

فراسوی دوگانه زائر- گردشگر گونه‌شناسی تجربه سفر زائران مرقد منور امام رضا (ع)*

فرامرز نودهی^۱ * حسین بهروان^۲ * علی یوسفی^۳ * احمد محمدپور^۴

چکیده

این مقاله با مرور بر تکرر موجود در صورت‌بندی‌های دینداری و سفرهای زیارتی و با فرض اینکه زیارت و آداب آن بخشی از دینداری افراد است، از طریق تنقیح و تشریح تیپ‌های مختلف زائران امام رضا (ع) به این پرسش پاسخ می‌دهد: کدام صورت‌بندی (تلفیقی)، بیشترین انطباق و تناسب را با زائران مرقد امام رضا (ع) داراست. جهت پاسخگویی از تیپولوژی بهره‌برده شده است. اکتشاف مؤلفه‌ها و فاکتورها، منجر به ساخت ابزارهای تحلیلی یا همان تیپ‌ها شده است. روش تحقیق، پدیدارشناسی و تکنیک جمع‌آوری اطلاعات، مبتنی بر مصاحبه‌های عمیق بوده است. مشارکت‌کنندگان را می‌توان در چهار سنخ کلی خوش‌گذران، در حال گذار، مناسک‌گرا و وجودی جای داد. هر کدام از رویکردهای مدیریتی فعلی، حاکی از ذهنیتی و دارای بدنه اجتماعی در میان زائران است. فارغ از فراوانی هر کدام و اینکه کدام به لحاظ فرهنگی غلبه دارد، در نظر داشتن گونه‌های مختلف زائر در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، غیر قابل انکار به نظر می‌رسد.

واژگان کلیدی: زائر - گردشگر، گونه‌شناسی، تجربه سفر، دینداری و مشهد.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال چهارم • شماره پانزدهم • تابستان ۹۴ • صص ۲۱۷-۱۹۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۹/۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۴/۲/۷

- * این مقاله برگرفته از رساله دکتری و با حمایت مالی مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد است.
۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه فردوسی مشهد (fnodehi@gmail.com).
۲. استاد گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، نویسنده مسئول (behravan@um.ac.ir).
۳. دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد (yousofi@um.ac.ir).
۴. استادیار گروه انسان‌شناسی دانشگاه وندربیلت آمریکا (ah.mohammadpur@gmail.com).

مقدمه

دین یکی از مهم‌ترین نهادهای اجتماعی در کلیه اجتماعات انسانی در طول تاریخ بوده و هست. اندیشمندان رشته‌های مختلف به لحاظ همین اهمیت و تداوم حضور، به بحث و تأمل در باب دین و دین‌ورزی علاقمند و یا واداشته شده‌اند. پیدایش نظریات و دیدگاه‌های متفاوت، مبهم و گاه متناقض در تعاریف، منشأ ابعاد و پیامدهای حضور دین در عرصه اجتماعی، محصول همین اندیشه‌ورزی‌ها و مطالعات است. مقاله حاضر درصدد است به بررسی بخشی از حوزه وسیع جامعه‌شناسی دین؛ جامعه‌شناسی زیارت بپردازد. مسئله‌ای که نقطه عزیمت این پژوهش قرار گرفته، دارای دو وجهه عملی و نظری است.

از جنبه عملی می‌توان گفت: سالانه میلیون‌ها زائر به مشهد سفر می‌کنند. زائران در مدت اقامت خود جهت رفع نیازهای ضروری خود از امکانات و خدمات فراهم آمده در شهر استفاده می‌کنند. در کنار این گونه خدمات و امکانات اولیه، البته خدمات دیگری، موسوم به خدمات تفریحی نیز به زائران عرضه می‌شود. نخبگان محلی و مدیران اجرایی، دیدگاه‌های متعارضی نسبت به استفاده زائران از خدمات تفریحی دارند. دیدگاه‌های مختلف نسبت به خرید و تفریح زائران در مشهد را می‌توان در دو دسته کلی جای داد: دسته اول در رویکردی عموماً اقتصادی و جهت‌گیری کاملاً مثبت نسبت به گسترش و تقویت این گونه خدمات قرار داشته و دسته‌ای دیگر در نقطه مقابل، عموماً با پررنگ کردن رویکردهای مذهبی و نفی جنبه‌های تفریحی سفر شناخته می‌شوند. این تعارض در سیاست‌گذاری‌های شهری مشهد و البته کلانشهرهای مذهبی دیگر کشورها نیز کاملاً آشکار است (صدیق اورعی، ۱۳۹۲؛ علم‌الهدی، ۱۳۹۲؛ بنیانیان، ۱۳۹۲؛ قاضی‌زاده، ۱۳۹۲؛ ریاحی، ۱۳۹۲؛ نژاد، ۱۳۹۲). بدین ترتیب تفاوت دیدگاه‌های نخبگان محلی نسبت به امر واحد و واقعیت اجتماعی سفر زیارتی زائران، مسئله اجتماعی تحقیق حاضر را شکل می‌بخشد.

از سوی دیگر و در وجه نظری مسئله، می‌دانیم که دین به معنای عام و اسلام به‌طور

اخص، تشریف به اماکن مقدس و به جای آوردن آدابی ویژه را توصیه و تشویق می‌کنند. زیارت و آداب آن بخش جدایی‌ناپذیر دین و دینداری محسوب می‌شود. رویکردهای جامعه‌شناختی به این موضوع تحت تأثیر تفکیک نظری در ادبیات جامعه‌شناسی دین قرار دارد. برخی دین‌پژوهان، باور به جدایی حوزه امر قدسی - به‌عنوان رکن اصلی دین - از امور روزمره و دنیوی دارند و این تفکیک را اساس تعریف دین می‌دانند (دورکیم، ۱۳۸۳؛ الیاده، ۱۳۸۰). در حالی که برخی به عکس، بر این عقیده‌اند که دین کلیتی غیرقابل انفکاک از سایر جنبه‌های زندگی و جاری و ساری در همه شئون آن است، به نحوی که نمی‌توان آن را مستقل از سایر پدیده‌های اجتماعی بررسی کرد. به‌عنوان نمونه، وبر با این مفروض که «جامعه‌شناسی همانا جامعه‌شناسی دین است» (آرون، ۱۳۶۴)، کلیت دین را در تمامی جنبه‌های مطالعاتی جامعه و کنشگر اجتماعی در نظر می‌گیرد^۱.

علاوه بر این بررسی یک‌سویه تاریخ مسیحیت از سوی برخی از اندیشه‌ورزان غربی و پیش‌بینی زوال کلیه ادیان موجب شده برخی صاحب‌نظران ایرانی از عدم امکان به‌کارگیری تئوری‌های دینی غربی در بافت فرهنگ اسلامی ایران سخن بگویند (برقعی، ۱۳۸۱: ۲۲-۲۰). چنانکه شجاعی زند می‌نویسد: «این تئوری‌ها [افول دین] به شدت متأثر از عوامل وقوع این فرایند در غرب مسیحی است و تعمیم نتایج به دیگر شرایط تاریخی و سنت‌های دینی، دچار نارسایی‌های جدی است» (شجاعی زند، ۱۳۸۷: ۳۲۷-۳۲۶).

مرور مختصر مفروضات و تکثرات موجود در صورت‌بندی‌های نظری دین و دین‌ورزی و همچنین تفاوت دیدگاه نخبگان ایرانی نسبت به ملزومات یک سفر زیارتی، این پرسش را به ذهن یک جامعه‌شناس ایرانی متبادر می‌کند که در واقعیت اجتماعی تجربه سفر زیارتی، چند صورت‌بندی و یا چه صورت‌بندی‌های تلفیقی از انواع سازگاری میان امورات دنیوی و قدسی سفر زیارتی در تجربه زیسته زائران ایرانی شهر مشهد موجود است. به بیانی دیگر، تحقیق حاضر سعی دارد از طریق تنقیح و تشریح تیپ‌های مختلف از تجربه سفر زائران بارگاه مرقد منور امام رضا (ع) به این پرسش تئوریک پاسخ‌دهی متناسب با اقتضایات بومی دهد که سبک‌های کلی تلفیق امور دنیوی و غیردنیوی، چه مختصات و ویژگی‌هایی دارند.

۱. برای اطلاع بیشتر رجوع شود به: - میرسندهی، م. (۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی دین و انواع دینداری، تهران: جامعه‌شناسان.

