

ترجمه انگلیسی این مقاله نیز تحت عنوان :
Explanation of a spiritual landscape framework for low cost trips - A
Case Study: men and women Hitchhik tourists
در همین شماره مجله به چاپ رسیده است.

تبیین الگوی منظر معنوی از سفر ارزان قیمت بررسی موردی گردشگران هیتچهایک زن و مرد

سارا نوروزی*

کارشناسی ارشد ایرانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۷/۱۲ تاریخ اصلاح: ۹۷/۰۹/۰۸ تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار: ۹۷/۱۲/۲۲

چکیده

سفرهای ارزان قیمت راه حلی برای کاهش هزینه‌های سفر و مدیریت آن است به شکلی که گردشگران علاقمند به تجربیات پرمخاطره بتوانند دو مؤلفه مهم تجربه سفر خاص و سفرکردن با هزینه‌های پایین را به دست آورند. مقوله هیتچهایک یا سواری مجانی دارای سابقه دیرینه بین‌المللی است، اما در ایران اصل جدیدی به حساب می‌آید. شاید محدودیت‌ها و سختی‌های این‌گونه از سفرها در ایران دلیلی بر بعد نظری این موضوع به حساب آید. آنچه مسلم است گونه‌های خاص گردشگری با تفسیرها و حالات معنوی متفاوتی همراه است و این پژوهش به دنبال این است که مؤلفه‌های معنوی قابل تجربه در گونه گردشگری هیتچهایک را به شکلی نظری الگوسازی کند. لذا این پژوهش از نوعی کیفی است که با استفاده از روش گراند تئوری و استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با زنان و مردانی که تجربه این سفر را داشته‌اند صورت گرفته است. ۲۸ مصاحبه موفق برای رسیدن به اشباع نظری صورت گرفت و پس از کدگذاری‌های باز محوری و گزینشی، یافته‌های پژوهش به شکل الگوی پارادایمی استخراج شد. تمایل به آشنایی با فرهنگ‌ها، ریسک‌کردن و ساده‌سفرکردن به عنوان عوامل علی و مزاحمت‌های همسفرها، مقاومت اجتماعی و سختی در جامعه میزبان به عنوان عامل مداخله‌گر و تعاملات بین فرهنگی و غیرقابل پیش‌بینی بودن اتفاقات به عنوان عوامل زمینه‌ای شناخته شدند. در لحظه زندگی کردن، صلح و دوستی و اعتماد به غریبه‌ها راهبردهایی هستند که پدیده محوری تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره را به پیامدهای خدانشناسی، حسنات اخلاقی، افزایش تعداد دوستان و تغییر بینش منتهی می‌سازد. نتایج نشان می‌دهد که گونه گردشگری ارزان و پرمخاطره، دارای مؤلفه‌های معنوی متمایزی است که شناسایی و مدیریت آنها می‌تواند تجربه معنوی را به ارمغان آورد.

واژگان کلیدی

گردشگری، کوچسرفینگ، هیتچهایک، گردشگری ارزان قیمت، گراند تئوری.

مقدمه

معنای نوعی خاص از حمل‌ونقل است که پایه آن «درخواست از رانندگان خودروهای شخصی (از هر نوعی) برای سواری رایگان در جهت موافق حرکتشان با هدف معاف‌شدن از هزینه حمل‌ونقل و هم‌صحبت‌شدن با افراد از اقشار مختلف و تبادل تجربه و اطلاعات بیان می‌شود». در بسیاری از کشورها علامت آن به صورتی است که انگشت شست رو به بالاست و یا کاغذی که مقصد بر آن نوشته شده را در دست می‌گیرند. در بسیاری از کشورها مثل هلند، هیچ‌هایک پذیرفته شده است به نحوی که ایستگاه‌ها و تابلوهایی هم برای معرفی و تسهیل کار هیچ‌هایکرها در نظر گرفته‌اند. در لهستان نیز در دهه ۵۰ میلادی گردشگران می‌توانسته‌اند کوپن‌هایی را از آژانس‌های مسافرتی دریافت کنند و به راننده‌ها تحویل دهند. راننده در ازای آن کوپن‌ها از دولت جایزه دریافت می‌کرده است. البته کشورهایی هم وجود دارند که نسبت به این نوع حمل‌ونقل قوانین سختگیرانه‌ای دارند به عنوان مثال در کانادا تقریباً در بسیاری از آزادراه‌ها هیچ‌هایک ممنوع است که این نکته با نصب تابلوهایی به گردشگران گوشزد می‌شود. اما اقامت در خانه‌های بومی و استفاده از امکانات بوم‌گردی نوع دیگری از گردشگری ارزان است که در ایران نیز مرسوم است. نمونه مرسوم آن به Airbnb است که در آن مالکین مسکن، فضاهای اقامتی خود را برای روزهای مشخص به صورت اینترنتی در اختیار قرار می‌دهند. آنچه در این‌گونه از گردشگری برجسته است، شکل‌گیری تعاملات اجتماعی و توسعه سرمایه اجتماعی خارج خانوادگی است که موجبات بالابردن امنیت عمومی و کاهش هزینه‌های اجتماعی را فراهم خواهد ساخت (French, Luo & Bose, 2016). ولی این گونه خاص از گردشگری که دارای ریسک‌ها و مخاطرات بسیاری است می‌تواند موجبات خطر و مشکلات زیادی نیز باشد. به طور مثال تعامل با راننده ناآشنا که مسیر هدایت سفر را بر عهده دارد و فردی ناشناس است یا اقامت در محلی که خوراک آنها با استانداردهای زندگی روزانه گردشگر تفاوت زیادی دارد و مثال‌های دیگر (Conway, 2013). به هر حال آنچه مسلم است، گروه‌های اجتماعی متفاوت با توجه به تجربیات، تمایلات و خصوصیات اجتماعی-اقتصادی‌شان، به سمت گونه‌های خاصی از گردشگری گرایش نشان می‌دهند و طبق این گرایش‌ها از خود رفتارهای متفاوتی بروز می‌دهند.

