

## سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی

علی یوسفی<sup>1</sup>

سمیه ورشوئی<sup>2</sup>

دریافت 1388/5/2 تأیید 1388/9/5

### چکیده

هدف اساسی نوشتار حاضر این است که نشان دهد؛ سفرهای زیارتی، ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی را تقویت می‌کند. بررسی انجام شده بر تجارب ارتباطی یک نمونه تصادفی 598 نفره از زائرین خارجی از چهار ملیت عراقی، عربستانی، کویتی و بحرینی در مشهد نشان می‌دهد که؛ سفر زیارتی با دو ویژگی طول و تعداد سفر، تأثیر کاملاً معنادار و مثبت بر ارتباطات میان- فرهنگی (روابط اجتماعی و فرهنگی مهمان- میزبان) دارد. اگرچه، ناآشنایی‌های زبانی، مانعی برای ارتباط میان فرهنگی است، اما با کنترل آماری اثر مانع زبانی، تأثیر طول و تعداد سفر بر ارتباطات میان فرهنگی، همچنان معنادار و مثبت باقی می‌ماند. یافته مذکور، اولاً متضمن این معناست که زیارت به‌عنوان یک مناسک مذهبی، فرصت ارتباطات غیرکلامی متعددی را بین مهمان و میزبان فراهم می‌آورد؛ که با وجود ناآشنایی‌های زبانی، ارتباطات میان فرهنگی را تقویت می‌کند و دوم اینکه؛ زیارت و سفرهای زیارتی این پتانسیل را دارد که علی‌رغم موانع زبانی و تفاوت‌های فرهنگی زائرین، پیوندهای اجتماعی گوناگونی را در بین پیروان یک مذهب از ملیت‌های مختلف ایجاد نماید.

**واژگان کلیدی:** ارتباط میان فرهنگی، روابط اجتماعی، روابط فرهنگی، سفر

زیارتی، چارچوب فرهنگی، مانع ارتباطی.

1. استاد یار جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی yousofi@um.ac.ir

2. کارشناس ارشد جامعه‌شناسی جامعه‌شناسی s.vaeshoe@gmail.com

## مقدمه

ارتباط، شالوده حیات اجتماعی محسوب می‌شود و بدون آن، هیچ یک از عناصر حیات جمعی پدید نمی‌آید. ارتباط، وقتی جنبه میان‌فرهنگی پیدا می‌کند که مردم از فرهنگ‌های متفاوت در تعامل، ارتباط و گفتگوی با هم قرار بگیرند (جک و فیپس (2008)، گراف (2002: 7)، مولانا (1384: 187). ارتباط و تماس میان‌فرهنگی فرصت آشنایی، تفاهم و مدارا را در بین افراد و گروه‌ها با فرهنگ‌های مختلف فراهم می‌آورد. با این حال، چون هر جامعه‌ای برای خود چارچوب فرهنگی معینی دارد ممکن است تفاوت‌های فرهنگی، به ویژه تا زمانی که به سطح آگاهی و شناخت طرفین ارتباط نرسیده، به یک مانع مهم برای برقراری ارتباط تبدیل شود. زیارت<sup>1</sup> و سفرهای زیارتی در جهان اسلام، فرصت برقراری ارتباط میان‌فرهنگی و تقویت هویت مشترک دینی را فراهم می‌آورد و به همین جهت، برخی از صاحب‌نظران، اهمیت اسلام را برای بررسی و مطالعه ارتباط میان‌فرهنگی، به‌وضوح بیان داشته و از اسلام به عنوان نیروی حیاتی در جهان کنونی یاد می‌کنند (سامووار، 1379: 172). زیارت، بیشتر برای انجام یک کردار یا فریضه دینی و رفتن به اماکن مذهبی انجام می‌گیرد، اماکنی که برای پیروان آن دین، مقدس به شمار می‌آیند (تقی‌زاده، 1380: 289). زیارت در اصل، به معنای قصد کردن و ملاقات نمودن است. از طرفی، زیارت ملاقات با اشخاص و دیدار از اماکنی است که از نظر زیارت-کنندگان دارای احترام، شرافت، برتری و خارق‌العادگی باشد (تقی‌زاده: 291). در فرهنگ وبستر نیز سفری زیارت محسوب شده که به مکانی مقدس و روحانی انجام گیرد.<sup>2</sup>

ویکتور ترنر (1974)، معتقد است زیارت یک پدیده آستانه‌ای<sup>3</sup> (بارگاهی) است و آن را به-عنوان یک فرایند مناسکی تعریف می‌کند. اساس استدلال ترنر این است که؛ نقطه مرکزی در عالم زیارت فرد، مکان زیارت است و لذا او به‌طور خاص به بعد فضائی زیارت توجه پیدا می‌کند. پرستون (1992)، معتقد است: از تعریف ترنر می‌توان نتیجه گرفت که میان زیارت و عرفان<sup>4</sup>، رابطه نزدیکی وجود دارد (نورمن، 2004: 5). مورینیس<sup>5</sup>، در مقدمه‌ای بر کتابش، با عنوان مردم‌شناسی زیارت، با این جمله آغاز می‌کند که: زیارت تولد آرزوها و اعتقادات است. به‌طوری-که معتقد است، آرزوها، راه‌حلی از میان تمام انواع راه‌حل‌های انسان برای حل مشکلات است، و

1-Pilgrimage

2-<http://www.merriam-webster.com/dictionary/pilgrimage>

3-Liminal phenomenon

4-Mysticism

5-Morinis

اعتقادات یعنی اینکه ورای جهان شناخته شده، قدرتی وجود دارد که می‌تواند مشکلات حل‌نشده و درمان‌ناپذیر را برطرف کند، می‌توان گفت اعتقادات، محرک‌ها، و اشکال زیارت از فرهنگی به فرهنگ دیگر متفاوت است. علاوه بر این، تفسیر هر زائری از زیارت، متناسب با عقاید و شرایط شخصی او صورت می‌گیرد. در این خصوص، مورینیس، زیارت را به عنوان جایی که افراد زیادی بدان سفر می‌کنند و مظهر امر آرمانی و متعالی است، تعریف می‌کند (نورمن، 2004: 6). پرستون، معتقد است کلید فهم زیارت، جاری بودن آن در بین مردم است. او معتقد است که؛ زیارت «جاری شدن مردم، ایده‌ها، نمادها، تجارب و وصول کردن» است و ما می‌بایست ریشه این جریان اجتماعی را، در مدارک معتبر مذهبی جستجو کنیم. در واقع، او معتقد است که زیارت، اساساً امر مذهبی است و در مطالعات زائران و زیارت، این امر آشکار به وضوح دیده می‌شود (نورمن، 2004: 7). بنابراین می‌توان گفت؛ زیارت یک اصطلاح دینی است و معمولاً در ساحت دینی و مذهبی یا در باور و فرهنگ عرفی، همواره بار دینی و مذهبی را با خود حمل می‌کند.

