیدار می‌شود و در نهایت نتیجه فرهنگی برای گردشگر به همراه خواهد داشت. فرهنگ نه به عنوان منبع، محصول و محل رجوع، بلکه خود ارزش تلقی می‌شود؛ ارزشی که فلسفه گردشگری، حرکت و ماهیت الهی انسانی را معنا بخشیده، دریافت‌های وی از عالم را تفسیر نموده و خلقت هستی را محقق می‌گرداند. در این تحقیق که به شیوه کیفی و مبتنی بر توصیف و تحلیل انجام گرفته است، ادراک معنوی گردشگر به عنوان یکی از مهم‌ترین مقوله‌های دریافت و فهم انسانی، در بستر فرهنگ مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاکی از این مطلب است که فرهنگ، زبان معنویت تلقی می‌شود، با معنویت عجین است و در بطن ادراک معنوی گردشگر از سفر رخ می‌نمایاند. شناخت عمیق‌تر به مفهوم فرهنگ در گردشگری نیازمند مفاهیمی است که این تأمل را محقق نماید. از سوی دیگر، گردشگری حرکت در اعماق فرهنگ است و در درون فرهنگ با درک گردشگر از خویشتن و هستی جریان می‌یابد. ماهیت معنوی و فرهنگی حرکت گردشگر، مبتنی بر مؤلفه‌های پیش فرض گردشگر، حقیقت باطنی، حقیقت ظاهری و کنش گردشگر در ظرف فرهنگی توصیف می‌شود، با فرهنگ پیوند خورده است و در نهایت منجر به ادراک معنوی می‌شود.

واژگان کلیدی | ادراک معنوی، گردشگری، فرهنگ.

اصل واقعی انسان، به عنوان محور اصلی سفر و گردشگری را، یک سیستم تفکر منطقی، هماهنگ و عملی پیرامون معنویات می‌دانند که هدف آن تکامل روح است (الهی، ۱۳۷۷، ۲۵). در حقیقت درک و شناخت هستی به نوبه خود مفهومی معنوی و مرتبط با روح انسانی است که نمی‌توان آن را از زندگی انسان متمایز نمود (Willson, McIntosh & Zahra, 2013). شناخت و جستجوی معنای زندگی، انسان را به سفر واداشت تا در جستجوی کسب معرفت و تجربه برای ارتباط با زمین، طبیعت، خالق هستی و یافتن مفهوم و معنای زندگی از آن

مقدمه | ادراک معنوی تحقق انسان آرمانی است که می‌تواند در مسیر حقیقت‌جویی و شناخت، گام‌های مستمر و همیشگی داشته باشد که نهایی برای آن قابل وصف نیست، لذا انسان در مسیر خاستگاه معرفت افزایشی، نیازمند تقرب بیشتر به دریافت معنوی است تا مسیر قرب الی الله را در جهت تحقق خلیفه الهی خویش طی نماید، و اولین گام می‌تواند در جهت شناخت هر چه بیشتر خویشتن باشد (شهرايي فراهاني، ۱۳۹۷).

*Mahdieh.shahrabi@yahoo.com. ۰۹۱۲۸۱۳۳۶۸۶

یا صنعت درآمدزا در نظر گرفته شود، جوانب معنوی و غیر مادی وجود انسانی و جامعه بشری را محقق می‌نماید. ادراک معنوی گردشگر دریافت، تفسیر و درک گردشگر براساس مبانی معنوی است که با ماهیت انسانی و خدایی وی مرتبط بوده و در مسیر تحقق فلسفه گردشگری، آگاهی، شناخت، حقیقت‌جویی و اتصال با معنا را تبیین می‌کند. ارتباط میان گردشگری، گردشگر و فرهنگ براساس مبانی معنوی، حرکت در اعماق فرهنگ است. از این رو شناخت و درک عمیق‌تر در این حیطه می‌تواند فعالیت‌های مؤثرتری را در توسعه گردشگری و فرهنگ رقم بزند. زیرا شناخت بهتر پیرامون فلسفه هر موضوع، مسیر تحقق اهداف را بیش از پیش میسر می‌نماید. در این نوشتار که با شیوه کیفی انجام گرفته است، از روش توصیف و تحلیل مفاهیم نظری برای بررسی ادراک معنوی گردشگر در گستره فرهنگ، استفاده شده است. مفاهیم ادراک معنوی گردشگر و فرهنگ هریک به صورت جداگانه مورد تحلیل قرار گرفته و خاستگاه ارتباط و گستره معنایی ادراک معنوی گردشگر در حیطه فرهنگ، ارزیابی شده است.

