

بررسی جامعه‌شناختی نظام شخصیت و گونه‌های تجربه سفر در شهر تهران

ملیحه شیانی^۱، الهام عرب‌پور^۲

(تاریخ دریافت ۹۵/۱۱/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۷/۰۴/۱۵)

چکیده

گردشگری به‌لحاظ اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجرایی فرآیند پیچیده‌ای است و مناسبات بین گردشگری و بخش‌های دیگر جامعه را دیدگاه جامعه‌شناختی است که می‌تواند به‌شکلی دقیق و علمی بکاود. یکی از این مناسبات، ارتباط بین تجربه سفر و نظام شخصیت است. تحقیق حاضر به بررسی این ارتباط می‌پردازد. تجربه سفر متغیری در نظر گرفته شده است که با نظام شخصیت افراد رابطه دارد. سفر و تفریح ویژگی‌های خاصی به شخصیت افراد می‌بخشد. توصیف جامعه‌شناختی تجربه سفر و نظام شخصیت و رابطه این دو در جامعه آماری، با استفاده از منابع نظری، موضوع و هدف تحقیق حاضر است. در این مسیر، از نظریه اریک کوهن و پارسونز برای پیکربندی چارچوب نظری استفاده شده است. داده‌ها از طریق روش کمی و با استفاده از پرسش‌نامه به‌صورت حضوری جمع‌آوری شده است. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که در هم‌بستگی رگرسیونی، بین گونه‌های تجربه سفر و نظام شخصیت، هر سه نوع تجربه معنادارند و هم‌بستگی آنها به‌منزله متغیر مستقل با نظام شخصیت تأیید شد. متغیرهای تجربه وجودی و تجربه تفریحی با نظام شخصیت هم‌بستگی مستقیم و مثبت دارند و متغیر تجربه تجربی بر متغیر وابسته تأثیر منفی و معکوس دارد.

واژگان کلیدی: تجربه تفریحی، تجربه وجودی، تجربه تجربی، نظام شخصیت، گردشگری.

۱. دانشیار گروه برنامه‌ریزی و رفاه اجتماعی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول) mshiani@ut.ac.ir

۲. کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توریسم دانشگاه تهران

مقدمه و بیان مسئله

گردشگری در دنیای امروز یکی از پررونق‌ترین صنایع جهان است که روزبه‌روز در حال گسترش است و به علت ماهیت بین‌رشته‌ای‌اش، ابعاد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و اقتصادی را در برمی‌گیرد. سفر از دیرباز محبوب بشر بوده است. اگرچه در گذشته هدف از سفرهای طولانی و پرخطر به زیارت و تجارت محدود می‌شده است، امروزه، با گسترش نظام حمل‌ونقل، افزایش درآمد مردم، و پدید آمدن زمان استراحت و فراغت، این مقوله به امری اجتناب‌ناپذیر در زندگی بشر تبدیل شده است، به طوری که امروزه هدف از سفرکردن بسیار تخصصی‌تر و پیچیده‌تر شده است. سفر همواره جایگاه خاصی در فرهنگ، تمدن و دین کشورهای مختلف و به خصوص ایران با تمدن دیرینه‌اش داشته است.

گردشگری واجد ویژگی‌های خاصی است که آن را از فعالیت‌های اقتصادی دیگر متمایز می‌کند. گردشگری فعالیتی چندوجهی است و یکی از پیچیده‌ترین کسب‌وکارهای بشری با توجه به موقعیت جغرافیایی قلمداد می‌شود؛ زیرا متقاضی در سرزمینی و محصول در مقصدی دیگر قرار گرفته‌اند و تلاش بر آن است که با گردشگر با رسیدن به مقصد، در طول سفر تجربه‌ای به یادماندنی و جذاب مطابق سلیقه خود کسب کند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۴: ۹). از جانب دیگر، با افزایش رفاه نسبی و ایجاد تنوع در مصرف، گردشگری بعد از جنگ جهانی دوم به سرعت رشد کرد و بر سپهر اجتماعی-اقتصادی کشورهای و افراد تأثیر فراوانی گذاشت (خانیان، ۱۳۸۵: ۱۵۹؛ سینایی، ۱۳۷۴: ۱۳۴-۱۳۵؛ بیک‌محمدی، ۱۳۷۹: ۲۵۰؛ کازرونی، ۱۳۷۸: ۱۹۲). افزایش سفر و به‌طور کلی تجربه گردشگری آثار و نتایج مثبتی دارد، اما ممکن است نتایج منفی‌ای نیز به همراه آورد که از آن جمله می‌توان به تأثیرپذیری از فرهنگ‌های دیگر اشاره کرد. مفهوم نظام شخصیت در این پژوهش مبتنی بر دیدگاه جامعه‌شناختی است. در این‌الگوی مفهومی، شخصیت نظام تمایلی هنجاری‌شده‌ای است که واسط بین نظام ارگانیک (آلی) و نظام اجتماعی (جامعه) تلقی می‌شود که در اثر جامعه‌پذیری تکوین و رشد می‌یابد. موجود انسانی هنگام تولد به‌مثابه نظام ارگانیک چیزی جز ماشین نیاز با ظرفیت بالقوه نیست. طی فرآیند جامعه‌پذیری، فرد در جهت علایق برتر خود در برخورد با نظام‌های اثباتی، اجتماعی و فرهنگی آنها را درونی می‌کند و به تدریج تمایلات (نیازهای هنجاری‌شده) گوناگون و در عین حال مرتبط به هم را کسب می‌کند و از این طریق صاحب شخصیت می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵).

تجربه سفر می‌تواند آثار گوناگونی بر جامعه داشته باشد. تجربه سفرهای داخلی یا خارجی، کوتاه‌مدت یا بلندمدت، ارزان‌قیمت یا گران‌قیمت، تجربه انواع سفرهای مذهبی، کاری، تفریحی، علمی، تجاری و...، در واقع، با نظام شخصیت افراد ارتباط دارد. از آنجاکه نظام شخصیت در

فرآیند جامعه‌پذیری شکل می‌گیرد و تکامل می‌یابد، یکی از حوزه‌هایی که سبب شکل‌گیری نظام شخصیت می‌شود، تجربه سفر افراد است. مقاله حاضر در پی بررسی رابطه تجربه سفر با نظام شخصیت افراد است. تجربه‌های سفر متفاوت‌اند و هر کدام ویژگی‌های خاصی دارند که بر نظام شخصیت تأثیر می‌گذارند. تجربیاتی که طبق نظریه کوهن، به تفریحی، تجربی، و وجودی تقسیم می‌شود. این تجربیات با توجه به دوری و نزدیکی انسان به کانون ارزش‌ها و باورهایش و به‌طور کلی مجموعه فرهنگ او ساخته می‌شوند. به این صورت که در تجربه تفریحی، افراد با سفرکردن از کانون ارزش‌های فرهنگی خود دور نمی‌شوند و فقط به‌دنبال تفریح و گذراندن ساعت‌هایی خوش هستند، به طوری که تغییری در تعلقات فرهنگی افراد به وجود نمی‌آید. در سفر با تجربه تجربی، افراد از فرهنگ خود دور نمی‌شوند، ولی به‌دنبال تجربیات جدید و دیدن فرهنگ و آداب و رسوم جوامع مقصد هستند. از جانب دیگر، کسانی که تجربه وجودی را درک کرده‌اند، به‌دنبال رهایی از ارزش‌های خود و یافتن تجربه‌های کاملاً جدید و متفاوت هستند، به گونه‌ای که حاضرند عقاید، باورها و آداب و رسوم خود را برای همیشه کنار بگذارند و زندگی جدیدی را تجربه کنند. به نظر می‌رسد این تجربیات با توجه به انواع متفاوتشان می‌توانند با نظام شخصیت ارتباط برقرار کنند.

پرسش اساسی چگونگی ارتباط تجربه سفر افراد به مقاصد و مناطق گوناگون، با نظام شخصیت آنان است. نظام شخصیت فرد جهان‌دیده و کسی که دائماً در سفر است، چه تفاوتی با فردی که زیاد به سفر نمی‌رود دارد. این پرسش مبین مسئله نوشتار حاضر است که در پایان سعی خواهد شد پاسخی علمی برای آن ارائه شود. به این ترتیب، هدف اصلی مقاله حاضر بررسی رابطه گونه‌های تجربه سفر با نظام شخصیت است.

مباحث نظری

چارچوب نظری تحقیق حاضر از ترکیب نظریه تجربه گردشگری اریک کوهن و نظریه نظام شخصیت پارسونز پیکربندی می‌شود. تجربه مفهومی است که در طیفی گسترده، از انتزاعی‌ترین تا عینی‌ترین حالت، ممکن است جای بگیرد. تجربه حالتی درونی در فرد است و ناشی از چیزی است که فرد به صورت شخصی با آن مواجه می‌شود، تحمل می‌کند یا در طی آن زندگی می‌کند. تجربیات گردشگر نیز چنین حالت‌هایی (گروه مسافرتی، مناظر زیبا و به‌یادماندنی یا تعطیلات) هستند که در طول سفر به وجود می‌آیند (جعفری، ۲۰۰۰: ۲۱۵-۲۱۶).