در سفرهای زیارتی، بین افراد با زمینه‌های فرهنگی مختلف، ارتباط و تماس برقرار می‌شود. این ارتباط از یک سو، بین زائرین (مهمانان) و مجاورین (میزبانان)، و از سوی دیگر، در بین زائرین مختلف برقرار می‌شود و این ارتباط تدریجاً موجب تغییر نگرش‌ها شده و قالب‌های فکری از پیش تعیین شده در بین حوزه‌های فرهنگی مختلف را دگرگون نموده، و زمینه ذهنی را برای تقویت و گسترش روابط اجتماعی فراهم می‌آورد. "نزدیکی در پهنه فرهنگ‌ها موجب اصلاح نگرش‌های افراد نسبت به یکدیگر شده و آنان را نسبت به هم حساس‌تر و معقول‌تر می‌کند" (فرهنگی، 1382: 241). در شرایط فعلی جهان اسلام، ایران یکی از مراکز عمده شیعه است و در این میان، مشهد از مهم‌ترین مراکز زیارتی شیعه است. چنانکه در سال 1386، بنا بر آمار موجود، 621 هزار زائر خارجی وارد شهر مشهد شده‌اند (شرفی، 1389). زیارتی بودن مشهد، فرصت لازم را برای برقراری ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی از کشورهای مختلف فراهم می‌آورد، هرچند به نظر می‌رسد وجود برخی از موانع ارتباطی، استفاده از این فرصت را با محدودیت روبرو ساخته است.

نوشتار حاضر درصدد است، با تکیه بر داده‌های یک مطالعه پیمایشی بر روی زائرین شیعه خارجی در مشهد<sup>1</sup>، ضمن توصیف ابعاد ارتباطی سفر زیارتی به مشهد، اثر سفر زیارتی بر

1- این پیمایش با عنوان "بررسی راهکارهای گسترش ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی"، در سال 89-1388 توسط نگارنده مقاله (علی یوسفی)، برای مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد به انجام رسیده است.

ارتباطات میان فرهنگی شیعیان (زائر - مجاور)، را بررسی کرده و موانع این ارتباط را شناسایی نماید.

### پیشینه تحقیق

ارتباطات میان فرهنگی به عنوان یک حوزه مطالعه، تاریخ کوتاهی دارد و اغلب صاحب-نظران، استوارت هال (1959)، را بنیانگذار این رشته می‌دانند (دوئرفل و آراساراتنام، 2005). مطالعه روابط میان فرهنگی سعی می‌کند به این سوال پاسخ دهد که؛ افراد با زمینه‌های فرهنگی مختلف، چگونه یکدیگر را می‌شناسند؟ (گوبلین، 2006: 3). از این رو، ارتباطات میان-فرهنگی را غالباً به عنوان ارتباط میان مردم از فرهنگ‌های ملی متفاوت تعریف می‌کنند (گودی کانتس<sup>1</sup> (2002) (به نقل از دوئرفل و آراساراتنام، 2005)، گراف<sup>2</sup> (2002)، مولانا (1384)، و جک و فیپس<sup>3</sup> (2008). بسیاری از محققان نیز، آن را به ارتباطات چهره‌به‌چهره محدود می‌کنند (گوبلین، 2006). ارتباطات میان فرهنگی را می‌توان به عنوان زیرمجموعه‌ای از فرهنگ و ارتباطات در نظر گرفت [پروسر (1978)، به نقل از رضی، 1377: 139]. سامووار و پورتر (1997)، بیان می‌کنند که ارتباطات میان فرهنگی وقتی ظاهر می‌شود که پیام‌هایی که در یک فرهنگ تولید می‌شود، نتیجه‌ای در فرهنگ دیگر داشته باشد (دوئرفل و آراساراتنام، 2005: 8). سامووار، همچنین در تعریف خود از ارتباط میان فرهنگی، این گونه می‌نویسد که ارتباط بین مردمی است که ادراکات فرهنگی و سیستم‌های نمادین‌شان به اندازه کافی متمایز هستند تا رویداد ارتباطی را تغییر دهند (سامووار، 1379: 104). ارتباط میان فرهنگی می‌تواند "بین-شخصی" یا "بین‌گروهی" باشد، اعم از اینکه؛ این رابطه در درون یک جامعه در بین افراد و گروه‌ها با خرده فرهنگ‌های قومی و مذهبی مختلف باشد، یا در بین جوامع با چارچوب‌های فرهنگی متفاوت. ارتباطات میان فرهنگی، در زمینه‌هایی از قبیل مردم‌شناسی فرهنگی، جامعه‌شناسی، جامعه‌شناسی زبان، و علوم ارتباطات مورد بررسی قرار می‌گیرد [گودی کانتس (1986)؛ کیم (1986)؛ هارمن و بریگز (1991)]. در میان روان‌شناسان، تحقیق درباره ارتباطات میان-فرهنگی تا حد زیادی به فهم هویت‌های قومی، گرایش‌های زبانی، انطباق در صحبت کردن و اهمیت زبان در نگرش‌های کلیشه‌ای منجر می‌شود [گیلز و جانسون (1981)؛ گیلز و رابینسون (1990) به نقل از مک‌گورن و روجر، 2002].

1-Gudykunst

2-Groff

3-Jake and Phipps

تینگ تومی و کارزنی<sup>1</sup> (1989)، با بررسی رهیافت‌های مختلف در مطالعه زبان، ارتباطات و فرهنگ به این نتیجه می‌رسند که زبان، نقطه ثقل تعامل بین‌گروهی و بین‌فرهنگی است. کیم و گودی‌کانست (1988)، معتقد است رفتار ارتباط برقرار کننده در یک زمان خاص، بازتاب زمینه تجربی اوست که به نوبه خود، خواص و نشانه‌های سیستم معنا کننده درونی‌اش را شکل می‌دهد. بنابراین، ارتباط میان‌فرهنگی و درجه میان‌فرهنگی بودن آن، به درجه ناهمگنی بین زمینه‌های تجربی افراد درگیر در آن، بستگی دارد. گودی‌کانست (1995)، در نظریه عدم اطمینان<sup>2</sup>، میان مدیریت عدم اطمینان و اضطراب و ارتباط مؤثر، ارتباط علی برقرار می‌کند. او بحث مدیریت عدم اطمینان را، در شرایط برقراری ارتباط با غریبه‌ها مطرح می‌سازد و در این نظریه به شش عامل مؤثر در سازگاری میان‌فرهنگی اشاره می‌کند که عبارتند از: خود و مفهوم خود، انگیزه تعامل با غریبه‌ها، واکنش به غریبه‌ها، طبقه‌بندی اجتماعی از غریبه‌ها، فرایندهای موقعیتی، ارتباط با غریبه‌ها (دوئرفل و آراساراتنام، 2005: 8). هویت اجتماعی و هویت زبان‌شناختی قومی<sup>3</sup>، نیز دو متغیر مهمی هستند که رفتار بین‌گروهی در بین فرهنگ‌ها را متأثر می‌سازند [هافستد (1980) به نقل از گودی‌کانست (1988)؛ گالوئیس و دیگران<sup>4</sup> (1988)]. علاوه بر این، انتظارات یا عقاید قالبی که اعضای یک گروه درباره اعضای گروه‌های دیگر دارند، بر ادراک شباهت و تفاوت‌های بین گروه‌ها و در نتیجه، بر ارتباط بین‌گروهی آنها مؤثر است. این عقاید قالبی، همچنین دیدگاه شخص در مورد گروه خودش را نیز در برمی‌گیرد (ترنر، 1986). گیلز (1973)، مفهوم همگرایی و ناهمگرایی<sup>5</sup> را به عنوان استراتژی‌هایی که سخنگویان می‌توانند در نگرش‌شان نسبت به همدیگر بکار برند مطرح نموده است. همگرایی، شامل تغییر زبان‌شناسی فرد (زبان، لغات، سبک سخن و...) یا رفتار زبان‌شناختی مشابه (تن صدا، میزان صحبت و همانند آن)، می‌شود که به‌منظور شباهت بیشتر به شریک گفتگو، برای افزایش مکالمه و انسجام بیشتر است. ناهمگرایی به‌طور معکوس، تأکید سخنوران بر تفاوت‌های خود و شریک‌شان است (گالوئیس و دیگران، 1988: 163).