تاریخچه کوچسرفینگ

معنای لغوی کوچسرفینگ، کاناپه‌گردی است. کوچسرفینگ در سال ۲۰۰۴ به عنوان یک پروژه داوطلبانه توسط بنیانگذاران (کیسی فنتون، دانیل هافر و باسینی) آغاز به کار کرد. او با ارسال ایمیل به گروهی از دانشجویان با عنوان

تجربیات بشر در دنیای مدرن نشان داد که برنامه‌ریزی‌های روزانه و دوره‌ای بیش از اینکه به مؤلفه‌های مفهومی و روحانی تکیه داشته باشد به مفاهیم و مضامین اقتصادی و کمی وابسته است. توسعه‌ای که در بلندمدت ناپایدار خواهد بود و زندگی روزانه بشر را از آن متأثر کرده است. تفریح کودکان تا بزرگسال‌ها از تعاملات انسانی و تجربیات ناب فردی-اجتماعی به فعالیت‌های رایانه‌ای و مجازی نقل مکان کرده که ماهیت و ذات روحانی انسان را در قفسی از تعاریف و فرضیه‌های مادی زندانی کرده است. گردشگری به عنوان یک اقدام با اهمیت انسانی که موجبات تعاملات اجتماعی و فرهنگی بین‌الملل و جوامع را برقرار می‌کند به عنوان راه‌گریز یا راه‌فراری برای برون‌رفت از این بحران مورد توجه قرار دارد و مطالعات نشان داده که بیشترین تأثیرات و آثار را بر کیفیت زندگی گردشگران در افق زمانی بلندمدت داشته است (Muzaffer Uysal, 2012). اما آنچه مدنظر و مورد تأکید است، عدم شفافیت مفهوم تجربه گردشگری و ابعاد کیفی آن است. از آن جهت که هرگونه از گردشگری برای خود پیامدها و نتایج متمایزی به همراه دارد و در کنار آن هر فرد به اندازه ظرف خود از این چشمه آب سیراب می‌شود. آنچه مسلم است پیامدهای گردشگری است که با هدف ورزشی می‌تواند رسیدن به شادابی و سلامتی را ایجاد کند و گردشگری سواحل و دریا منجر به استراحت و آرامش جسمی و روحی شود. در حالی که این مؤلفه‌ها به عنوان نتایج قابل تفسیر کیفی یا کیفیت زندگی گردشگری قابل بررسی و برجسته‌سازی است اما مرز باریکی بین این مفهوم با معنویت در سفر وجود دارد (شفیعا، ۱۳۹۵ ب). معنویت به معنای همان حس خوب و حال متمایزی است که در سفر به گردشگر دست می‌دهد که الزاماً با درک یک فرد مذهبی از زیارت و یا یک رابطه نزدیک با معبود یکسان نیست. هرچند تمامی این موارد را می‌توان معنویت و درک معنوی از سفر دانست اما حیطة معنویت در گردشگری بسیار بزرگتر و عمیق‌تر از گردشگری مذهبی است.

مبانی نظری

• سفرهای ارزان قیمت

سفرهای ارزان یعنی سفرهایی که در آن هزینه‌های اساسی سفر به واسطه استفاده از امکانات اشتراکی به حداقل برسد و فرد گردشگر با استفاده از توانایی‌های اجتماعی و ارتباطی خود بتواند از فرصت گردشگری اشتراکی استفاده کند. سفرهای ارزان را می‌توان در بخش‌های مختلف سفر تعمیم داد، مثل استفاده از حمل و نقل ارزان یا محل اقامت رایگان. هیچ‌هایک به

پرمخاطره قرار داده شد. بنیادین بودن این مطالعه به دلیل اضافه کردن قضایایی است که تا به حال کمتر پژوهشگری در مورد آن مطالعه و تحقیق کرده و این اقدام در راستای توسعه مرزهای دانش گردشگری است. این مطالعه بنیادین از روش کیفی و از نوع توصیفی-پیمایشی است که با استفاده از روش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و با هدف ارایه الگویی برای فهم ادراک معنوی گردشگران سفرهای پرمخاطره طراحی شده است. بنیادین بودن این مطالعه به دلیل اضافه کردن قضایایی است که تا به حال هیچ پژوهشگری در مورد آن مطالعه و تحقیق نکرده و این اقدام در راستای توسعه مرزهای دانش گردشگری است (حافظنیا، ۱۳۸۹). روش گراند تئوری به عنوان روشی برای اکتشاف و استخراج نظریه از دورن زمینه و مصاحبه‌ها مورد استفاده قرار گرفت که با توجه به نظر دو محقق به نام‌های «استراس» و «کوربین» طراحی شده است. در این روش با این فرض که فضای تحقیق تا به حال توسط هیچ مطالعه‌ای شناسایی نشده است و عملاً تحقیق در زمینه‌ای بدون پیشینه صورت می‌گیرد مرسوم است (دانائی‌فرد، ۱۳۸۹). روش نمونه‌گیری به شکل گلوله برفی طراحی شد، به بیانی نمونه‌های اولیه‌ای که با توجه به ویژگی‌های تحقیق انتخاب شده بودند پس از مصاحبه به معرفی افراد دیگری که دارای ویژگی‌های مشابه هستند مبادرت کردند و این موضوع تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا کرد (ابوالمعالی‌حسینی، ۱۳۹۰). منظور از اشباع نظری عدم دریافت مفاهیم جدید و عدم تغییر در یافته‌های تحقیق است. به بیانی محقق که نقش کلیدی را در تفسیر و تحلیل یافته‌های پژوهش دارد و با گزارش‌نویسی‌ها مرحله به مرحله و کدگذاری پس از هر مصاحبه، بررسی می‌کند که پس از هر مصاحبه چه بخش‌های مبهم یا مفاهیم جدیدی به کار اضافه شده است. در صورتی که دیگر ابهامی یافت نشود یا مفاهیم جدیدی به تحقیق اضافه نشود، محقق به اشباع نظری رسیده و نیازی به نمونه‌گیری جدید نیست (فلیک، ۱۳۸۸). افراد انتخاب شده بایستی دارای این ویژگی‌ها باشند:

- ۱- تجربه یکبار سفر پرمخاطره هیئتچهایک یا کوچسرفینگ را داشته باشند ۲- تمایل به ادامه این‌گونه سفرها داشته باشند یا به بیانی به این سفرها حس مثبتی داشته باشند
- ۳- از سفر خودشان مفاهیمی غیر مادی و معنوی روایت کنند. بنابراین انتخاب ۵ نفر اول به عنوان کسانی که این خصوصیات را دارا بوده‌اند با سختی و دقت زیاد انجام شد، اما نمونه‌های بعدی پس از معرفی و انجام مصاحبه مشخص شد که نمونه مناسبی هستند یا خیر. تعداد مصاحبه‌های انجام شده ۴۳ مصاحبه بود که صرفاً ۲۸ مصاحبه به عنوان مصاحبه‌های مطلوب و دارای ویژگی مورد استفاده و تحلیل

«بدون هزینه» می‌توان محل اقامتی را یافت این موضوع را مطرح کرد. در حال حاضر این سایت بیش از ۱۲ میلیون نفر عضو دارد و ۲۰۰ هزار شهر جهان از جمله پایتخت ایران را مورد پوشش قرار می‌دهد. عضویت در این سایت رایگان بوده و برای تمامی کشورها امکان‌پذیر است. بیشتر کسانی که از این سبک استفاده می‌کنند دلیل استفاده خود را اینطور بیان می‌کنند: «دریافتیم که ناگزیریم به ایجاد تغییرات اساسی در زندگی‌ام، چرا که تغییر همیشگی شهامت و جسارت می‌طلبد و پاداش این شهامت قطعاً رسیدن به مفهوم زندگی است. بنابراین تصمیم گرفتم تجربیات جدیدی به روزهایم ببخشم و سفر، درمان روح ماجراجوی من بود».