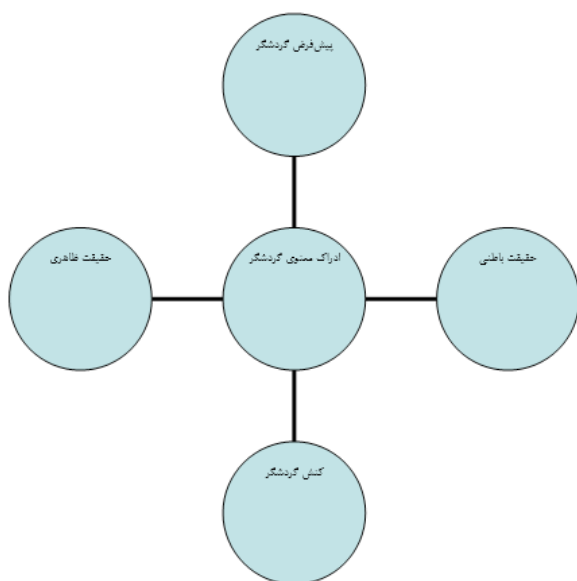
مبانی نظری

• ادراک معنوی گردشگر

مفهوم معنویت در ارتباط انسان با خود، جهان پیرامون و خالق هستی تعریف می‌شود و معنا می‌یابد. مضامین معنوی در فضای سفر با تأکید بر ارتباط انسان با خویشتن، دیگران، محیط پیرامون و خالق هستی تجلی پیدا می‌کند، که در ارتباط طولی با یکدیگر قرا گرفته و در نهایت انسان را به سوی معبود و آفریدگار سوق می‌دهند (شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷). برخی معنویت را مختص وجود خود گردشگر می‌دانند که از دریافت و درک کاملاً شخصی حاصل می‌شود. در نتیجه معنویت را تجربه فردی بیان می‌کنند. از سوی دیگر معنویت از دیدگاه کسب معانی فرهنگی نیز در مطالعات گردشگری بررسی شده است (Garcés, Pocinho & de Jesus, 2018). ایتزان و همکارانش (Ivtzan, Chan, Gardner & Prashar, 2013)، عقیده به ماهیت انسان، هدف زندگی، وجود برتر، و نیاز به دانستن، درک و تجربه هستی و خداوند را از جمله مؤلفه‌های معنوی در گردشگری بیان کرده‌اند. چرا که سفر می‌تواند یک منبع ارزشمند برای دستیابی به این اهداف برای انسان در زندگی باشد. از دیدگاه بسیاری از پژوهشگران حوزه گردشگری، گردشگر در پی کشف معنی خویشتن، زندگی و خدا به سفر روی می‌آورد. از این رو گردشگری منبع بسیار مهمی برای زندگی انسانی به شمار می‌رود؛ زیرا قصد دارد هدف اصلی خویش را از طریق آن دریابد. بدین سبب گردشگری بیشتر از آنکه تفریح صرف باشد، تجربه‌های با ارزشی است که معنویت را برای گردشگر محقق می‌نماید. پژوهشگران بسیاری از جمله

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 (ایمانی خوشخو و شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷). ارزش‌هایی که در فضای سفر به انسان ارائه می‌شوند، همانند اصول راهنمای درک حقیقت و معنا برای زندگی به شمار می‌روند (Schwartz, 1994) که با توجه به سیستم شناختی هر فرد متفاوت خواهد بود (Kim, Borges & Chon, 2006; Ramdas & Mohamed, 2014). گردشگری از همان ابتدا با فرهنگ عجین بوده است. فرهنگ نه تنها به عنوان یک محصول قابل عرضه، بلکه از گستردگی بسیاری در گردشگری برخوردار بوده به طوری که از جنبه‌های اجتماعی، سیاسی، زیست‌محیطی و روانشناسی درخور توجه است. فرهنگ هم به عنوان یک نیاز، نیز به عنوان یک محصول قابل عرضه و هم بستر تمامی فعالیت‌های گردشگری محسوب می‌شود. فرهنگ مهد ایجاد آگاهی، یادگیری، کشف و دریافت برای گردشگر است (Su, Aaron, McDowell & Lu, 2019). سفر مهد شکل‌دهی وجود انسانی است که می‌تواند تمامی طی طریق‌های حیات انسان را شامل شده و آن را به کمال رساند. از رابطه انسان با خویشتن، که مهد شکل‌گیری شناخت و درک از خویشتن است تا افرادی که همراه انسان در سفر هستند، محیطی که در آن قرار می‌گیرد، به سبب ویژگی‌های اتمسفری که در آن حکمرماست و جهان و هستی پیرامون، و در نهایت خالق هستی که انسان در سفر در جستجوی او گام برداشته و همه روابط را در طی مسیر خدایی و خالق می‌پیماید تا بدان گمشده دسترسی پیدا کند (شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷). ادراک معنوی را می‌توان در راستای تحقق حقیقت وجودی انسان و هدف از آفرینش تعبیر نمود که انسان را به معنی حقیقی و معنوی خویش پیوند داده و انسان کامل را محقق می‌نماید. لذا در راستای تکامل انسانی و تعالی رخ می‌دهد و همسو با معرفت انسان در جهان هستی است که منجر به اتصال وی به ماهیت اصلی و باطنی خویش می‌شود. ادراک معنوی تحقق خاستگاه آفرینش انسانی است، که به تعبیر فلاسفه، انسان ماهیتی فراطبیعی داشته و اثر هنری خالق هستی است که خود نیز از این ویژگی تقلید نموده و در جهان اثر هنری خلق می‌نماید (همان).