به‌طور کلی، در دو سه دهه گذشته، نظریه‌پردازی ارتباط میان‌فرهنگی پیشرفت قابل توجهی داشته است. امروزه رویکردهای مختلف ارتباطی وجود دارد که تأکید عمده آنها، بر آمیختگی

1-Ting Toomy &amp; Korz Enny

2-Anxiety/Uncertainty Management (AUM)

3-Ethno linguistic

4-Gallois

5-Convergence and divergence

فرهنگ و ارتباط است: نخستین رویکرد ارتباطی مدعی است که؛ فرهنگ در فرایند ارتباط نهفته است. دومین رویکرد مدعی است؛ ارتباط در بین فرهنگ‌های مختلف، تغییر پیدا می‌کند. سومین رویکرد این ادعا را دارد که؛ نظریه ارتباطی، ارتباط بین افراد از فرهنگ‌های مختلف است، که بیشترین نظریه‌پردازی‌ها نیز در این زمینه انجام گرفته است. اغلب نظریه‌پردازانی که سعی در توصیف و تبیین ارتباط بین اعضای فرهنگ‌های مختلف داشته‌اند، تأکید عمده‌شان بر ارتباط بین‌گروهی بوده است تا ارتباط بین‌فرهنگی بطور خاص (گودی‌کانست، 2005: 4). نظریه‌پردازانی که رویکرد ارتباط بین‌گروهی دارند، فرض می‌گیرند که؛ فرهنگ یکی از عناصر مهم عضویت گروهی است که ارتباط را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این نظریه‌پردازان همچنین فرض می‌گیرند که؛ فرایندهای ارتباط بین‌فرهنگی، بین‌قومی، بین‌نسلی در میان دیگران، شبیه هم هستند (گودی‌کانست، 2005: 4). گودی‌کانست در اثر خودش، نظریه‌های ارتباط بین-فرهنگی و بین‌گروهی را به پنج دسته عمده تقسیم می‌کند: نظریاتی که تأکیدشان بر نتایج مؤثر یا اثربخشی ارتباط است، نظریاتی که تأکیدشان بر تطابق و سازش<sup>1</sup> است، نظریاتی که توجه اصلی آنها بر مدیریت هویت است، نظریاتی که تأکید عمده آنها بر شبکه‌های ارتباطی است و نهایتاً، نظریاتی که تأکیدشان بر سازگاری و تطابق با محیط‌های جدید فرهنگی است (گودی‌کانست، 2005: 4).

نتایج تحقیقات مختلف در زمینه ارتباطات میان‌فرهنگی (گیلز و جانسون (1981)؛ گودی-کانست (1986)؛ لاستینگ و کاستر (1996))، بر این باور تأکید دارند که؛ آگاهی و دانش فرهنگی، مهارت‌های ارتباطات و تحمل ابهامات، نقش مهمی در تماس‌های بین‌گروهی دارد (به نقل از مک‌گورن و روجر<sup>2</sup>، 2002). البته محققان (داد<sup>3</sup> (1995)؛ گودی‌کانست و هامر<sup>4</sup> (1988)؛ کیم<sup>5</sup> (1986)؛ و وایسمن<sup>6</sup> و کاستر<sup>7</sup> (1993))، معتقدند افراد برای رسیدن به فهم بین‌فرهنگی موفقیت‌آمیز می‌بایست با چالش‌های موانع زبانی، رسوم و اعمال ناآشنا، و تنوعات فرهنگی در شیوه‌های ارتباط کلامی و غیرکلامی روبرو شوند (روجر و مک‌گورن، 2002)؛ استفان<sup>8</sup> و استفان (1985)، در جریان ارتباطات فرهنگی میان افراد خارجی با افراد بومی،

1-accommodation

2-Rodgers&amp;McGovern

3-Dodd

4-Hammer

5-Kim

6-Wiseman

7-Koester

8-Stephan

احساس ناشی بودن و دلواپسی را عواملی مهم در شکست افراد می‌دانند؛ به همین دلیل است که گردشگران خواستار دریافت نقشه، کتاب، و... به زبان بومی خود هستند (صالحی‌فرد 1384)؛ نامی (1384))؛ از سوی دیگر، گیلز و رایبسون (1990)؛ وایسمن و کاستر (1993)، معتقدند اعضای قوم مسلط نیز ممکن است احساسی از بی‌حوصلگی و ناامیدی را، وقتی با کسانی ارتباط برقرار می‌کنند که به زبان بومی صحبت نمی‌کنند، تجربه کنند (به نقل از روجر و مک‌گورن، 2002). کیم (1986)؛ گودی‌کانست و هامر (1988)، معتقدند تفاوت‌های گروه در بیان احساسات و روش‌های ارتباطات غیرکلامی، ممکن است شکست در ارتباطات را به همراه داشته باشد. گیلز و رایبسون (1990)؛ گودی‌کانست (1986)؛ وایسمن و کاستر (1993) به نتایج مشابهی در خصوص شکست در ارتباطات میان‌فرهنگی می‌رسند و بیان می‌کنند، تنوعات فرهنگی در ارزش‌ها، هنجارها، و آداب و رسوم که شاید به فهم اشتباه فرهنگی منتهی شود، در واقع شکست در ارتباطات را به همراه می‌آورد که استرس‌زا و ناخوشایند است (روجر و مک‌گورن، 2002). در این زمینه، هال و فونت رایت بیان می‌نمایند؛ نشانه‌ها و معانی، چگونه از فرهنگی به فرهنگ دیگر تغییر می‌کنند و چگونه این انتقال، تأثیر نشانه‌ها را هنگام ارسال از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر، کاملاً غیرعادی می‌سازد (اسمیت، 1382: 239). در نهایت می‌توان گفت؛ زبان سهم بسزایی در ارتباطات میان‌فرهنگی دارد به طوری که اغلب محققان بر این باورند که؛ ناآشنایی با زبان بومی و تغییرات زبانی، موجب شکست در ارتباطات می‌گردد. آنها بیان می‌کنند: پیوندی که بین ارتباطات و فرهنگ به وجود می‌آید، باعث می‌شود، هر کدام به روشن‌سازی و تبیین دیگری کمک کند. این در حالی است که، زبان می‌تواند قسمت مورد توجه در فرهنگ باشد؛ زیرا آنها معتقدند ارتباطات، فرهنگ، و زبان یک کل مشخص هستند (ویدر و پارت (1990)؛ و پیکاری<sup>1</sup> (2006)؛ ساپیوروف<sup>2</sup> (1956)؛ به نقل از پلتوکوری (2007)؛ رالو و هاشیموتو (1996)؛ روجر و مک‌گورن (2002)).

