

Analyzing Spirituality in Tourism

 **Sajjad Ferdowsi** / Assistant Professor at the Department of Management and Tourism Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran sajad.ferdowsi@ut.ac.ir
Nasrin Kazemi / Assistant Professor, at the Department of Management and Tourism Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran nasrinkazemi@ut.ac.ir
Received: 2025/03/14 - **Accepted:** 2025/08/02

Abstract

Over time, the concept of tourism has somehow changed from a concept focused on physical and material to a multidimensional one including spiritual element. This study aims to explain spirituality's role and position in tourism. The method used in this study is descriptive-analytical. Data were collected and analyzed using documentary method and through referring to the articles and texts related to the research topic. Findings indicate that spirituality in tourism is an important and integral aspect of travel experience and tourism. Therefore, raising awareness of tourism's spiritual dimension and incorporating it into tourism planning can enhance tourists' satisfaction and experience quality. Moreover, a better understanding of the relationship between spirituality and travel and tourism can foster tourism culture and increase understanding and interaction among different communities.

Keywords: tourism, spirituality, religion, travel.

نوع مقاله: ترویجی

واکاوی معنویت در گردشگری

sajad.ferdowsi@ut.ac.ir
nasrinkazemi@ut.ac.irسجاد فردوسی  / استادیار گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
نسرین کاظمی / استادیار گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران
پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۲ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۲۴

چکیده

به مرور زمان، مفهوم گردشگری تا حدودی تغییر کرده و از مفهومی متمرکز بر تجربه فیزیکی و مادی به یک تجربه چندبعدی و شامل عنصر معنوی تبدیل شده است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش و جایگاه معنویت در گردشگری نگاشته شده است. این پژوهش به روش توصیفی - تحلیلی انجام پذیرفته است. داده‌ها و اطلاعات به روش اسنادی و با مراجعه به مقالات و متون مرتبط با موضوع پژوهش گردآوری و مورد تحلیل قرار گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که معنویت در گردشگری به عنوان یک جنبه مهم و جدایی ناپذیر از تجربه سفر و گردشگری مطرح می‌شود. بنابراین، ارتقاء آگاهی از بُعد معنوی گردشگری و توجه به آن در طراحی برنامه‌ها و فعالیت‌های گردشگری می‌تواند باعث بهبود کیفیت تجربه گردشگران و افزایش رضایت آنها شود. همچنین، درک بهتری از ارتباط معنویت با سفر و گردشگری می‌تواند به توسعه فرهنگ گردشگری و افزایش درک و تعامل میان جوامع مختلف کمک کند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، معنویت، دین، سفر.

مقدمه

و دیگران، ۱۳۹۴)؛ نویسندگان بیان می‌کنند که در هر سه گونه از تعاملات فرهنگی ثابت، متحرک و زندگی روزانه، مؤلفه‌های معنویت به صورتی خاص قابل تفسیر است، اما شرط این مهم وجود آمادگی گردشگر برای درک، تعمق، تدبر و دریافت این مفاهیم از پوسته ظاهری ارتباطات است.

مقاله «واکاوی انواع رویکردهای مفهومی تبیین‌کننده گردشگری معنوی - مذهبی در مطالعات اسنادی» (جهانیان و رستگار، ۱۳۹۴)؛ نویسندگان شش رویکرد را مورد اشاره قرار دادند: رویکرد دینی، رویکرد جغرافیایی، رویکرد فرهنگی - تاریخی، رویکرد اقتصادی، رویکرد کاربردی، و رویکرد جامعه‌شناسانه.

مقاله «بررسی ارتباط میان سفر و معنویت در ادیان پیش از اسلام» (ایمانی خوشخو و دیگران، ۱۳۹۴)؛ نویسندگان بیان داشتند که در ادیان پیش از اسلام سفرهای زیارتی در کلیات و آداب بسیار به یکدیگر شباهت دارند، اما در هیچ‌یک از کتب آنها به سفری جز سفرهای زیارتی اشاره نشده است.

سؤالی که این پژوهش در پی پاسخ به آن است این است که کارکرد و آثار معنویت در گردشگری چگونه است؟ در این راستا ابتدا، به تبیین مفهوم گردشگری و نقش آن در توسعه اقتصادی و فرهنگی پرداخته شده، سپس مفهوم معنویت و تمایز آن با دین مورد بحث قرار گرفته است. در ادامه رابطه معنویت و گردشگری تبیین و تحلیل شده است. با توجه به اینکه این بُعد از گردشگری معمولاً مورد توجه کمتری قرار می‌گیرد، این پژوهش با هدف روشن‌تر کردن نقش و جایگاه معنویت در گردشگری نگاشته شده است. تبیین مفهوم معنویت در گردشگری و توسعه دانش نظری در حوزه معنویت و گردشگری به‌عنوان نوآوری تحقیق حاضر مطرح است.

۱. مفاهیم و دیدگاه‌های نظری

۱-۱. گردشگری

آغازین نوشته‌ها درباره گردشگری در دائرةالمعارف گردشگری و سفر، به بررسی بُعدهای تاریخی این پدیده متمرکز بوده است. در گذر زمان، تعاریف و مفاهیم مرتبط با گردشگری تغییر کرده‌اند. اگرچه تعاریف ابتدایی بیشتر تمرکز خود را بر گردشگری به‌عنوان

گردشگری، به‌عنوان یکی از صنایع مهم و برجسته در اقتصاد جهانی، همواره مورد توجه و مطالعه قرار گرفته است. این فعالیت که یک تاریخچه پر بار دارد، امروزه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در سطح جهان شناخته می‌شود. رونق گردشگری، علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی و رشد اقتصادی، به ایجاد تعاملات فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی نیز تأکید دارد. باین‌حال، در دنیایی که مبادی مصرف و نوع زندگی به سرعت تغییر می‌کند، گردشگری به‌تنهایی به‌عنوان یک فعالیت تفریحی مطرح نمی‌ماند. در عوض، مفهوم گردشگری تا حدودی تغییر کرده و از مفهومی متمرکز بر تجربه فیزیکی و مادی به یک تجربه چندبعدی و شامل عنصر معنوی تبدیل شده است. در ادامه به برخی پژوهش‌ها که حوزه معنویت و گردشگری را مورد بحث قرار داده‌اند، اشاره شده است:

مقاله «دستاوردهای معنوی صنعت توریسم» (سادات‌حسینی، ۱۳۹۹)؛ نویسنده دستاوردهای معنوی صنعت توریسم را احیای معنویت به وسیله اعتلای سطح علمی افراد جامعه به صورت مستقیم (گردشگری علمی) و غیرمستقیم (احیای اقتصاد اسلامی)، اعتلای اخلاق اسلامی در سایه تعامل نیکو بر اساس آموزه‌های معنوی اسلام بین گردشگر و جامعه معنوی، اعتلای اقتصاد اسلامی به وسیله حل مشکلات اقتصادی برای نوع بشر و ایجاد فراغت بال برای تحصیل امور معنوی، اعتلای سطح عدالت و امنیت به وسیله ژئوپلیتیک گردشگری و ایجاد فضای رقابت میان کشورها در راستای سرمایه‌گذاری در توسعه پایدار گردشگری و ایجاد فضای مناسب برای ترویج معنویت اسلامی و اعتلای فرهنگ و تمدن اسلامی با ارائه صحیح آموزه‌های فرهنگ‌ساز و تمدن‌ساز معنوی به گردشگران می‌داند.

مقاله «تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا» (شفیعا و دیگران، ۱۳۹۵)؛ نویسنده بیان می‌کند که گردشگری معنوی واژه نادرستی است که معنویت را به گونه‌ای از گردشگری تقلیل داده است. معنویت قابلیت حلول در هرگونه از گردشگری را داراست که وابستگی زیادی به توان، علاقه و موقعیت گردشگر، فعالیت و محیط دارد. ازاین‌رو گردشگری و معنویت اشاره به معنویت قابل درک در تمامی گونه‌های گردشگری دارد و با گردشگری مذهبی بسیار متفاوت است.

مقاله «ارتباطات بین فرهنگی و معنویت در گردشگری» (رضایی

یک منبع اقتصادی معطوف می‌کردند (بريجز، ۱۹۵۹، ص ۲۵)، اما تعاملات اخير، مفاهيم متنوعی را شامل می‌شود. ظاهراً دیدگاه‌های جدید ناشی از پیشرفت دانش انسان در زمینه ابعاد گردشگری است؛ زیرا امروزه مشخص است که گردشگری یک پدیده چندبعدی و بسیار پیچیده است (گان، ۲۰۰۲، ص ۸).

در فرهنگ لغت فارسی، گردشگری به‌طور کلی به معانی متعددی اطلاق شده است: از جمله سفر و شناخت در مناطق مختلف دنیا؛ مسافرت به منظور تفریح و لذت بردن؛ سفری که در آن فرد به یک مقصد سفر می‌کند و سپس به محل اقامت خود بازمی‌گردد (الوانی و دهدشتی، ۱۳۷۳، ص ۱۸). بر اساس تعریف دیگری، گردشگری به‌عنوان جابه‌جایی موقت افراد به مناطق خارج از محیط زندگی و کارشان، با انجام فعالیت‌های مختلف در مقصد و فراهم‌سازی تسهیلات مناسب برای رفع نیازهایشان، تعریف شده است (مدیسون و وال، ۱۹۸۲، ص ۱۶). از دیدگاه عموم مردم، عبارت گردشگری بیشتر به سفرهای تفریحی و تجربیات لذت‌بخش اشاره دارد و اغلب به‌عنوان مترادف تعطیلات استفاده می‌شود. با این حال، سازمان‌های گردشگری و دیگر مراکز مسئول توسعه، بازاریابی و هماهنگی گردشگری در کشورهايشان، سعی در اندازه‌گیری گسترده‌تری از این مفهوم دارند؛ به نظر آنها، گردشگری به مسافرت با هدف‌های مختلف به‌جز سفر به‌منظور کار، مهاجرت و فعالیت‌های محلی و منطقه‌ای اشاره دارد (شمس و امینی، ۱۳۸۸، ص ۸۴). همچنین، رضوانی در کتاب *جغرافیا و صنعت گردشگری*، گردشگری را به این شکل تعریف می‌کند: گردشگری شامل مجموعه‌ای از تغییرات مکانی و فعالیت‌هایی است که از آن ناشی می‌شود. این تغییرات به‌طور طبیعی ناشی از خواسته‌هایی هستند که انسان را به جابه‌جایی وادار می‌کند و در هر فرد با شدت و ضعف متفاوت حضور دارند (رضوانی، ۱۳۸۵، ص ۷۳).

افزون بر مواردی که از پدیده گردشگری در اواخر قرن بیستم یاد می‌شود، این پدیده در قرن جدید در قالب گونه‌های مختلف از جمله اکوتوریسم (مودودی ارخودی و دیگران، ۱۴۰۰؛ گلستانی و دیگران، ۱۳۹۴؛ فردوسی، ۲۰۲۴)، ژئوتوریسم (پورفرج و دیگران، ۱۳۹۸؛ ۲۰۲۰؛ ضیائی و فردوسی، ۲۰۲۰)، گردشگری روستایی (مودودی ارخودی و فردوسی، ۱۴۰۲؛ ۱۴۰۰؛ ۱۳۹۹؛ نعمتی و فردوسی، ۱۴۰۰)، گردشگری شهری (باشکوه اجیرلو و دیگران،

۱۴۰۲؛ مودودی ارخودی و دیگران، ۱۴۰۲؛ ۱۳۹۸؛ شایان و دیگران، ۱۴۰۱؛ قادری و دیگران، ۱۳۹۹؛ فردوسی و دیگران، ۱۳۹۷؛ فردوسی و فیروزجاه، ۱۳۹۴؛ ۱۳۹۳؛ کروی و فردوسی، ۲۰۲۱)، گردشگری سلامت (نعمتی و دیگران، ۱۴۰۰؛ جلالی و دیگران، ۱۳۹۵)، گردشگری ساحلی و دریایی (فردوسی و دیگران، ۱۳۹۹؛ ۱۳۹۶؛ زبیری و دیگران، ۱۳۹۹؛ ۱۳۹۸؛ دربان آستانه و دیگران، ۱۳۹۷؛ پوراحمد و دیگران، ۱۳۹۶؛ ۱۳۹۵؛ مطیعی لنگرودی و دیگران، ۱۳۹۶) و غیره به شدت گسترش یافته است. افزایش درآمد، افزایش زمان فراغت، تغییرات در نگرش‌ها و دیدگاه‌های جدید نسبت به زندگی، و نیازمندی‌های بین‌المللی، توسعه و گسترش قابل‌توجه گردشگری را الزامی می‌سازد (جولیا شارپلی، ۱۳۸۰، ص ۱). در حقیقت، گردشگری یکی از عوامل مؤثر در ایجاد تغییرات اساسی در اقتصاد، جامعه و فرهنگ شهرها بوده و اکنون به‌عنوان یک صنعت پویا و مؤثر در اقتصاد شناخته می‌شود. این صنعت امروزه در زمره مهم‌ترین صنایع جهان قرار دارد و در بسیاری از جوامع، به‌عنوان رکن اصلی اقتصاد تلقی می‌شود (گی، ۱۳۸۲، ص ۱۹). این صنعت می‌تواند با ایجاد تغییر در ابعاد مختلف اقتصادی، جمعیتی، فرهنگی و دیگر ویژگی‌های اجتماعی، در تغییرات فضایی شهرها نقش مهمی ایفا کند (حاجی‌نژاد و احمدی، ۱۳۸۹، ص ۸).

۱-۲. معنویت

مفهوم معنویت به ساحتی از ساحت وجودی انسان اشاره دارد. به‌گونه‌ای که تقسیم‌بندی دو بعد اصلی انسان، ابعاد مادی و معنوی را دربر می‌گیرد. صاحب‌نظران در مورد اینکه این بعد از وجود انسان غالباً به چه مؤلفه‌هایی اشاره دارد، دچار تفاوت رأی و تناقض دیدگاه هستند. برخی آن را بنیه اصلی و وجودی انسان می‌دانند، و عده‌ای به آن به‌عنوان یک نوع منش انسانی برتر می‌نگرند. هنگامی که مفهوم معنویت به میان می‌آید، نظرها به سمت مذهب، زیارت یا حتی روش‌های آرامش روح متمایل می‌شود. اینها ممکن است مصداق‌های قابل درکی از معنویت باشند، اما در اینجا منظور از معنویت رسیدن به نظامی از معانی است. با نگاهی عمیق‌تر به مفهوم معنویت می‌توان دریافت که انسان ذاتاً کنج‌کاو است و همواره به دنبال درک ابعاد جدیدی از زندگی است. از این‌رو در تعاملات و ارتباطات خود، بعد از درک صورت یک موضوع، به

(جکسون و دیگران، ۲۰۱۶، ص ۲۸۹). برخی از محققان در راستای مفهوم‌سازی عنصر معنویت، آن را به نوعی کیفیت روانی نسبت می‌دهند که فرای اعتقادات مذهبی بوده و منجر به ایجاد احساساتی در انسان همچون محترم شمردن خلقت و درک عظمت الهی می‌شود. به‌طور کلی، معنویت از جمله فضایل انسانی است که به زندگی انسان معنا و هدف غایی می‌بخشد و موجب شیوه‌ای خاص از زندگی می‌شود که باعث پیوند میان فرد با خود، دیگران و کل جهان می‌گردد (ایمانی خوشخو و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۶).

به‌طور کلی، معنویت پدیده‌ای جهان‌شمول است و در رأس سلسله‌مراتب نیازهای آبراهام مازلو قرار دارد. ویژگی‌ای که به زندگی انسان معنا بخشیده و موجب ارتباط انسان و خالق عالم هستی می‌شود (بسته‌نگار و حسنی، ۱۳۹۷، ص ۴۶). در این راستا، واحیدیان عظیمی و رحیمی (۱۳۹۲) به مفهوم‌شناسی معنویت پرداخته‌اند و با تأکید بر چندبعدی بودن مفهوم معنویت، این ابعاد را در دو طبقه کلی «متفاوت بودن معنی و مفهوم معنویت از دیدگاه افراد» و «ابعاد متنوع و گوناگون معنویت» مطرح نموده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. مفهوم‌شناسی معنویت

طبقات اصلی	طبقات فرعی	محوّر اصلی
متفاوت بودن معنی و مفهوم معنویت از دیدگاه افراد	نگرش‌ها و اعتقادات متفاوت افراد به فلسفه	چندبعدی بودن مفهوم معنویت و ابعاد آن
	هستی‌شناسی	
	معرفت‌شناسی و شیوه‌های مختلف درک این مفاهیم در شناخت خود و جهان پیرامون	
	انعکاس شناخت صحیح آنها در زندگی روزمره	
ابعاد متنوع و گوناگون معنویت	جسمی و بدنی	ابعاد متنوع و گوناگون معنویت
	اجتماعی ارتباطی	
	فرهنگی عاطفی	
	معنوی روحی	
	عرفانی باطنی	
	شناختی ذهنی	

(منبع: واحیدیان عظیمی و رحیمی، ۱۳۹۲، ص ۱۳).

سمت فهم سیرت و بطن آن حرکت می‌کند. این طبیعت جست‌وجوگر، او را به سمت درک و فهم هرچه بیشتر مضامین و مفاهیم نهفته در ارتباطات و تعاملات هدایت می‌کند (رضایی و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۵).

دو مفهوم اصلی در معنویت وجود دارد: اول، تمایل یا نیاز به ساختن مفاهیم ضمنی و هدف انسان از زندگی و حضور در جهان هستی؛ دوم، ایمان به برتری خداوند که تمام هستی را تحت کنترل خویش دارد (ایمانی خوشخو و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۵). معنویت در مطالعات مدیریت از سه منظر مطرح می‌شود: معنویت فردی، معنویت در محیط کار، و معنویت سازمانی. همچنین، معنویت را می‌توان از منظر مذهبی در نظر گرفت (روچا و پینه‌یرو، ۲۰۲۰، ص ۹). در دیدگاه اسلام، معنویت امری ذاتی است و مرجع آن خداوند است، ساختنی و کشف‌شدنی است. معنویت همه ابعاد وجود انسان، حتی بعد جسمی را تعالی می‌بخشد و صرفاً به پرورش روح مربوط نمی‌شود (واحیدیان عظیمی و رحیمی، ۱۳۹۲، ص ۱۶). در این میان، در ادیان شرقی مانند بودائیسیم و هندوئیسم، معانی‌ای مانند ارتباطات پویا، انرژی، و سلامت به معنویت نسبت داده می‌شود؛ این در حالی است که در ادیان ابراهیمی مسیحیت، یهودیت، و اسلام، معنویت به حقیقت و راستی و برتری مطلق یک خدای واحد مرتبط می‌شود. از نگاه سکولاریسم، معنویت به فرایندی پویا در زندگی اطلاق می‌شود که متمرکز بر ارزش‌ها و اهداف زندگی است و درواقع عاملی معنادهنده به زندگی روزانه مادی قلمداد می‌شود (ایمان‌زاده، ۱۳۹۴، ص ۷۶؛ اشعری و دیگران، ۱۳۹۱، ص ۹۵).

معنویت، به‌عنوان یکی از جنبه‌های وجودی انسان به‌منظور جست‌وجو و کسب معنا و غایت، و برقراری ارتباط در لحظه با خود، دیگران، طبیعت و ساحت غیرمادی و روحانی، مورد توجه قرار می‌گیرد (پوکالسکی و دیگران، ۲۰۱۴، ص ۶۵۱). این مفهوم به مفهوم سطح شعور، هوش و احساس انسانی اشاره دارد که او را از سایر موجودات متمایز و امکان ارتباط با ابعاد غیرمادی هستی و وجود خود را فراهم می‌نماید. به‌طور کلی، معنویت همان بُعد غیرمادی انسانی است که در ارتباط با خود، دیگران، طبیعت و خالق هستی، معنا پیدا کرده و امکان تعامل و کسب تعالی و غایت هستی را برای انسان امکان‌پذیر می‌سازد. از این‌رو این مفهوم می‌تواند سلامت جسمی و روانی را برای انسان به همراه داشته باشد

۱-۳. دین و معنویت

در رویکرد روان‌شناسانه سنتی، دین سازهای بسیار گسترده بود و تمایز صریحی از معنویت نداشت. اما این نگاه در رویکرد مدرن روان‌شناسی دچار تحول شد و دین را به‌عنوان یک عامل محدودتر و کمتر تأثیرگذار تعریف کرد. در نتیجه این نگاه، معنویت به‌طور روشن از دین قابل تمیز است و از این‌رو یک دوقطبی دین و معنویت شکل گرفته است که طی آن، دین نهادی تأثیرگذار و بیرونی در برابر معنویت که امری درونی و شخصی است قرار گرفته است (کیانی و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۱۰۴، به نقل از: زینبائر و دیگران، ۱۹۹۹). از نگاه برخی صاحب‌نظران تا قرن‌ها مطالعه دین می‌توانست معنویت را هم تحت پوشش قرار دهد، اما به‌طور مستقیم از معنویت بحثی به میان نمی‌آمد. بنابراین دسته‌ای از اندیشمندان این عرصه، معنویت را به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از دین دانستند و یا در برخی موارد به جای همدیگر از این دو استفاده کردند. اکنون برخی محققان و اندیشمندان معنویت را امری کاملاً جدا از دین تفسیر کرده‌اند. این امر معمولاً در قامت اندیشه ناخداپاورانه نمود پیدا کند و تلاش می‌کند هرگونه ارتباط بین معنویت با فراطبیعت‌گرایی، وجود امر مقدس و نهاد دین را انکار نماید (موبرگ، ۲۰۱۰). سه سطح متمایز، اما به هم وابسته را می‌توان در فهم معاصر از معنویت تشخیص داد:

۱. معنویت به‌منزله تجربه و یا عمل و فعل زیسته در زمینه‌ای دینی؛
۲. معنویت به‌مثابه آموزه‌هایی است که از این عمل به ظهور می‌رسد و آن را هدایت می‌کند؛ یعنی همان اصول و قواعد معنوی و توصیه‌های گوناگون برای رسیدن به کمال که در دین‌های متفاوت مشاهده می‌شوند؛
۳. مطالعه نظام‌مند و تطبیقی و نقادانه تجربه‌ها و آموزه‌های معنوی که در زمانه ما به روشی کاملاً تازه تکامل یافته‌اند (هینلز، ۱۳۸۶، ص ۴۴). در این میان، عواملی از جمله جست‌وجوی حقیقت، روشنگری و کسب تجربه ارزشمند آمیخته با شئون الهی و مقدس، انسان‌ها را بر آن می‌دارد که به مکان‌ها و مقصدهایی سفر کنند که از فضای دنیوی و زندگی عادی فراتر است. درواقع در طول تاریخ، آیین و سنت‌های دینی عامل جذب افراد به سفر بوده‌اند (شاکلی، ۲۰۰۱، ص ۵۶). در تفکر دینی، اسلام برای گردشگری، کارکردی خاص مد نظر قرار داده است، به‌گونه‌ای که سیر در زمین

برای رسیدن به درکی بالا جهت ستایش قدرت مطلق و تأمل در نظام آفرینش خداوندگار از سفارش‌های مؤکد قرآنی است. در قرآن مجید اهمیت سیر و سیاحت و گردشگری به وضوح به مردم نشان داده شده و از آنها خواسته شده تا در زمین بنگرند و در آثار برجای‌مانده از گذشته بیندیشند و از سیر گذشته‌شان پند بگیرند (جهانیان و رستگار، ۱۳۹۴، ص ۷).

۲. یافته‌های پژوهش

۲-۱. معنویت و گردشگری

با توجه به وجود عوامل بالقوه در عرصه گردشگری که توانایی تأثیرگذاری قابل‌توجهی بر کیفیت زندگی گردشگران دارد، درک و فهم جنبه معنویت در گردشگری می‌تواند زمینه را برای تقویت و توسعه هرچه بیشتر این عرصه فراهم نماید. از این‌رو ورود بُعد معنویت به گردشگری به ارتقای سطح تجربه گردشگران منجر شده و در نتیجه بهبود کیفیت زندگی ایشان را در پی خواهد داشت (شفیعا و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۱۰۹).

برخی معنویت را مختص وجود خود گردشگر می‌دانند که از دریافت و درک کاملاً شخصی حاصل می‌شود. در نتیجه، معنویت را تجربه فردی معرفی می‌کنند. از سوی دیگر، معنویت از دیدگاه کسب معانی فرهنگی نیز در مطالعات گردشگری بررسی شده است (گارسس و دیگران، ۲۰۱۸، ص ۱۱۳). اوتزان و دیگران (۲۰۱۳) عقیده دارند که معنویت شامل مؤلفه‌هایی نظیر نظامی انسان، هدف زندگی، وجود برتر، و نیاز به دانستن، درک و تجربه هستی و خداوند می‌شود؛ چراکه سفر می‌تواند یک منبع ارزشمند برای دستیابی به این اهداف برای انسان در زندگی باشد. برای بسیاری از پژوهشگران حوزه گردشگری، هدف از سفر کشف معنی خویشتن، زندگی و خداوند است. بنابراین، گردشگری بیشتر از تفریح، تجربه‌های بالارزشی است که معنویت را برای گردشگر محقق می‌نماید (عابدی سماکوش و دوستی، ۱۴۰۲). گردشگری و سفر به‌عنوان نیازی درونی و از اهداف آفرینش است. سفر و گردشگری، هم در زندگی بیرونی و عینی که عامل اقتصادی، اعتقادی، فکری و سیاسی است و هم در زندگی درونی و باطنی انسان که در حال حرکت دائمی

جدول ۲. مفهوم‌سازی معنویت در گردشگری

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

(منبع: شفیعا و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۱۲۲)

در ادیان مختلف، معنویت را روشی مؤثر در ایجاد انگیزه سفر و تنوع و انتقال می‌دانند (جهانیان و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۳). دین و

است، موجبات گسستن بندهایی می‌شود که عامل رکود و توقف است. از مهم‌ترین علل آن، گسترش و تحرک جهان‌بینی انسان می‌باشد. بنابراین، توجه به محصول گردشگری باید به شیوه‌ای باشد که نیاز او را در زندگی درونی و بیرونی به شکلی فراهم نماید که مدام بین این دو در حرکت باشد (قیمتی، ۱۳۹۴، ص ۴).

اغلب محققان معتقدند که گردشگری معنوی را نمی‌توان به‌عنوان یک گونه خاص از گردشگری در نظر گرفت؛ زیرا معنویت به‌عنوان یک چتر است که می‌تواند انواع مختلف گردشگری را دربر گیرد و منجر به ایجاد حس تعالی و ارزش‌های مقدس شود (حق و دیگران، ۲۰۰۹، ص ۲). بنابراین، گردشگری معنوی به‌عنوان نمایانگر معنویت است که گردشگر در جهت دستیابی به ارزش‌های غیرمادی در حین سفر در آن مشغول است. گردشگری را می‌توان به‌عنوان یک فعالیت معنوی دانست که به دنبال غنی‌سازی شخصیت و تعالی شخصی است. به عبارت دیگر، جست‌وجو برای معنای زندگی، بخش بزرگی از تجربه گردشگری است (گارسس و دیگران، ۲۰۱۸، ص ۱۱۳). در گردشگری، تحقق معنویت (رسیدن به معنا) می‌تواند از طریق ارتباط با خود، با دیگران (گردشگرانی که با آنها هم‌سفر هستیم یا جوامع محلی) و با محیط به وجود آید (شارپلی، ۲۰۱۶، ص ۱۷). پژوهشگران بسیاری از جمله فیلیپ و پیرس (۲۰۱۴) 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 درواقع، یک مفهوم فلسفی در گردشگری به‌شمار می‌رود که رویکرد روان‌شناسی نیز ملزم به شناخت دقیق‌تر مفهوم معنویت است؛ زیرا تمامی این مؤلفه‌ها به‌عنوان اهدافی که هر فرد در زندگی آن را جست‌وجو می‌نماید، از طریق شناخت بهتر معنویت محقق می‌شود و در این میان، گردشگری می‌تواند به‌عنوان 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 رضایت‌خاطر از مضامین معنوی در نظر گرفته شده‌اند (شهرابی، ۱۳۹۷، ص ۴، به نقل از: گارسس و دیگران، ۲۰۱۸). گردشگری برای معنویت خواهان جهان، بستری فراهم می‌کند که با استفاده از آن به آرامش همراه با معنویت می‌رسند (پیمان، ۱۳۹۴، ص ۷). شفیعا و دیگران (۱۳۹۵) در پژوهشی به مفهوم‌سازی معنویت در گردشگری پرداخته‌اند (جدول ۲).

مکان‌های تاریخی پیدا می‌شود، می‌تواند به فرد کمک کند تا به خودشناسی عمیق‌تری دست یابد و با ارزش‌های زندگی خود در ارتباط باشد. ادیان مختلف معتقدند که معنویت در سفر و گردشگری نقش مهمی دارد و این روند به تقویت ارتباط انسان با خود، با دیگران و با محیط اطراف کمک می‌کند. بنابراین، ارتقاء آگاهی از بُعد معنوی گردشگری و توجه به آن در طراحی برنامه‌ها و فعالیت‌های گردشگری می‌تواند باعث بهبود کیفیت تجربه گردشگران و افزایش رضایت آنها شود. همچنین، درک بهتری از ارتباط معنویت با سفر و گردشگری می‌تواند به توسعه فرهنگ گردشگری و افزایش درک و تعامل میان جوامع مختلف کمک کند.

جست‌وجو برای معنای زندگی، بخش قابل‌توجهی از تجربه گردشگری تعریف شده است. به اعتقاد برخی محققان، بررسی احساس مثبت، مثبت‌اندیشی، سلامت روان، خوشبختی و امید در زندگی ماهیتی معنوی دارند و درواقع، یک مفهوم فلسفی در گردشگری به‌شمار می‌روند. ماهیت گردشگر، حالات روحی و روانی گردشگر از جمله احساس شادی، تجربه مثبت، حس خوشبختی و رضایت‌خاطر از مضامین معنوی در نظر گرفته شده‌اند. درنهایت، می‌توان گفت که توجه به بُعد معنوی گردشگری نه تنها به بهبود تجربه گردشگران کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به توسعه پایدار و تعادل بخشی در صنعت گردشگری نیز کمک کند؛ زیرا این رویکرد به ارتقاء رفاه اجتماعی و فرهنگی جوامع محلی و جهانی نیز می‌انجامد. بنابراین از دیدگاه معنوی، مهم‌ترین مسئله در صنعت گردشگری، شناسایی و تقویت مؤلفه‌هایی است که منتج به یک تجربه معنوی برای گردشگران شود؛ در این خصوص، بایستی زمینه جاری‌سازی معنویت را در همه گونه‌های گردشگری فراهم نمود تا از این طریق بتوان اهداف مرتبط با آرامش روحی و روانی گردشگران را نیز مورد توجه قرار داد.

معنویت به‌عنوان عنصر کلیدی زندگی انسان در سفر و گردشگری است. حتی سفری که ماهیت زیارتی نداشته باشد نیز می‌تواند توأم با معنویت نتایج معنوی داشته باشد. به‌طور کلی می‌توان گفت: ادیان مختلف به معنویت در سفر اعتقاد دارند و آن را نهایت دستاورد یک سفر می‌دانند (ایمانی خوشخو و دیگران، ۱۳۹۴، ص ۷). اصولاً انسان به‌عنوان موجودی کمال‌طلب مطرح است که همواره در پی شناخت است و سفر و گردشگری مبتنی بر حرکت، زمینه تحقق معناگرایی وی را ایجاد نموده است (ایمانی خوشخو و شهرابی فراهانی، ۱۳۹۷، ص ۱۶۱). از آنجا که سفر، گردشگر را به جست‌وجوی معنا سوق می‌دهد، می‌توان گردشگری را به کالبد زاینده معنویت تعبیر نمود (امبروز و اوسنیک، ۲۰۱۱، ص ۷۶). سفر منجر به شکل‌گیری و ارتقای هوش معنوی می‌شود و در نتیجه ادراک معنویت فرد را ارتقا می‌دهد (خوشه‌بست و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۵). در نگاه اولیه به معنویت در گردشگری، عنصر معنویت به‌عنوان یک عامل انگیزشی مطرح است که انگیزه سفر را در فرد تقویت می‌کند و گردشگر علاقه‌مند به معنویات، فردی است که سفرهای زیارتی و مذهبی را به منظور درک حس متعالی در پیش می‌گیرد (شفیعا و دیگران، ۱۳۹۵، ص ۱۱۶).

نتیجه‌گیری

با پیشرفت و گسترش صنعت گردشگری در جهان، تفاوت‌ها و دیدگاه‌های گوناگونی نسبت به گردشگری شکل گرفته است. اغلب تحقیقات، گردشگری را از منظر مادی بررسی کرده و به جنبه‌های معنوی آن کمتر توجه کرده‌اند. از دیدگاه اسلام، معنویت همه ابعاد وجود انسان، حتی بُعد جسمی را تعالی می‌بخشد و صرفاً به پرورش روح مربوط نمی‌شود. در این زمینه لازم است جنبه‌های معنوی گردشگری و تأثیرات آن بر روح و روان انسان مورد بررسی و توجه قرار گیرد و به موضوع اصلی گردشگری، که آرامش روحی و روانی انسان است، توجه شود. به‌طور کلی، معنویت در گردشگری به‌عنوان یک جنبه مهم و جدایی‌ناپذیر از تجربه سفر و گردشگری مطرح می‌شود. این معنویت نه تنها به جنبه‌های فردی مرتبط با دیدگاه و باورهای شخصی گردشگران، بلکه به جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی و مذهبی مرتبط با مقصدها و مسیرهای سفر نیز ارتباط دارد. گردشگری ممکن است به‌عنوان فرصتی برای تأمل و آرامش در نظر گرفته شود. آرامشی که در مکان‌های طبیعی، مکان‌های مذهبی یا

خوشه‌بست، فرزانه و دیگران (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری بر هوش معنوی و ارتقای معنویت. *سمینار علمی جایگاه گردشگری در اقتصاد مقاومتی*. تهران.

دربان آستانه و دیگران (۱۳۹۷). شناسایی مطلوب‌ترین نقاط جهت احداث سایت گردشگری دریایی (مطالعه موردی: شهرستان تنکابن). *اطلاعات جغرافیایی (سپهر)*، ۲۷(۱۰۶)، ۲۲۹-۲۳۹.

رضایی، محمد و دیگران (۱۳۹۴). ارتباطات بین فرهنگی و معنویت در گردشگری. *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.

رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۵). *جغرافیا و صنعت توریسم*. تهران: دانشگاه پیام نور. زیاری، کرامت‌الله و دیگران (۱۳۹۸). تعیین ظرفیت تحمل اجتماعی گردشگران ساحلی (مطالعه موردی: بندر گز). *علوم و تکنولوژی محیط‌زیست*، ۲۱(۵)، ۱۲۳-۱۳۵.

زیاری، کرامت‌الله و دیگران (۱۳۹۹). تعیین ظرفیت تحمل فیزیکی - اکولوژیکی گردشگری ساحلی و تأثیرپذیری آن از میزان رضایت‌مندی گردشگران (مطالعه موردی: بندر گز). *علوم و تکنولوژی محیط‌زیست*، ۲۲(۶)، ۱۸۹-۲۰۲.

سادات‌حسینی، فهیمه (۱۳۹۹). *دستاوردهای معنوی صنعت توریسم*. *مطالعات دین‌پژوهی*، ۴(۸)، ۱۰۹-۱۳۳.

شایان، حمید و دیگران (۱۴۰۱). رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری. *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۰(۱۹)، ۲۸۱.

شفیعا، سعید و دیگران (۱۳۹۵). تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۱(۳۵)، ۱۰۷-۱۲۷.

شمس، مجید و امینی، نصیره (۱۳۸۸). ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی در توسعه گردشگری. *جغرافیای انسانی*، ۴(۱)، ۸۱-۹۳.

شهرابی فراهانی، مهدیه (۱۳۹۷). *ارائه الگوی ادراک معنوی گردشگران فرهنگی کلان‌شهرهای ایران از سفر*. *مطالعه موردی گردشگران خارجی شهر اصفهان*. رساله دکتری مدیریت گردشگری. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.

عابدی سماکوش، محبوبه و دوستی، مرتضی (۱۴۰۲). نقش گردشگری ورزشی در معنویت. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۲(۴۵)، ۱۵۱-۱۳۱. فردوسی، سجاد و دیگران (۱۳۹۶). مطالعه پتانسیل‌های اقلیم گردشگری سواحل جنوبی دریای خزر. *اطلاعات جغرافیایی (سپهر)*، ۲۶(۱۰۴)، ۱۰۳-۱۱۵.

فردوسی، سجاد و دیگران (۱۳۹۷). تحلیلی بر شاخص باقی‌مانده ظرفیت تحمل جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری (مطالعه موردی: شهر شاهرود). *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۱۸(۴۹)، ۹۳-۱۱۰.

فردوسی، سجاد و دیگران (۱۳۹۹). تحلیلی بر ریسک‌ها و مخاطرات مقاصد گردشگری (مطالعه موردی: بندر انزلی). *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۱۰(۲۰)، ۱۳-۲۶.

فردوسی، سجاد و فیروزجاه، پری شکری (۱۳۹۳). اهمیت رنگ در فضای

منابع

اشعری، زهرا و دیگران (۱۳۹۱). بررسی مفهوم، اصول و روش‌های تربیت معنوی از دیدگاه علامه طباطبائی. *تربیت اسلامی*، ۷(۱۵)، ۸۹-۱۱۲.

ایمان‌زاده، علی (۱۳۹۴). *بررسی تطبیقی مفهوم اهداف اصول و روش های تربیت معنوی از دیدگاه علامه طباطبائی و دیوید کار*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. ملایر: دانشگاه ملایر.

ایمانی خوشخو و دیگران (۱۳۹۴). بررسی ارتباط میان سفر و معنویت در ادیان پیش از اسلام. *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.

ایمانی خوشخو، محمدحسین و شهرابی فراهانی، مهدیه (۱۳۹۷). بررسی ارتباط میان عناصر معناگرایی و ادراک گردشگر از سفر (مطالعه موردی گردشگران خارجی بازار تهران). *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۳(۴۴)، ۱۴۳-۱۷۰.

باشکوه اجیرلو و دیگران (۱۴۰۲). تأثیر ملاحظات زیست‌محیطی بر بازاریابی سبز در صنعت هتل‌داری (مورد مطالعه: هتل‌های شیراز). *علوم و تکنولوژی محیط‌زیست*، ۲۵(۸)، ۱۰۵-۸۹.

بسته‌نگار، مهرنوش و حسنی، علی (۱۳۹۷). رواداری راهبردی معنوی یا معنویت راهبردی در توسعه گردشگری خلاق. *باغ نظر*، ۱۵(۶۰)، ۳۸-۵۰. پوراحمد، احمد و دیگران (۱۳۹۵). بررسی شاخص‌های گردشگری دریایی در استان‌های ساحلی ایران. *علوم و فناوری دریای*، ۲۰(۷۸)، ۵۵-۶۴. پوراحمد، احمد و دیگران (۱۳۹۶). تبیین آسایش اقلیمی گردشگری ساحلی. *علوم و فناوری دریای*، ۲۱(۸۱)، ۶۳-۷۳.

پورفرج، اکبر و دیگران (۱۳۹۸). واکاوی آسیب‌پذیری جاذبه‌های ژئوتوریستی در مقصدهای گردشگری. *پژوهش‌های فرسایش محیطی*، ۹(۳)، ۲۳۴۲. پیمان، آیت (۱۳۹۴). گردشگری، معنویت و صلح و دوستی. *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.

جلالی، محبوبه و دیگران (۱۳۹۵). واکاوی و تبیین اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی (مطالعه موردی: شهر بابک کرمان). *آمایش جغرافیایی فضا*، ۶(۲۰)، ۱۶۱-۱۷۴.

جولیا شاریلی، ریچارد (۱۳۸۰). *گردشگری روستایی*. ترجمه رحمت‌الله منشی‌زاده و فاطمه نصیری. تهران: منشی.

جهانبیان، منوچهر و رستگار، ابراهیم (۱۳۹۴). واکاوی انواع رویکردهای مفهومی تبیین‌کننده گردشگری معنوی مذهبی در مطالعات اسنادی (مورد پژوهش: مقالات علمی - پژوهشی فارسی). *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.

حاجی‌نژاد، علی و احمدی، علی (۱۳۸۹). تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری مطالعه موردی شهر بانه. *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۲(۱)، ۷-۲۲.

حاجی‌نژاد، علی و احمدی، علی (۱۳۹۸). تأثیرات اقتصادی گردشگری تجاری بر مناطق شهری مطالعه موردی شهر بانه. *پژوهش‌های بوم‌شناسی شهری*، ۲(۱)، ص ۷-۲۲.