مطالعات و بررسی‌ها نشان می‌دهد گردشگری و فرهنگ، هر دو از موضوعات پیچیده‌ای به شمار می‌روند که صرفاً در یک گونه و یا رفتار سطحی اجتماعی خلاصه نمی‌شوند. از یک سو گردشگری فراتر از یک صنعت صرفاً اقتصادی است و از سوی دیگر فرهنگ نیز مفهومی عمیق‌تر و قابل تأمل‌تر از یک جذابیت، فراتر از نگاه‌های محدود و رویکرد ابزاری صرف است. گردشگری امری فرامادی است و بیش از آنکه یک سرگرمی و



تصویر ۱. مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر. مأخذ: شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷.

• گردشگری و فرهنگ

تا اواسط قرن بیستم، ارتباط میان فرهنگ و گردشگری به شکل مجزا بوده است. منابع فرهنگی از جمله جاذبه‌های فرهنگی نگریسته می‌شدند که افراد برای بازدید از آن‌ها به مقصد گردشگری سفر می‌کردند. از سوی دیگر گردشگری نیز به عنوان یک فعالیت سرگرمی و تفریحی زندگی افراد در جامعه صنعتی در نظر گرفته شده است. در این دیدگاه فرهنگ به عنوان یک محصول گردشگری نگریسته می‌شود که تأثیر بالایی در توسعه و پیشرفت جوامع داشته است (OECD, 2009). به طور کلی ارتباط میان گردشگری و فرهنگ را از دهه ۱۹۸۰ به بعد به صورت جدول ۱ بیان می‌کنند.

تعاریف زیادی از مفهوم فرهنگ بیان شده است. هگل^۱ فرهنگ را نشانه رشد، کمال و ارتقای جامعه انسانی به سطحی متعالی و دستیابی به آزادی و همچنین هویت‌یابی انسان می‌شمرد. ژان پل سارتر^۲ معتقد است فرهنگ بازتاب من است؛ انسان در آن باز می‌تابد و خود را در آن می‌شناسد. فقط این آیین عقیق چهره‌اش را به او می‌نمایاند (صالحی امیری، ۱۳۸۶). در کلی‌ترین مفهوم، فرهنگ را می‌توان کل پیچیده‌ای از خصیصه‌های متمایز روحانی، مادی، فکری و عاطفی دانست که ویژگی‌های یک جامعه یا گروه اجتماعی به شمار می‌آیند و نه تنها هنر و ادبیات، بلکه شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی انسان‌ها، نظام‌های ارزشی و سنت‌ها و باورها را دربرمی‌گیرند (یونسکو، ۱۹۸۲ به نقل از اجلالی، ۱۳۷۹). فرهنگ مقوله‌ای است که به وجود انسان قوام می‌بخشد و او را در مرحله تکامل یافته‌تری تثبیت می‌کند. از نظر هگل، انسان در صورتی فرهنگی است که پا از دایره ضرورت‌ها و

دان (Dan, 2015)، کاگلان (Coghlan, 2015)، فیلیپ و پیرس (Filep & Pearce, 2014) در نتایج تحقیقات خود به این نکته تأکید می‌کنند که ماهیت کلیدی بررسی احساس مثبت، مثبت‌اندیشی، سلامت روان، خوشبختی و امید در زندگی ماهیتی معنوی دارند و در حقیقت یک مفهوم فلسفی در گردشگری به شمار می‌روند که رویکرد روانشناسی نیز ملزم به شناخت دقیق‌تر مفهوم معنویت است. زیرا تمامی این مؤلفه‌ها به عنوان اهدافی که هر فرد در زندگی آن را جستجو می‌نماید، از طریق شناخت بهتر معنویت محقق می‌شود و در این میان گردشگری می‌تواند به عنوان یک منبع تحقق این اهداف در نظر گرفته شود. ماهیت گردشگر، حالات روحی و روانی گردشگر از جمله احساس شادی، تجربه مثبت، حس خوشبختی و رضایت خاطر از مضامین معنوی در نظر گرفته شده‌اند (Garcês, Pocinho & de Jesus, 2018).

مفروضاتی که گردشگر در ذهن خویش دارد، از مجموع تجربه‌های گردشگر در طول زندگی شکل می‌گیرد و جهان‌بینی و اعتقادات وی را شکل می‌دهد و بر آن‌ها تأثیرگذار است. پیش فرض گردشگر مجموعه باورها، ارزش‌ها، اعتقادات دینی، اصول اخلاقی و فرضیاتی که به مقصد گردشگری دارد را به وجود می‌آورد.