در برخی از تحقیقات داخلی انجام شده بر زائرین خارجی در مشهد (صالحی‌فرد، 1384؛ نامی، 1384) نیز به مشکل ناآشنایی فرهنگی و زبانی زائرین خارجی و جهانگردان در برقراری ارتباط با مجاورین تأکید شده است.

1-Piekkari  
2-Whorf

### چارچوب نظری

به لحاظ نظری باید به این سؤال پاسخ گفت که سفر زیارتی، چگونه ارتباط میان فرهنگی مهمان - میزبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و موانع ارتباطی (زبانی)، چگونه باعث اختلال در برقراری این ارتباط می‌شود؟ اصولاً ارتباط میان فرهنگی وقتی بوجود می‌آید که مردم از فرهنگ‌های متفاوت، با هم در تعامل قرار بگیرند. این ارتباط به‌طور عمده بر "تعامل چهره به چهره و شخص به شخص در بین افرادی که به چارچوب‌های فرهنگی متفاوتی تعلق دارند، اطلاق می‌شود" (گویلین<sup>1</sup>، 2006: 5).

گویلین شکل‌گیری ارتباط میان فرهنگی را شامل چهار مرحله به شرح ذیل می‌داند:

1. فرستنده، پیام را برحسب چارچوب فرهنگی تنظیم و ارسال می‌کند؛
2. گیرنده، پیام را در پرتو چارچوب فرهنگی دیگری تفسیر می‌کند؛
3. گیرنده، بر مبنای آن چارچوب بازخورد ایجاد می‌کند؛ و
4. فرستنده اولیه پیام، آن بازخورد را برحسب چارچوب فرهنگی خودش تفسیر می‌کند (گویلین، 2006: 7).

بر این اساس، ارتباط میان فرهنگی در وهله اول، برقراری ارتباط میان چارچوب‌های فرهنگی مختلف است و سپس به روابط میان گیرنده و فرستنده پیام منجر می‌شود. والکر (2003)، چارچوب فرهنگی را نوعی عدسی مفهومی می‌داند که از طریق آن، شخص اطلاعات حاصل از حواس فیزیکی را فیلتر کرده و وارد قلمرو ادراکی خود می‌نماید. به عبارت دیگر احساسات فیزیکی، برای ما اطلاعات فراهم می‌کنند و ما تنها وقتی می‌توانیم معنا را احساس کنیم که از فیلترهای انتخابی ما، که خود از نظام عقاید، گرایش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای ما نشأت گرفته و در چارچوب فرهنگی ما جا گرفته، آنها را عبور داده باشیم (والکر، 2003؛ به نقل از گویلین، 2006: 5).

از سویی به دلیل تنوع و تفاوت چارچوب‌های فرهنگی، برقراری رابطه میان فرهنگی (در اینجا بین مهمان «زائر» - میزبان)، مستلزم فهم و درک این تفاوت‌هاست و ممکن است برخی خصوصیات، مانع ادراک و برقراری ارتباط شود. از آنجا که، بخش مهمی از ارتباطات میان-فرهنگی همواره به ارتباطات چهره به چهره و کلامی اختصاص دارد، از این رو، "ناآشنایی‌های زبانی" نیز همواره یکی از مهم‌ترین موانع ارتباط محسوب می‌شود (داد، 1995)؛ گودی‌کانست

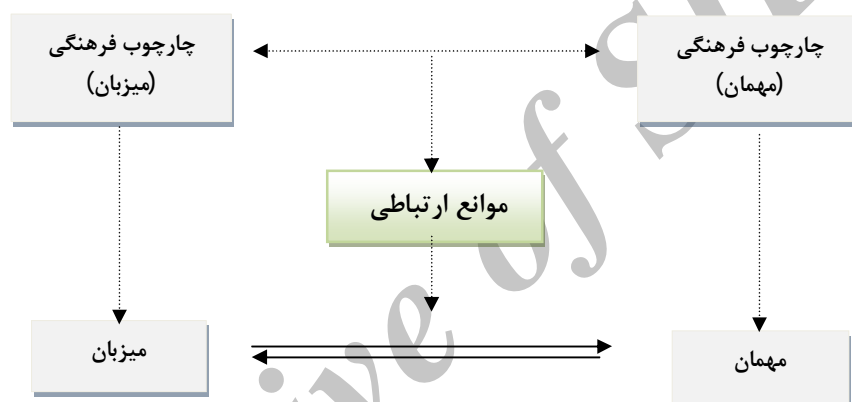
1-Guillén



و هامر<sup>1</sup> (1988)؛ کیم (1986)؛ گیلز و رابینسون (1990) و وایسمن و کاستر<sup>2</sup> (1993) به نقل از روجر و مک گوورن، (2002).

با این توضیح، فرایند ارتباط میان فرهنگی مهمان (زائر) - میزبان را، می توان مطابق شکل 1 نمایش داد.

شکل 1: فرایند ارتباط میان فرهنگی مهمان - میزبان



ارتباط میان فرهنگی مهمان - میزبان، در نوشتار حاضر شامل انواع روابط کلامی و غیر کلامی است که، در طی سفر زیارتی بین زائرین خارجی (شیعیان غیر ایرانی) با مردم مشهد برقرار می - شود. این ارتباطات شامل دو نوع؛ "روابط اجتماعی یا معاشرتی" و "روابط فرهنگی یا آشنایی" است. در روابط نوع اول، عنصر اصلی مورد مبادله، احساس و عاطفه است، که از بارزترین اشکال آن ایجاد دوستی و رفاقت در بین زائرین و مجاورین است. در روابط نوع دوم، عنصر اصلی مورد مبادله، آگاهی و دانش فرهنگی است، که از بارزترین آنها آشنایی و آگاهی زائرین از عناصر و نمادهای فرهنگی جامعه میزبان است. فرضیه اساسی نوشتار حاضر این است که؛ "کیفیت سفر زیارتی، روابط میان فرهنگی را تحت تأثیر قرار می دهد و این تأثیرگذاری، در شرایط وجود یا عدم وجود مانع ارتباطی (زبانی)، کاملاً متفاوت است". چنانچه کیفیت سفر زیارتی را برحسب دو