معنویت و گردشگری

گردشگری با تمامی ظواهر فیزیکی و عینی خود دارای ابعاد و جوانب ذهنی و درونی است. گردشگر اگر قرار باشد که صرفاً منافع مادی را مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد، در منزل و محل سکونت خود دارای فرصت‌های به مراتب بهتر است. لذا در سفر، ابعادی قرار دارد که غیر از مادیات و تجربیات ظاهری است (شفیعا و صباغ‌پور، ۱۳۹۵ الف). اما آنچه به عنوان معنویت از درون گردشگری قابل برداشت است چیزی غیر از مذهب و زیارت است. معنویت و گردشگری را می‌توان به تمامی تجربیات غیر مادی، عینی-ذهنی و ذهنی ربط داد که به واسطه ژرفاندیشی و تعامل بین فرهنگی یا نزدیکی به عناصر طبیعی در فرد یا گروهی حین سفر ایجاد می‌شود. یعنی تجربیاتی که در عین انتقال مفاهیم به فرد باعث تغییرات در بینش و نگرش فرد می‌شود و شانس تبدیل شدن آنها به رفتار را خواهد داد. لذا برخی معنویت را حسی خوب یا تعامل رفتاری مناسب با جامعه، تجربیات ناب و دسته اول، به فکر فرورفتن، تعمق در اتفاقات یا خداشناسی دانسته‌اند (مقیمی و همکاران، ۱۳۲۲).

اما اینکه سفرهای گردشگری تا چه حد دارای سطحی از معنویت است ابهامات زیادی وجود دارد و این ابهام زمینه بررسی‌های تکمیلی و پژوهش‌های جدید را می‌طلبد. مؤلفه‌هایی مثل فدارکاری، خطر و سختی، تغییر، غنی‌سازی، جامعه‌داربودن از جمله مؤلفه‌ها و ممیزه‌هایی است که اهمیت معنوی یک سفر را قابل بررسی می‌کند.

روش‌شناسی

این مطالعه بنیادین با استفاده از روش کیفی و از نوع توصیفی-پیمایشی است. برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. هدف پژوهش، ارایه الگویی برای درک تجربه معنوی گردشگران سفرهای

کرد. به طور مثال «هاشم‌نیا» می‌گوید: «برای من هدف از سفر این است که بینم مردم در شهرها و کشورهای دیگر چطور زندگی می‌کنند و آیین آنها چگونه است» یا از نظر «مرادی» «انگار هرچه سفر ساده‌تر و بی‌برنامه‌تری داشته باشی ... بیشتر با فرهنگ‌های دیگه آشنا میشی... من برای شناخت فرهنگ عامه مردم این نوع سفر رو انتخاب کردم». یا طبق نظر «گنجیف»: «دلیل استفاده من از هیچ‌پایک و کوچسرفینگ این است که به فرهنگ و مذهب جامعه میزبان نزدیک‌تر باشم». به بیانی انتخاب روشی از گردشگری که تماس بسیار نزدیک با جامعه میزبان را فراهم سازد عامل تمایل یا گرایش به این گونه از گردشگری است. «محسنی» معتقد است که «تماس با فرهنگ‌های مختلف تنها با خریدن بلیط و رفتن داخل هتل ممکن نمیشه... این سبک مسافرت ارزون در حالی که ارزون شناخته میشه ... بهانه خوبی برای آشنایی با فرهنگ‌ها و مردمان مختلفه ... تماس با راننده ... بومی‌ها و ... زمانی فراهم میشه که اول از همه تو ساده باشی، ساده بینی و ساده دیده بشی».

• ریسک‌کردن

هر گروه یا طبقه اجتماعی در این سبک پرمخاطره از گردشگری را نمی‌توان شریک و درگیر دانست. همانطور که در این پژوهش هم مشخص شد، افراد جوان با تحصیلات دانشگاهی و دارای دوستانی که علاقمند به مخاطره هستند، بیشترین مخاطبان را شامل می‌شدند. «محمدیان» می‌گوید: «خاطر هست که اولین بار که فکر سفر اینجوری به کله‌ام خورد، یه چیزی تو وجودم گفت که ریسک کن... نمی‌میری. چیزی که تو رو نکشه حتماً قوی‌ترت می‌کنه» یا محسنی معتقد بود که «ریسک‌کردن یعنی کانال عوض کردن از یه مرحله روتین به یه جای جدید و شیرین. ریسک‌کردن تا زنده بمونم و این یعنی گردشگری پرمخاطره... و این حال خوش رو از راهی به غیر از ریسک‌کردن پیدا نکردم».

• ساده سفر کردن

گاهی تجملات و برنامه‌های پر از نظم و ترتیبی که برای زندگی روزانه تعریف شده به عنوان مانع و مشکل، زمینه تجربه کردن‌های ساده و دلنشین را از زندگی‌های مدرن گرفته است. ساده سفر کردن به اندازه‌ای مهم شده است که می‌توان از آن به عنوان نیاز و یک راه نجات یاد کرد که برخی از آن برای تجربه تغییرات معنوی استفاده کرده‌اند. به طور مثال یکی از مصاحبه‌شونده‌ها معتقد است که «اصلاً خود سادگی و بی‌دغدغه مسافرت کردن به آدم حس سبکی میده... برنامه داریم که سفر کنیم که یه مقدار آروم بشیم اما قبل و بعدش ده برابرش باید برنامه‌ریزی کنیم... من اصلاً این سفرها رو انتخاب کردم برای اینکه سادگی رو بفهمم و سادگی دقیقاً

قرار گرفت. زمان مصاحبه‌ها از ۱۰ دقیقه تا ۷۰ دقیقه ادامه داشته است که مشارکت‌کنندگان در این پژوهش بدون هیچ تنظیم قبلی گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال تشکیل دادند که در رشته‌های مدیریت گردشگری، باستان‌شناسی، فلسفه، کامپیوتر، عمران، پزشکی و بیهوشی تحصیل کرده یا ادامه تحصیل می‌دادند. این موضوع نشان داد که این‌گونه خاص از گردشگری بیشتر مورد توجه گروه‌های سنی جوان‌تر قرار دارد. فایل‌های صوتی مصاحبه‌ها توسط پژوهشگران پس از انجام تحقیق مورد بررسی و کدگذاری قرار گرفت. منظور از کدگذاری، ساده‌سازی جملات و متون ادبی است که در حین تحقیق برای استفاده از آنها محقق ناچار به کاهش حجم آنها است. لذا در این مطالعه هر بخش از متون (چه پاراگراف و چه خط) که دارای مفهومی با اهمیت و با ارزش بود به صورت دستی کدگذاری شد (کریپندورف و نایبی، ۱۳۸۴). سه سطح کدگذاری مورد استفاده قرار گرفت که شامل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و گزینشی بود که در کدگذاری باز صرفاً بخش‌بندی و خلاصه‌سازی مقوله‌ها صورت گرفت و در بخش محوری ارتباطات بین مقوله‌های ادغام شده با مراجعه به مصاحبه‌ها کشف شد و نهایتاً در گزینشی، مقوله مرکزی که بیشترین ارتباط را با سایر بخش‌ها به نمایش گذاشت به عنوان پدیده برجسته شد و سایر مقوله‌ها با آن در تعامل و ارتباط قرار گرفت (کوربین و استراوس، ۱۳۹۱). یافته‌های به دست آمده به صورت عوامل علی، پدیده، مداخله‌گر، راهبردی، زمینه‌ای و پیامدی مورد شناسایی قرار گرفت و با توجه به الگوی پارادایمی گراند تئوری به صورت شکلی جمع‌بندی شد که در کنار آن قضایای به دست آمده از تحقیق مورد روایت قرار گرفت (خاکی، ۱۳۹۲).