حقیقت باطنی، عنصر کلیدی و جدایی‌ناپذیر معنویت و ماهیت انسانی است که به بخش غیرمادی و روحانی وجود انسان مرتبط است. حقیقت باطنی به عنوان یکی از ارکان و مؤلفه‌های اصلی ادراک معنوی، اشاره به احساس وجد و شعف درونی گردشگر در مواجهه و رویارویی با فرهنگ، احساس اتصال و قرابت با محلی که در آن قرار گرفته و نوعی پیوستگی با پیشینه فرهنگ و تاریخ منطقه و احساس نزدیکی به خالق هستی دارد. حقیقت ظاهری ابعاد جسمانی گردشگر و ظاهر وی را در برمی‌گیرد. گردشگر به جهت ماهیت زمینی که با حضور خویش در طبیعت پیدا می‌کند، در راستای مطابقت و همسوس شدن با حیات بر روی کره خاکی، مستلزم بهره‌مند بودن از ارکان و ابعادی است که در ظرفیت مادی وجودی‌اش، سنخ جسمانی نیز پیدا نموده و زندگی دنیایی را برایش سهولت بخشد. گردشگر در ارتباط با سایر انسان‌ها و هستی آفریده شده است. فضای سفر نیز مهد شکل‌دهی انواع ارتباطات انسانی 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 گردشگر در طول سفر از ارتباطات با سایر افراد کسب می‌کند، اشاره دارد. این ارتباطات در مسیر تعالی انسانی تلقی شده است که ادراک معنوی گردشگر را شکل می‌دهند (شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷) (تصویر ۱).

ارتباط میان گردشگری و فرهنگ	ابعاد
افزایش تمایل به بازدید از جاذبه‌های فرهنگی به عنوان یکی از منابع هویت فرهنگ در جامعه صنعتی؛ رشد سرمایه‌های فرهنگی در جامعه؛ مصرف‌گرایی پست مدرنیسم و تأکید به توسعه فردی؛ افزایش اهمیت فرهنگ غیر ملموس؛ نقش اتمسفر و تصویر ذهنی؛ افزایش دسترسی به سایر فرهنگ‌ها؛	تقاضا
توسعه گردشگری فرهنگی و افزایش اشتغال و درآمدزایی؛ رشد چشمگیر بازار گردشگری فرهنگی در جهان؛ افزایش عرضه محصولات فرهنگی در جهان به عنوان یکی از اقدامات توسعه محلی؛ افزایش میزان دسترسی به منابع فرهنگی؛ ضرورت توجه به هویت فرهنگی در جوامع؛ گرایش به ارائه تصویر ذهنی فرهنگی از مقصد و سایت‌های گردشگری؛ افزایش عرضه محصولات فرهنگی؛ رفع مشکلات مالی در جوامع؛	عرضه

گویی معنویت از آن متأثر است. از دیدگاه دیگر، معنویت اگر رویکردی فرادینی داشته باشد، تعیین‌کننده فرهنگ و شیوه زندگی است. زیرا اصل حیات انسانی و هستی، معنوی است و انسان و فرهنگ با تمامی مؤلفه‌ها و ویژگی‌هایش درون این معنویت، معنا می‌یابد (Gallagher, 2003). اهمیت فرهنگ بدان حدی است که آن را زبان معنویت بیان کرده‌اند به طوری که تجربه‌های معنوی از طریق فرهنگ قابل درک هستند. بدین سبب معنویت دارای سه بعد است تا بتواند در ظرف فرهنگ قابل تبیین باشد: (۱) بعد فردی معنویت، (۲) بعد اجتماعی معنویت و (۳) بعد انعکاسی و بازتابی معنویت (Platovnjak, 2017). فرهنگ رمزی است که می‌آموزیم و در واقع وجه مشترک بین ما و دیگران است. «یادگیری» و در میان گذاشتن ایده‌ها به «ارتباط» نیاز دارد و ارتباط هم به رمزگذاری و نمادهایی نیازمند است که باید آموخته شود و مشترک شود (مهدتی و شهبازی، ۱۳۹۶).

تحلیل یافته‌های تحقیق

• ادراک معنوی گردشگر و فرهنگ

در این تحقیق که با هدف تحلیل و بررسی ادراک معنوی گردشگر در گستره فرهنگ صورت گرفت، مفاهیم و تئوری‌های پیرامون ادراک معنوی گردشگر، فرهنگ و معنویت به شیوه کیفی و توصیف تحلیلی انجام گرفت. ادراک معنوی گردشگر، یکی از مفاهیم جدیدی است که در مطالعات گردشگری بدان پرداخته شده است و زوایای گوناگونی از درک گردشگر از سفر را فراتر از امور حسی و ظاهری تبیین می‌نماید. از آنجایی که فرهنگ، دارای مبانی و ارزش‌های نهفته‌ای است که می‌تواند جایگاه والاتری داشته باشد، ادراک معنوی گردشگر به عنوان یکی از مصادیق والای درک انسانی در حوزه فرهنگ مطالعه

نیازها بیرون بگذارد و به جهان آزادی و کمال دست یابد. این مهم زمانی محقق می‌شود که بتواند بی‌واسطه به شناسایی موضوعات پردازد و به عبارتی، با روح مطلق پیوند بیشتری یابد (رشیدپور، شاه نوری و ایرانپور، ۱۳۹۳، ۸۲-۸۳). با توجه به تنوع و تعدد تعاریف، طبقه‌بندی از حوزه‌های معنایی مشترک انجام گرفته است که می‌تواند چپستی فرهنگ را بهتر بیان کند. از جمله می‌توان مفهوم فرهنگ را در شش دسته تقسیم‌بندی نمود (جدول ۲).