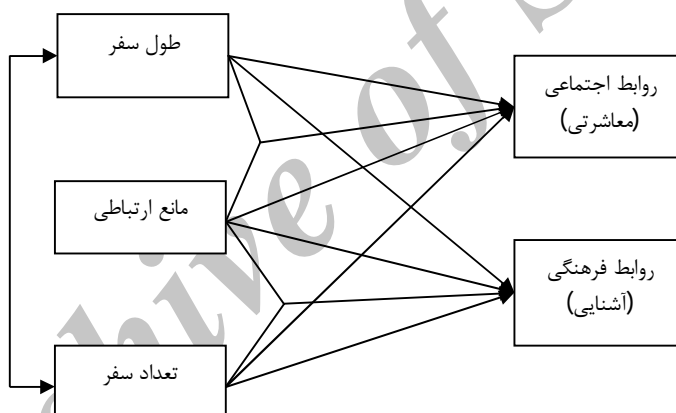
1-Hammer

2-Wiseman & Koester

خصوصیت "مدت و تعداد سفر"، و مانع ارتباطی را برحسب "مشکل مهارت کلامی یا زبانی" تعریف کنیم، در این صورت، فرضیه اساسی مقاله را می‌توان به طور روشن‌تری مطابق با شرح ذیل صورت‌بندی نمود:

"با افزایش طول و تعداد سفر زیارتی، روابط اجتماعی (معاشرت) و فرهنگی (آشنایی) زائر-مجاور بیشتر می‌شود و ناآشنایی زبانی، رابطه این دو مجموعه متغیر را تضعیف می‌کند. بعلاوه، انتظار می‌رود؛ اثر ترکیبی متغیرهای طول و تعداد سفر و همچنین، ترکیب این دو با متغیر آشنایی زبانی نیز به تقویت روابط اجتماعی و فرهنگی زائر-مجاور بینجامد".

نمودار مدل نظری تحلیل اثر سفر زیارتی بر ارتباط فرهنگی مهمان- میزبان، در شکل 2 نمایش داده شده است.



شکل 2: نمودار مدل نظری تحلیل اثر سفر زیارتی بر ارتباط میان فرهنگی مهمان- میزبان

### روش تحلیل

داده‌های مقاله حاضر، برگرفته از یک تحقیق پیمایشی بر روی زائرین خارجی است که در سال 1388 در شهر مشهد انجام گرفته است. در طی تحقیق مذکور، با 598 نفر زائر خارجی 15 ساله و بالاتر، که در محل اقامت خود به روش "نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب" برگزیده شده‌اند، مصاحبه حضوری به‌عمل آمده است. برای توصیف نتایج از شاخص‌های گرایش مرکزی و پراکندگی، و برای تحلیل داده‌ها و واریانس مدل نظری تحلیل از روش "تحلیل کواریانس

چندگانه<sup>1</sup> استفاده شده است. در تحلیل مذکور، دو متغیر ارتباطی شامل "روابط اجتماعی یا معاشرتی، و روابط فرهنگی یا آشنایی" به عنوان متغیرهای وابسته، دو خصوصیت سفر زیارتی شامل؛ "طول سفر و تعداد سفر"، عنوان متغیرهای مستقل یا کواریته‌ها<sup>2</sup> و متغیر "مانع ارتباطی مشتمل بر دو مقوله" آشنایی زبانی دارد و آشنایی زبانی ندارد" به عنوان عامل<sup>3</sup> منظور گردیده است. ذیلاً ابتدا ویژگی‌های جمعیتی پاسخگویان و سپس نتایج عمده تحلیل کواریانس معرفی می‌گردد.

#### یافته‌های توصیفی

از 598 نفر زائر مورد مطالعه، 56.7 درصد زن، و 43 درصد مرد و از لحاظ مذهبی 99.7 درصد پاسخگویان شیعه و 3 درصد سنی هستند. 22.9 درصد عراقی، 28.6 درصد عربستانی، 13 درصد کویتی، 32.3 درصد بحرینی، و 2.5 درصد از "سایر کشورها"<sup>4</sup> هستند. تحصیلات 51.3 درصد پاسخگویان زیردیپلم، 39 درصد دیپلم و 9.7 درصد دانشگاهی است. میانگین سنی پاسخگویان، 36 سال است. 78.1 درصد گردشگران به قصد زیارت، 16 درصد تفریح، 2.6 درصد معالجه، 2.4 درصد تجارت و 0.09 درصد به قصد دیدن آشنایان به مشهد سفر کرده‌اند. به لحاظ الگوی سفر، 53.5 درصد پاسخگویان به صورت کاروانی و 47.5 درصد به صورت انفرادی سفر کرده‌اند. 91 درصد پاسخگویان در هتل و 9 درصد در منازل اجاره‌ای اقامت داشته‌اند. بعلاوه، برخی از آماره‌های توصیفی متغیرهای ارتباطی به تفکیک چهار ملیت عراقی، عربستانی، کویتی و بحرینی در جدول 1 نشان داده شده است.

1-Multivariate Analysis of Covariance (MAC)

2-Covariates

3-Factor

4- در ادامه، زائرین سایر کشورها از تحلیل حذف و تحلیل داده‌ها محدود به چهار ملیت شامل عربستانی، کویتی، بحرینی و عراقی گردیده است.

جدول 1: آماره‌های توصیفی<sup>1</sup> متغیرهای ارتباطی

ملیت	تعداد پاسخ معتبر	طول سفر به روز	تعداد سفرهای قبلی	روابط معاشرتی (تعداد دوست در جامعه میزبان)	روابط آشنائی (درصد آشنائی و بازدید از اماکن توریستی)	مانع زبانی (درصد ناآشنائی زبانی)
عراقی	137	13	2.6	1.4	23.5	65.7
عربستانی	171	24	2.8	2	26.9	67.3
کویتي	78	16	3.7	3.4	37.6	41.6
بحرینی	193	24	4.1	2.4	38.5	46.6
کل	579	21.8	3.9	2.2	31.4	56.4

## یافته‌های تحلیلی

نتایج عمده تحلیل کواریانس چندگانه، در جداول 2 تا 5 منعکس شده، که بدان اشاره می‌گردد:

برحسب نتایج مندرج در جدول 2، میانگین روابط فرهنگی زائرین با مجاورین در حالت فقدان مشکلات زبانی، در بین زائرین هر چهار ملیت عراقی، عربستانی، کویتی و بحرینی و کلاً به طور محسوسی بیشتر از میانگین آن در حالت وجود مشکلات زبانی است. بعلاوه، برحسب مقادیر انحراف معیار به‌روشنی می‌توان نتیجه گرفت که؛ تجارب ارتباط فرهنگی زائرین در حالت آشنایی زبانی، خیلی به هم نزدیکتر است تا در حالت ناآشنایی زبانی. همین معنا در مورد روابط اجتماعی یا معاشرتی زائرین با مجاورین نیز صادق است. به این ترتیب، می‌توان نتیجه گرفت که؛ در سفرهای زیارتی، آشنایی زبانی زائرین، هم ارتباطات میان فرهنگی را تقویت می‌کند و هم تجارب ارتباطی مشترکی را برای زائرین کشورهای مختلف رقم می‌زند.