ماهیت سفر بیشتر به داشتن این تصور یا ایجاد آن در دیگران مربوط است که شخص از دیگران، یا شما که در خانه هستید، تجربه بهتری دارد. هنگامی که در محلی به‌دنبال سرگرمی

و تفریح می‌گردیم، اساساً در پی یافتن هیجانی اوج‌یافته، نوعی همهمه، هستیم، چیزی که می‌تواند این هیجان را در مخاطب به‌وجود بیاورد، با توجه به سلیقه‌های ما متفاوت است. دنیا دارد می‌آموزد که باید صنعت گردشگری راه، که به‌سرعت در حال تبدیل شدن به مهم‌ترین صنعت است، بهتر و برای هدف جهانی مثبت‌تری اداره کند (بونی‌فیس، ۱۳۸۰). به‌طور کلی، تجربه گردشگری حاصل فضای مدرنیته است که در تمایز میان خانه و محل کار به‌مثابه شکلی از گذران اوقات فراغت رخ نموده و پیامدهایی چون سفر، تجربه، تفریح و سودجویی را برای انسان مدرن به‌ارمغان آورده است (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۹۰: ۱۷۲).

تجربه گردشگری از دیدگاه متفکران گوناگون ماهیتی متفاوت دارد و بر سر اینکه آیا گردشگری فعالیتی معمولی، صوری و بی‌اهمیت است، یا ناشی از تجربه‌های جانبی و تصنعی است، بحث‌های فراوانی وجود دارد. اغلب مردم گردشگران را به چشم مسافرانی که به‌دنبال تفریح هستند می‌نگرند. چنین توصیفی از آنان به‌دلایلی ممکن است درست باشد، اما نگرشی سطحی به گردشگر محسوب می‌شود. در میان دیدگاه‌های متفاوت، دیدگاه کوهن (۱۹۷۹) درباره تجربه گردشگری بسیار مهم است. نگرش او به گردشگری و تجربه‌های حاصل از آن عمیق‌تر و تأمل‌برانگیزتر است. سؤال اصلی کوهن در نظریه او این است که آیا انسان خود را متعلق به مرکزی خاص در دنیا می‌داند و جایگاه این مکان در دنیا چگونه است؟ و چگونه به‌لحاظ فلسفی، شیوه‌های گوناگون تجربه‌های گردشگری به انواع مختلف ارتباطی که بین فرد و انواع مرکزها وجود دارد مربوط می‌شود؟ (آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۸۹).

از این منظر، بحث او درباره تجربه گردشگری حول کانون شکل می‌گیرد. مفهوم کانون از راه‌های مختلفی وارد علوم اجتماعی شد. ام الید^۱ اظهار کرد هر جهان‌بینی معانی مشترک و اصلی‌ای دارد که با استناد به آنها، مناطق از تقدس برخوردار می‌شوند. در تصورات دینی قدیمی، کانون به جایی می‌گفتند که نقطه تلاقی آسمان با زمین و جهنم بود. ای. شیلز^۲ معتقد است هر جامعه‌ای دارای کانونی است که شبکه‌ای بانفوذ از ارزش‌های اخلاقی عالی و بنیادی تلقی می‌شود. آیزنشتاد^۳ برداشت شیلز از کانون را بسط داد. او بین کانون‌های متعدد سیاسی، مذهبی یا فرهنگی تمایز قائل شد. این تمایزگذاری توجه اریک کوهن را جلب کرد. در این میان، تصور اینکه انسان مدرن، مطیع و پای‌بند به کانون جامعه‌اش است، کمی نادرست به‌نظر می‌رسد. بسیاری از انسان‌های مدرن از جامعه‌گريزان‌اند، بعضی ممکن است کاملاً از جامعه

1. M.Eliade
2. E.Shills
3. S.N.Eisenstadt

بیزار باشند و به‌دنبال کانون و جایگاه اصلی معنا نباشند، عده‌ای که از زبان جبران‌ناپذیر کانون خود آگاهی دارند، غیرمستقیم، به مشارکت صحیح در کانون دیگران توجه می‌کنند، و آنها که به‌اصطلاح ای هیلر^۱، آنچنان مدرن نیستند، امکانات کمتری دارند. گروه دیگر، مخصوصاً آنهایی که کاولیس^۲ آنان را پست‌مدرن می‌خواند، شخصیتی تمرکززدا دارند و بین کانون‌های مختلف معلق می‌مانند و به جست‌وجوی هدف زندگی‌شان می‌پردازند، و سرانجام، عده‌ای ممکن است کانون معنوی خود را در جایی دیگر، در جامعه یا فرهنگی غیرخودی، بیابند. به‌نظر کوهن، در درون این‌گونه نگرش‌ها، کانون گردشگری اهمیت متفاوتی دارد. کوهن به‌تشریح تجربه‌های گردشگری می‌پردازد و این تجربه‌ها را به‌اشکال دیگر ارتباط بین انسان مدرن و مراکز مختلف ربط می‌دهد (آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۸۹-۹۱). کوهن در این مسیر به بسط نوع‌شناسی تجربه‌های گردشگری می‌پردازد. او به بررسی پنج‌روش اصلی از تجربه‌های گردشگری پرداخته است: ۱. روش تفریحی ۲. روش انحرافی ۳. روش تجربی ۴. روش آزمایشی ۵. روش وجودی.

این‌روش‌ها برای ایجاد پیوند میان تجربه گردشگر، به‌منزله مسافری که به‌دنبال خوشی محض است، و گردشگر مدرنی که در جست‌وجوی کانون دیگر است، طبقه‌بندی شده‌اند. در روش تفریحی،^۳ سفر تجربه‌ای تفریحی به‌شکل سرگرمی‌ای مشابه دیگر اشکال سرگرم‌کننده مانند سینما، تئاتر و تلویزیون است. گردشگر از سفرش لذت می‌برد؛ زیرا سفر نیروهای فیزیکی و ذهنی او را تجدید می‌کند و به او تن‌درستی می‌بخشد. با توجه به معنای کلمه سرگرمی، این تجربه گردشگر، نهایتاً، در ارتباط و در اثر سفر مذهبی به کانونی مقدس به‌وجود می‌آید که به انسان نیرو می‌بخشد. گردشگر متعهد نیست که برای خودشناسی یا خودپروری به گردش برود. او صرفاً در پی تفریح و تجربه‌ای سرگرم‌کننده و فرح‌بخش است. این گردشگری برای انسان مدرن حکم کنترل‌کننده فشار را دارد، وقتی که نمی‌تواند فشار زندگی را تحمل کند، به سفر می‌رود؛ زیرا تنش‌های ناشی از جامعه مدرن را کاهش می‌دهد و ارتباط فرد با جامعه را مستحکم‌تر می‌کند (کوهن، ۱۹۷۹: ۱۸۳-۱۸۵؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۹۲-۹۴؛ مک‌کیب، ۲۰۰۵؛ لنکیک، ۲۰۰۱).

بعضی از انسان‌های مدرن از کانون جامعه یا فرهنگ خود گریزان‌اند. زندگی این‌گونه افراد بسیار پوچ و بی‌معناست و به‌دنبال هدف و معنا، چه در جامعه و چه در جایی دیگر، نیستند. سفر این افراد اهمیت تفریحی ندارد و کاملاً انحرافی است. فرار محض از خستگی بی‌معنا و تکرار

1. E. Heller

2. Kavalis

3. Recreational

زندگی روزمره به آسایش ناشی از تعطیلات ممکن است بدن را التیام بخشد. این روش که روح را تسکین می‌دهد، ارتباط آن را با کانون معنادار تقویت نمی‌کند و صرفاً نفرت و بیزاری را تحمل‌پذیر می‌سازد. روش انحرافی تجربه گردشگر مشابه روش تفریحی است، اما فرقی در این است که روش انحرافی^۱ حتی در حالت تفریحی نیز بی‌معناست و خوشی بی‌معنای فرد بدون مرکز است (کوهن، ۱۹۷۹: ۱۸۵-۱۸۶؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۹۴-۹۵؛ مک‌کیب، ۲۰۰۵).

در روش تجربی^۲، هدف گردشگری صرفاً کسب تجربه است. گردشگر در اینجا زندگی واقعی دیگران را مشاهده می‌کند و از تفاوت زندگی آنان با زندگی خود آگاه می‌شود، اما بعد از دیدن زندگی دیگران، همچنان روال قبلی را ادامه می‌دهد و زندگی‌اش را تغییر نمی‌دهد و روش‌های زندگی درست مردم را نیز نمی‌پذیرد. گردشگر تجربی همچنان غریبه باقی می‌ماند، حتی وقتی که در میان مردمی زندگی می‌کند که زندگی واقعی آنان را می‌بیند و یاد می‌گیرد که با زیانگری برای آنان ارزش قائل شود. گردشگر، غیرمستقیم، درستی زندگی دیگران را می‌آزماید، اما آن را از آن خود نمی‌کند (کوهن، ۱۹۷۹: ۱۸۶-۱۸۸؛ جعفری، ۲۰۰۰؛ مک‌کیب، ۲۰۰۵؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۹۵-۹۶).