• معنویت و فرهنگ

معنویت یکی از جنبه‌های وجودی انسان جهت جستجو و کسب معنی و غایت و شیوه تجربه و ارتباط در لحظه با خویش، دیگران، طبیعت و ساحت غیر مادی و روحانی است (Puchalski, Vitillo, Hull & Reller, 2014). معنویت به مفهوم سطح شعور، هوش و احساس انسانی است که وی را از سایر موجودات هستی متمایز می‌سازد و امکان ارتباط با ابعاد غیرمادی هستی و وجود خویش را فراهم می‌نماید. در حقیقت معنویت همان جنبه غیر مادی بعد انسانی است که در ارتباط با خویش، دیگران، طبیعت و خالق هستی معنی پیدا کرده و امکان تعامل و کسب تعالی و غایت هستی را برای وی امکان‌پذیر می‌نماید. در نتیجه سلامت جسمی و روانی را برایش به همراه خواهد داشت (Jackson, Colleen, Capon & Pringle, 2016). از سوی دیگر فرهنگ نیز بر پایه معنویت تعریف می‌شود. برخی فرهنگ و معنویت را متضمن و وابسته یکدیگر بیان می‌کنند. معنویت مشروط و وابسته به فرهنگ تعریف می‌شود که از درون مطالعات انسان‌شناسی، جامعه‌شناسی و سایر علوم انسانی در طول زمان شکل می‌گیرد. پس می‌توان چنین پنداشت که معنویت براساس زمان و شرایط فرهنگی جوامع متفاوت بوده است. فرهنگ را در بطن جامعه و شیوه زندگی می‌دانند که

ردیف	مفهوم	شرح
۱	آموخته‌های بشری	مجموع آموخته‌های انباشته‌شده بشری؛ عبارت است از تمامی آن چیزهایی که انسان‌ها در زندگی عادی خود آموخته‌اند و نسل به نسل به یکدیگر انتقال نموده‌اند.
۲	فضیلت‌های انسانی	اشاره به معنای کهن واژه فرهنگ به معنی تزکیه و رشد اخلاقی دارد؛ مجموعه‌ایست از شایستگی‌هایی که تمامی شئون زندگی انسانی را پوشش می‌دهد.
۳	دستاوردهای مادی و معنوی بشر	همه آن چیزی که است که جوامع تاکنون به دست آورده‌اند. گسترده‌ترین تعریف فرهنگ که تمامی دستاوردهای مادی (ساختمان‌ها، صنعت، تکنولوژی و...) و معنوی (آداب و رسوم، آیین‌ها، هنجارها و...) را شامل می‌شود.
۴	باورها و ارزش‌های هنجار یافته	بخش اصلی فرهنگ همان بخش معنوی است که نباید تجلیات مادی را با فرهنگ یکی دانست. در این مفهوم، فرهنگ پذیرش‌های هنجاریافته در جامعه است که به سه بخش کلی باورها، ارزش‌ها و هنجارها تقسیم می‌شود.
۵	نظام مناسبات انسانی	فرهنگ نرم‌افزاری است که روابط انسان‌ها با یکدیگر را تعریف می‌نماید و درستی یا نادرستی این روابط را می‌سنجد. فرهنگ سیستمی است که روابط اجتماعی انسان را در موقعیت‌های مختلف و حالت‌های گوناگون تنظیم می‌کند.
۶	شیوه یا الگوی زندگی	در تعاریف مدرن به ویژه رویکردهای جامعه‌شناسی، فرهنگ به مفهوم شیوه زندگی روزمره تعریف می‌شود.

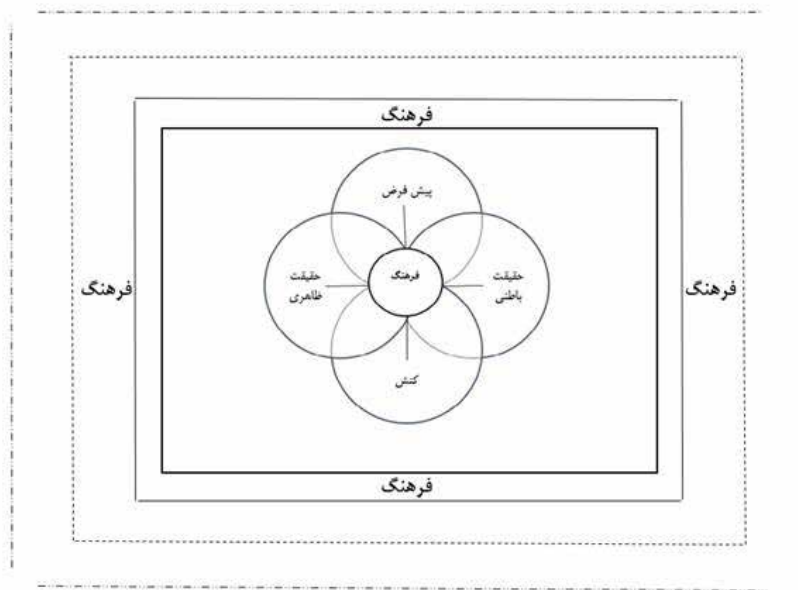
شد. فرهنگ، خود عامل ایجاد سفر است و نقش مهمی در این صنعت ایفا می‌کند، اما از زوایای گوناگون می‌توان به آن نگاه کرد، نه صرفاً گونه گردشگری و طبقه‌بندی انواع گردشگر، بلکه درک و دریافت گردشگر در این بستر رخ می‌دهد. حال این دریافت معنوی به وسیله فرهنگ چگونه هدایت می‌شود؟ ادراک معنوی که خود مفهومی جدید در شناخت گردشگر به شمار می‌رود، در گستره فرهنگ چگونه محقق می‌شود؟ در اینجا می‌توان به چیستی و چرایی فرهنگ در گردشگری اشاره کرد. فرهنگ، فراتر از دیدگاه محصول محور، در این فرایند جستجو، کشف و دریافت معنی انسانی بر روی زمین، می‌تواند هدف واقع شود تا مسیر شناخت و دریافت را تکمیل نماید. چیستی و چرایی حرکت انسان به آغاز نمودن سفر، تا عنوانی به نام گردشگر پیدا کند، از بطن وجودی انسانی وی ناشی می‌شود، و آن همان معنویت است تا وی را به جستجو، کشف، شناختن و دریافتن سوق دهد. این مسیر همان ادراک معنوی است.