1- شاخص مرکزی متغیرهای طول سفر، تعداد سفر و روابط معاشرتی بر اساس میانگین تعدیل شده (Trimmed mean) برآورد شده است.

جدول 2: آماره‌های توصیفی ارتباطات میان فرهنگی

	ملیت	ناآشنائی زبانی	میانگین	انحراف معیار	تعداد پاسخگو	
روابط اجتماعی (معاشرتی)	عراقی	دارد	78.	6.2	90	
		ندارد	6.2	2.5	47	
		کل	4.1	8.3	137	
	عربستانی	دارد	3.1	6.3	115	
		ندارد	3.2	7.5	56	
		کل	9.1	5.4	171	
	کویتي	دارد	8.1	8.3	32	
		ندارد	4.2	45.6	45	
		کل	2.3	6.5	77	
	بحرینی	دارد	3.1	57.3	90	
		ندارد	3.3	2.5	102	
		کل	3.2	6.4	192	
	کل	دارد	2.1	4.3	327	
		ندارد	3.3	57.5	250	
		کل	1.2	5.4	577	
	روابط فرهنگی (آشنایی)	عراقی	دارد	03.11	9.6	90
			ندارد	4.47	2.11	47
			کل	5.23	38.19	137
عربستانی		دارد	9.13	12.8	115	
		ندارد	7.53	9.9	56	
		کل	9.26	7.20	171	
کویتي		دارد	1.14	5.7	32	
		ندارد	5.54	3.10	45	
		کل	7.37	05.22	77	
بحرینی		دارد	6.16	7.8	90	
		ندارد	4.57	12.11	102	
		کل	38.3	7.22	192	
کل		دارد	8.13	2.8	327	
		ندارد	54.2	27.11	250	
		کل	3.31	18.22	577	

نتایج مندرج در جدول 3، معنادار بودن یا نبودن اثر همزمان هریک از خصوصیات سفر زیارتی بر ابعاد ارتباط میان فرهنگی زائر- مجاور (روابط اجتماعی و روابط فرهنگی)، را نشان می‌دهد. برحسب نتایج جدول مذکور، هریک از سه متغیر طول سفر، تعداد سفر و ناآشنایی زبانی زائرین، به علاوه ترکیب طول و تعداد سفر و همچنین، ترکیب طول سفر با ناآشنایی زبانی، به طور همزمان بر هر دو بعد ارتباطات میان فرهنگی زائرین خارجی با مجاورین، تأثیر کاملاً معناداری دارند، لکن اثر ترکیبی تعداد سفر و ناآشنایی زبانی بر ارتباط میان فرهنگی زائر- مجاور، معنادار نیست.

جدول 3. آزمون چندمتغیره<sup>b</sup> اثر سفر زیارتی بر ارتباطات میان فرهنگی زائر- مجاور

Effect	F	.Sig
Intercept	<sup>a</sup> 510.5	0.000
ناآشنایی زبانی (X <sub>3</sub> )	<sup>a</sup> 286.9	0.000
تعداد سفر (X <sub>1</sub> )	2 <sup>a</sup> .17	0.000
طول سفر (X <sub>2</sub> )	4 <sup>a</sup> .20	0.000
طول سفر * تعداد سفر (X <sub>1</sub> *X <sub>2</sub> )	9 <sup>a</sup> .3	0.014
طول سفر * ناآشنایی زبانی (X <sub>3</sub> *X <sub>2</sub> )	0.93 <sup>a</sup>	0.018
تعداد سفر * ناآشنایی زبانی (X <sub>3</sub> *X <sub>1</sub> )	<sup>a</sup> 2.7	0.185

Exact statistic a

Design b: Intercept +X<sub>1</sub> +X<sub>2</sub> +X<sub>3</sub> +(X<sub>1</sub>\*X<sub>2</sub>) +(X<sub>3</sub>\*X<sub>1</sub>) +(X<sub>3</sub>\*X<sub>2</sub>)

برحسب نتایج مندرج در جدول 4:

اولاً؛ اثر جداگانه هریک از دو متغیر طول سفر و تعداد سفر بر هریک از دو بُعد ارتباط میان- فرهنگی (روابط اجتماعی و روابط فرهنگی) زائر- مجاور کاملاً معنادار است، اما اثر متغیر ناآشنایی زبانی، اثر دوگانه‌ای بر ارتباطات میان فرهنگی زائرین و مجاورین دارد. بدین ترتیب که اثر آن بر روابط فرهنگی زائر- مجاور معنادار، لکن بر روابط اجتماعی یا معاشرتی آنها اثر قابل اعتنایی ندارد؛

دوم؛ ترکیب‌های مختلف خصوصیات سفر بر ارتباطات میان فرهنگی زائر- مجاور، اثرات متفاوت دارد. در این میان، تنها اثر ترکیبی تعداد سفر با ناآشنایی زبانی، بر روابط اجتماعی

زائر- مجاور معنادار است. در سایر ترکیب‌های مورد بررسی، اثر معناداری مشاهده نمی‌شود. سوم؛ سه متغیر طول سفر، تعداد سفر و آشنایی زبانی، همراه با سه حالت ترکیبی این متغیرها مطابق شرح جدول 4، به‌طور همزمان به‌ترتیب 12.2% و 83.7% از تغییر روابط اجتماعی (معاشرتی) و روابط فرهنگی (آشنایی) زائرین و مجاورین را تبیین می‌کنند؛ پایین بودن توان توضیح متغیرهای مذکور، و ترکیبات آنها درمورد روابط اجتماعی یا معاشرتی، حاکی از این است که متغیرهای جامعه‌شناختی دیگری، غیر از متغیرهای مورد بررسی، در شکل‌گیری و تغییر روابط اجتماعی زائر و مجاور دخیل هستند.

جدول 4: آزمون اثرات بین گروهی<sup>1</sup> ارتباطات میان فرهنگی زائر - مجاور

Source	Dependent Variable	F	.Sig
ناآشنایی زبانی	روابط اجتماعی (معاشرت)	0.005	0.946
	روابط فرهنگی (آشنایی)	580.3	0.000
تعداد سفر	روابط اجتماعی (معاشرت)	17.5	0.000
	روابط فرهنگی (آشنایی)	33.5	0.000
طول سفر	روابط اجتماعی (معاشرت)	10.0	0.002
	روابط فرهنگی (آشنایی)	39.6	0.000
طول سفر * تعداد سفر	روابط اجتماعی (معاشرت)	3.4	0.064
	روابط فرهنگی (آشنایی)	6.7	0.10
تعداد سفر * ناآشنایی زبانی	روابط اجتماعی (معاشرت)	7.9	0.005
	روابط فرهنگی (آشنایی)	0.971	0.325
طول سفر * ناآشنایی زبانی	روابط اجتماعی (معاشرت)	0.282	0.596
	روابط فرهنگی (آشنایی)	3.3	0.067

a. R Squared = 0.122 (Adjusted R Squared = 0.113)

b. R Squared = 0.837 (Adjusted R Squared = 0.835)

در جدول 5، شدت و جهت (مثبت یا منفی) تأثیرگذاری هر یک از سه متغیر طول سفر، تعداد سفر و مشکل زبانی (آشنایی / ناآشنایی زبانی)<sup>1</sup> و همچنین اثر ترکیبی این سه متغیر بر روی دو نوع ارتباط میان فرهنگی زائر- مجاور، مشخص گردیده است. مهم‌ترین این نتایج عبارتند از:

اول؛ دو متغیر طول سفر و تعداد سفر، بر روی هر دو نوع ارتباط میان فرهنگی (روابط اجتماعی و روابط فرهنگی زائر- مجاور) اثر فزاینده (+) و معنادار دارند، لکن میزان فزاینده‌گی این دو متغیر بر روابط فرهنگی بیش از روابط اجتماعی زائر- مجاور است.

دوم؛ متغیر ناآشنایی زبانی بر هر دو نوع ارتباط میان فرهنگی زائر- مجاور، اثر کاهنده (-) دارد، لکن این تأثیر فقط در مورد روابط فرهنگی، قابل اعتناست. درعین حال، وقتی ناآشنایی زبانی با تعداد سفر ترکیب می‌شود، اثر کاهنده و معناداری بر روابط اجتماعی زائر- مجاور باقی می‌گذارد.

سوم؛ بیشترین تأثیر بر روی روابط اجتماعی زائر- مجاور، به ترتیب مربوط به طول سفر (4.18)، تعداد سفر (3.58) و سپس متغیر ترکیبی ناآشنایی زبانی و تعداد سفر (-2.81) است. ترتیب اثرگذاری متغیرها بر روی روابط فرهنگی زائر- مجاور، عبارتند از: ناآشنایی زبانی (-24.09)، طول سفر (5.44)، تعداد سفر (4.18) و سپس متغیر ترکیبی ناآشنایی زبانی و طول سفر (-2.60).

تأثیر بالای ناآشنایی زبانی بر روی روابط فرهنگی زائر- مجاور، از این جهت است که بخش عمده‌ای از روابط فرهنگی به صورت کلامی و گفتگویی است و نداشتن مهارت‌های زبانی مانع از این پیوند می‌شود، در حالی که روابط اجتماعی یا معاشرتی، الزاماتی فراتر از مهارت‌های زبانی دارد.

1- برحسب کدگذاری تصنعی، متغیرمناغ زبانی به دو متغیر "آشنایی زبانی" و "ناآشنایی زبانی" تبدیل و در جدول 5 اثر هر یک از این دو متغیر بر ارتباط میان فرهنگی زائر- مجاور مشخص گردیده است.



جدول 5: تخمین پارامترهای ارتباطات میان فرهنگی زائر - مجاور

Dependent Variable	Parameter	B	Std. Error	t= B/Std.E	Sig
روابط اجتماعی (معاشرت)	Intercept	0.195	0.626	0.312	0.755
	ناآشنائی زبانی	-0.053	0.780	-0.068	0.946
	آشنائی زبانی	0 <sup>a</sup>	.	.	.
	تعداد سفر	0.291	0.081	3.58	000.
	طول سفر	0.094	0.022	4.18	000.
	طول سفر * تعداد سفر	-0.004	0.002	-1.85	0.064
	ناآشنائی زبانی * تعداد سفر	-0.078	0.028	-2.81	0.005
	آشنائی زبانی * تعداد سفر	0 <sup>a</sup>	.	.	.
	ناآشنائی زبانی * طول سفر	0.061	0.114	0.531	0.596
آشنائی زبانی * طول سفر	0 <sup>a</sup>	.	.	.	
روابط فرهنگی (آشنائی)	Intercept	46.07	1.292	35.65	000.
	ناآشنائی زبانی	-38.7	1.608	-24.09	000.
	آشنائی زبانی	0 <sup>a</sup>	.	.	.
	تعداد سفر	0.007	0.167	4.18	000.
	طول سفر	0.251	0.046	5.44	000.
	طول سفر * تعداد سفر	-0.011	0.004	-2.60	0.010
	ناآشنائی زبانی * تعداد سفر	-0.057	0.057	-0.986	0.325
	آشنائی زبانی * تعداد سفر	0 <sup>a</sup>	.	.	.
	ناآشنائی زبانی * طول سفر	0.433	0.236	1.83	0.067
آشنائی زبانی * طول سفر	0 <sup>a</sup>	.	.	.	

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

### بحث و نتیجه گیری

سفرهای زیارتی زائرین خارجی به مشهد، فرصت برقراری ارتباطات فرهنگی را در میان اجتماعات شیعی از جوامع مختلف از یک سو، و ارتباط میان آنها و مجاورین یا ساکنین شهر مشهد را از سوی دیگر فراهم می‌آورد. توجه به وجه ارتباطی سفر زیارتی امام رضا (ع)، توجه به این معناست که زیارت می‌تواند هویت جهانی شیعه را تقویت کند. نتایج مطرح شده در نوشتار

حاضر، به روشنی تأثیر سفر زیارتی به مشهد را بر تقویت روابط میان فرهنگی اجتماعات مختلف شیعی نشان می‌دهد. در این میان، تأثیر دو متغیر طول سفر و تعداد سفر بر روی هر دو نوع ارتباط میان فرهنگی زائرین (روابط اجتماعی و روابط فرهنگی) مثبت، و بر عکس متغیر مانع زبانی بر هر دو نوع ارتباط میان فرهنگی، اثر منفی دارد. بیشترین تأثیر بر روابط اجتماعی زائر-مجاور مربوط به متغیر طول سفر، و در مورد روابط فرهنگی مربوط به ناآشنایی زبانی است. هر چند، یافته مذکور تاحدی مؤید تأکیدات نظری و تجربی متعدد در این حوزه است که بر تأثیر ناآشنایی زبانی بر شکست ارتباطات میان فرهنگی تأکید دارد (ویدر و پارت (1990)؛ و پیکاری (2006)؛ سایپوروف (1956)؛ به نقل از پلتوکورپی (2007)؛ راو و هاشیموتو (1996)؛ روجر و مک گورن (2002))، لکن نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که؛ سفر زیارتی علی‌رغم مشکلات زبانی زائرین از طریق ارتباطات غیرکلامی متعدد، به تقویت روابط میان فرهنگی منجر می‌شود. کیفیت سفر زیارتی، به تدریج، فرصت برقراری انواع ارتباط کلامی و غیرکلامی بین مهمان-میزبان را فراهم می‌آورد. سفر زیارتی، با دو ویژگی طول و تعداد سفر، تأثیر کاملاً معناداری بر ارتباطات میان فرهنگی (روابط اجتماعی و فرهنگی مهمان-میزبان) دارد؛ هر چند اثرگذاری این دو متغیر، متأثر از موانع زبانی است. از بین دو نوع رابطه مورد بررسی، سفر زیارتی تأثیر بیشتر و تعیین کننده‌تری بر روابط فرهنگی یا آشنایی مهمان-میزبان دارد، که عنصر اصلی آن، دانستن و تبادل آگاهی است؛ به عبارت دیگر، سفر زیارتی، آگاهی و دانش میان فرهنگی را تقویت می‌کند و از این طریق تماس بین گروهی را تسهیل می‌نماید (گیلز و جانسون (1981)؛ گودی کانست (1986)؛ لاستینگ و کاستر (1996)). با این حال، تأثیر سفر زیارتی بر روابط اجتماعی مهمان-میزبان، که عنصر اصلی آن احساس و عاطفه است، نیز کاملاً معنادار و مثبت بوده و این بدان معناست که در سفر زیارتی، عواطف مشترکی خلق می‌شود که به تماس میان گروهی می‌انجامد. در اینجا بایست به یک نکته اساسی و مهم در سفرهای زیارتی به‌ویژه در بین شیعیان توجه داشت، و آن وجود آداب و مناسک مشترک زیارت است. بعلاوه زمان مشترک زیارت که در برخی از ایام یا مناسبت‌های خاص مذهبی، مثل دهه محرم، دهه صفر، ایام فاطمیه و... بوجود می‌آید، فرصت ارتباط را بیشتر می‌کند. در سفر زیارتی، این فرصت ارتباطی مشترک، مقدمه‌ای برای آشنایی و شکل‌گیری انواع ارتباط میان آنها می‌گردد. مناسک و مراسم مشترک زیارت باعث می‌شود که، حتی در شرایط ناآشنایی زبانی، ارتباط فرهنگی در بین زیارت‌کنندگان، اعم از مهمان یا میزبان برقرار شود. یافته‌های حاضر نیز نشان می‌دهد با کنترل آماری اثر مشکلات ارتباطی (زبانی)، تأثیر طول و تعداد سفر بر ارتباطات میان فرهنگی،

همچنان معنادار و مثبت باقی می‌ماند. یافته مذکور متضمن این معنای اساسی نیز هست که؛ مذهب این پتانسیل را دارد که همه هویت‌های ملی را به حاشیه رانده و پیوندهای اجتماعی گوناگونی را در بین پیروان یک مذهب با ملیت‌های مختلف ایجاد نماید و سفرهای مذهبی در این میان نقش بی‌بدیلی برعهده دارند.

### منابع

- اسمیت، آ. جی (1379) *ارتباطات و فرهنگ*، ترجمه مهدی بابائی اهری، تهران: انتشارات سمت.
- تقی‌زاده، م (1380) *جامعه‌شناسی زیارت*، فصلنامه معرفت: 45.
- خواجه‌زاده، ش (1380) *نیازهای خدماتی جهانگردان در شهر مشهد*، استاد راهنما: محمدتقی رهنما، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی
- رضی، حسین (1377) *ارتباطات میان فرهنگی (تاریخ، مفاهیم و جایگاه)*، ؟
- ساموار، ل و پورتر، ر. ای. و لیزارا، ا (1379) *ارتباط بین فرهنگ‌ها*، ترجمه: غ. ر. کیانی و س. ا. میرحسینی، تهران: انتشارات باز.
- شرفی، ابوالفضل (1389) *بررسی و طبقه‌بندی نیازمندی‌های زائران خارجی در شهر مشهد*، ناظر طرح: علی یوسفی، مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد.
- صالحی‌فرد، م (1382) *بررسی اثرات و پیامدهای ورود گردشگران جهان به شهر مشهد با تأکید بر گردشگران عرب حوزه خلیج فارس*، کارفرما: سازمان میراث فرهنگی خراسان رضوی.
- فرهنگی، ع. ا (1382) *ارتباطات انسانی*، تهران: خدمات فرهنگ رسا.
- مولانا، ح (1384) *اطلاعات جهانی و جهان ارتباطات: مرزهای نو در روابط بین‌الملل*، ترجمه: آ. آزاد، م، حسن‌زاده و م اخوتی، تهران: انتشارات کتابدار.
- نامی، ع. ا (1384) *بررسی نیازهای تبلیغاتی و رفاهی زائران عراقی*، کارفرما: معاونت تبلیغات و ارتباطات اسلامی آستان قدس رضوی.
- یوسفی، علی (1388) *بررسی راهکارهای گسترش ارتباطات میان فرهنگی اجتماعات شیعی (گزارش تحقیق)*، مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد.
- Arasaratnam, L. A. & Doerfel, M) (2005) *Competence: Identifying key components from multicultural perspectives*, International Journal of Intercultural Relations. 29 : 2, 137-163
- Esmit, A. G (1998) *Ertebatat v Farhang*, Tarjome M. Babaei Ahari. (Tehran: Samt
- Gallois, C .et.al (1988) "Communication Accommodation in Intercultural Encounters" .chapter 7 p.p. 1 s7-182. of "Theories in Intercultural communication . X11(1988) Sage publications, edited by Yunkim Y& .Gudykunst, W. B.

- Groff, L (2002) *Interreligious dialogue, and peace*, *Futures*, 34 :8, 701-716
- Gudy kunst, W(1988) Uncertainty and Anxiety, Chapter 6, p.p .123-184, of “*theories a in Intercultural communication* .Sage publications, edited by Yunkim Y& .Gudykunst, W .B.
- Gudykunst, W .B (2005) *Theorizing about intercultural communication* . london:Sage
- Guillén , N .V(2006) Understanding Social Distance in Intercultural,
- Hall, E .T(1998) *The power of hidden differences,1998” Basic concepts ofintercultural communication selected readings* .’edited by Milton J, Bennett . International Press, Inc.
- Jack, G & Phipps, A(2005) *Why Tourism Matters, Channel View Publications* . Clevedon :Tourism and Intercultural.
- Norman, A (2004) *Spiritual tourism Religion and spirituality in contemporary travel* .A thesis submitted in partial completion of the requirements of the degree of Bachelorof Arts Honours.
- Peltokorpi, V(2007) *Patterns and tactics :Nordic expatriates in Japan*, *Journal of Business Communication* 3 :1, 39-57 .
- Rao A .& Hashimoto, K(1996) *Intercultural influence A study of Japanese expatriate managers in Canada* *Journal of International Business Studies* 27, 443–466.
- Spencer-Rodgers, J & McGovern, T(2002) *Attitudes toward the culturally different :the role of intercultural communication barriers* .affective responses, consensual stereotypes, and perceived threat, *International Journal of Intercultural Relations*, 26 :6, 609-631.
- Ting – Toomey, s(1988) *Intercultural conflict styles, A face -Negotiation theory* . chapter, p.p .213 – 233 .of “Theories in Intercultural communication .X11(1988) Sage publications, edited by Yunkim Y& .Gudykunst, W .B.
- Ting-Toomey, S., & Korzenny, F(1989) *Language, Communication, and Culture : Current Directions* .Newbury Park, CA :Sage Publications
- Yunkim, Y &Gudy kunst W .B (1989) *Theories in Intercultural Communication* . Vol VII .SAGE Publications
- <http://www.merriam-webster.com/dictionary/pilgrimage>, Accept in 2010 -08-23
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Pilgrimage#Islam>, Accept in 2010 -08-23