روش آزمایشی^۳ تجربه گردشگری افرادی است که با کانون معنوی جامعه خود ارتباطی ندارند و در جست‌وجوی مفردی در جهت‌های مختلف‌اند. این مسئله برای افراد متفکر و سرسختی که در بین اشخاص سرگردان و پست‌مدرن یافت می‌شوند خوشایند است. مسافر روش آزمایشی درگیر زندگی واقعی و درستی شده است، اما خود را کاملاً مقید آن نمی‌کند، بلکه موقعیت‌های مختلف را با هم مقایسه می‌کند، به این امید که سرانجام چیزی را که مطابق نیازها و امیال خاص خود باشد دریابد. افرادی که عادت کرده‌اند با ثبات قدم بین اشخاص مختلف و فرهنگ‌ها حرکت کنند، با سفرهای طولانی قدرت تصمیم‌گیری را از دست داده‌اند و نمی‌توانند خود را دائم در قبال چیزی متعهد کنند (کوهن، ۱۹۷۹: ۱۸۹؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۹۶-۹۷؛ لنکیک، ۲۰۰۱).

اگر روش قبلی تجربه گردشگری به توصیف جوینده می‌پردازد، روش وجودی^۴ ویژگی مسافری را بیان می‌کند که به کانون معنوی انتخابی خود متعهد است، مانند فردی که مرز فکری‌اش از جامعه و فرهنگش جداست؛ بنابراین، نیازی نیست که محتوای نمادها و ارزش‌ها

1. Diversionary
2. Experiential
3. Experimental
4. Existential

مذهبی باشند. فردی که با کانون بیرونی انتخابی ارتباط دارد، از زندگی فاصله می‌گیرد، گویی در تبعید زندگی می‌کند و یگانه‌زندگی واقعی معنادار در کانون یافت می‌شود. کسانی که عمیقاً به مرکز معنوی جدید تعهد دارند، ممکن است برای همیشه به آن پای‌بند شوند و زندگی جدیدی را با تسلیم کامل خود به فرهنگ یا جامعه‌ای که بر تشخیص موقعیت کانون بنا شده است شروع کنند. آنان دوست دارند که از فرهنگ بیگانه الگو بردارند. آنچه از تجربیات وجودی پدیده گردشگری به دست می‌آید، این حقیقت است که افراد زیادی، که تعداد آنان در دنیای پرتحرک در حال افزایش است، به دلایل واقعی قادر به حرکت مداوم به سوی کانون انتخابی خود نیستند، اما در دو دنیا زندگی می‌کنند: دنیای زندگی روزانه آنها، که در آن سرگرمی‌های مفیدی را دنبال می‌کنند، اما برای آنان فاقد معنا و مفهوم عمیق‌تری است، و دنیای کانون انتخابی‌شان، که در سفرهای دوره‌ای آن را ترک می‌کنند تا ارزش معنوی بیابند (کوهن، ۱۹۷۹: ۱۸۹-۱۹۲؛ آپوستولوپولوس، ۱۳۸۴: ۹۷-۹۹؛ مک‌کیب، ۲۰۰۵؛ جعفری، ۲۰۰۰؛ لنکیک، ۲۰۰۱).

الگوی مفهومی شخصیت

پارسونز چارچوب نظری عظیمی ایجاد کرد که مدعی بود اصولاً می‌تواند همه چیزهای موجود در دنیای اجتماعی را دربرگیرد. به نظر می‌رسد بعد از گذشت چند دهه از ارائه نظریه عمومی کنش، این نظریه همچنان از نظر جایگاه و محتوا بی‌همتا است. سرآغاز تمام نظریه پارسونز مفهوم کنش اجتماعی است. کنش اجتماعی، در معنایی که پارسونز می‌فهمد، همه رفتارهای انسانی است که انگیزه و راهنمای آن معنایی است که کنشگر در دنیای خارج کشف می‌کند، معنایی که توجهش را جلب می‌کند و به آنها پاسخ می‌دهد (روشه، ۱۳۷۶: ۵۶). رویکرد تحلیلی پارسونز تحلیل سیستمی است. او کنش را همچون نظامی در نظر می‌گیرد و از اصطلاح نظام کنش استفاده می‌کند که عبارت است از «سازمان روابط متقابل میان کنشگر و وضعیتش». آنچه به این روابط نظم می‌بخشد، هنجارها و ارزش‌هایی است که برای کنشگر درونی شده‌اند. پارسونز سه شرط ساخت‌مندی (وجود عناصر نسبتاً پایدار به منزله نشانه‌های عطف در تحلیل سیستمی)، کارکرد، و فعالیت درون‌سیستمی (تغییرات و تطورات، مبتنی بر قواعد) را برای هر نظامی از جمله نظام کنش قائل است. او معتقد است که هنجارها و ارزش‌ها (الگوهای فرهنگی) عناصر ساختاری نظام کنش‌اند. در دیدگاه پارسونز، کنش اجتماعی برآیند چهار نظام شخصیت، فرهنگ، نظام اجتماعی و ارگانسیم زیستی است. از نظر او، این چهار نظام، در کلی‌ترین سطح، نظام‌های فرعی فراگیر نظام کنش تلقی می‌شوند (روشه، ۱۳۷۶). به نظر می‌رسد در عالم زیستی و اجتماعی هم، عنصری نقش اساسی دارد که اطلاعات بیشتری داشته

باشد. پارسونز می‌گوید محیط طبیعی شرط لازم پیدایش ارگانیسم است. ارگانیسم و محیط شروط لازم نظام شخصیتی است، ولی شروط کافی نیست. شرط کافی برای نظام شخصیتی فرهنگ است. اگر فرهنگ نباشد، شخصیتی شکل نمی‌گیرد. پارسونز می‌گوید ارگانیسم رفتاری اولین و بنیادی‌ترین مرجع کنش است و ما از طریق آن با محیط طبیعی ارتباط برقرار می‌کنیم. پس، کارکرد ارگانیسم فراهم‌آوردن زمینه تطابق انسان با محیط است. تا اینجا، انسان با حیوان اشتراک دارد، اما غرایز انسانی در برخورد با فرهنگ، فرهنگ‌پذیر می‌شوند و شکل و قالب فرهنگی به خود می‌گیرند. پارسونز فرهنگ را کنترل‌کننده بقیه نظام‌ها و شامل سه قسمت می‌داند: عقاید و باورها، ارزش‌ها، و هنجارها. وقتی انسان این سه‌بخش را بپذیرد، شخصیت تولید می‌شود. همین که شخصیت شکل گرفت، به جای غرایز می‌نشیند و انسان را در یافتن هدف‌ها و دنبال کردن مقاصدش راهنمایی می‌کند. وقتی در وجود انسان‌های جامعه نظام شخصیتی شکل گرفت، کنش‌های افراد هم‌جهت می‌شوند، برای اینکه فرهنگ آن را شکل داده است. شخصیت باید نظامی فرعی از نظام عمومی کنش تلقی شود که هم به بقیه نظام‌های فرعی وابسته است و هم از آنها مستقل است؛ بنابراین، پارسونز هم شخصیت را متمایز از نظام‌های نوعی کنش، و هم در ارتباطی پویا با آنها ملاحظه می‌کند (همان، ۱۶۱). پارسونز شخصیت را نظام سازمان‌یافته‌ای از جهت‌گیری و انگیزش کنش‌کنشگر فردی می‌انگارد. عنصر سازنده بنیادی شخصیت تمایل نیازی است. این تمایلات در دیدگاه او اکتسابی‌اند و موروثی نیستند. این تمایلات نیازی با کشش‌ها و گرایش‌های فطری متفاوت‌اند (ریترز، ۱۳۸۴: ۱۳۹) و به تدریج توسعه می‌یابند و با بلوغ شخصیت و درونی‌شدن نظام‌های مختلف بر تعدادشان افزوده می‌شود.

با توجه به بررسی‌های صورت‌گرفته در ایران، تحقیقی که مبتنی بر متغیرهای این پژوهش باشد، یافت نشد. به عبارتی، سنجش این دو متغیر در ارتباط با یکدیگر (تجربه سفر و نظام شخصیت) کاری تازه است که در این تحقیق انجام شده است. در این زمینه، می‌توان به محدود پژوهش‌های چلبی (۱۳۸۱) با عنوان «بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران»، علی‌جاودانه (۱۳۷۸) با عنوان «میزان رضایت گردشگران اروپایی از تجربه سفر به ایران»، معصومه حاتمی زرنه (۱۳۸۹) با عنوان «بررسی تأثیر فرهنگ بر شکل‌گیری شخصیت»، و سمیه هاشمی (۱۳۹۱) با نام «بررسی جامعه‌شناختی رابطه تجربه گردشگری و هویت اجتماعی، مطالعه موردی شیراز» اشاره کرد.