یافته‌ها

• شرایط علی

اینکه سفری ارزان و پر از ریسک باشد به خودی خود دلیلی برای شکل‌گیری سفر نمی‌شود. انگیزه‌های اولیه و ثانویه‌ای که در نقطه مشترک با ارزان قیمتی و ریسک‌پذیری تقاطع می‌یابند شکلی از عوامل علی را بازی می‌کنند. منظور از عوامل علی، کلیه عواملی است که برای شکل‌گیری پدیده تحقیق یا تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره مشاهده می‌شود.

• تمایل به آشنایی با فرهنگ‌ها

برجسته‌ترین عناصر پرتکرار قابل شناسایی به عنوان عامل محرک یا علی شکل‌گیری پدیده تحقیق، عوامل فرهنگی است. کنجکاوی‌های فردی نسبت به فرهنگ‌های دیگر و بستر خوبی که این‌گونه سفرها برای گردشگران فراهم می‌سازد را می‌توان تمایل به آشنایی با فرهنگ‌ها خلاصه

از همون انتخاب اول و سبک سفر شروع میشه» یا «شفیعی» معتقد است که «شاید بیشتر از ۲۰ درصد کارهایی که انجام میدیم برای یه سفر ۸۰ درصد لذت و تجربه سفر رو ایجاد کنه... سفر ساده و بی‌آلایش خودش یه جور روحانیت داره .. حالا بی‌دغدغه یه ماشین انتخاب کن و یه جایی توی راه بخواب و آخرش هم سر سفره یک بومی خرما بخور... چه اتفاقی رخ میده مگه؟». سادگی و رسیدن به اون، چیزی است که پاسخ‌دهنده‌های این تحقیق را مجاب به سفرهای پرمخاطره و ساده ترقیب کرده و خواهد کرد.

• پدیده

در مراحل اکتشافی تحقیق، رسیدن به یک کد محوری که با سایر گروه‌ها در ارتباط نزدیک و تنگاتنگ باشد یک نعمت و هدف است. پدیده، منظور همان تحول یا کنشی است که اقدامات علی‌موجب‌اتش را فراهم می‌سازد و به واسطه شرایط و مداخله‌گرها به پیامد می‌رسد. در این پژوهش رسیدن به تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره به عنوان مرکز ارتباطات بین مقوله‌ها شناخت شده که به شرح زیر روایت می‌شود.

• تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره

یکی از موضوعات کلیدی به دست آمده از مصاحبه‌ها، کاربرد کلمات ساده‌تر به جای واژه پیچیده‌ای مثل معنویت است. از نظر «گنجی» «برای من معنویت حالت اخلاق‌گرایی است» یا از نظر محسنی «معنویت در این سفرها برای من مثل یک تغییر روحانی و روانی است» شفییعی نیز معتقد است «باید بگویم که سفر چه تغییراتی در روح من به وجود آورد و این سفرها برای من نقش تغییردهنده‌های روحانی را بازی می‌کنند». آنچه مسلم است پرمخاطره‌بودن این سفرها یکی از بارزترین عناصر تعریفی است که در ابتدای مطرح‌شدن به ذهن خطور می‌کند. پدیده تحقیق به واسطه هم‌راستایی تجربیات روحانی با مخاطرات سفر شکل گرفت.

• عوامل مداخله‌گر

وجود یک پدیده با شکل‌گیری پیامدهای مثبت از آن پدیده تفاوت بسیار دارد. عامل مداخله‌گر معمولاً نقش مهمی در زمینه این پدیده‌ها دارد. عواملی مثل مزاحمت‌های همسفران، مقاومت اجتماعی و سختی در جامعه میزبان از جمله موارد مهمی است که پدیده تغییرات روحانی در سفر مخاطره را در رسیدن به پیامدهای مطلوب متأثر می‌کند.

• مزاحمت‌های همسفران

درحالی‌که مصاحبت‌های گرم و طولانی در سفر موجبات عمیق‌شدن تجربیات گردشگران را فراهم می‌کند، در گردشگری پرمخاطره گزارش‌های متناقضی مشاهده شد. به نظر گنجی «من وقتی با کسی سفر می‌کنم دریافت‌هام از سفر کم میشه و احساس خوبی ندارم و سفر گروهی برایم

• مقاومت اجتماعی

جامعه به واسطه مرور زمان به شکلی از فرهنگ و ارزش‌های مورد توافق می‌رسد که الگوی زندگی مرسوم را با عکس‌العمل‌های ساده به اعضای خود تجویز کند. این تجویز می‌تواند به شکل عکس‌العمل‌های رفتاری و کلامی یا بی‌توجهی‌ها و نادیده‌انگاری‌ها همراه شود. نتیجه این نظام رسیدن به بازتولید رفتارهای تعریف شده و پسندیده است که در پاره‌ای از موارد می‌تواند به مقاومت در قبال ناشناخته‌ها تعبیر شود. «قربانی» می‌گوید «از نگاه اجتماع پذیرفته شده نیست که آدمی به جای آینده تضمین شده به این شکل سفر کند» یا «معمدنی» می‌گوید «انگار سفر کردن با این مدل و با این خطرهای احتمالی توسط خانواده و فامیل و دوستان عین خطاکاری یا اعتیاد هست... جوری برخورد می‌کنند که اگر ترک نکنی یا اگر به سفر این‌شکلی بری با تو به عنوان مجرم نگاه میشه» «صبحی» هم معتقد است «معمولاً اولین نفرها هستند که مقاومت‌های اجتماعی رو میشکنن و توی این سفرها همیشه یه رگه‌ای از نارضایتی عمومی وجود داشته ... پدر و مادر یه جور ... دوست و آشنا صدجور .. تورو تو فشار می‌ذارن که مگه بیماری خوب درست و حسابی سفر کن... اونها خودشون تجربه نکردن که اینجوری داستان رو از بیرون نگاه می‌کنن». ضمناً «تقی‌زاده» گفت «ما از خانوادمون طرد شدیم و همه می‌گفتن خودتو بدبخت می‌کنی».