۱. چارچوب مفهومی

نیک می‌دانیم تحقیقات کیفی بر مبنای یک چارچوب مفهومی قابلیت اجرا می‌یابند. بدین لحاظ در این قسمت به مرور صورت‌بندی‌های مفهومی می‌پردازیم که بتوانیم بر اساس خطوط راهنمای آن مواجهه نظام‌مندی به واقعیت اجتماعی تجربه سفر زیارتی داشته باشیم. این مهم از طریق بررسی پژوهش‌های انجام یافته که به تیپولوژی زائران و گردشگران می‌پردازد و همچنین انواع رویکردهای نظری در باب میزان واگرایی و همگرایی دو مفهوم پیچیده و کلیدی زائر^۱ و گردشگر^۲ در ادبیات نظری جامعه‌شناسی گردشگری دینی محقق شده است. بدین منظور به صورت مقدمه، به مرور ادبیات تجربی که دربرگیرنده انواع سنخ‌های زائران و گردشگران در نزد صاحب‌نظران گردشگری است، پرداخته می‌شود.

کوهن^۳ (۱۹۷۹) در اثر خود «پدیدارشناسی تجارب گردشگر^۴» بر یک گونه‌شناسی از تجربه‌های گردشگری بر اساس مکان و نشانه‌های تجربه‌های گردشگران در چشم‌انداز جهانی تمرکز کرد. وی بحث می‌کند که تجربه‌های چندگانه گردشگران به ما درک پدیدار زیارت کمک می‌کند. کوهن چند سبک اولیه را تعریف می‌کند: سبک‌های تفریحی^۵، سبک اختلافی^۶، سبک تجربی^۷ و سبک وجودی^۸. هر حالت منعکس‌کننده طیفی از تجربه‌های گردشگر، به‌عنوان مسافری در جست‌وجوی شادی صرف و تلاش برای یافتن معنا در یک مرکز مشخص است. در میان این حالات، حالت وجودی به لحاظ تأکید بر ارتباط معنوی در یک مکان جهت درخواست معنویت با تجارب زائران مشابهت می‌یابد. مدعای کوهن بر این است که گردشگران در سفر در حالت وجودی شبیه به زائرانند، چراکه هر دو به‌طور کامل به سوی یک مرکز معنوی که انتخاب کرده‌اند، خارج از جریان اصلی جامعه و فرهنگ بومی خود می‌روند و احساس می‌کنند که تنها معنای واقعی زندگی در مرکز وجود دارد (Kreiner, 2010: 261).

1. Pilgrim
2. Tourist
3. Eric Cohen
4. A phenomenology of tourist experiences
5. Recreational mode
6. Diversionary mode
7. Experimental mode
8. Existential mode

الیزا فلیچر در اثر خود «گردشگر در تعقیب زائر در مکان‌های مقدس»^۱ معتقد است که زائران در طول سال‌ها به گردشگر تبدیل شده‌اند، هر چند که قدمت پدیده زیارت متقدم بر پدیده گردشگری است. وی بیان می‌کند: ایراد عمده‌ای که در بسیاری از تحقیقات وجود دارد، این است که مرز آشکاری بین گردشگر و زائر وجود ندارد و در نتیجه این دو غیر قابل تشخیص از یکدیگرند (Fleischer, 2000: 311). فلیچر استنباط می‌کند که در بازار گردشگری مذهبی، دو انگیزه کلی برای سفر قابل شناسایی است: تجربه دینی و آشنایی با میراث فرهنگی. در عین حال پیشنهاد می‌کند که برای شناخت تمایزات زائران و گردشگران بهتر است به جای تأکید بر انگیزه‌ها، بر رفتارها تمرکز شود (Ibid: 323-324). اهمیت رفتارها نسبت به انگیزه‌ها آنجا بارز می‌گردد که درایم زائران پروتستان و فرقه‌های گوناگون کاتولیک با انگیزه قدسی به زیارت رفته‌اند، اما رفتار متفاوتی داشته‌اند: زائران کاتولیک بیشتر به دیدن مکان‌های تاریخی و یا مربوط به کتاب مقدس می‌روند، در حالی که پروتستان‌ها اغلب به سرزمین انجیل به عنوان یک کل واحد می‌نگرند و بیشتر بر کل تأکید دارند. تورهای گردشگری کاتولیک، دارای برنامه‌ریزی دقیق و جزئی برای مکان‌های مورد نظر و ملزومات شرکت در مناجات و آیین عشای ربانی هستند، در صورتی که تورهای پروتستان انعطاف‌پذیری بیشتری در شروط لازم برای مناجات دینی دارند (تیموتی و اولسن، ۱۳۹۲: ۲۵).

کرینر در پژوهشی به مقوله‌سازی تجربه بازدیدکنندگان یهودی از مکان‌های مقدس اسرائیل می‌پردازد (Kreiner, 2010: 261). مهم‌ترین ملاک در تحلیل کرینر، پارامتر تعلقات مذهبی است: خرده‌فرهنگ‌های مختلف برای معنا بخشیدن به زیارت از ترمینولوژی‌های ویژه‌ای بهره می‌جویند که می‌تواند به نحو بهینه‌ای مبنای تفکیک زائران قرار گیرد. بر این اساس سنخ‌های مختلف زائران شناسایی شده‌اند: یهودیان «غیرمذهبی»، «سنتی»، «مذهبی» و «فوق‌العاده ارتودکس». پارامترهایی از قبیل سن، پایگاه اقتصادی - اجتماعی و جنسیت تأثیر کمتری در تیپ‌بندی زائران داشته است. نتایج تحقیق ایشان حاکی از آن است که می‌توان تیپ‌های مختلف زائران را روی یک پیوستار سامان داد: در یک سوی این پیوستار، یهودیان ارتودکسی که آداب دعا و زیارت را به جا می‌آورند و در سوی دیگر گردشگرانی که به اصطلاح، گردشگران میراثی یا معنوی خوانده می‌شوند و

1. The tourist behind the pilgrim in holy land

از سر کنجکاوی، علاقه فرهنگی و یا تلاش برای یافتن معنای زندگی به سفر می آیند. بین این دو تیپ آرمانی، بازدیدکنندگان سنتی جای دارند، البته این جایگیری ناشی از ایمان مذهبی خود آنها نیست، بلکه از چشم انداز شخصی، گواه این حقیقت است که آنها تمایل دارند به خواسته های خاصی برسند، به جای اینکه مانند نماز گزاران رسمی باشند.

آندریوتیس در اثری با عنوان «تجربه مکان های مقدس، یک مطالعه پدیدارشناسانه»^۱ یافته هایی از تجربیات افراد بازدیدکننده از حرم یک قدیس یونانی در کوه آتوس - که به عنوان کوه مقدس نیز می شود - ارائه داده است. یافته های تحقیق بیانگر پنج عنصر اصیل مشترک در تجربه زیارت است (Andriotis, 2008: 64). اولین عنصر مشترک، غرق شدن بازدیدکنندگان در معنویت فضای حرم است. دوم، عنصر فرهنگی است که از معماری، میراث فرهنگی، آداب و زندگی رهبانی بیژانس متأثر است. سوم، سکولاریسم است که در واقع با حضور انسان ها، شیوه زندگی جمعی و تجلی مادی گرایی موجود در مذهب ارتدوکس افزایش یافته است. چهارم، زیبایی و پیچیدگی طبیعی محیط زیست، به مثابه عنصری ضروری و اغلب در ارتباط با احساس و روح است. پنجم، خطابه های راهبان و آموزش های خارج از کلاس است که به عنوان یک عنصر آموزشی در تجربه زیسته زائران است.

مرور پژوهش های فوق حاکی از آن است که در تحقیقات متقدم (کوهن)، به ذکر حالات مختلف گردشگران بسنده شده، در حالی که در تحقیقات بعدی (کرینر)، از مجموع چند ویژگی دو تیپ ایده آل برآمده و در طیف حاصله از این دو، تمام حالات مختلف زائران، مدرج و سازمان یافته اند. نکته حائز اهمیت اینجاست که تقلیل تمام تنوع موجود در گردشگران و زائران به یک مفهوم، ولو یک مفهوم بنیادین، حاکی از نوعی سادگی در تحلیل و غفلت در انتظام بخشیدن به بخش بیشتری از واقعیت است. با این حال نکته مهم و کلیدی در استراتژی تحلیل های پیش گفته - به استثنای پیمایش تطبیقی فلیچر - بهره گیری از تیپولوژی است. این پژوهشگران برای بازشناسی تجربه سفر، به اکتشاف مؤلفه ها و فاکتورها اقدام کرده و در ادامه به انتزاع و ساخت ابزار تحلیلی تیپ روی آورده اند. بدین ترتیب و بر مبنای این یافته ها، می توان در تلفیق رویکردهای گردشگرانه و زیارت مدارانه از سفر زیارتی، سه رویکرد کلی را از یکدیگر بازشناخت:

1. Sacred site experience (a phenomenological study)

۱. رویکرد واگرایانه: اساساً معیارهای تمایز میان زیارت و گردشگری در این نوع مطالعات تفاوت در انگیزه‌هاست: تفاوت‌های بسیاری بین زیارت‌های سنتی - مذهبی و زیارت‌های مدرن - سکولار از حیث انگیزه‌های پرداختن به آن وجود دارد. به‌عنوان نمونه فرد کاتولیک با انگیزه دینی به دیدن واتیکان می‌رود. این فرد به دنبال تحکیم رابطه خود با عالم بالا و تقویت باورهای خویش است (تیموتی و اولسن، ۱۳۹۲: ۵۵). در عین حال بسیاری از گردشگران، بازدید از مکان‌های دینی را صرفاً بخشی از سفر خود می‌دانند و اهداف دیگری از قبیل آموزش و تفریح نیز دارند (همان: ۲۹). در واقع انگیزه بازدیدکنندگان نیز، اعم از کنجکاوی تا جست‌وجوی معنا، بسیار متنوع است. همچنین رین‌شید (۱۹۹۲) میان الگوهای متفاوت گردشگری دینی بر اساس زمان و مسافت سفر، تفاوت قائل می‌شود و از اصطلاحات گردشگری دینی بلندمدت و کوتاه‌مدت استفاده می‌کند (همان: ۲۳).