همانند تحقیقات داخلی، پژوهش‌های خارجی اندکی نیز در موضوع تحقیق حاضر صورت گرفته است. می‌توان به مطالعه تونگ^۱ (۲۰۰۹) اشاره کرد که به بررسی و کشف ماهیت تجربه

1. Tung

سفر خاطره‌انگیز پرداخته است. او کوشیده است ماهیت تجربه خاطره‌انگیز را در زمینه گردش و سفر بررسی کند. تونگ با استفاده از مصاحبه‌های عمیق به این نتیجه دست یافت که گونه‌های تجربه سفر و عناصر ویژه مربوط به مقصد در تجربه خاطره‌انگیز افراد از سفر بسیار برجسته‌تر از عوامل دیگر است.

کانینگ^۱ (۲۰۰۸) نیز در مطالعه‌ای به بررسی تأثیر تجربه سفرهای خارجی بر جهان‌بینی گردشگران امریکایی پرداخته است. هدف او کشف فرآیند تغییر جهان‌بینی افراد از طریق سفرهای خارجی بوده است. نتایج نشان داد که جهان‌بینی افراد بعد از سفرهای خارجی تغییر کرده است. ویور^۲ و همکاران (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای به بررسی نقش تجربه سفر قبلی و خصوصیات سفر بر ارزیابی از مقصد پرداخته‌اند. آنها با استفاده از تحلیل کانونی رابطه بین دو مجموعه متغیرهای ذکرشده را بررسی کردند. نتیجه مطالعه نشان داد که قسمت بزرگی از واریانس ارزیابی مقصد از طریق تجربه سفر قبلی و خصوصیت‌های سفر تبیین‌پذیر بوده است.

کوهن^۳ (۱۹۷۲) معتقد است انسان‌ها کانون جهان‌بینی خاصی دارند که از ارزش‌های آنها ناشی می‌شود. او معتقد است این کانون جهان‌بینی و ارزش‌های افراد در اثر ملاقات با افراد و فرهنگ‌ها در جریان تجربه سفر می‌تواند تغییر کند. او به مطالعه تجربی این موضوع پرداخت و با انواع متفاوتی از تجربه گردشگری مواجه شد که با استناد به آنها، نوع‌شناسی انواع تجربه گردشگری افراد را ارائه کرد و تأثیر هر کدام را بر ارزش‌های افراد نشان داد. به نظر او، کسانی که تجربه تفریحی و انحرافی از سفر به دست آورده‌اند، همچنان به ارزش‌های خود پای‌بند بودند و علاقه‌ای به ارزش و فرهنگ‌های دیگر از خود نشان نمی‌دادند. درحالی‌که افراد، با تجربه تجربی^۴ هرچند در پی آگاهی و یادگیری ارزش‌های دیگران در طول سفر بودند و برای ارزش‌های آنان احترام قائل بودند، درنهایت، ارزش‌های خود را مهم تلقی کردند. سرانجام، کسانی که به شیوه آزمایشی و وجودی سفر را تجربه کرده بودند، خواهان دوری از ارزش‌های خود بودند و در پی اخذ ارزش‌ها و فرهنگ افرادی بودند که در تجربه سفر خود با آنان آشنا شده بودند.

چارچوب نظری

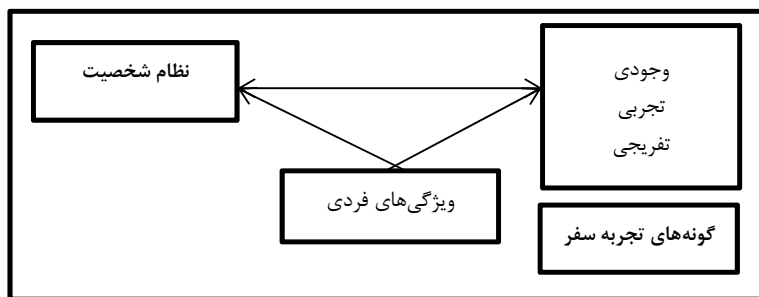
گردشگری و تجربه ناشی از آن حاصل فضای مدرنیته است که در تمایز میان خانه و محل کار، به‌مثابه شکلی از گذران اوقات فراغت، رخ می‌نماید و پیامدهایی برای انسان مدرن به‌همراه

1. Kanning
2. Weaver
3. cohen
4. Experiential Experience

می‌آورد. به‌طور کلی، روش‌های مختلف تجربه گردشگر به‌ترتیب از نوع تفریحی آن، که با میل برای لذت و تفریح برانگیخته می‌شود، به نوع اساسی‌تری که با جست‌وجوی معنا و هدف ترغیب می‌شود، مشخص می‌شود. روش‌های انحرافی و آزمایشی، که به‌ترتیب روش‌های دوم و چهارم در مراحل تجربه گردشگری در نظریه کوهن هستند، روش‌هایی میانه و پلی بین روش‌های قبلی و بعدی‌اند و ترکیبی از ویژگی‌های مراحل قبل و بعد را در خود دارند. به‌همین دلیل، در مقاله حاضر روش‌های تفریحی، تجربی و وجودی بررسی شده‌اند.

پارسونز نیز کنشگر را به‌منزله عامل کنش و حامل اندیشه در روابط تأثیر و تأثری در نظام اجتماعی قرار می‌دهد و معتقد است که از ترکیب نیازهای ارگانیک با انتظارات اجتماعی در مراحل گوناگون جامعه‌پذیری و در برخورد با محیط‌های اثباتی و فرهنگ، نظام شخصیت تولید می‌شود. تعریف چلبی از شخصیت برآورد نظریه‌های روان‌شناختی-جامعه‌شناختی است. او انسان را یک واحد زیستی-روانی-اجتماعی می‌داند که در محیط قرار دارد و از آن جدا نیست.

کوهن با تقسیم تجربه‌های گردشگری به پنج حوزه تفریحی، انحرافی، تجربی، آزمایشی و وجودی، با استفاده از مفهوم کانون می‌کوشد نشان دهد که تجربه سفر به افراد جهان‌بینی‌های خاصی می‌دهد و می‌تواند بر نظام شخصیت آنها تأثیر بگذارد و شکل جدید و ویژه‌ای به آن ببخشد. به‌عبارتی، سفرهای گوناگون و تجربه حاصل از آن در شکل‌گیری شخصیت و تحول آن مؤثر است. او تجربه‌های متفاوت افراد در سفر را سبب شکل‌گرفتن شخصیت آنها می‌داند. در واقع، کانون‌های ارزشی و رفتاری افراد ممکن است تحت تأثیر ارتباط با دیگری‌ها و دیگر کانون‌های ارزشی متمایز قرار گیرند و تغییر را پذیرا باشند. بدین ترتیب، در طراحی الگوی تحقیق سه نوع تجربه تفریحی، تجربی و وجودی به‌کار گرفته خواهد شد. الگوی نظری نهایی که در پژوهش مبنای عمل و راهنمای تحقیق بوده است به‌این شکل ترسیم می‌شود:



الگوی نظری: نظام شخصیت و گونه‌های تجربه سفر

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به پارادایم اثباتی طراحی شده است. طبق پارادایم تحقیق، روش کمی برای سنجش متغیرها انتخاب شد. پرسش‌نامه ابزار گردآوری مفاهیم است. جامعه آماری تحقیق را مجموع افراد ساکن در شهر تهران، که در محدوده ۱۸ تا ۶۵ سال قرار دارند، تشکیل می‌دهند که طبق سرشماری سال ۱۳۹۰، ۸۱۵۴۰۵۱ نفرند. نمونه‌گیری به شیوه تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای صورت گرفت. به همین منظور، برای مطالعه جامعه پیش‌گفته از ده خوشه‌محله، که با توجه به طبقات اقتصادی، بی‌سوادی و مهاجرت تقسیم شده بود، استفاده شد. از بین این ده خوشه، سه خوشه با توجه به پایگاه اجتماعی-اقتصادی بالا، متوسط و پایین به‌طور تصادفی انتخاب شدند. این سه خوشه، خوشه‌های ۲، ۵ و ۹ هستند. افراد تحت بررسی، شهروندان ساکن در محلات این سه خوشه هستند که جمعیت این سه خوشه ۲,۲۲۴,۰۰۰ نفر است. حجم نمونه مقتضی برحسب فرمول کوکران^۱ محاسبه شده است. با توجه به جمعیت سه خوشه، با استفاده از فرمول کوکران (رفیع‌پور، ۱۳۸۳: ۳۸۳)، حجم نمونه برابر با ۳۸۴ نفر محاسبه شده است.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{1.95^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}}{1 + \frac{1}{1544000} \left(\frac{1.95^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2} - 1 \right)} = 384$$

در مجموع، پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، در تحلیل نهایی از اطلاعات ۳۶۵ پرسش‌نامه استفاده شده است.