اگر با یک نگاه کلی فرهنگ را ظرف اصلی قرار دهیم، گردشگری و معنویت در قالب یکی از مؤلفه‌های آن به نام ادراک معنوی گردشگر، در این بستر قرار می‌گیرد. از یک سو خود گردشگر دارای فرهنگ است از سوی دیگر گردشگر از درون جامعه‌ای حرکت کرده که دارای یک فرهنگ است. پا به مقصد گردشگری می‌گذارد، در این زمان فرهنگ می‌تواند زبان شرح، دریافت و درک معنوی گردشگر از سفر باشد. هنگامی که فرهنگ را در قالب عناصر ملموس و غیر ملموس می‌دانیم، تمامی این عناصر بیانگر معنویت است. فرهنگ به جهت ماهیت وقتی باور و ارزش‌های فردی و اجتماعی را شکل می‌دهد، روش و سیاقی است که ادراک معنوی گردشگر را

بسط داده و قابل تفسیر می‌کند. ادراک معنوی گردشگر از طریق فرهنگ، و به زبان فرهنگ هم ابراز می‌شود و هم در درون خود فرد تعمیق می‌یابد. بروز و ظهور ادراک معنوی گردشگر از سفر، فرهنگ است. ارتباط میان ادراک معنوی گردشگر و فرهنگ در تصویر ۲ نشان داده شده است. باورها و اعتقادات گردشگر، جهان بینی گردشگر و همچنین حقایقی که گردشگر در باطن خویش احساس می‌کند، شناخت درونی از خودش و همچنین خداوند را شکل می‌دهند. از سوی دیگر حقیقت ظاهری که به ویژگی‌ها و نمودهای فیزیکی اشاره دارد، در نمادهای فرهنگی نمود بیرونی پیدا می‌کند. در مجموع این ویژگی‌های ذهنی، درونی و ظاهری، کنش گردشگر و ارتباطات وی با جامعه و سایر افراد شکل می‌گیرد. در این جا می‌توان چنین استنباط نمود که تمامی این مؤلفه‌های ادراک معنوی، خود مؤلفه‌هایی از جنس فرهنگ هستند. به عبارتی دیگر می‌توان در هریک از این ابعاد رد پای فرهنگ را دریافت. حال ادراک معنوی هم از فرهنگ تأثیر می‌پذیرد و هم بر آن تأثیر می‌گذارد. ادراک معنوی گردشگر با محوریت معنویت دارای سه بعد کلیدی معنویت است؛ جنبه فردی، اجتماعی و انعکاسی آن. در هر سه، فرهنگ هم نقش مولد را ایفا می‌کند، هم بستر شکل‌دهی این ادراک است و هم جنبه بروز رفتار، تعاملات اجتماعی و بروز از دریچه آن صورت می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

انسان ماهیتی فرامادی دارد، ماهیتی معنوی، که ریشه در هستی و تمامی موجودات عالم امکان دارد؛ عالمی که همگی اتصال به پروردگار داشته و از عظمتی معنوی نشأت گرفته‌اند. ماهیت معنوی هستی به عبارتهای گوناگون قابل تفسیر است و



تصویر ۲. ادراک معنوی گردشگر و فرهنگ. مأخذ: نگارنده.

انسانی است تا باورها، اعتقادات، ارزش‌ها، جهان‌بینی، ماده و ظواهر، تعاملات و همه آنچه آدمی را در مسیر فلسفه آفرینش خویش قرار می‌دهد، تفسیر نماید. فرهنگ مجموعه‌ای از نمادها، هنجارها، باورها و ارزش‌های یک جامعه است که در شکل فیزیکی و غیر فیزیکی نمود می‌یابد. اصل حیات انسانی و هستی، معنوی است و انسان و فرهنگ با تمامی مؤلفه‌ها و ویژگی‌هایش درون این معنویت، معنا می‌یابد. اهمیت فرهنگ بدان حدی است که آن را زبان معنویت بیان کرده‌اند. گردشگر هنگام سفر در ظرف فرهنگ گام برمی‌دارد، از رفتار جامعه میزبان تا نمادهای فرهنگی، سایت‌های مذهبی، تاریخی و طبیعی که فرهنگ در درون آن‌ها با رفتار افراد جامعه تزیین شده است. حال این ظرف محل رجوع واقع شده و گردشگر در این محل دریافت‌های گوناگونی دارد. شناخت و آگاهی هر چه بهتر می‌تواند این جریان انسانی را در مسیر صحیح تر قرار دهد. در این دیدگاه فرهنگ به نوبه خویش ارزش تلقی می‌شود. ارزشی که می‌تواند هم‌راستا با انسان در این هستی گام برداشته و جوانب معنوی و روحانی وجودی انسانی را محقق نماید.