۲. رویکرد پیوستاری: اسمیت (۱۹۹۲) دو مفهوم زیارت و گردشگری را طیفی در نظر می‌گیرد که گردشگری در یک سو و زیارت در سوی دیگر آن واقع شده است و در این پیوستار احتمال ایجاد ترکیب‌های سکولار و مذهبی متعددی وجود دارد. به اعتقاد اسمیت، این الگو نشان‌دهنده تمایلات و علایق متغیر مسافران است که می‌توانند در برهه‌ای گردشگر و در زمانی زائر باشند، بدون آنکه خود نیز از این امر آگاه باشند. همچنین کالینز کرینر^۱ در تحقیقاتی که در بیت‌المقدس انجام داده، زیارت و گردشگری را با توجه به انگیزه‌ها و محرک‌ها در قالب دو محور متقاطع نشان می‌دهد (Kreiner, 2010). فلیچر (۲۰۰۰) با استناد به نظریه طیف گردشگری - زیارت اسمیت، گردشگری دینی درست در مرکز این طیف جای می‌گیرد. اسمیت عقیده دارد: زائران و گردشگران در اصول پایه‌ای سفر همچون اوقات فراغت، خرید، اقامت، رعایت قوانین اجتماعی و... با هم مشترک هستند.

۳. رویکرد همگرایانه: به عقیده کالینز (۲۰۱۰) در آثار متأخر و با توجه به آخرین یافته‌ها، تغییری در پژوهش‌هایی که در رابطه با دوگانه زائر - گردشگر انجام می‌شود، رخ داده است: در گذشته تأکید این حوزه در مفهوم‌سازی به تمایزهای این دو از هم بوده است، در حالی که پژوهش‌های اخیر بر شباهت این دو تأکید دارند (Olsen, 2010:848).

1. Collins-Kreiner

در واقع این پژوهش‌ها بر همگرایی مفهوم زائر و گردشگر در عصر جدید تأکید داشته‌اند. تفاوت تجربیات بازدیدکنندگان، چه گردشگر و چه زائر، باید به طیفی با توجه به زمان و قدرت تجربه نشان داده شود. بررسی‌هایی که مقاله کرینر از آنها منتج شده، همگی مربوط به تجربه‌های درونی بازدیدکنندگان است. بنابراین امروزه یکی دیگر از وظایف برنامه‌ریزان و شرکت‌کنندگان، فهم این است که زائران در مورد زیارت خود چه می‌گویند (Kreiner, op.cit: 158). وی بیان می‌کند: ممکن است تفاوت افراد در ویژگی‌های خارجی ایشان، مانند شیوه لباس پوشیدن، مدل موها، جواهرات، زبان باشد، در حالی که ممکن است در ادراکات ایشان تفاوتی چشمگیر در چشم‌انداز کلی، باورها و رفتار قابل رهگیری باشد. به سخن دیگر، در نهایت ممکن است تفاوت‌های ذهنی و نگرشی عمیقی در بین افراد دیده شود. همه اینها در تمام بازدیدکنندگان جوامع مختلف به مراتب قابل دیدن است. به‌عنوان مثال ماوز^۱ (۲۰۰۶) و شارپلی و ساندرین^۲ (۲۰۰۵) این امر را در مورد بازدیدکنندگان مختلف با تجارب متفاوت دو ویژگی سن، جنسیت، وضعیت زندگی و سایر عوامل دیگر نشان داده‌اند. دانیل اولسون نیز با در نظر گرفتن این امر پیشنهاد می‌دهد: برای حل دوگانه زائر - گردشگر بهتر است از مفهوم ایده‌آل تایپ ماکس وبر بهره‌گیری کنیم. از نظر وبر، یک نمونه آرمانی با تشدید یک‌جانبه یک یا چند دیدگاه و با ترکیب پدیده‌های عینی و منفردی ساخته می‌شود. اولسون عقیده دارد: بحث‌های راجع به شباهت‌ها و تمایزات گردشگر و زائر به این دلیل به وجود آمده که بسیاری از اهل علم این واقعیت را در نظر نمی‌گیرند و موضوع مقایسه زائر و گردشگر به‌عنوان یک ایده‌آل تایپ در نظر گرفته شده، نه به‌عنوان یک واقعیت اجتماعی (Olsen, 2010: 849).

۲. روش تحقیق

بسیاری از مطالعات گردشگری و با تجربه مذهبی با استفاده از روش‌شناسی اثبات‌گرایانه^۳ انجام شده است. اما در این تحقیق نیاز به اتخاذ روش‌شناسی جایگزینی است که براساس آن بتوان تصویری از احساسات، ارزش‌ها و باورهای زائران به دست آورد. می‌توان دلایل زیر را برای انتخاب روش پدیدارشناسی برای موضوع حاضر برشمرد:

1. Maoz
2. Sharpley & Sundaram
3. Positivistic

- از آنجایی که اصلی‌ترین ملاک انتخاب روش تحقیق «تناسب و انطباق روش با موضوع» است. بررسی تجربه سفر زائران در یک بافت طبیعی، دلالت‌گر به کارگیری روش پدیدارشناسی برای پیش‌برد پژوهش حاضر است. البته در تحقیقات پیشین نیز آمده است که در جهت کشف تجارب مسافران، اتخاذ رویکرد پدیدارشناسی مفید واقع خواهد شد (Andriotis, 2008: 69).

- فقدان اطلاعات دقیق و محلی از تجارب زیارت زائران امام رضا (ع) به هیچ وجه با یافته‌های حاصل از روش‌های غیرمستقیم و همچنین مبتنی بر اطلاعات غیربومی، قابل جایگزینی نیست. نیک می‌دانیم که دلایل و معانی هر کنش - و در این مورد سفر زیارتی - متأثر از فرهنگ و زمینه‌های اجتماعی، دینی و تاریخی افراد است و بر این اساس ارجاع به سایر تجارب تحقیقاتی برای این منظور، اصولاً مردود است. وانگهی درباره موضوع حاضر، اطلاعات موجود بسیار محدود است. تحقیقات داخلی^۱ صورت گرفته در این باره همگی غیربومی بوده و تنها در رئوس کلی مطلب و خطوط راهنما می‌توان به آنها ارجاع داشت. بنابراین لزوم استفاده از مطالعات کیفی، از آنجا که عمیق و دقیق هستند، آشکار می‌شود. روش‌های کمی برای احصا و درک مقولات ذهنی، اعم از دلایل و معانی و الگوهای انتخاب و تصمیم و عمل، کارایی چندانی ندارند. کشف پیچیدگی‌های ذهنی افراد در گرو نفوذ به لایه‌های زیرین آگاهی است و این کار از عهده ابزارهای ظریف‌تر و دقیق‌تر کیفی برمی‌آید.

شیوه انتخاب مشارکت‌کنندگان: تعداد مشارکت‌کنندگان در مطالعات کیفی می‌تواند در حین مصاحبه و بر مبنای قاعده اشباع نظری^۲ مشخص شود. طبق این قاعده که حالت پویا دارد، پژوهشگر هنگامی فرایند مصاحبه را به اتمام می‌رساند که احساس کند مطالب مصاحبه‌ها به حالت تکرار رسیده و مطلب نویی گفته نمی‌شود، بنابراین به دانش او درباره یک پدیده اضافه نمی‌شود (کرسول، ۱۳۹۱: ۱۴۰).