جدول ۱. جمعیت خوشه‌های نمونه‌گیری

جمعیت نمونه ۱۰۰ نفر	جمعیت منطقه ۳۲۸,۰۰۰ نفر	خوشه دوم اقتصاد پایین‌ترین، بی‌سوادی بالا، مهاجرت زیاد
۳۴ پرسش‌نامه		۱- شوش
۳۳ پرسش‌نامه		۲- جوانمرد قصاب
۳۳ پرسش‌نامه		۳- سه‌راه آذری
جمعیت نمونه ۱۵۰ نفر	جمعیت منطقه ۶۳۸,۰۰۰ نفر	خوشه پنجم اقتصاد متوسط رو به پایین، بی‌سوادی کم، مهاجرت کم
۳۸ پرسش‌نامه		۱- پیروزی
۳۷ پرسش‌نامه		۲- فرزانه
۳۸ پرسش‌نامه		۳- چهارصد دستگاه

1. Cochran

۳۷ پرسش نامه		۴- نیرو هوایی
جمعیت منطقه نفر	جمعیت نمونه ۱۳۴ نفر	خوشه نهم اقتصاد بالاترین، بی سواد کم، مهاجرت کم
۶۷ پرسش نامه		۱- قیطره
۶۷ پرسش نامه		۲- نیاوران

تحقیق حاضر، از میان روش‌های گوناگون موجود برای سنجش اعتبار و روایی تحقیق، از روش اعتبار صوری^۱ و اعتبار سازه^۲ برای اعتباریابی تحقیق و از ضریب آلفای کرونباخ^۳ برای سنجش پایایی تحقیق استفاده کرده است. برای تشخیص اعتبار صوری ابزار سنجش (پرسش نامه) در مراحل مختلف (قبل و بعد از پیش‌آزمون، در اختیار استادان مجرب که در این عرصه از توانایی‌های علمی لازم برخوردارند) قرار گرفته است و نظرهای ایشان در جهت تصحیح و رفع اشکالات موجود در پرسش نامه گرفته شد و در نهایت پرسش نامه تأیید و نهایی شد. پس از تأیید نهایی پرسش نامه، با استفاده از اعتبار صوری، سعی شد اعتبار تحقیق به شیوه اعتبار سازه با استفاده از تکنیک تحلیل عاملی تأمین شود.

جدول ۲. تحلیل عاملی متغیر گونه‌های تجربه سفر

تفسیر	Df	سطح معناداری	مقدار آزمون	تحلیل عاملی
پذیرفتنی و تقلیل پذیر به عامل‌های زیربنایی			۰/۶۵۰	آزمون kMO
معنی دار	۹۱	۰/۰۰۰	۵۲۱/۷۵۰	آزمون بارتلت

طبق نتیجه آزمون kMO، که مقدار آن برابر ۰/۶۵۰ به دست آمده است، داده‌های تحقیق به تعدادی عامل‌های زیربنایی تقلیل پذیر است.

جدول ۳. تحلیل عاملی متغیر نظام شخصیت

تفسیر	Df	سطح معناداری	مقدار آزمون	تحلیل عاملی
پذیرفتنی و تقلیل پذیر به عامل‌های زیربنایی			۰/۶۶	آزمون kMO
معنی دار	۶۶۶	۰/۰۰۰	۳۸۸۸/۲۲۱	آزمون بارتلت

1. Face validity
2. Construct validity
3. Cronbach Alpha

طبق نتیجه آزمون kMO، که مقدار آن برابر ۰/۶۶ است، داده‌های تحقیق به تعدادی عامل‌های زیربنایی تقلیل‌پذیر است. پایایی طیف‌های نگرشی تحقیق از طریق آزمون پایایی آلفای کرونباخ محاسبه شد و میزان آلفای کرونباخ طیف‌ها بیشتر از ۰/۷ بوده است.

جدول ۴. میزان آلفای کرونباخ متغیرهای اصلی تحقیق

ردیف	شاخص	آلفای کرونباخ	تعداد گویه‌ها
۱	نظام شخصیت	۰/۶۸	۳۷
۲	گونه‌های تجربه سفر	۰/۷۸	۱۴

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

یافته‌های تحقیق از میان جمعیت معتبر ۳۶۵ نفری از پاسخگویان نشان‌دهنده این واقعیت است که کمینه سن افراد ۱۸ و بیشینه آن ۶۰ سال بوده است. اکثر پاسخگویان در گروه سنی ۱۸ تا ۳۰ سال قرار داشتند که در حدود ۶۸ درصد حجم نمونه را دربرمی‌گیرند. مردان ۴۹ درصد و معادل ۱۷۹ نفر از جمعیت نمونه، و زنان ۵۱ درصد معادل ۱۸۶ نفر از حجم نمونه را تشکیل داده‌اند که تقریباً حجم مساوی نسبت جنسی را نشان می‌دهد. اکثر افراد دارای تحصیلات کارشناسی (۵۰ درصد) بوده‌اند. تعداد افراد متأهل ۳۷ درصد و بیشتر مجرد هستند. میزان درآمد اکثر افراد (۵۲ درصد) در فاصله ۴۰۰ هزار تا ۱/۵ میلیون تومان قرار گرفته است.

جدول ۵. توزیع فراوانی متغیر نظام شخصیت

شاخص شخصیت	قوی	متوسط	ضعیف	بی‌پاسخ
فراوانی	۵۶	۱۴۷	۱۴۳	۱۶
درصد فراوانی	۱۶	۴۱	۳۹	۴

طبق یافته‌ها، وضعیت پاسخگویان در ابعاد الگوی شخصیتی در جمعیت نمونه، به‌طور کلی، متوسط روبه‌ضعیف است. در واقع، برخورداری از معیارهای شخصیتی و شدت گرایش افراد نسبتاً ضعیف به‌دست آمده است. چهار بعد اصلی نظام شخصیت عبارت‌اند از: بعد برون‌گرایی، بعد نزدیکی، بعد انسجامی و بعد شناختی. بعد برون‌گرایی مواردی همچون میل به فعال‌گرایی آنی، میل به انطباق با محیط اثباتی، و میل به کسب موفقیت را می‌سنجد. بعد نزدیکی شامل میل به اضطراب درونی و بیرونی، میل به بی‌اعتمادی انضمامی (بین‌شخصی) و انتزاعی، و میل به نامیدی است. بعد انسجامی میل به وابستگی عاطفی انضمامی، میل به سازگاری اجتماعی، میل

به خودتنظیمی، میل به تعهد تعمیم‌یافته و میل به بردباری را می‌سنجد، و بعد شناختی نیز میل به تجربه‌گرایی، خردورزی، نمادگرایی و برنامه‌ریزی را می‌سنجد. بخشی دیگر از پرسش‌های طراحی شده در پرسش‌نامه دربارهٔ سنجش شاخص تجربه سفر است.

جدول ۶. توزیع فراوانی گونه‌های تجربه سفر

میزان گرایش انواع تجربه	کم		متوسط		زیاد	
	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی
تجربه وجودی	۲۹	۱۰۶	۴۱	۱۵۱	۳۰	۱۰۸
تجربه تفریحی	۲۹	۱۰۷	۳۶	۱۳۱	۳۵	۱۲۷
تجربه تجربی	۲۹	۱۰۷	۳۳	۱۱۹	۳۸	۱۳۸

طبق جدول ۶، در بعد تجربه وجودی، شدت گرایش ۳۰ درصد پاسخگویان به تجربه فرهنگ‌ها و آداب و رسوم متفاوت زیاد است و ۴۱ درصد آنان گرایش و علاقه‌مندی متوسط و نسبی به تجربه ناشناخته‌ها و تجربه‌های کاملاً متفاوت اظهار کرده‌اند. ۲۹ درصد نیز، که شامل ۱۰۶ نفر از افراد می‌شود، تمایل بسیار کمی به رویارویی با تجربه‌های کاملاً جدید داشتند. همان‌طور که در جدول ۶ دربارهٔ بعد تجربی آمده است، ۳۵ درصد جمعیت نمونه، گرایش زیادی به معیار تفریح و لذت‌بردن از سفر نشان داده‌اند و آن را بسیار مهم دانسته‌اند. در حدود ۳۶ درصد از جمعیت، به لذت‌بردن از سفر در حد متوسط توجه کرده‌اند. ۱۰۷ نفر برابر ۲۹ درصد نیز لذت و تفریحی بودن سفر را کم‌اهمیت و گرایش خود را نیز کم اعلام کرده‌اند. نتایج جدول گویای آن است که در بعد تجربی، ۱۳۸ نفر از افراد، یعنی ۳۸ درصد، علاقه‌مندی به تجربه مکان‌های فرهنگ‌های مختلف را در کنار حفظ فرهنگ ملی خویش بسیار و گرایش به آن را زیاد اظهار کرده‌اند. ۳۳ درصد این گرایش و تجربه را متوسط اعلام کرده‌اند و ۲۹ درصد آنان، در حدود ۱۰۷ نفر، نیز به این بعد از تجربه سفر گرایش کمی داشتند.