بررسی ادراک معنوی گردشگر در گستره فرهنگ، مؤید این نکته است که سفر اقدام حرکت و رفتن به اعماق فرهنگ است. سفر می‌تواند فرهنگ را فراتر از نگاه‌های سطحی و ماده‌گرایانه، تبیین نماید. توصیف فرهنگ از رویکردهای گوناگون می‌تواند کارکرد آن را بهتر نموده و در تحقق اهداف معنوی گردشگری نیز مؤثر عمل نماید. ادراک معنوی گردشگر حاوی مؤلفه‌هایی است که در شرایط گوناگون در هر فردی متفاوت خواهد بود. با این حال پیش‌فرض گردشگر، حقیقت

بروز و ظهور گوناگون دارد. بی‌شک می‌توان گفت فرهنگ یکی از این نمودهاست. فرهنگ در معنی لغوی و اصطلاحی، ماهیتی فرامادی دارد، در باور، ذهن و اعتقادات انسانی جای گرفته است و به شکل بیرونی در ظواهر و ماده پدید آمده است. در این میان می‌توان گفت فرهنگ با معنویت ارتباطی تنگاتنگ دارد. چگونه می‌توان این ارتباط درهم‌تنیده را تشریح و توصیف نمود؟ بی‌تردید معنویت که در یک دیدگاه برگرفته از فرهنگ است و در دیدگاه دیگر فرهنگ، زبان بیان معنویت تلقی می‌شود، انسان را به حرکت سوق می‌دهد و سفر را در مسیر زندگی شکل می‌دهد. از این روست که سفر نشأت‌گرفته از ماهیت معنوی هستی و انسانی و فرهنگ به عنوان ریشه این ساختار، در برخی دیدگاه‌ها تقلیل می‌یابد و معنویت و فرهنگ صرفاً نگاه محصول‌محوری به خود می‌گیرند. فرهنگ در سفر، به عنوان یک گونه تلقی می‌شود، و معنویت نیز همین‌طور. حال با نگاهی عمیق‌تر می‌توان دریافت، معنویت و فرهنگ هرکدام مؤلفه‌هایی دارند که می‌توان آن‌ها را در فرایند صنعت گردشگری توصیف نمود، اما نه یک توصیف سطحی، بلکه با تأملی بیشتر به عمق آن می‌توان پی برد.

بی‌شک تفسیر و تأمل در مفاهیم فرهنگ و گردشگری، نیازمند مضامینی است تا بستر این توصیف و تفسیر را بیش از پیش میسر نماید. از این رو شناخت جوانب و زوایای گردشگری و فرهنگ می‌تواند این امر را محقق سازد. فلسفه سفر، کشف و معنایابی است. ادراک معنوی گردشگر دریافت‌های انسانی را در مسیر کشف حقیقت بیش از پیش مشخص می‌کند. ادراک معنوی گردشگر، اتصال با خالق، هستی، جهان و جامعه

ذیل فرهنگ آن‌ها را توصیف نمود. از سوی دیگر شاید بتوان جنس فرهنگی ادراک معنوی گردشگر را به طور جداگانه مشخص و تعریف کرد. البته به نظر می‌رسد این اقدام کمی با ماهیت فرهنگ و ادراک معنوی منافات داشته باشد. چرا که اقدام به تفکیک منجر به جزئی‌نگری در فرهنگ و ادراک معنوی می‌شود، که این امر با ماهیت معنوی این دو مقوله در تناقض است، زیرا مضامین معنوی ماهیتی کلی و فرامادی دارند و قابل تجزیه نیستند.

باطنی، حقیقت ظاهری و کنش گردشگر همگی خود ارتباط تنگاتنگ با فرهنگ دارند، هر یک می‌تواند مؤلفه فرهنگی باشد، ارزش فرهنگی تلقی شوند، می‌تواند پرچمدار فرهنگ باشند و حتی بستری برای توصیف بهتر فرهنگ فراهم نمایند. از این رو رویکردها و نگرش‌های فرهنگی است که می‌تواند کارکرد ادراک معنوی گردشگر را تعمیق بخشد. در یک رویکرد می‌توان تمامی مؤلفه‌های ادراک معنوی گردشگر را فرهنگی دانست، ماهیت فرهنگی برای آن‌ها قائل شد و در