درباره رویه انتخاب موارد در تحقیق کیفی چنین بیان می‌کنند: «در یک مطالعه پدیدارشناسی ممکن است افراد مشارکت‌کننده در یک محل باشند یا نباشند. مهم‌ترین

۱. همچنین نمی‌توان اثر میری‌زاده با عنوان «پدیدارشناسی زیارت» (۱۳۹۰) که گام‌های اولیه و حداقلی در به‌کارگیری رویه‌های کیفی را برداشته است، نادیده گرفت. در بیش از چهل طرح پژوهشی انجام گرفته در بین زائران شهر مشهد، از روش‌های اثبات‌گرایانه استفاده شده، اما به تیولوژی منتهی نشده است. البته این جمع‌بندی بسیار کلی خالی از اشکال نبوده و بررسی و نقد این آثار مجال دیگری می‌طلبد.

2. Saturation

نکته در انتخاب موارد، این است که آنان باید افرادی باشند که همگی پدیده مورد مطالعه را تجربه کرده و بتوانند تجربه زنده خود را به خوبی بیان کنند (Creswell, 2007:128). بر این اساس، استراتژی نمونه‌گیری، تدریجی و به طور عمده بر پایه نمونه‌گیری نظری است. به این ترتیب در این تحقیق تصمیم‌گیری در رابطه با تعیین موردهایی که با آنها مصاحبه خواهد شد، طی فرایند گردآوری و تفسیر داده‌ها انجام پذیرفته است. به عبارت دیگر، پس از پیاده کردن اولین مصاحبه‌های نمونه، ابهاماتی در رابطه با اینکه در مرحله بعد به دنبال چه نوع داده‌هایی هستیم، تعیین شده است. در واقع هر مصاحبه، خود راهنمایی برای انتخاب مورد بعدی بود.

شیوه جمع‌آوری داده: از مصاحبه عمیق در این تحقیق استفاده شده است. محتوای تعاریف و توصیفات شخصی در طول مصاحبه بازسازی می‌شود. در این مطالعه پدیدارشناختی، فرایند گردآوری اطلاعات شامل مصاحبه‌های عمیق اولیه با ۹ مشارکت‌کننده است. «نکته مهم، توصیف معنای پدیده برای تعداد معدودی از افراد است که آن را تجربه کرده‌اند» (Ibid: 131).

در ابتدای گردآوری داده‌ها سؤالی کلی بدین شکل پرسیده شد: «سفر خودتان را از اول برای ما روایت کنید». سپس سؤالات مقتضی در جای جای مصاحبه برای روشن‌تر شدن ادراکات و احساسات مشارکت‌کننده از اعمالی که انجام داده و اتفاقاتی که برایش افتاده، پرسیده شد تا حدی که این روایت به صورتی داستانی کاملاً منسجم و قابل درک توسط دیگران، بازسازی شود. البته برای فهم همدلانه‌تر موقعیت مشارکت‌کننده و درک عمیق‌تر از اینکه چه فرایند ذهنی برای مشارکت‌کننده رخ داده که او را به این مواجهه خاص با موقعیت بیرونی سوق داده، سؤالات فرعی دیگری، برای مثال، برای روشن‌تر شدن زمینه مذهبی مشارکت‌کننده، باورهای مذهبی او، نگرش نسبت به مناسک مذهبی و... مطرح شد. در ضمن پیش از انجام مصاحبه به مشارکت‌کنندگان توضیحات جامعی در خصوص هدف تحقیق، انگیزه محقق و فواید انجام این تحقیق ارائه شد تا اهمیت موضوع برایشان روشن شده و دقت و همکاری بیشتری در طول مصاحبه حاصل شود.

جدول ۱. مشخصات مشارکت کنندگان مورد مطالعه

کد	جنسیت	تحصیلات	شهر مبدأ	وضعیت تأهل	سن	تجربه سفر	نوع سفر	سایر اطلاعات	وسیله سفر
۱	مرد	کاردانی	تهران	متاهل	۳۰	سفر سوم به مشهد	سفر خانوادگی همراه مادر، مادرزن، خواهرزن و زن و فرزند	مصاحبه در روز پایانی سفر سه روزه به مشهد	قطار
۲	مرد	کارشناسی	تهران	مجرد	۴۵	تقریباً هر سال به مشهد می‌آید	خانوادگی	مصاحبه در روز پایانی سفر چهار روزه. وضعیت مالی: متوسط رو به بالا. شغل: کارمند شرکت	قطار
۳	زن	دیپلم	اصفهان	مجرد	۴۰-۴۵	دفعات سفر به مشهد: ۴ بار	همراه با دوستان	مصاحبه در روز پایانی سفر پنج روزه. وضعیت مالی: متوسط رو به بالا. شغل: مربی ورزش بانوان.	قطار
۴	زن	کارشناسی	اصفهان	مجرد	۳۰-۳۵	هر سال چند بار می‌آید.	همراهان سفر: خانواده، دوستان خانوادگی، نوع سفر انگیزه سفر: توامان زیارت و کاری	مصاحبه در روز پایانی سفر چهار روزه. وضعیت درآمدی: متوسط شغل: وکیل	اتوبوس
۵	زن	ابتدایی	اصفهان	متاهل	۴۸	سالی دو بار به مشهد می‌آید.	تنها	مصاحبه در روز پایانی سفر ده روزه	اتوبوس
۶	زن	ابتدایی	اصفهان	همسرش فوت شده	۶۰ ساله	دفعه ۱۴ ام	تنها	مصاحبه در روزهای پایانی سفر بیست و هشت روزه	اتوبوس
۷	مرد	کارشناسی	بوشهر	متاهل	۳۲	زیاد	خانوادگی	وضعیت اقتصادی خانواده متوسط رو به بالا، کارمند بانک به دلیل حضور اقوام به هتل نمی‌رود	ماشین شخصی

ادامه جدول ۱. مشخصات مشارکت کنندگان مورد مطالعه

کد	جنسیت	تحصیلات	شهر مبدأ	وضعیت تأهل	سن	تجربه سفر	نوع سفر	سایر اطلاعات	وسیله سفر
۸	زن	کارشناسی	قم	متاهل	۲۷	سالی یک بار حتماً می آید سی امین بار	خانوادگی	مصاحبه در روزهای پایانی سفر بیست و نهم وضعیت اقتصادی متوسط رو به بالا	قطار
۹	مرد	حوزوی	جوین	متاهل	۳۸	قبلاً سابقه تحصیل در مشهد داشته (سالی چهار پنج بار)	خانوادگی	مصاحبه دو روز پس از سفر	ماشین شخصی

شیوه تحلیل داده: در قریب به اتفاق پژوهش های کیفی، تحلیل داده و جمع آوری داده به موازات هم در حال اجرا هستند و یافته های تحقیق در خلال رفت و آمد مستمر بین این دو فعالیت نضج گرفته و صورت نهایی خود را می یابند (Bagias, 2009; Ballestas, 2008). پژوهش حاضر نیز از این قاعده مستثنا نیست؛ به نحوی که گردآوری داده، هم زمان ماده لازم برای مراجعه های بعدی به واقعیت و تحلیل داده را فراهم می آورد. بر این مبنا، افراد مورد تحلیل تفریدی^۱ قرار گرفته، پس از مقایسه دو به دوی آنها با یکدیگر و تمیز وجوه افتراق، در دسته های مختلف قرار گرفته و «شخص نوعی» پدید آمد. بدین ترتیب این امکان فراهم شد که آنها را به مثابه یک «تیپ ایده آل» توصیف کنیم.

موثق بودن پژوهش: همه پژوهشگران ناگزیر به رعایت شاخص یا معیارهایی هستند که بتوان بدان وسیله قابل اعتماد بودن^۲ طرح را ارزیابی کرد. ویژگی هایی که یک تحقیق کیفی را موثق می کند در چهار ویژگی بیان می شود:

- قابل اعتبار بودن^۳ نخستین ویژگی است که محقق کیفی باید آن را در نظر داشته باشد. بر اساس این ویژگی، پژوهشگر می تواند اثبات کند که تحقیق به صورت دقیق مشخص است و می توان آن را شرح داد یا وصف کرد. سپس تحقیق مزبور باید از نظر

1. Idiographic
2. Trustworthiness
3. Credibility

کسانی که واقعیت‌های اصولی را شناسایی می‌کنند قابل اعتبار باشد. در این تحقیق از آنجایی که دسترسی مجدد به مشارکت‌کننده دشوار بود، از مشارکت‌کنندگان مشابه نیز بهره برده شد. برای شناسایی یافته‌های مهم و مطلوب با بازگشت به هدف اولیه تحقیق و اینکه کدام دسته از امور دنیوی موجبات تسهیل یا تراحم برای کدام وجه زیارت نزد مشارکت‌کننده شده، حاصل آمد. به‌عنوان مثال، گران بودن اقامتگاه یا دور بودن از حرم چه اثری روی زیارت مطلوب داشته است.