- شهری. مطالعات در دنیای رنگ، ۴(۳)، ۷۲-۶۱.
- فردوسی، سجاد و فیروزجاه، پری شکری (۱۳۹۴). تحلیل فضایی - کالبدی نواحی شهری بر اساس شاخص‌های رشد هوشمند. پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، ۶(۲۲)، ۳۲-۱۵.
- قادری، اسماعیل و دیگران (۱۳۹۹). تبیین تأثیر خودکارآمدی کارآفرینی و قابلیت نوآوری بر عملکرد کسب‌وکارهای گردشگری (مورد مطالعه: شهر تبریز). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۵)، ۱۱۲-۱۳۴.
- قیمتی، محمدرضا (۱۳۹۴). بررسی انگیزه‌های انسان به سفر و چگونگی محصول گردشگری. اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.
- کیانی، معصومه و دیگران (۱۳۹۴). مفهوم‌شناسی معنویت از دیدگاه اندیشمندان تربیتی غربی و مسلمان. اسلام و پژوهش‌های تربیتی، ۷(۱۴)، ۹۷-۱۱۸.
- گلستانی، میترا و دیگران (۱۳۹۴). سنجش پارامترهای اقلیمی با هدف توسعه بوم گردی (اکوتوریسم) در شهرستان نور. نیوار، ۳۹(۹۰-۹۱)، ۵۵-۶۲.
- گی، چاک وای (۱۳۸۲). جهانگردی در چشم‌اندازی جامع. ترجمه علی پارسایان و سیدمحمد اعرابی. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- مطیعی لنگرودی، سیدحسن و دیگران (۱۳۹۶). تبیین اثرات رضایتمندی گردشگران در بازاریابی گردشگری دریایی (مورد مطالعه: نواحی ساحلی استان گلستان). برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۷(۲۶)، ۴۱-۵۴.
- مودودی ارخودی، مهدی و دیگران (۱۳۹۸). بررسی عوامل مؤثر بر وفاداری و ماندگاری گردشگران در هتل‌ها (مطالعه موردی: هتل‌های پنج ستاره شهر مشهد). جغرافیا و توسعه فضای شهری، ۶(۱)، ۲۰۷-۲۲۲.
- مودودی ارخودی، مهدی و دیگران (۱۴۰۰). بررسی اثرات گردشگری در مناطق حفاظت‌شده (مورد مطالعه: منطقه حفاظت‌شده شاسکوه خراسان جنوبی). جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، ۱۹(۲)، ۲۶۳-۲۹۱.
- مودودی ارخودی، مهدی و دیگران (۱۴۰۲). تدوین مدل مفهومی کارآفرینی همکارانه در حوزه گردشگری. کاوش‌های مدیریت بازرگانی، ۱۵(۳۱)، ۹۷-۱۲۷.
- مودودی ارخودی، مهدی و فردوسی، سجاد (۱۳۹۹). سنجش الگوی رفتاری عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری (مورد مطالعه: شهر کرج و روستاهای پیرامونی). مطالعات شهری، ۹(۳۶)، ۸۵-۱۰۰.
- مودودی ارخودی، مهدی و فردوسی، سجاد (۱۴۰۰). تبیین نقش بوم‌گردی در توسعه جوامع روستایی (مورد مطالعه: روستای افین). کاوش‌های جغرافیایی مناطق بیابانی، ۹(۱)، ۲۴۱-۲۵۷.
- مودودی ارخودی، مهدی و فردوسی، سجاد (۱۴۰۲). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان لرستان). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۳۳(۶۹)، ۲۳۹-۲۵۸.
- نعمتی، ولی و دیگران (۱۴۰۰). تأثیر گردشگری سلامت بر ارتقاء رفاه اجتماعی جامعه میزبان. سلامت و بهداشت، ۱۲(۲)، ۲۰۸-۲۲۱.
- نعمتی، ولی و فردوسی، سجاد (۱۴۰۰). تبیین اثرات توسعه گردشگری روستایی بر ظرفیت تحمل جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای کندلوس، شهرستان نوشهر). روستا و توسعه، ۲۴(۱)، ۵۳-۸۰.
- واحدیان عظیمی، امیر و رحیمی، ابوالفضل (۱۳۹۲). تبیین مفهوم معنویت: تحلیل محتوای قراردادی. تحقیقات کیفی در علوم سلامت، ۲(۱)، ۱۱-۲۰.
- الوانی، سیدمهدی و دهدشتی، زهره (۱۳۷۳). اصول و مبانی جهانگردی. تهران: بنیاد مستضعفان و جانبازان انقلاب اسلامی.
- هینلز، جان راسل (۱۳۸۶). فرهنگ/ادیان جهان. قم: مرکز مطالعات و تحقیقات ادیان و مذاهب.
- Ambroz, M., & Ovsenik, R. (2011). Tourist origin and spiritual motives. *Management: journal of contemporary management issues*, 16(2), 71-86.
- Bridges, J. G., (1959). *A short History of tourism Travel and tourism Encyclopedia* in H. P. sales. (ed). London: travel world.
- Filep, S. & Pearce, P. (2014). A blueprint for tourist experience and fulfillment research, in, P. Pearce and, S. Filep (eds.), *Tourist experience and fulfillment: insights from positive psychology*. New York: Routledge.
- Garces, 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.
- Geoheritage. 12(4), 1-21.
- Gunn, C. A. (2002). *Tourism plaming Concepts Basics cases*. New York: Routledge.
- Haq, M; Newby, L; Jackson, A (2009). *Segmentation of the spiritual tourism market*. CQUniversity. Conference contribution. <https://hdl.handle.net>
- 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), 15-29.
- 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.
- Karoubi, M., Ferdowsi, S. (2021). Impact of Perceived Social Apathy on Tourists' Behavioral Intentions. *Leisure Studies*. 40(5), 628-644.
- Mason, P., 2003, *Tourism Impacts Planning and Management*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Mathison, A. & Wall, G. (1982). *Tourism Economics physical and social Impacts*. London: Longman.
- Moberg, D. O. (2011). Expanding Harizons for Spirituality Research. Retrieved on 15 October 2013 from <http://hirr.hartsem.edu/sociology/spiriyuality-research.html>.
- Pourfaraj, A., Ghaderi, E., Jomehpour, M., Ferdowsi, S. (2020). Conservation Management of Geotourism Attractions in Tourism Destinations.
- 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.
- Rocha, R. G., & Pinheiro, P. G. (2020). Organizational Spirituality: Concept and Perspectives. *Journal of Business Ethics*, 171(2), 241-252.
- Shackley, M (2001). 2001, *Managing Sacred Sites: Service Provision and Visitor Experience*. New York: Continuum.
- Sharpley, R. (2016). Tourism and Spirituality: An Evolving Relationship. *International Journal of Tourism and Spirituality (IJTS)*, 1(1), 8-24.
- Ziaee, M., Ferdowsi, S. (2020). A Systematic Review of Iranian Research in the Field of Geotourism Studies. *Geoheritage*. 12(4), 1-13.
- Zinnbauer, B. J., Pargament, K. I., & Scott, A. B. (1999). The emerging meanings of religiousness and spirituality: Problems and prospects. *Journal of personality*, 67(6), 889-919.