پی‌نوشت‌ها

۲. Jean-Paul Sartre

۱. Hegel

فهرست منابع

- fulfillment research”, in, P. Pearce and, S. Filep (Eds.), *Tourist experience and fulfillment: insights from positive psychology*. New York: Routledge.
- Gallagher, M. P. (2003). *Sopad simbolov: Uvod v vero in kulturo* [Clashing Symbols: An Introduction to Faith and Culture] Slovenia: Ljubljana.
 - Garcês, S., Pocinho, M. & de Jesus, S.N. (2018). REVIEW OF OPTIMISM, CREATIVITY AND SPIRITUALITY IN TOURISM RESEARCH. *Tourism and Hospitality Management*, 24(1), 107-117.
 - Ivtzan, I., Chan, C., Gardner, H. & Prashar, K. (2013). Linking Religion and Spirituality with Psychological Well-being: Examining Self-actualisation, Meaning in Life, and Personal Growth Initiative. *Journal of Religion and Health*, 52(3), 915-29.
 - Jackson, D., Colleen, D., Capon, H. & Pringle, E. (2016). Spirituality, spiritual need, and spiritual care in aged care: What the literature says. *Journal of Religion, Spirituality & Aging*, 28(4), 281-295. 10.1080/15528030.2016.1193097.
 - Kim, H., Borges, M. C. & Chon, J. (2006). Impacts of environmental values on tourism motivation: The case of FICA, Brazil. *Tourism Management*, 27 (5), 957-967.
 - OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development). (2009). *The impact of Culture on Tourism*. Retrieved from: www.oecd.org.
 - Platovnjak, I. (2017). *The Relationship between Spirituality, Religion, and Culture*. *Studia Gdańskie, Issue* (41), 117-125. www.ceeol.com.
 - Puchalski, C. M., Vitillo, R., Hull, S. K. & Reller, N. (2014). Improving the spiritual dimension of whole person care: Reaching national and international consensus. *Journal of Palliative Medicine*, 17(6), 642-656. doi:10.1089/jpm.2014.9427.
 - Ramdas, M. & Mohamed, B. (2014). Visitor Perceptions on the Impacts of Tourism Activities, *Development and Infrastructure on*

- اجلالی، پرویز. (۱۳۷۹). *سیاستگذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران*. تهران: انتشارات آن.
- الهی، بهرام. (۱۳۷۷). *مبانی معنویت فطری*، چاپ دوم. تهران: انتشارات جیحون.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و شهرابی فراهانی، مهدیه. (۱۳۹۷). ارائه چارچوب مفهومی ادراک گردشگران فرهنگی از سفر با تأکید بر معنویت (مطالعه موردی اصفهان)، *باغ نظر*، ۱۵(۶۸)، ۴۹-۵۸.
- رشیدپور، علی؛ شاه‌نوروزی، مهدی و ایرانپور، سارا. (۱۳۹۳). *اقتصاد فرهنگ و جهانی شدن: مفاهیم و نظریه‌ها*. تهران: مرکز ملی مطالعات جهانی شدن.
- شکوری، مجتبی و میرصادقی، سیدمحمدحسین. (۱۳۹۵). معادل‌یابی برای مفهوم فرهنگ در قرآن کریم. *نخستین همایش ملی واژه پژوهی در علوم اسلامی*. یاسوج: دانشگاه یاسوج.
- شهرابی فراهانی، مهدیه. (۱۳۹۷). *ارائه الگوی ادراک معنوی گردشگران فرهنگی کلان شهرهای ایران از سفر*، مطالعه موردی گردشگران خارجی شهر اصفهان. رساله دکتری رشته مدیریت گردشگری، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران.
- صالحی امیری، سیدرضا. (۱۳۸۶). *مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی*. تهران: نشر ققنوس.
- مهتدی، علیرضا و شهبازی، مه‌تیام. (۱۳۹۶). آمیختگی گردشگری در فرهنگ و معماری شهری ایران. *مجموعه مقالات پنجمین کنگره سالانه بین‌المللی عمران، معماری و توسعه شهری*، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- Coghlan, A. (2015). Tourism and health: using positive psychology principles to maximise participants' wellbeing outcomes - a design concept for charity challenge tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 383-400. http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2014.986489
- Dan, C. (2015). *Positive Psychology in Tourism*, in *Proceedings of the 3rd International Conference on Education, Management, Arts, Economics and Social Science*, China: Vhangsha.
- Filep, S. & Pearce, P. (2014). *A blueprint for tourist experience and*

the Environment of Perhentian Islands. Retrieved from: SHS Web of Conferences (12), 10.

- Schwartz, S. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values?. *Journal of Social Issues*, 50(4), 19-45.
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C. & Lu, D. D. (2019). Sustainable Synergies between the Cultural and Tourism Industries: An Efficiency

Evaluation Perspective. *Sustainability* 11, (23), 6607. <https://doi.org/10.3390/su11236607>

- Willson, G. B., McIntosh, A. J. & Zahra, A. L. (2013). Tourism and Spirituality: A Phenomenological Analysis. *Annals of Tourism Research*, 42, 150-168.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the authors with publication rights granted to Tourism of Culture journal. This is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

شهراپی فراهانی، مهدیه. (۱۴۰۰). ادراک معنوی گردشگر در گستره فرهنگ. گردشگری فرهنگ، ۱(۴)، ۵-۱۲.



DOI: 1. 10.22034/toc.2021.247249.1021

URL: http://www.toc-sj.com/article_129437.html