- قابل انتقال بودن نتایج تحقیق دومین ویژگی است. البته پژوهشگر کیفی نمی‌تواند قابلیت انتقال پژوهش را مشخص کند و وظیفه وی در این زمینه تنها مهیا نمودن توضیحات مبسوط از یافته‌هاست، تا کسانی که علاقه‌مند به به‌کارگیری این یافته‌ها در بافت دیگر هستند، بتوانند بر اساس این تحقیقات ارزیابی قابل اعتمادی در این زمینه انجام دهند. در پژوهش حاضر، محقق سعی کرد با توصیف‌های مبسوط زمینه را برای قضاوت و ارزیابی دیگران در مورد قابلیت انتقال یافته‌ها فراهم کند.

- سومین ویژگی تحقیق کیفی قابلیت اعتماد نام دارد که همان پایایی در تحقیقات کمی است. در تحقیق حاضر نیز پایایی هم زمان از طریق بازبینی مجدد کدهای اختصاص داده شده توسط مصاحبه‌شونده و تأیید یا رد آن انجام شد. هنگامی که این معیار تأیید شود، در واقع صحت معیار معتبر بودن هم احراز شده است.

- آخرین ویژگی یک تحقیق کیفی قابل تأیید بودن آن است که با پدیده عینیت که درباره روش‌های کمی به کار می‌رود، مترادف است. این معیار به این نکته اشاره دارد که یافته‌ها و نتایج پژوهش حاصل فرضیه‌ها و پیش‌دانسته‌های محقق نیستند. برای تضمین قابلیت تأیید، تهیه روند پژوهش به شیوه‌ای که قابل پیگیری باشد، مفید است. جست‌وجوی مستمر در موارد منفی، انجام تمرین در زمینه یادداشت‌برداری تحلیلی به گونه‌ای که بدون بار ارزشی باشد و سپس قرار دادن این یادداشت‌ها در اختیار مشارکت‌کنندگان و اصلاح آنها، برای تحقق قابلیت تأیید تحقیق انجام شد.

-
1. Transferability
 2. Dependability
 3. Confirmability

۳. یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که زائران مورد مصاحبه را می‌توان در چهار سنخ اصلی قرار داد. برای درک دقیق‌تر از فرایند احصای تیپ، نکات تفریدی هر تیپ به ترتیبی که از واقعیات مکشوف، مشتق شده‌اند، ارائه می‌شود:

۱. زائر خوش‌گذران: مهم‌ترین تفکیکی که می‌توان میان تیپ‌های زائران قائل شد، مربوط به انگیزه‌های آنها در سفر به مشهد است. یکی از اصلی‌ترین انگیزه‌های این گروه، «حال و هوا عوض کردن» بوده است. «حال و هوا عوض کردن» متضمن پرداختن به کنش‌های خاصی مانند بازدید از اماکن‌های تاریخی است که می‌توان آنها را فعالیت‌هایی گردشگرانه تلقی کرد. طبیعتاً از آنجایی که این افراد زائر هستند، خالی از انگیزه‌های زیارتی نیستند. با این حال انگیزه‌های خوش‌گذرانی مسلط است. میزان زیارت رفتن در این تیپ با تفریح رفتن برابری می‌کند و عموماً اولویتی به زیارت رفتن داده نشده است. این تیپ به لحاظ مادی‌تر بودن انگیزه‌های سفر، از سایر تیپ‌ها متمایز می‌شود. منظور از مادی بودن، نوعی حساسگری است که در آن فرد به دنبال زیارت آسان‌تر، کم‌هزینه‌تر و تفریحی‌تر است.

تمام مناطق تفریحی و دیدنی اطراف مشهد و داخل مشهد را مرور می‌کند. در عین حال مقید است که حداقل روزی یک نماز را در حرم بخواند. به شفاعت و امور ماورایی از این دست اعتقاد دارد. قصدش از سفر حال و هوا عوض کردن و دور شدن از شرایط روزمره زندگی است. برای این بیشتر خوش‌گذشتن، کاروانی و بدون خانواده سفر کرده است؛ «ولی خب باید زیارت هم بکنیم!» آمدن به مشهد برای او اصل نیست؛ شاید در آن کانتکست اجتماعی مشهد (سفر ظاهراً مذهبی) تنها مقصد مشروع برای چنین سفرهایی باشد: «شوهر و بچه دست‌وپاگیرند! باید همه‌اش بهشان سرویس بدی!» کاملاً برنامه‌ریزی شده سفر می‌کند: «جوری که به محرم نخوریم، به اعیاد و موقع شلوغی هم نخوریم». حتی بلیت پارک‌های آبی را از شهر مبدأ خریداری می‌کند. در مورد کیفیت تقریباً تمام خدمات ارائه شده حساس است. خریدهای مفصلی انجام می‌دهد؛ «دوست دارم هر جا می‌رم به چیزی بخرم!» و به مرغوبیت کالاها توجه کامل می‌کند. به نظر می‌رسد در شرایط عادی امور مذهبی و ماورایی انگیزه جدی، مبنایی و آگاهانه برای اعمال او نیست. در بین برنامه‌ریزی خوش‌گذران‌هاش وقتی را نیز برای زیارت خالی می‌کند و به اصولی برای

زیارت با کیفیت نیز پایند است؛ اصولی که غالباً مناسکی نیست.

این تیپ در دسته‌بندی وبر از انواع کنش، در دسته کنش‌های عقلانی معطوف به هدف قرار می‌گیرند؛ با این تفاوت که این کنش‌ها در معنای دقیق، کنش اجتماعی نیستند. کنش این دسته از زائران شباهت بیشتری به نوع آرمانی کنش عقلایی معطوف به هدف دارد. «این نوع کنش شامل گرایش به مجموعه‌ای از اهداف مشخص فردی است. در این گرایش، رفتار عوامل بیرونی و افراد دیگر پیش‌بینی می‌شود. اینگونه پیش‌بینی‌ها به مثابه شرایط و وسایل کسب توفیق‌آمیز اهداف عقلایی شخص هستند» (وبر، ۱۳۷۴: ۲۸). اصول مورد نظر وبر برای قرار دادن یک کنش در دسته این اعمال، در مورد این دسته از زائران تا حدود زیادی برآورده می‌شود، در حالی که در مورد سایر مشارکت‌کنندگان چنین نیست: «یک کنش زمانی عقلایی معطوف به اهداف معین شخصی است که هدف، ابزار و نتایج ثانوی آن همگی به شکل عقلایی در نظر گرفته شده و سنجیده شده باشند. چنین بررسی و سنجشی شامل در نظر گرفتن ابزار جایگزین برای هدف موجود، رابطه این هدف با دیگر نتایج حاصل از به‌کارگیری ابزار موجود و در نهایت، اهمیت نسبی دیگر اهداف ممکن است. بنابراین کنش‌های سنتی و عاطفی نمی‌توانند از این نمونه باشند» (همان: ۳۰-۲۹).

۱-۱. خوشگذرانی که مشهد را جای خوشگذرانی نمی‌داند: برای ایشان تفریح یک مقوله کاملاً پذیرفته و قابل قبول است، اما مشهد را یک شهر تفریحی نمی‌داند. تنها در صورتی حاضر است به اماکن تفریحی مشهد برود که مدت اقامتش طولانی شود، حتی گاه حاضر نیست بیشتر از زمان مورد نیاز برای زیارت در مشهد بماند. نمی‌توان گفت: گردشگر نیست، اما برای او مشهد مقصد مناسبی برای گردشگری نیست. این تیپ در تقابل دو مفهوم زیارت و تفریح تضادی میان این دو قائل نیست. از نظر او، زیارت و سیاحت قابل تفکیک نیستند: «این قضیه که حالا من آگه برم تفریح اون نیتم چیز می‌شه، نه این طوری نبوده، تداخلی نداره». این تیپ عموماً برای سفر خود به مشهد یک انگیزه قائلند: «اکثر مواقع هدف زیارت بود. این بار هم هدف زیارت بود». در عین حال ممکن است انگیزه‌های دیگری ذیل این انگیزه وجود داشته باشد. این انگیزه‌ها همگی ذیل انگیزه زیارتی درج شده و از ناب بودن آن، در معنایی که در مورد تیپ اول مشاهده می‌شد، نمی‌کاهد. عمده فعالیت این تیپ در مشهد به زیارت محدود می‌شود، به طوری که حتی به نفع زیارت در وقت سایر کارها صرفه‌جویی می‌شود، اما این امر به این معنی نیست که

تفریح برای این تیپ از افراد مفهوم ویژه‌ای ندارد، بلکه مشهد مقصد گردشگری وی نیست.

۲. زائر در حال گذار: این تیپ تنها انگیزه خود را از سفر به مشهد زیارت اعلام می‌کند. تفکیکی جدی میان تجربه اول زیارت خود با سایر تجربه‌ها قائل است. به نظر می‌رسد نوعی دلبستگی عاطفی شدید در زیارت اول در فرد به وجود آمده است. همچنین توجه ویژه‌ای به نمادهای دینی و زیارتی مانند تبرک جستن، دست زدن به ضریح و... دارد که حاکی از ذهن درگیر وی با این گونه مسائل است.