یافته‌های استنباطی

برای آزمون تفاوت میانگین معمولاً از آزمون‌های تک‌متغیره تی و اف استفاده می‌شود، اما زمانی که بیش از یک متغیر وابسته وجود داشته باشد، ممکن است هم‌بستگی و ترکیب خطی متغیرهای وابسته روابط و نتایج جدیدی را به وجود آورد که در صورت بررسی جداگانه آنها، این

نتایج مغفول بمانند. در چنین مواقعی، استفاده از تحلیل واریانس تک‌متغیره^۱ راه‌حل مناسبی به‌نظر نمی‌رسد. برای حل این مشکل باید از تحلیل واریانس چندمتغیره^۲ استفاده کرد. تحلیل واریانس چندمتغیره در واقع روش بسط‌یافته هتلینگ است. در این فرآیند، می‌توان تمهیداتی درباره تعیین وزن برای متغیر وابسته به‌دست آورد و مقدار ترکیب خطی خاصی برای هر پاسخگو محاسبه کرد. برای آزمون معنی‌داری تحلیل چندمتغیره، برنامه‌های رایانه‌ای آزمون‌های متنوعی محاسبه می‌کنند که مهم‌ترین آنها لامبدای ویلکز، معیار پیلا، اثر هتلینگ و معیار بزرگ‌ترین ریشه روی است. این چهار مشخصه یا معیار آزمون چندمتغیری می‌تواند تقریب کاملاً خوبی برای آزمون اف ارزشیابی شود که در این آزمون به‌کار رفته است:

۱. آزمون اثر پیلا: از آزمون‌های دیگر قدرتمندتر است و افزایش آن نشانه خوبی است.
۲. آزمون لامبدای ویلکز: که مقدار آن بین صفر تا ۱ در نوسان است. مقادیر نزدیک به صفر نشان می‌دهد که میانگین گروه‌ها با هم متفاوت‌اند. برعکس، مقادیر نزدیک به ۱ از عدم تفاوت میانگین نشان دارد (مقادیر برابر با ۱ نشان می‌دهد که همه میانگین‌ها یکی هستند).
۳. آزمون اثر هتلینگ: که مقدار آن برحسب مجموع مقادیر و ارزش‌های ویژه محاسبه می‌شود و افزایش این معیار نشانه خوبی است.

۴. بزرگ‌ترین ریشه روی: افزایش این معیار نیز نشانه خوبی است.

برای بررسی روابط بین متغیرها و نیز بررسی فرضیه‌های تحقیق به سنجش هم‌بستگی بین متغیرها نیاز داریم. برای بررسی اثر روابط متغیرهای مستقل تحقیق، یعنی گونه‌های تجربه سفر و متغیر سازه‌های سفر، بر متغیرهای وابسته، یعنی ابعاد نظام شخصیت، با توجه به اینکه توزیع پراکنش داده‌ها نزدیک به طبیعی است، از آزمون رگرسیون یک‌متغیره و چندمتغیره بهره گرفته شد. گفتنی است در تحقیقاتی که بر پیش‌بینی یا تبیین ناظرند، تحلیل رگرسیون می‌تواند نقش بارزی ایفا کند (حبیب‌پور و صفری‌شالی، ۱۳۹۰: ۵۹۶).

همان‌طور که در جدول ۷ آمده است، در تحلیل واریانس چندمتغیره به بررسی تفاوت میانگین جنس در گروه‌های متغیر وابسته (نظام شخصیت) با تأثیر هم‌زمان متغیرهای مستقل (تحصیلات و سن) پرداخته شده است. نتیجه آزمون لامبدای ویلکز (با $F=2/49$ و سطح

1. ANOVA
2. MANOVA
3. Pillai's trace
4. Wilk's Lambda
5. Hotelling's Trace

معنی‌داری (۰/۰۴۳) فرضیه را با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌کند. در واقع، این نتیجه حاکی از آن است که جنسیت عامل تعیین‌کننده‌ای در تفاوت نمره افراد در نظام شخصیت است. مقدار ارزش لامبدای ویلکز ۰/۹۷ درصد است، بدین معنی که ۰/۹۷ درصد تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین

جدول ۷. آزمون چند متغیره (جنس با نظام شخصیت)

متغیر مستقل	آزمون‌های چند متغیره	مقدار ارزش	مقدار اف	درجه آزادی فرضیه	درجه آزادی حتما	سطح معناداری	محدود ضریب اتای جزئی	قدرت مشاهده شده
جنس	اثر پیلای	۰/۰۳۰	۲/۴۹	۴	۳۲۴	۰/۰۴۳	۰/۰۳۰	۰/۷۰۸
	لامبدای ویلکز	۰/۹۷۰	۲/۴۹	۴	۳۲۴	۰/۰۴۳	۰/۰۳۰	۰/۷۰۸
	اثر هتلینگ	۰/۰۳۱	۲/۴۹	۴	۳۲۴	۰/۰۴۳	۰/۰۳۰	۰/۷۰۸
	بزرگ‌ترین ریشه روی	۰/۰۳۱	۲/۴۹	۴	۳۲۴	۰/۰۴۳	۰/۰۳۰	۰/۷۰۸

نشده و مقدار تبیین شده ۰/۰۳۰ است. مقدار اتای جزئی نیز ۰/۰۳ محاسبه شده است که مؤید این نتیجه است و برای تبیین اندازه دقیق اثری است که از تفاوت‌های بین گروهی ایجاد می‌شود و مقدار آن بین صفر تا ۱ است و هرچه به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده قوی‌ترین اثر تفاوت‌های گروهی بر متغیر وابسته است. قدرت مشاهده شده نیز ۰/۷۰۸ است (این مقدار بین صفر تا ۱ در نوسان است و هرچه به ۱ نزدیک‌تر باشد به معنای آن است که قدرت مشاهده شده کامل است).

جدول ۸. آزمون چند متغیره (تحصیلات با نظام شخصیت)

متغیر مستقل	آزمون‌های چند متغیره	مقدار ارزش	مقدار اف	درجه آزادی فرضیه	درجه آزادی حتما	سطح معناداری	محدود ضریب اتای جزئی	قدرت مشاهده شده
تحصیلات	اثر پیلای	۰/۰۴۰	۰/۹۷۱	۱۲	۸۶۱	۰/۴۷۵	۰/۰۱۳	۰/۵۷۸
	لامبدای ویلکز	۰/۹۶۰	۰/۹۶۹	۱۲	۷۵۴/۳	۰/۴۷۷	۰/۰۱۳	۰/۵۱۰
	اثر هتلینگ	۰/۰۴۱	۰/۰۴۱	۱۲	۸۵۱	۰/۴۷۹	۰/۰۱۳	۰/۵۷۶
	بزرگ‌ترین ریشه روی	۰/۰۲۹	۰/۰۴۵	۴	۲۸۷	۰/۰۸۸	۰/۰۲۸	۰/۶۰۸

در جدول ۸، مقایسه میانگین متغیر وابسته (ابعاد چهارگانه نظام شخصیت) با توجه به متغیر تحصیلات در کانون توجه است. نتایج این آزمون چند متغیره با تأکید بر آزمون لامبدای

ویلکز، با مقدار اف برابر با ۰/۹۶۹ و در سطح معناداری بیش از ۰/۰۵ درصد، گویای برابری میانگین نمره افراد در نظام شخصیت بدون تأثیرپذیری از این است که افراد در چه سطحی از تحصیلات قرار دارند؛ بنابراین، فرضیه تفاوت میانگین‌ها براساس تحصیلات، با اطمینان ۹۵ درصد، رد می‌شود. قدرت مشاهده نیز در این الگو ۰/۵۱۰ است که میزان متوسط و ناکاملی را نشان می‌دهد. مقدار آزمون اثر پیلائی نیز ۰/۰۴ است که ضعیف بودن الگو را نشان می‌دهد.