• سختی در جامعه میزبان

چه تصاویر ذهنی و چه تجربیات فردی از تعاملات با جامعه میزبان، می‌تواند فرد گردشگر یا سایر افراد بالقوه را از مخاطرات این‌گونه سفرها دور کند. «سهیل» این حال ناخوش را با تجربه دزدیده‌شدن پول خود شرح می‌دهد و می‌گوید «گاهی اتفاقاتی می‌افتد که اصلاً خوشایند نیست. گاهی نمی‌توانیم میزبانی پیدا کنیم یا ناچاریم در شرایط سخت اقامت کنیم و یا گاهی پولمان دزدیده می‌شود». هرچند اتفاقی مثل سرقت

که «لذت کوچسرفینگ دوستی و ارتباط تنگاتنگ با مردم محلی‌ست که حالت رسمی و مالی ندارد و نوعی رابطه انسانی است. تا زمانی که از زاویه دوستی و صلح با این افراد برخورد نکنی عملاً درون زندانی قرار داری که در کنار یک محیط سبز و زیباست». از نظر «صباحی» «برخورد شماسست که برخورد دیگران را شکل می‌دهد. در این‌گونه از سفرها به نتیجه رسیدم که دوستانه بودن من به سادگی موجبات ایجاد صلح و تعامل را فراهم کرد که شاید اگر در انتظار دوستی از طرف مقابل بودم... به این سادگی‌ها و سرعت به هدفم نمی‌رسیدم.

• اعتماد به غریبه‌ها

اعتماد به غریبه‌ها زمینه توسعه شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی افراد را فراهم می‌سازد و دسترسی به منابع و تجربیات ناشناخته را هموارتر می‌کند. هرچند در کنار این اعتماد مشکلات و مسائل زیادی قابل رخداد است اما در ذات گردشگری پرمخاطره تأکید بر اعتماد، شانس رسیدن به پیامدهای مطلوب را نیز بالا خواهد برد. از دیدگاه گنجی اعتماد یک کانال برای رسیدن به نتایج مطلوب از تغییرات روحانی است. وی می‌گوید: «ارزشی که هیچ‌چایک و کوچسرفینگ به من آموخت توانایی اعتماد به آدم‌هاست و همین اعتماد کردن موجب شده تا امکان تجربه‌اندوزی‌های مشابه رو پیدا کنم» یا از نظر «مقراضی»، «اصلاً این سفرها بر مبنای اعتماد شکل می‌گیرد و هرچه در آن پیشرفت و پیشروی کنی به حس و حال بهتری میرسی. البته نه اعتماد کورکورانه و چشم و گوش بسته ... بلکه اعتمادی بنا شده بر اساس دانش فردی و شناخت».

• عوامل زمینه‌ای

هر پدیده‌ای در زمینه‌ای مشخص و گاه بسیار تعریف شده رخ می‌دهد. گردشگری پرمخاطره و ریسک‌پذیر به طور مشخص در محیطی پر از تعاملات و تبادلات فرهنگی و فاقد پیش‌بینی‌پذیری رخ خواهد داد. زیرا ذات آن بر همین اساس و ساختار قرار دارد.

• تعامل بین فرهنگی

برخی معتقدند که جغرافیا، عامل تفاوت فرهنگ‌هاست و این تفاوت‌ها در حالی که عامل جذابیت و زیبایی است می‌تواند خطرناک و مشکل‌ساز باشد.

• غیر قابل پیش‌بینی بودن اتفاقات

همانطور که از اسم این‌گونه گردشگری نیز مشخص است، سفر پرمخاطره غیرقابل پیش‌بینی است. این غیرقابل پیش‌بینی بودن توسط برخی از محققان موجبات دسته‌بندی گردشگری به طبقات مختلف از پرمخاطره تا بسیار کم مخاطره شده که شکلی از تحلیل و تفسیر علمی را به ارمغان

و دزدی در شهر فرد میزبان هم قابل رخ دادن است ولی اتصال این تجربه با مخاطرات دیگر موجبات ذهنیت‌سازی منفی خواهد شد. یا قربانی می‌گویی «هر چقدر هم که سفر پرمخاطره خوب و خوش باشد، این ناشناخته بودن جامعه میزبان یه جای کار ممکن است کار دستت دهد... حتی تا این حد که ندونسته یه کار عادی تو شهر خودم میتونه مردم یه شهر دیگه رو عصبانی کنه». سختی سفر یکی از بخش‌های قابل پذیرش سفر است که در گونه گردشگری مورد نظر بخش غیر قابل جدا شدن از آن ولی سختی‌های موجود در جامعه میزبان، شکلی از سختی‌های تخریب‌گر سفر به حساب می‌آید. از آن جهت که گردشگر سفر می‌کند تا به نقطه‌ای برسد و در آن نقطه به کسب تجربه و ارزش بپردازد. عامل تخریب‌کننده این تجربه می‌تواند عامل تخریب‌کننده اصل سفر به حساب آید.

• راهبردها

اینکه پدیده‌ای از چه روشی تحت تأثیر تعدادی زمینه و عوامل اخلاص‌گر به پیامد برسد، مفهوم راهبرد را شکل می‌دهد. انتخاب‌های راهبردی می‌توانند موجبات کالیزه شدن و مسیردار شدن جریان‌های علی شود. در این مطالعه سه عامل در لحظه زندگی کردن، صلح و دوستی و اعتماد به غریبه‌ها به عنوان راهبردهای شناسایی شده مطرح است.

• در لحظه زندگی کردن

یکی از دغدغه‌های زندگی امروزی، ماشینی شدن و سرعت بالای زندگی است که انسان را از زندگی لحظه فارغ کرده است. زندگی کردن در لحظه را می‌توان گونه‌ای از الگوهای مرسوم برای کانالیزه کردن عوامل مؤثر در تعامل بین شرایط علی و پیامدها دانست. از نظر «مقراضی» «برای فرار از این همه هیاهو و سرعت بالای گذر لحظه‌ها اولین باری که به این سفرها وارد شدم ... انگار از یه تیکه جدید از دنیای هستی آشنا شده باشم... شاید بهترین راه برای جهت‌دادن به اتفاقات سفر این‌چنینی در لحظه سفر کردن و در لحظه تجربه کردن باشه» یا هاشمنیا می‌گوید «زندگی کردن سفر و در لحظه زندگی کردن به این معنی است که هر لحظه نسبت به دارایی‌ها و فرصت‌های آگاه باشی.. و اینجوری نگاه کردن به زندگی توی سفرهای پرمخاطره، لذت سفر رو به مراتب غیرقابل توصیف و وصف می‌کنه».

• صلح و دوستی

افراد جامعه در تعامل با سایرین با پیش‌فرض‌هایی برخورد می‌کنند که موجبات تقویت یا تضعیف پیش‌فرض‌های دیگران می‌شود. اینکه برخورد شما بر مبنای یک گونه از بدبینی یا بسته بودن تنظیم شود به طور مستقیم با عکس‌العمل‌های مشابه و گاه نامطلوب همراه است. «معمار» معتقد است

آورده است.

• پیامدها

هر تلاش و کنشی به دنبال رسیدن به نتیجه و پیامدی مطلوب است. بنابراین رسیدن به تجربیات مطلوب مستلزم ریسک‌پذیری است. هرچند این مفاهیم از نوع کیفی هستند و قابلیت اندازه‌گیری بالایی ندارند اما ارزش و جایگاه غیرقابل انکاری در زندگی گردشگران ایفا می‌کنند. خداشناسی، حسنات اخلاقی، افزایش تعداد دوستان و تغییر بینش از جمله پیامدهایی است که از این سفر پرمخاطره شناخته شده است.

• خداشناسی

شناخت خدا الزاماً به جا و مکان خاصی وابسته نیست و هر لحظه و هر جا قابل رخ دادن است. به طور مثال «تقوی» می‌گوید: «در لحظات سختی وجود خدا را به عنوان حمایت‌گر حس می‌کردم» یا «نادری» معتقد است «من با هیچ‌چایک به خداشناسی رسیده‌ام که تعریفم از معنویت است». اینکه خداشناسی از کجای این سفر آمده است می‌توان گفت که روبروشدن با مسائل و سختی‌ها در کنار راه حل‌ها، محبت‌ها، دوستی‌ها و تجربیات خوب، موجبات مشغول‌شدن ذهن انسان به سطوح بالاتری از درک و تفکر می‌شود. به طور مثال از نظر مقراضی «وقتی یکی به دادت میرسه تو عین گرفتاری و سوارت می‌کنه و با محبت تورو می‌رسونه ... فکر می‌کنی این که مهر بنده خدا بود... وای به محبت خودش... چندبار تو این سفرها ساعت‌ها درگیر خودش شدم ... این فرصت برای من خیلی لطیفه».

• تغییر بینش

نگرش هر فرد توسط داده‌های اولیه تغییر می‌کند که صرفاً ارزش محتوایی و مفهومی دارد، اما زمانی که اطلاعات و داده‌های منتقل شده در وجود فرد نهادینه شود و موجبات تغییر در تفکر و بینش فرد را فراهم سازد، امکان حرکت به تغییرات رفتاری را فراهم خواهد ساخت. تقی‌زاده سختی‌های سفر را این‌گونه به تغییر بینش ربط می‌دهد «سختی‌های زیادی کشیدم اما سفر به من آرامش مطلوبی داد که همیشه آرزوی آن را داشتم. تا وقتی بهایی نپردازیم چیزی نصیب ما نخواهد شد. سفر دنیای مرا بزرگ کرد. بینش را مدیون سفرم» یا مقراضی این‌گونه به بینش اشاره می‌کند «انگار حجم زیادی از مفاهیم را در خودت داری که فقط به تو آگاهی نمیده... از یه جایی به بعد حس کردم کلاً دنیا رو جور دیگه‌ای میبینم» یا از نظر صباحی «اون جور که دنیا رو می‌دیدم دیگه نمی‌دیدم. انگار چیزی به عنوان یه ابزار جدید یا یه سکوی جدید به دست و پام داده شده بود و با قدرت بیشتر از ارتفاعی بالاتر به زندگی نگاه می‌کردم.. زندگی من

واقعا تغییر بزرگی کرد بعد این سفر چون انگار بیشتر از اون طرز فکر من تغییر کرد».

• حسنات اخلاقی

یکی از بروزهای با ارزش تغییرات روحانی را می‌توان در کردار و منش افراد مشاهده کرد. به بیانی بالفعل‌شدن آنچه در روح و جان فرد کاشته شده و فرصت بروز جلوه‌های مثبت در تعاملات بین فردی را می‌توان پیامدی مهم تلقی کرد. این سطح پس از تغییرات نگرش و بینش رخ می‌دهد و عالی‌ترین سطح انتقال ارزش‌ها و مفاهیم است. به طور مثال «نادری» می‌گوید «هیچ‌چایک و کوچسرفینگ برای من باعث اعتماد به نفس و باور ارزش‌های معنوی و انسانی شد زیرا فهمیدم در همه جای دنیا انسان‌هایی هستند که بی‌هیچ چشم‌داشتی به من کمک می‌کنند و این خود نمونه‌ای از مردم‌شناسی است» یا گنجی گفت که «سفر از من آدمی صبورتر با گذشت‌تر، پذیراتر نسبت به محیط پیرامون ساخته است» «سفر بسیار و دیدن آدم‌ها با شرایط مختلف به من یاد داد واسه چیزی حرص نزنم و خودمو با دیگران مقایسه نکنم» یا تقوی گفت «این آرامش و محبتی که در من اضافه شد به شکل‌های جالبی اطرافیان رو به خودش مشغول کرد... برای همه حوصله و دلسوزی داشتم و برای همه وقت می‌داشتم ... همه نتیجه این سفر رو خیلی جالب و پر از اخلاق خوب بررسی کردن».

• افزایش تعداد دوستان

یکی از پیامدهای سفر، پیدا کردن دوستان جدید و توسعه دامنه شبکه‌های اجتماعی است. اتصال به شبکه‌های بیشتر چه همگون و چه ناهمگون می‌تواند به عنوان سرمایه‌ای بارز هم تبدیل به انواع آثار مثبت روحی روانی، مادی شود که یکی از شاخص‌های خوب اندازه‌گیری آن تعداد افرادی است که یک فرد با آنها در تماس و ارتباط است (شفیعا، ۱۳۸۹). نادری می‌گوید «دوستی‌های شکل‌گرفته حتی بعد از اتمام سفر نیز تأثیر مثبت خود را بر زندگی من حفظ می‌کردند و تعداد آنها به شکل نامحسوسی روی روزهای خوب زندگی من اثر داشت» یا هاشم‌نیا می‌گوید: «خودم را خوش‌شانس می‌بینم که بین این همه آدم دو آدم که نگاه آنها به زندگی یکی است همو پیدا کردن ... من و همسرم باهم سفر می‌کنیم و به تعداد دوست‌هایم اضافه می‌کنیم» یا تقی‌زاده معتقد است که «هرچند داشتن همسفری غریبه رو اصلاً قبول ندارم و عملاً خودش یه مانع به حساب میاد ولی افرادی که باهاشون آشنا میشی و توی جامعه میزبان رابطه دوستی برقرار می‌کنی به عنوان موفقیت‌های تو توی ویتترین افتخارات می‌مونن... به شرطی که وقتی برگشتی بازم باهاشون در تماس باشی» یا معمار می‌گوید «توی این سفر وقتی رسیدی که جایی که دلت می‌خواست باید یادت باشه

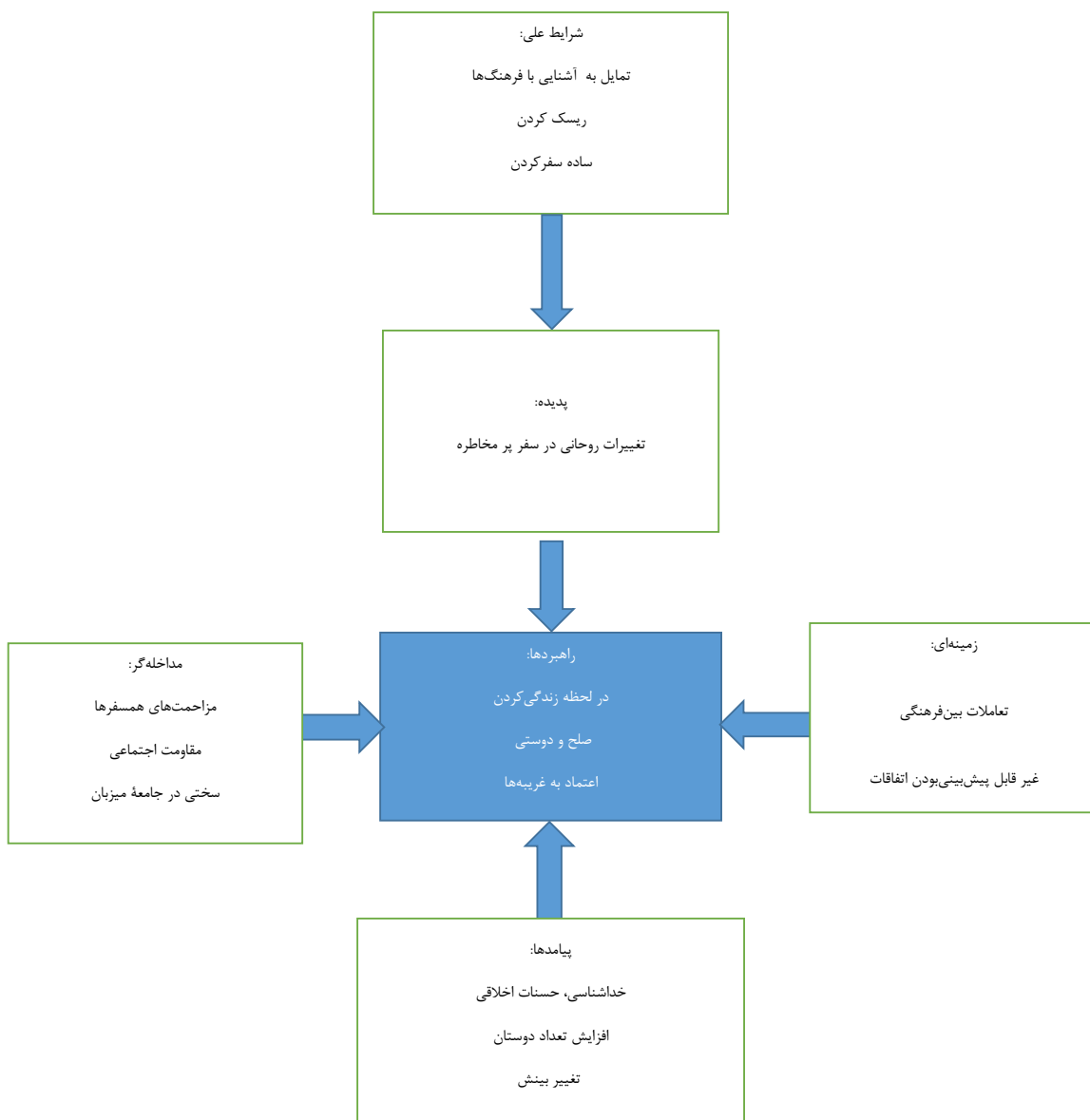
قضیه ۱. تمایل به آشنایی با فرهنگ‌ها، ریسک کردن و ساده‌سفرکردن به عنوان نیازهای طبیعی بشر به کنجکاوی و رسیدن به حس مطلوب و طبیعی فطری فراموش شده در زندگی امروزی شهرهای مدرن، به عنوان عوامل علی در شکل‌گیری پدیده تحقیق اثرگذار است.

قضیه ۲. سفرهای پرمخاطره ارزان‌قیمت می‌توانند موجبات شکل‌گیری پدیده تغییرات روحانی در سفر پر مخاطره کنند که از شرایط و خصوصیات این‌گونه از گردشگری تأثیر و تأثر می‌گیرد.

که تازه کارت شروع شده .. این کسانی که باهاشون میشینی و از سفره‌شون می‌خوری و با اسم کوچیک صداشون می‌کنی بعداها میشن سرمایه و جواهر.. کافیه یکم حفظشون کنی .. کسی یه بار بی‌منت تورو دوست خودش دونست میتونی یه عمر دوستش بمونی چون قصدی جز دوستی نداره».

• الگوی پارادایمی و قضایا

در این بخش طبق نظر نظریه‌پردازان گراند تئوری الگویی ارایه خواهد شد که ترسیمی است از عوامل توضیح داده شده تحقیق. تصویر ۱ نمایش الگوی مد نظر است.



تصویر ۱. الگوی پارادایمی تحقیق، مأخذ: نگارنده.

واسطه شرایط زندگی بشر امروز به عنوان یک نیاز و یک کمبود توسط گردشگران ریسک‌پذیر شکل عوامل علی را پیدا می‌کند. به بیانی گردشگران مورد بررسی، برای دستیابی به احساسی غیر مادی و متفاوت و با عوامل انگیزاننده ذکر شده اقدام به این‌گونه از سفرهای می‌کنند.

در این پژوهش مشخص شد که مقوله محوری که با سایر مقوله‌ها در ارتباط است و به عنوان مقوله مرکزی قابل شناسایی است، مقوله تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره است که به عنوان پدیده تحقیق شناسایی شد. مزاحمت‌های همسفرها، مقاومت‌های اجتماعی با این سبک از گردشگری و سختی‌هایی که در جامعه میزبان احتمالاً رخ می‌دهد نیز به عنوان عوامل مداخله‌گر مورد شناسایی قرار گرفت. به واسطه خصوصیات این‌گونه از گردشگری، تعاملات بین فرهنگی و غیرقابل پیش‌بینی بودن اتفاقات به عنوان زمینه مطرح است. در لحظه زندگی کردن، صلح و دوستی و اعتماد به غریبه‌ها به عنوان راهبردهای احتمالی برای رسیدن به پیامدهای مطلوب از تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره مطرح است. اما پیامدهای مطلوب این‌گونه از گردشگری را می‌توان به خدانشناسی، حسنات اخلاقی، تغییر بینش و افزایش تعداد دوستان ربط داد که برآمده از تعاملات زیاد اجتماعی- فرهنگی و فرصت‌های زیاد تجربه‌کردن و تفکرکردن در لایه‌های مختلف اتفاقات حادث شده در سفر است.

انجام پژوهش کیفی در گونه‌های نوین و مدرن گردشگری که با مقاومت‌ها و مسائل بسیاری همراه است می‌تواند زمینه‌سازی توسعه دانش بنیادین و توسعه مرزهای آگاهی شود. موضوعی که در کنار منافع با مسائل بسیاری همراه خواهد بود. به طور مثال پیدا کردن نمونه‌هایی که تمایل به حرف‌زدن داشته باشند با توجه به خاص بودن و مخالف‌های عمومی جامعه نسبت به الگوی رفتاری مورد بررسی، یکی از موانع اصلی این‌گونه تحقیقات است. خود سانسوری، عدم تمایل به ابراز احساسات و تجربیات از جمله موضوعاتی است که در این‌گونه از پژوهش‌ها احتمالاً موجبات تخریب و تورش نتایج را ایجاد می‌کند.

فهرست منابع

- ابوالمعالی حسینی، خدیجه. (۱۳۹۰). پژوهش کیفی از نظریه تا عمل. تهران: نشر علم.
- حافظ‌نیا، محمدرضا. (۱۳۸۹). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: سمت.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۲). روش تحقیق گراندی در مدیریت (با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی). تهران: فوژان.
- دانائی فرد، حسن. (۱۳۸۹). استراتژی‌های نظریه‌پردازی. تهران: سازمان

قضیه ۳. مزاحمت‌های همسفرها، مقاومت اجتماعی و سختی در جامعه از جمله عوامل مداخله‌گری است که رسیدن به پیامدهای مطلوب به دست آمده از سفر پرمخاطره را تحت تأثیر قرار می‌دهد. مزاحمت‌های همسفرها به معنای وجود همسفرهایی است که احتمال زیاد با خصوصیات فردی سایرین همخوانی ندارد. این موضوع به این دلیل بسیار مطرح است که بدون هیچ برنامه قبلی همسفرهایی در مسیر فرد قرار می‌گیرد که ممکن است هم راستا و هم‌فکر نباشند و برای رسیدن به حالت معنوی مطلوب به عنوان یک مانع عمل کنند. مقاومت‌های اجتماعی به شکل مکانیزم نگه‌دارنده و کنترل‌کننده نقش زیادی در مقابله با پیامدهای احتمالی این‌گونه سفر دارد و سختی‌هایی که در جامعه میزبان می‌تواند موجبات تخریب تجربه سفر شود به عنوان دیگر عوامل مداخله‌گر شناخته می‌شود.

قضیه ۴. از آنجا که فضای تعاملی و ارتباطی موجود در این‌گونه از سفرها بیشتر از سایر سفرها با لایه‌های درونی و حقیقی اجتماعی در تماس است، تعاملات بین فرهنگی و غیر قابل پیش‌بینی بودن اتفاقات به عنوان عوامل زمینه‌ای شناخته می‌شود.

قضیه ۵. در لحظه زندگی کردن، صلح و دوستی و اعتماد به غریبه‌ها از جمله عواملی است که می‌توانند به عنوان راهبرد برای رسیدن پدیده تغییرات روحانی در سفر پرمخاطره به پیامدهای سفر نقش‌آفرینی کند.

قضیه ۶. خدانشناسی، حسنات اخلاقی، تغییر در بینش و افزایش تعداد دوستان به عنوان پیامدهای معنوی و مادی ممکنه به دست آمده از راهبردهای پیشنهادی قابل حصول و دستیابی است.

نتیجه‌گیری

گردشگری، درون خود سطوح مختلفی از ارتباطات و ارسال پیام را داراست که می‌توان از آن به عنوان نظامی از مفاهیم و معانی یاد کرد. گردشگری ارزان که هم در حمل و نقل و هم در اسکان امکان تجربه مخاطرات مختلف را فراهم می‌سازد موضوع بررسی این پژوهش بود. مسأله تحقیق به بررسی زوایای معنوی این‌گونه از گردشگری اختصاص داشت که با استفاده از روش نمونه‌گیری نظری و گراند تئوری به استخراج الگوی پارادیمی و قضا منتهی شد. از آن جهت که تا به حال به این موضوع به شکل یک زمینه پژوهشی کمتر نگاه شده بود نوآوری در انتخاب تحقیق یکی از برجستگی‌های این پژوهش است.

نتایج نشان داد که تمایل به آشنایی با فرهنگ‌های مختلف، ریسک‌کردن و ساده سفرکردن از جمله مواردی است که به

- مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- شفیعا، سعید. (۱۳۸۹). *رابطه ظرفیت اجتماعی ساکنان سکونت‌گاه‌های غیررسمی با توسعه پایداری محله‌ای*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
 - شفیعا، سعید. (۱۳۹۵). فراتحلیلی بر روش‌شناسی و یافته‌های مطالعات کیفیت زندگی گردشگری مقالات فارسی و انگلیسی. نشریه گردشگری علم و فرهنگ، ۴ (۵): ۳۳-۴۳.
 - شفیعا، سعید، و صباغ‌پور آذریان، مهدیه. (۱۳۹۵ الف). تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱ (۳۵): ۱۰۷-۱۲۷.
 - رضایی، محمد؛ صباغ‌پور، مهدیه و شفیعا، سعید. (۱۳۹۵ ب). *ارتباطات بین فرهنگی و معنویت در گردشگری*، اولین کنفرانس گردشگری و معنویت، دانشگاه علم و فرهنگ.
 - فلیک، اووه. (۱۳۸۸). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه: هادی جلیلی تهران: نشر نی.
 - کوربین، جولیت و استراوس، آنسلم. (۱۳۹۱). *اصول تحقیق کیفی- شیوه‌ها و رویه‌ها* گراند تئوری، ترجمه: ناهید دهقان نیری. تهران: اندیشه رفیع.
 - کریپندورف، کلاوس. (۱۳۸۴). *تحلیل محتوا: مبانی روش‌شناسی*. ترجمه: هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
 - مقیمی، محمد؛ رهبر، امیرحسین و اسلامی، حسن. (۱۳۲۲). *معنویت سازمانی و تأثیر آن در خلاقیت کارکنان*، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۲ (۳): ۸۹-۹۸.
 - Conway, D. (2013). *SLOW TOURISM: EXPERIENCES AND MOBILITIES*. Annals of Tourism Research.
 - French, A. M.; Luo, X. & Bose, R. (2016). *Toward a holistic understanding of continued use of social networking tourism: A mixed-methods approach*. Information & Management.
 - Muzaffer Uysal, R. P. (2012). *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities*. London: Springer.

COPYRIGHTS

Copyright for this article is retained by the author (s), with publication rights granted to the journal of art & civilization of the orient. This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



نحوه ارجاع به این مقاله

نوروزی، سارا. (۱۳۹۸). تبیین الگوی منظر معنوی از سفر ارزان قیمت - بررسی موردی گردشگران هیئتچهایک زن و مرد
 مجله هنر و تمدن شرق، ۷ (۲۳): ۳۹-۴۸.

DOI:10.22034/jaco.2020.83919

URL: http://www.jaco-sj.com/article_83919.html