بیشتر وقتش به زیارت اختصاص دارد. خریدهای انگیزه‌های مذهبی (نذر و تبرک) دارد، اما در عین حال اعتقاد دارد که این اعمال از سر عادت است، نه اعتقاد واقعی؛ «این چیزا اعتقادیه! تلقینیه، یه سری چیزا بخوای نخوای پاک نمی‌شه». زیارت را برای تخلیه شدن انجام می‌دهد، در عین حال عقیده دارد که با امور ساده‌تر هم می‌توان خود را تخلیه کرد (مانند دعای توسل) و اینکه چه چیزهایی را عامل تخلیه می‌داند در ابهام است. با امور مقدس گزینشی برخورد می‌کند؛ «دخترم رو نمی‌ذارم به درهای حرم دست بکشه، اما ضریح فرق داره!... من قم نمی‌رم، اما حرم امام رضا فرق داره!». بسیاری از اعمال رایج را مناسک بی‌معنایی می‌داند و برای زیارت فی‌نفسه اولویت قائل نیست؛ «زیارت از آن جهت مهم است که از امام رضا(ع) خوب بودن را یاد بگیری». به اصطلاح، او را تیپ در حال گذار می‌نامیم.

به‌طور کلی می‌توان گفت: این تیپ زیارت را نوعی ارتباط درونی غیر قابل وصف می‌داند که به تخلیه روانی آدمی منجر می‌شود. این تیپ در همه زمینه‌ها بسیار به آداب زیارت آگاه است، اما به انجام این آداب به‌صورت حداکثری معتقد نیست. در واقع فرد به نوعی از بسیاری از این آداب آگاه شده است، اما چون ارتباط عاطفی با این آداب ندارد، تنها آنها را از جنس تلقین‌های درونی شده‌ای می‌داند که نمی‌خواهد به آنها عمل کند، مگر حداقل آدابی که عدم رعایت آنها ممکن است اعتقادات دینی وی را مخدوش کند.

۳. زائر مناسک‌گرا: فقط به قصد زیارت آمده و در بازه زمانی اقامت در مشهد، جز زیارت به کار دیگری مشغول نمی‌شود. خرید این فرد به بازارهای نزدیک حرم خلاصه می‌شود، چراکه مایل به دور شدن از حرم نبوده است [به احتمال قوی دلیل اقتصادی در کار نیست]. به نظر می‌رسد این خرید هم بیشتر تحت تأثیر توقعی است که اطرافیان از

مسافران مشهد دارند؛ «خوب نیست که آدم دست‌خالی از سفر برگردد!». تفریح نمی‌رود، اگرچه مدت اقامت او در مشهد حدود یک ماه باشد. با این وجود هر روز و شب، اکثر وقت خود را در حرم گذارنده است: «حیف نیست آدم حرم را ول کند و به جاهای دیگر برود؟!». در انتخاب محل اسکان، ارزان‌قیمت بودن و با همشهری‌ها بودن برایش مهم است. پایگاه اجتماعی - اقتصادی پایینی دارد و سنش بالاست. اگر امام رضا (ع) او را طلب کند، تمایل به سفرهای بعدی هم دارد. اصولاً تفریح در سبک زندگی او هیچ جایگاهی ندارد. اگر هم از تفریح یادی کرده، خواجه‌مراد، خواجه‌ربیع و امثال آن را در نظر دارد: «کریلا که تازه رفتم، سوریه هم که نمی‌شه رفت،^۱ خب کجا برم؟!». زیارت این تیپ از زائران هر روز و به‌طور تمام وقت است. مدت اقامت اغلب این نوع زائران در مشهد طولانی و گاه نزدیک به یک ماه است و تقریباً تمام مدت اقامت خود را در حرم و اماکن متبرکه می‌گذارند. علاوه بر این تعداد دفعات سالانه سفر این دسته از افراد به مشهد اغلب به‌صورت چند بار در سال صورت می‌گیرد.

این تیپ افراد به جنبه‌های معجزه‌آسا و غیرمعمول سفر زیارتی قائل بوده و معتقدند جنبه معنوی زیارت جوانب مادی آن را نیز تأمین می‌کند. ملاک بهتر بودن سفر را رضایت خدا و امام رضا (ع) از زائر می‌دانند: «انشالله که بهتر [از دفعه قبل] بوده؛ اون رو [= زیارت جاری] دیگه امام رضا (ع) و خدا باید قبول کنند از مون». به نظر می‌رسد زیارت در این نوع از زائران نوعی فعالیت انرژی‌زاست. به این معنی که نفس زیارت بدون تفریح جهت حال و عوض کردن زائران مؤثر است: «دیدم اعصابم خورده، شوهرمم بندر جاسکه به من گفت برو زیارت یه حال و هوایی عوض کن». رفع حاجات و کسب ثواب در هدف اصلی این زیارت برجسته است؛ آداب اجتماعی سفر زیارتی مانند خرید سوغات و دیدنی از زائر به‌طور کامل انجام می‌شود. این تیپ تفریح را در مفهومی کاملاً متفاوت از مفهوم تفریح نزد زائران خوش‌گذران ادراک کرده و آن را کاملاً مرتبط با ارزش‌های دینی و مذهبی می‌دانند: «منظورم خواجه مراد، مزار آقای کافی، تکیه شهدا و اینطور جاهاست».

۴. زائر وجودی: برای رفع حاجات و التزامات دینی و فشارهای اجتماعی دیگران به زیارت نمی‌آید. زیارت او از روی دل است: مفهوم «از روی دل بودن» آنقدر برای او گسترده می‌شود که به زیارت خصلتی فرامگانی می‌بخشد. و همه زندگی او را تحت شعاع

۱. منظور درگیری‌ها و ناامنی موجود در سوریه است که مانع از سفر می‌شود.

قرار می‌دهد، به نحوی که خود را زائر خدا می‌داند. بخش عمده‌ای از توصیف او از زیارت، به خدمت کردن به دیگران و مفید بودن برای خلق خدا برمی‌گردد: «دستی برای خدا روی زمین!». ایفای نقش خدا از طرف او. بخشی از خدمت او به مردم، به خاطر حس تشکر و سپاس از امام رضا(ع) است. با وجود فرامگانی بودن زیارت، مفهوم استطاعت او را به مشهد می‌کشاند. در عین حال کسی او را به این گونه بودن تشویق یا ملزم نمی‌کند؛ اشتیاقی درونی او را به این سمت می‌کشاند.

در نگاه ایشان مرز زائر بودن در زیارتی که از روی دل نیست، صرف رفتن به شهر زیارتی است: «داخل یک سفر مذهبی قرار بگیرم تا اسمم رو زائر بگذارم». در حالی که زیارت از روی دل را امری فارغ از مکان می‌داند: «گاهی اوقات میام به زندگیم رنگ و لعاب معنوی می‌دهم؛ حتی نماز خوندم هم برای حظ درون است تا احساس خوشایندی در درون من شکل بگیره. اون زمان اگر موقعیت سفر مذهبی هم برام پیش نیاد می‌تونم اون ارتباطی که در حین اتصال به حرم دارم شکل بدهم و اون ارتباط در یک مکان به ظاهر دور هم شکل می‌گیره». این تیپ تجربه زیارت خود را با عنوان زیارت از روی عشق توصیف می‌کند و آن را در مقابل زیارتی که از روی تکلیف و یا به قصد معامله با امام رضا(ع) است، تعریف می‌کند. افراد این تیپ، زیارت خود را با احساس‌های معنوی و ویژه‌ای توصیف می‌کنند؛ مانند فارغ بودن زیارت، احساس نیایش، انضباط درونی، احساس شکرگزاری، احساس خوشایندی درونی، احساس تشکر از امام رضا(ع) نه به خاطر حل مشکل، احساس رضا، تسلیم و استطاعت.