جدول ۹. آزمون چندمتغیره (سن با نظام شخصیت)

متغیر مستقل	آزمون‌های چندمتغیره	مقدار اثر	مقدار اف	درجه آزادی فرضیه	درجه آزادی خطا	سطح معناداری	مختور ضریب اتای جزئی	قدرت مشاهده شده
سن	اثر پیلائی	۰/۰۵۱	۱/۰۴۸	۱۶	۱۳۰۸	۰/۴۰۲	۰/۰۱۳	۰/۷۲۰
	لامبدای ویلکز	۰/۹۵۰	۱/۰۴۷	۱۶	۹۹۰/۴	۰/۴۰۳	۰/۰۱۳	۰/۵۶۵
	اثر هتلینگ	۰/۰۵۲	۱/۰۴۶	۱۶	۱۲۹۰	۰/۴۰۴	۰/۰۱۳	۰/۷۱۹
	بزرگ‌ترین ریشه روی	۰/۰۳۴	۲/۷۶۲	۴	۳۲۷	۰/۰۲۸	۰/۰۳۳	۰/۷۵۷

جدول ۹ به آزمون تفاوت میانگین متغیر مستقل سن با نظام شخصیت با توجه به ارتباط و تأثیر چندجانبه با دیگر متغیرهای فرضیه پرداخته است. نتیجه آزمون چندمتغیره در فرضیه اول با استناد به آزمون لامبدای ویلکز، با سطح معنی‌داری ۰/۴۰۳ و مقدار اف برابر با ۱/۰۴۷ تأیید فرضیه صفر، مبنی بر فقدان تفاوت میانگین نظام شخصیت بر حسب سن، است. به عبارتی، نمره افراد در نظام شخصیت با توجه به گروه‌های سنی تفاوت معنی‌داری ندارد؛ پس، با اطمینان ۹۵ درصد فرضیه تحقیق رد می‌شود. البته، آزمون بزرگ‌ترین ریشه روی با سطح معناداری ۰/۰۲ معنی‌دار است، اما معیار اصلی در تأیید فرضیه آزمون ویلکز است.

جدول ۱۰. آزمون چندمتغیره (تجربه تجربی با نظام شخصیت)

متغیر مستقل	آزمون‌های چندمتغیره	مقدار اثر	مقدار اف	درجه آزادی فرضیه	درجه آزادی خطا	سطح معناداری	مختور ضریب اتای جزئی	قدرت مشاهده شده
تجربی	اثر پیلائی	۰/۰۳۹	۳/۴۸۲	۴	۳۴۲	۰/۰۰۸	۰/۳۹	۰/۸۶۹
	لامبدای ویلکز	۰/۹۶۱	۳/۴۸۲	۴	۳۴۲	۰/۰۰۸	۰/۳۹	۰/۸۶۹
	اثر هتلینگ	۰/۰۴۱	۳/۴۸۲	۴	۳۴۲	۰/۰۰۸	۰/۳۹	۰/۸۶۹
	بزرگ‌ترین ریشه	۰/۰۴۱	۳/۴۸۲	۴	۳۴۲	۰/۰۰۸	۰/۳۹	۰/۸۶۹

متغیر مستقل	آزمون‌های چندمتغیره	مقدار ارزش	مقدار اف	درجه آزادی فرضیه	درجه آزادی خطا	سطح معناداری	محدود ضریب اتای جزئی	قدرت مشاهده شده
	روی							

جدول ۱۰ رابطه آزمون‌های چندمتغیره را با شدت گرایش به تجربه تجربی نشان می‌دهد. مقدار ارزش لامبدای ویلکز برابر $0/961$ با مقدار اف برابر با $3/482$ مبین این واقعیت است که در سطح معناداری $0/008$ لامبدای ویلکز، با توجه به اینکه افراد در چه شدتی از تجربه تجربی باشند، تفاوت معناداری در میانگین نمره در نظام شخصیتی آنان به وجود می‌آید (مقدار ارزش لامبدای ویلکز بدین معنی است که $0/961$ درصد از تغییرات متغیرهای وابسته به وسیله تفاوت سطوح متغیر مستقل تبیین نشده و مقدار تبیین شده برابر مقدار اثر پیلائی: $0/039$ است). مقدار اتای جزئی آن نیز برابر با $0/039$ و قدرت مشاهده آن برابر با $0/869$ است که گویای مشاهده نسبتاً کامل اثر است (مقدار قدرت مشاهده بین صفر تا ۱ است و هرچه به ۱ نزدیک‌تر باشد، به معنای کامل بودن تأثیر مشاهده شده است)؛ بنابراین، فرضیه مزبور با اطمینان ۹۵ درصد تأیید می‌شود.

جدول ۱۱. رگرسیون چندگانه گونه‌های تجربه سفر با نظام شخصیت

معنی‌داری	t	ضریب استاندارد شده	ضریب استاندارد نشده		ANOVA	ضریب تعیین (R ²)	روش رگرسیون
			بی	Sta. Error			
۰/۰۰۰	۲۱/۴۲۰	-	۰/۱۴۲	۱/۷۵	Conctant	۰/۱۰۴	Enter
۰/۰۰۰	۴/۱۶۵	۰/۲۲۱	۰/۰۵۰	۰/۲۰۹	تجربه وجودی		
۰/۰۰۱	۳/۳۳۶	۰/۱۷۶	۰/۰۴۸	۰/۱۵۹	تجربه تفریحی		
۰/۰۰۴	-۲/۸۶۱	-۰/۱۴۸	۰/۰۴۶	-۰/۱۳۱	تجربه تجربی		

در جدول ۱۱، نتایج آزمون هم‌بستگی رگرسیونی چندگانه گونه‌های سفر در سه متغیر با نظام شخصیت آمده است. هم‌بستگی به دست آمده برای متغیر تجربه وجودی در سطح

معناداری صفر، تأثیر متغیر تجربه وجودی در بتای ۰/۲۲۱، هم‌بستگی مثبت و مستقیم و البته ضعیفی را با متغیر وابسته نشان می‌دهد. میزان بتای به‌دست‌آمده تأثیر مستقل متغیر تجربه وجودی بر نظام شخصیت را بیان می‌کند. تجربه تفریحی در سطح معناداری ۰/۰۰۱ نیز مبین وجود رابطه با بتای ۰/۱۷۶ است. این میزان هم‌تغییری ضعیف اما مثبت میان دو متغیر را گزارش می‌کند. رابطه متغیر تجربه تجربی نیز در سطح معناداری ۰/۰۰۴ با اطمینان ۹۵ درصد و ضریب بتای ۰/۱۴۸ فرضیه را تأیید می‌کند. البته، این ضریب منفی است و به‌معنای تأثیر کاهنده و معکوس متغیر مستقل بر وابسته است. مقدار تی به‌دست‌آمده برای متغیرهای تأییدشده نیز مبین تأثیر نسبی و متوسط حضور این متغیرها در الگوی تحقیق است.

بحث و نتیجه‌گیری

در فرآیند جهانی‌شدن و واقعیت‌هایی که نظام اجتماعی جوامع با آنها مواجه می‌شود، گردشگری پدیده‌ای اجتماعی و وابسته به نوع و سطح پیشرفت جوامع است که اکنون به‌مثابه "یک فرآیند" در مسیر تحول جامعه و به‌مثابه "یک صنعت" در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی اهمیت پیدا کرده است. مسئله گردشگری در ایران نخست در رویکردی که از آن با عنوان پدیده و فرآیند اجتماعی یاد می‌شود اهمیت دارد. جنبه‌هایی از نظام شخصیت افراد در زمینه‌ای از روابط و ارتباطات اجتماعی و روانی شکل می‌گیرد. می‌توان گفت گونه‌ای از این ارتباطات سفرکردن است؛ سفر به نقاط مختلف، نقاطی که شاید با محل زندگی فرد متفاوت یا مشابه آن باشد. این تفاوت‌ها بی‌شک تغییراتی در نظام شخصیت افراد ایجاد می‌کند. درحقیقت، به‌طور کلی، این فرآیندها، سبب به‌وجودآمدن پرسش‌هایی درباب سفر، تجربیات ناشی از آن و پیامدهای آن بر نظام شخصیت افراد می‌شود.

گردشگری در معنای مدرن آن، که در وهله اول به نظام سرمایه‌داری وابسته است، درواقع، شکلی از گسترش مصرف و تنوع در مصرف است. درنتیجه، این نوع مصرف بر نظام شخصیت افراد تأثیر می‌گذارد. چلبی معتقد است انسان جدا از محیط تصورکردنی نیست، بلکه با محیط خود در ارتباط منسجم است و لازم است ماهیت انسانی او در محیطش شناخته شود. ازطرفی، نظام شخصیت واسط بین نظام ارگانیک و نظام اجتماعی است که بر اثر جامعه‌پذیری تکوین و رشد می‌یابد. به‌عبارتی، تشکیل‌شدن و رشد شخصیت ازطریق ترکیب نیازهای ارگانیک با انتظارات اجتماعی در مراحل گوناگون جامعه‌پذیری و در برخورد با محیط‌های اثباتی، اجتماعی و فرهنگی صورت می‌گیرد. با تشکیل شخصیت، اجتماع چیزی جدا از فرد نیست، بلکه جزئی از او و در اوست، گرچه همانند نیستند. فردی که در درون جامعه‌ای با فرهنگ و جهت‌گیری

خاصی رشد می‌کند، نظام شخصیتی منحصربه‌فردی پیدا می‌کند که با نظام‌های شخصیتی دیگر در فرهنگ‌های دیگر متفاوت است. یکی از اموری که می‌تواند نظام شخصیت را تحت تأثیر قرار دهد، تجربه سفرهای گوناگون و متنوع است. این سفرها، با توجه به محتوا و جهت‌گیری خاص خود، نظام شخصیت افراد را متحول می‌کنند و بی‌شک در شکل‌گیری و تقویت برخی ابعاد آن نقش مهم و گسترده‌ای دارند. تجربه سفر و درگیر شدن در فرآیند پیچیده و چندبعدی گردشگری در نهایت چیزی را در وجود آدمی به ودیعه می‌گذارد که او را به موجودی متفاوت با قبل تبدیل می‌کند. نمی‌توان فردی را یافت که به سفر برود و هیچ خطره‌ای از آن نداشته باشد. سفر به‌ظاهر فعالیتی فردی است، اما به‌مثابه پدیده‌ای اجتماعی، که آدمی را با وجوه مختلف زندگی درگیر می‌کند، اهمیتی دوچندان می‌یابد. محصولی که با عنوان تجربه از این سفر باقی می‌ماند، می‌تواند نقش خاصی در وجوه شخصیتی افراد ایفا کند. مطابق نتایج، هرچه تجربه تجربی افراد بیشتر شود، نظام شخصیت نیز تقویت می‌شود. گردشگر در این حالت به‌دنبال کسب تجربه است و از تفاوت زندگی دیگران با خودش آگاه می‌شود. از طرفی، هر چه که تداعی‌کننده خاطرات سفر است می‌تواند در نظام شخصیت تأثیر بگذارد و آن را تقویت کند.

مطالعه حاضر، عمدتاً، از نظریه تجربه گردشگری اریک کوهن استفاده کرده است. کوهن پنج نوع تجربه گردشگری را مطرح می‌کند که در اصل بر مبنای مفهوم کانون شکل گرفته‌اند. کوهن معتقد است هر فردی دارای جهان‌بینی و ارزش‌های خاص خود است که از آن به کانون تعبیر می‌کند. افراد بر طبق این کانون‌های ارزشی عمل می‌کنند. او معتقد است تجربه گردشگری سبب تغییر این کانون ارزشی در فرد می‌شود. در واقع، انواع متفاوتی از تجربه سفر سبب تغییر و تحول در نظام شخصیت می‌شود و در معنای جامعه‌شناختی، برخی ابعاد آن را تقویت می‌کند. این تغییر نظام شخصیت ابتدا در سطح فردی و سپس جمعی اتفاق می‌افتد. در تحقیق حاضر کوشیده شد تجربه‌هایی که کوهن معرفی می‌کند در قالب تحقیق تجربی طراحی شود. به‌عبارتی، بررسی تجربی نظریه کوهن در زمینه نمونه این تحقیق نشان داد که نظریه کوهن تأیید شده است. علاوه بر این، نتایج تحقیق با تحقیق کانینگ (۲۰۰۸) نیز هم‌سو بود. جهان‌بینی و نظام شخصیت افراد پس از سفر تغییر کرده است.

الگوی رگرسیونی نشان داد که تجربه وجودی و تفریحی رابطه‌ای مستقیم و مثبت با نظام شخصیت دارد. می‌توان گفت هرچه تجربه وجودی و تفریحی افزایش یابد، نظام شخصیت نیز تغییر می‌کند. در تجربه وجودی، فرد به‌طور کلی با کانون معنوی جامعه خود بیگانه است و

در پی کانون معنوی جدید و دست‌یابی به ارزش‌های جدید است. بی‌تردید، تغییر کانون و ارزش‌های فرد در نظام شخصیت او نیز اثر می‌گذارد و آن را متحول می‌کند. در تجربه تفریحی نیز این تأثیر مستقیم و مثبت است. فرد در این تجربه در پی فرار از خستگی‌ها و تنش‌های ناشی از زندگی روزمره و صرفاً به دنبال کسب لذت و تفریح است. تجربه ناشی از این سفر نیز نظام شخصیت فرد را متحول می‌کند. تجربه تجربی نیز تأثیر کاهنده و معکوسی بر نظام شخصیت می‌گذارد. به عبارتی، با افزایش تجربه تجربی، نظام شخصیت تضعیف می‌شود. این ویژگی گردشگری است که درستی زندگی دیگران را می‌آزماید، اما آن را از آن خود نمی‌کند و امکان دارد که حتی تفحص او، به دلیل ماهیت جانبی‌اش، اساساً مذهبی و عمدتاً زیبایی‌شناختی باشد. تجربه وجودی در معادله رگرسیونی بیشترین تأثیر مستقیم و مثبت را بر نظام شخصیت می‌گذارد. با توجه به این واقعیت می‌توان اذعان کرد فردی که به کانون معنوی و ارزشی جامعه خود پای‌بند نباشد، به دنبال کانون معنوی و ارزشی جدید است و سفر یکی از راه‌های این انتخاب و تغییر است. از آنجاکه نظام شخصیت عنصر زیربنایی و رکن اساسی توسعه است و عنصر تفکر را در خود می‌پروراند، اهمیت تعیین‌کننده این تفکر بدیهی است. تغییر نظام شخصیت افراد در طولانی‌مدت می‌تواند کانون ارزش‌های جامعه را نیز دگرگون کند؛ از این‌رو، بررسی و پژوهش در دوره‌های گوناگون ضروری به نظر می‌رسد. در نهایت، نظریه کوهن در این زمینه تأیید می‌شود و با تحقیق حاضر ارزیابی تجربی آن در جامعه آماری شهر تهران با موفقیت صورت گرفته است.

منابع

- آپوستولوپولوس، یورگوس (۱۳۸۴) *جامعه‌شناسی گردشگری*، ترجمه بیژن شفیعی، رشت: وارسته.
- بونی‌فیس، پرسیلا (۱۳۸۰) *مدیریت گردشگری فرهنگی*، ترجمه محمود عبدالله‌زاده، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بیک‌محمدی، حسن (۱۳۷۹) «نگرشی نو بر آثار اقتصادی توسعه جهانگردی با نگاه به ایران»، *اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۱۵۷ و ۱۵۸: ۲۴۸-۲۵۳.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و مهدی سقایی (۱۳۹۰) *گردشگری، ماهیت و مفاهیم*، تهران: سمت.
- جاودانه، علی (۱۳۷۸) *میزان رضایت گردشگران اروپایی از تجربه سفر به ایران*، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه علامه طباطبایی.
- چلبی، مسعود (۱۳۷۵) *جامعه‌شناسی نظم: تشریح و تحلیل نظری نظم اجتماعی*، تهران: نی.

- چلبی، مسعود (۱۳۸۱) بررسی تجربی نظام شخصیت در ایران، تهران: مؤسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- چلبی، مسعود و همکاران (۱۳۸۱) *ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- حاتمی زرنه، معصومه (۱۳۸۹) بررسی تأثیر فرهنگ بر شکل‌گیری شخصیت (تحقیقی پیمایشی پیرامون تأثیر فرهنگ عشایری بر شکل‌گیری نظام شخصیت در شهر ایلام، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه شهیدبهشتی.
- خانیا، پروانه (۱۳۸۵) «فرصت‌ها و چالش‌های توریسم ایران در توسعه هزاره»، *فضای جغرافیایی*، شماره ۱۶: ۱۵۳-۱۷۲.
- رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۳) *کندوکاوها و پنداشته‌ها*، چاپ چهاردهم، تهران: شرکت سهامی انتشار.
- رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۸۴) *خدمات صنعت گردشگری*، اصفهان: کنکاش.
- روشه، گی (۱۳۷۶) *جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز*، ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر، تهران: تبیان.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۴) *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- سینایی، وحید (۱۳۷۴) «توسعه پایدار و گردشگری»، *اطلاعات سیاسی اقتصادی*، شماره ۹۵ و ۹۶: ۱۳۸-۱۳۴.
- کازرونی، علیرضا (۱۳۷۸) «جهانی‌شدن اقتصاد و راهبرد گسترش صادرات»، *اطلاعات سیاسی اقتصادی*، شماره ۱۴۷ و ۱۴۸: ۱۹۰-۲۰۳.
- هاشمی، سمیه (۱۳۹۱) *بررسی جامعه‌شناختی رابطه تجربه گردشگری و هویت اجتماعی*، مطالعه موردی: شیراز، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دانشگاه تهران.
- Cohen, Erik (1979) *A phenomenology of tourist experiences*, London: sage.
- Jafari, Jafar (2000) *Encyclopedia of tourism*, Los Angeles: Routledge.
- Kaning, Mark (2008) *Influence of Overseas travel experiences on the worldviews of U.S. backpackers*, A Dissertation Presented to the Graduate school of Clemson university.
- Lengkeek, Jaap (2001) "Leisure Experience and Imagination", *International Sociology*, Vol. 16 (2): 173-184.
- McCabe, Scott (2005) "Who is a tourist? A critical review" *Tourist studies*, Vol. 5, No.1: 85-106.
- Tung, Vincent Wng Sun (2009) *Exploring the essence of a memorable travel experience*, a thesis submitted to the faculty of graduate studies, university of Calgary, Alberta.
- Weaver, Pamela A. and Karin Weber and Ken W. McCleary (2007) "Destination evaluation: The role of previous travel experience and trip characteristics", *Journal of travel research*, Vol.45, No.3, pp 333-344.