۴. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

افراد مختلف، به شیوه‌های متفاوت نسبت به یک واقعیت واحد موضع‌گیری می‌کنند. مفروض این تحقیق این است که ذهنیت افراد، محصول تأمل فردی و در خلأ نیست، بلکه حاکی از وجود خرده‌فرهنگ‌های مختلف در یک جامعه واحد است و افراد متأثر از عوامل پیچیده فرهنگی - اجتماعی و در خلال سال‌های عمر خویش به این ذهنیت دست یافته‌اند. «معقول‌سازی واقعیت» فرایندی کلیدی و پیچیده در درک تنوعات فرهنگی و تحولات متعدد آن است؛ فرایندی که در تمام سطوح واقعیت اجتماعی جاری بوده و توسط اندیشمندان مختلف و در مراحل مختلف پیدایش و تکوین جوامع رهگیری شده است. فرهنگ، به مثابه ذهنیت مشترک تاریخی جمعی، واقعیت‌های مورد مواجهه مردمانشان

را در طول تاریخ، از نیازها، پیشینه قومی، اسطوره‌ها، جنگ‌ها، ایدئولوژی‌ها، آرمان‌ها و... به نحوی بازخوانی و تفسیر می‌کند که بیشترین حد از انسجام درونی را داشته باشد و برای اعضای جدید باورپذیر باشد. فرایند مشابهی در سطح خرده‌فرهنگ و در سطح افراد نیز در جریان است. در تمام این سطوح، برداشت فرهنگی از دین نقش کلیدی در فرایند معقول‌سازی ایفا می‌کند. ادیان از آنجا که عموماً علت برخی از وقایع را در امور غیرمادی می‌دانند و به ازلیت و ابدیت ارجاع دارند، نوعاً کارآمدترین بخش معقول‌سازی هستند. کاملاً طبیعی می‌نماید که افراد به فراخور تجربیات روزمره، افراد متعامل، حرفه، پیشینه خانوادگی و قومی و عوامل بسیار دیگر درک‌های متفاوتی از دین داشته باشند؛ ترجیحات دینی آنان با یکدیگر فرق داشته باشد؛ نقاط تمرکز و تأکید متفاوتی داشته باشند. زیارت و تجربه زیارت نیز کاملاً متأثر از این تنوع و تکثر است.

همه افراد سعی می‌کنند پدیده‌ها و ابعاد و اجزای زندگیشان را به نحوی معقول کنند. به عبارتی آنها سعی دارند برای همه چیز توجیهی داشته باشند. چنانچه در این باره کینگزلی دیویس^۱ بیان می‌کند: دین، احساساتی را که به جامعه انسجام می‌بخشد، توجیه عقلانی و پشتیبانی می‌کند. جهان فراطبیعی و فراتجربی به صورت سرچشمه اهداف و ارزش‌های غایی عمل می‌کنند و واقعیت را ضروری و یا توجیه‌پذیر نشان می‌دهند.

در میان تمام توصیه‌های روشی و تحلیلی که می‌توان در تناسب با موضوع تحقیق حاضر به دست داد، دو نکته قابل تأمل است: اول آنکه افراد مختلف از آنجا که متعلق به خرده‌فرهنگ‌های مختلف هستند و یا از آنجا که به شیوه‌های کاملاً منحصر به فردی نظام ترجیحات خود را سامان داده‌اند، تجارب مختلفی از زیارت به دست می‌آورند. دیگر آنکه افرادی که با موضوعات و مسائل مشابهی مواجهند، در کلیات و برداشت‌های عمومی از ابژه‌ها به هم شبیه‌تر می‌شوند. حتی این نکته را می‌توان مستقل از زمان و مکان رهگیری کرد و بر اساس آن شباهت‌های آشکاری بین انواع تلقی‌های تئوریک از دین و انواع خاصی از دینداری، در واقعیت مشاهده کرد. بر این مبنا می‌توان شباهتی بین انواع مشاهده شده در تحقیق حاضر با آنچه نظریه پردازان هنگام مواجهه با واقعیت‌های سایر جوامع و فرهنگ‌ها داشته‌اند یافت. هر کدام از تئوری‌های مطرح در باب دین و دینداری و یا ترکیبی از آنها، از آنجا که بخشی از واقعیت [و نه تمام آن را] دیده و هر یک به نوبه خود

1. Kingsley Davis

حظی از واقعیت برده‌اند، با بخشی از واقعیت مشاهده شده از موضوع این تحقیق قرابت بیشتری دارند.

گیرتس^۱ بیان می‌کند: آدم‌ها از طریق دین، جهان را معنا دار و سامان‌مند می‌بینند (همیلتون، ۱۳۸۷: ۲۶۷). بر این اساس است که تلقی‌های دینی افراد عموماً حدود قابل قبولی از همخوانی را با تجارب زندگی ایشان دارد. فرایند پیچیده‌ای از تأثیر و تأثر متقابل بین تصورات فرهنگی، و به‌طور اخص، تلقی‌های افراد از امور دینی، با امور و تجربیات جاری زندگی وجود دارد. گیرتس این نکته را به این شکل صورت‌بندی کرده است: «بعضی تجربه‌ها، دیدگاه ما را در باره نظم معنادار جهان دچار تردید می‌کند». وی این قبیل تجربه‌ها را به سه دسته کلی تقسیم می‌کند: تجربه سردرگمی، تجربه رنج و تجربه شر. تجربه سردرگمی، وقتی پیش می‌آید که رویدادهای غیرعادی رخ دهند و البته هیچ یک از وسایل عادی تبیین نتوانند آنها را تبیین کنند. در این شرایط باورهای دینی کوششی است برای توضیح‌پذیر ساختن رخدادها و تجربه‌های نابهنجار. «واکنش دین به حالت سردرگمی، اساساً یک واکنش عقلانی است» (همان: ۲۶۸). زائران مناسک گرا با این تفسیر نزدیکی بیشتری دارند. خانمی که برای پذیرش تقدیر مرگ فرزند به توصیه شوهر به زیارت می‌آید تا حال و هوا عوض کند، در بخشی از واقعیت قرار می‌گیرد که با تحلیل گیرتس درباره دین به مثابه ابزار غلبه بر سردرگمی همخوانی بیشتری دارد. وی [حداقل در بازه زمانی مصاحبه] برای حل بحران‌های زندگی به دین روی می‌آورد و به این ترتیب سفر مذهبی را انتخاب می‌کند.

از سوی دیگر در مورد برخی افراد مصاحبه‌شونده، چنانچه گیرتس می‌گوید: دین در جهت چگونگی پذیرش درد و تحمل آن کارکرد دارد (همان). زائران تیپ «وجودی» برای کاهش رنج حاصل از انواع فشارهای اجتماعی به نوع خاصی از تفسیر دینی زندگی روی می‌آورد. چنانکه گیرتس بیان می‌کند: واکنش [این قرائت از] دین در برابر رنج، بیشتر واکنش عاطفی است. علاوه بر این مالدینوفسکی نیز این نکته را مشاهده کرده است که دین اساساً خصلتی تخلیه‌کننده دارد. وی به تناسب واقعیتی که با آن مواجه بوده، دین را ریشه‌دار در فشار و تنش‌های عاطفی می‌داند که باید انسان را از شر آنها رها سازد. مالدینوفسکی می‌گوید: دین در ضرورت‌های زندگی بشر و فشارها و تنش‌های زندگی ریشه

1. Geertz

دارد. این نکته نیز می‌تواند در تبیین شیوه‌های دینداری تیپ اخیر قابل توجه باشد. چنانکه این تیپ در معنای عمومی کلمه دنیاگرا نیز نبود و این هم‌راستا با گفته مالینوفسکی است که اگر دین، فراورده هراس و بی‌اطمینانی پنداشته شود، پس دنیاگرایی نتیجه قابلیت روزافزون ما در مهار جهان طبیعی خواهد بود. وی در مهار فشارهای اجتماعی عمدتاً دچار ناکامی بوده است. این تیپ از سوی دیگر با برخی اصول مورد اشاره باومن نیز همخوانی دارد (Bauman, 1996). این تیپ برای توصیف آن بخشی از واقعیت که خود تجربه کرده است، نه به کلیشه‌های مرسوم مراجعه می‌کند و نه خود را به صورت‌بندی‌های فهم دیگران محدود می‌کند. فهم خود را می‌گوید، در هر لحظه خود را در حال زیارت می‌بیند، اگرچه مانند معنای سنتی زائر دائماً به زیارت نپردازد و وقت خود را مشغول زیارت نکند.

نکته دیگر تفسیری است که از فرایندهای عرفی شدن رایج در سطح جامعه می‌شود. شجاعی زند عقیده دارد که بشر جدید در دنیای عرفی شده، تمایلات جدیدی پیدا کرده که او را بیش از گذشته به دنیا وابسته ساخته است. به علاوه باعث شده نگاه و نگرش او نسبت به محیط طبیعی و اجتماعی‌اش دگرگون شود و بر مناسباتش با دیگران تأثیر بگذارد. وی بخشی از فرایند عرفی شدن در حوزه نگرش‌های فردی را «انتقال از تعالی‌خواهی به لذت‌جویی» برمی‌شمارد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۰: ۲۳۶). به نحوی که آشکارترین تجلیات عرفی شدن در رفتار افراد نمایان می‌شود و مهم‌ترین جلوه آن، کاهلی در پایبندی به فرامین دینی است. در مورد مشارکت کنندگانی که به‌صورت تیپیکال آنها را خوش‌گذران نامیدیم، این فرایند بسیار خفیف و ضعیف، قابل رهگیری است. عرفی شدن ساحت‌های مختلف زندگی را از هم متمایز می‌کند و بعد از آن به این حوزه‌های متنافر نسخه‌های عمل مختلف تجویز می‌کند. به بیان شجاعی‌زند، ساختار عرفی شده یا نیمه‌عرفی شده از انسان می‌خواهد در بازار همچون راكفلر، در سیاست همچون ماکیاوول و در مسجد همچون یک قدیس ظاهر شود و هیچ عرصه‌ای را به عرصه دیگر و هیچ نقشی را به نقش دیگر نیالاید (شجاعی‌زند، ۱۳۸۷: ۷۹). این نکته بر ما آشکار می‌کند که چگونه تیپ خوش‌گذران در حرم زائر است و واجد اغلب ویژگی‌های زائران حرم مطهر و در سایر مکان‌ها گردشگر.

از سوی دیگر عرفی شدن را گاه فرایندی تعریف کرده‌اند که طی آن از شدت تعصبات دینی و حساسیت مسلکی کاسته می‌شود و به همان نسبت بر میزان تحمل و مدارا در میان دین‌داران افزوده می‌شود. متکثر و مشکک دانستن حقایق، اصلی‌ترین شاخص در

این قبیل تعاریف از عرفی شدن دین است و این نکته در خصایص نوعی تیپ در حال گذار کاملاً مشهود است. می توان گفت: این تیپ بخش هایی از پابندی خود به ارزش ها و عملکردهای سنتی را از دست داده و تصمیم هایش را، به زعم خویش، بر یک مبنای عقلانی و فایده گرایانه استوار کرده است. وی نسبت به انجام اعمال زیارت بی اعتنا و بی تفاوت است و این نکته به گفته خود وی، ریشه در زائل شدن اعتقاد به درستی و اثربخشی آن اعمال دارد (شجاعی زند، ۱۳۸۰).

علاوه بر این نکته، لذت جویی در مورد تیپ خوش گذران نیز همچنانکه گفته شد، یکی از خصایص تیبیک قابل مشاهده آن است. در همین باره از نظرگاه زیگموند باومن، یکی از اصلی ترین تفاوت های گردشگر و زائر، این است که گردشگر مقصدی ندارد. گردشگر ماجراجوست و ماجرا را در بیرون می جوید. زائر هم ماجراجوست، اما ماجرای او در درون است و به همین خاطر قابلیت ثبت مادی ندارد. این نکته کاملاً در تفکیک تیپ خوش گذران از تیپ های سنتی مناسک گرا مدخلیت می یابد. در ویژگی گردشگر بودن، لذت جویی یک اصل است. در فحوای کلام نمونه های تشکیل دهنده تیپ خوش گذران این نکته کاملاً آشکار است. البته نباید فراموش کرد که در همه این احوال و انگیزه ها، زیارت [با هر تفسیری که در ذهن آوریم] بخشی از انگیزه های تمامی افراد مورد مصاحبه بوده است. یافته های این تحقیق نشان می دهد: چنانکه گراهام و موری (۱۹۹۷: ۴۰۱) استدلال می کنند، در نظر گرفتن معنای واحد برای زیارت شیوه معتبری برای تحلیل زیارت نیست، بلکه زیارت مفهومی چندلایه است که جنبه های گوناگونی را دربر دارد. به نوعی می توان گفت: زیارت دیگر لزوماً جست و جوی معنا برای آگاهی شخصی و فرارفتن از قلمرو مذهبی نیست، بلکه محصولی از تعدد انگیزه ها و نگرش ها و باورهای چندگانه است (Timothy & Olsen, 2006: 6-8). این تعدد انگیزه امکان ظهور انگیزه های مختلف و متأثر شدن دین و واقعیت زیارت از عوامل مختلف و در نتیجه ایجاد تیپ های مختلف زیارت را تبیین می کند. همچنانکه برای برخی افراد فرهنگ و آداب لذت بردن از تفریحات تعریف نشده است، برخی دیگر مذهبی بودن یک سفر مذهبی را فقط محدود به مکان مذهبی می دانند (برخی افراد تیپ خوش گذران). وانگهی یافته های این پژوهش هم سو با پژوهش فلیچر، تا حدودی مؤید این نکته نیز هست که زائران مناسک گرا مسن تر از گردشگران بوده و اغلب درآمد کمتری دارند.

با توجه به مسئله عملی پژوهش و عطف توجه به انواع مختلف صورت‌بندی از واقعیت سفر زیارتی در ذهن زائران، می‌توان گفت: هر کدام از رویکردهای مدیریتی، حاکی از ذهنیت و دارای بدنه اجتماعی در میان زائران است. فارغ از فراوانی هر کدام و اینکه کدام رویکرد به لحاظ فرهنگی غلبه دارد، در نظر داشتن انواع مختلف زائر در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، غیر قابل انکار به نظر می‌رسد.



فهرست منابع

الف) منابع فارسی

۱. آرون، ریمون (۱۳۶۴). مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی، تهران: سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۲. الیاده، میرچا (۱۳۸۰). مقدس و نامقدس ماهیت دین، ترجمه ب. سالکی، تهران: خرد ناب.
۳. برقی، محمد (۱۳۸۱). سکولاریسم از نظر تا عمل، تهران: نشر قطره.
۴. بنیانیان، حسن (۱۳۹۲). «امر به معروف و نهی از منکر، ماهیت پیوست فرهنگی»، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۵. تیموتی، د. و د. اولسن (۱۳۹۲). گردشگری دین و سفرهای معنوی، ترجمه محمد قلی پور و احسان مجیدی فرد، تهران: جامعه‌شناسان.
۶. دورکیم، امیل (۱۳۸۳). صور بنیانی حیات دینی، ترجمه ب. پرهام، تهران: نشر مرکز.
۷. ریاحی (۱۳۹۲). «صاحبان اندیشه کمبودهای فرهنگی ما را جبران کنند»، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۸. شجاعی زند، علی (۱۳۸۰). دین، جامعه و عرفی شدن (جستارهایی در جامعه‌شناسی دین)، تهران: نشر مرکز.
۹. شجاعی زند، علی (۱۳۸۷). احتمالات عرفی شدن در ایران، تهران: معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
۱۰. صدیق اورعی، غلامرضا (۱۳۹۲). «بت‌های جدید»، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۱۱. علم‌الهدی، سیداحمد (۱۳۹۲). «آیا مشهد شرمند امام رضا (ع) خواهد شد؟»، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۱۲. قاضی‌زاده، امیرحسین (۱۳۹۲). «مشهد فقط یک شهر و جغرافیا نیست»، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۱۳. کرسول، جان (۱۳۹۱). پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد (روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده‌بنیاد، قوم‌نگاری، مطالعه موردی)، ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی، تهران: اشراقی.
۱۴. نژاد، گ. (۱۳۹۲). «اگر تمدن نوین اسلامی مبنای توسعه مشهد شود»، میزگردی چالشی با حضور سه مدیر فرهنگی، رصد، ویژه نامه پیوست فرهنگی و پایتخت معنوی.
۱۵. وبر، ماکس (۱۳۷۴). اقتصاد و جامعه، ترجمه ع. منوچهری، م. ترابی نژاد و م. عمادزاده، تهران: انتشارات مولی.
۱۶. همیلتون، ملکم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی دین، ترجمه م. ثلاثی، تهران: نشر ثالث.

ب) منابع لاتین

1. Andriotis, K. (2008). "Sacred Site Experience (A phenomenological Study)", *annals of Tourism Research*, 64-84 .
2. Bagias, C. (2009). What Do African American Families Need To Know In Order To Make Informed Treatment Decisions about A Family Member With Schizophrenia: A Grounded Theory, California School of Professional Psychology, Alliant International University .
3. Ballestas, H. C. (2008). Why Migrant Workers Participate In Self-Imposed Health Disparities: A Grounded Theory Approach, Capella University .
4. Bauman, Z. (1996). "From Pilgrim to Tourist - or a Short History of Identity", In S. Hall, *Questions of Cultural Identity*: 18-36 .
5. Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Approaches*, Thousands Oaks, London, New Delhi: Sage .
6. Fleischer, A. (2000). "The Tourist Behind The Pilgrim in the Holy Land", *Hospitality Management*: 311-326 .
7. Kreiner, C. N. (2010). "Current Jewish Pilgrimage Tourism: Modes and Models of Development", *Preliminary Communication (Tourism)*: 259-270 .
8. Maoz, D. (2006). "Erikson on the Tour", *Tourism Recreation Research*, 31(3): 55-63 .
9. Olsen, D. H. (2010). "Pilgrims, Tourists And Max Weber's Ideal Types", *Annals of Tourism Research*: 848-851 .
10. Sharpley, R. & Sundaram, P. (2005). "Tourism, A Sacred Journey? The case of Ashram Tourism, India", *International Journal of Tourism Research*, 7:161-171 .
11. Timothy, D. J. & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. New York: Routledge .

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی