



Meaning of Blessing and Methods of Sanctifying the Things Among the Pilgrims of Imam Riḍā's (as) Shrine

Zahra Bostan¹, Ali Yousefi², Sara Shariati Mazinani³, Sepideh Parsa Pajhooh⁴

1. Ph.D. Candidate in Economic Sociology and Development, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: z.bostan7@gmail.com
2. Corresponding Author Associate Professor, Department of Sociology, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran. Email: yousefi@um.ac.ir
3. Assistant Professor, Department of Sociology, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: smazinani@ut.ac.ir
4. Senior researcher at the Center for Religious Social Sciences Studies in Paris, Paris, France. Email: sepideh.parsapajouh@ehess.fr

Article Info

Abstract

Article Type:
Research
Article

Article History:

Received:
25/10/2022

In Revised Form:
17/11/2022

Accepted:
20/11/2022

Published Onlin:
20/02/2024

Keywords:

Souvenirs have material and mental aspects which the layers of meanings attributed to them are social constructs. It is clear that souvenirs differ according to the pilgrim's interpretation in terms of their use, meanings and memories they evoke. This research aims to investigate the meaning of blessed souvenirs, how to sanctify them, the methods of using and maintaining them by pilgrims. This research was conducted with an interpretive qualitative approach and thematic analysis method, based on which the interview data was categorized and summarized. In this research, 19 female pilgrims were interviewed in the summer of 2022. The findings of the research have shown that pilgrims mainly take three types of blessings (intrinsically blessed objects, purchased souvenirs, and belongings of pilgrims during the pilgrimage) as their luggage. Pilgrims' motivation for giving blessed objects is classified in the form of maintaining current conditions, changing problematic situations, and recording memories for themselves and others. There are two main meanings in the pilgrims' perception of blessing: A gift (from a special and favorite person) and a souvenir (a symbol of the pilgrimage and Imam). Blessed souvenirs are perceived as a means of Allah's grace and mercy. Among the pilgrims, a different spectrum was observed according to the experience of giving blessings. Its permanence and practicality have been an important feature of blessing among pilgrims. If we define the Imam's burial place in the holy place as the center of spreading sanctity and blessing, from the pilgrim's point of view, this sanctity and blessing extends from the shrine of the Imam's burial place, the entire shrine, its surroundings and to the pilgrimage city. Therefore, the methods of blessing are different from the center to its extension in the entire pilgrimage city. Blessings have an impact for critical moments (such as illness) or life rites (such as birth, marriage, entering school and university and even death). Singularization, combining blessings with unholy objects and gradual consumption have been ways of keeping blessed objects by pilgrims.

Souvenirs, Meaning of Blessing, Sanctification, Shrine of Imam Riḍā (as).

Cite this The Author (s): Bostan, Z., Yousefi, A., Shariati Mazinani, S., Parsa Pajhooh, S., (2024). Meaning of Blessing and Methods of Sanctifying the Things Among the Pilgrims of Imam Riḍā's (as) Shrine: Farhang Razavi Scientific Research Quarterly, Year 11, Number 4, Winter 1402, Serial Number 44- (1-27)- DOI:10.22034/farzv.2022.367077.1816.



Publisher: International Cultural and Artistic Foundation of Imam Reza (peace be upon him)

Introduction

Pilgrimage blessings and blessed mementos serve as concrete reminders of the spiritual journey, offering a means to share the sacred with those who were unable to embark on the pilgrimage. Taking blessings and blessed souvenirs is one of the main components of the pilgrims' journey during the pilgrimage to the shrine of Imam Reza in Mashhad. Blessed objects play a role in conveying concepts, evoking religious memories, and keeping religious feelings alive by reproducing the sacred. Souvenirs have material and mental aspects. The layers of meaning are attributed to the social construction that the cultural system in which the person lives gives meaning to it. It is clear that the souvenirs are different according to the pilgrim's interpretation in terms of their use, meanings, and the memories they recall. Therefore, this research aims to investigate the issue of what is the place of the blessed object in the pilgrim's cognitive system. For what intentions and motivations are blessed souvenirs prepared and for whom? How does the pilgrim interpret, reproduce, and preserve its sanctity and blessing? Studies have been conducted on pilgrims' buying behavior of souvenirs in Mashhad, where "blessing" is mentioned as one of the main reasons for buying souvenirs. But there is no deep and comprehensive view of the meaning of blessing and blessed souvenirs and how it is sacred or sanctified. The aim of the current research is to fill this research gap based on the perspective of symbolic interaction.

Method

Due to the investigation of pilgrims' perception of blessed objects and their motivation to prepare and take blessed souvenirs, the approach is an interpretive research method. Since taking and buying souvenirs and blessings in the family is mainly done by women, the participants of this research are the female pilgrims of the shrine of Imam Reza (AS) in the year 2022. In this research, 19 female pilgrims were interviewed in depth in the summer of 2022. The interviews were analyzed by thematic analysis method. Thematic analysis is one of the research text methods based on which text data is reduced, divided, categorized, and summarized.

Discussions and conclusion

Pilgrims mainly take three types of blessings (intrinsically blessed objects, purchased souvenirs, and belongings of the pilgrim during the pilgrimage) as souvenirs of the pilgrimage trip to their city. Of course, economic problems and inflation have overshadowed the purchasing power of pilgrim souvenirs in Mashhad and reduced the purchasing power of Iranian pilgrims. Pilgrims take souvenirs only for close friends or only for children. The price of goods plays a decisive role in choosing blessed souvenirs. Pilgrims' motivation to receive blessings is classified in the form of maintaining current conditions, changing problematic situations, and recording memories for themselves and others. Pilgrims believe that blessings are effective for critical moments (such as illness) or life transition rituals (such as birth, marriage, entering school and university, and even death). There are two main meanings in the pilgrims' perception of blessing: A gift (from a special and favorite person) and a memorial (a symbol of the pilgrimage and Imam). In all interpretations

and definitions, blessed souvenirs are understood as a means of spreading God's blessing and mercy. Among the pilgrims, a different spectrum was observed according to the experience of blessing. On one side of the spectrum are pilgrims for whom blessing plays a prominent role in their pilgrimage, and they try to make the spiritual pilgrimage meaningful and lasting for themselves and those around them in the form of blessed objects. In contrast to another group, they define being blessed in the spirit of pilgrimage experience. They consider the heart connection with the imam during the pilgrimage to be the same as being blessed, and they are satisfied with praying and asking for good and performing acts of worship for others as a blessed souvenir of the pilgrimage. Also, the spread radius of the sanctity of sacred things and how to bless things in the beliefs of pilgrims were investigated. If we define the Imam's burial place in the holy place as a center of sanctity and blessing, from the pilgrim's point of view, this sanctity and blessing continue from the Imam's burial place to the entire shrine, its surroundings, and even the pilgrimage city. In this way, the methods of blessing are different from the center to its extension in the entire pilgrimage city. Pilgrims have different ways to bless things: Some pilgrims believe that to bless the object, it must be in contact with "Zarih" (Imam's burial place). A group of pilgrims is limited to circumambulating the object in the shrine or carrying it with them during the pilgrimage and dragging it to the door and wall of the shrine. 3. Some pilgrims believe that the mere fact that they bought the object from the pilgrimage city during the pilgrimage is enough to make it holy and blessed. 4. In addition to circumambulating an object in the shrine and blessing it, pilgrims combine it with other religious practices and give a double blessing to that object. Singularization, combination of blessings with profane objects, and gradual consumption have been ways of keeping blessed objects by pilgrims. The blessed object is removed from the commodity cycle by singularization due to its sacredness and unique value. Singularization is done in two ways: 1. Separating from other objects and 2. Keep out of reach of others. Blessed salt and rice, due to its great sanctity, is used gradually and in the long term, or it is combined with food that is at home. Normally, blessed religious objects are used in other religious practices due to their double sanctity.

This research is qualitative and has limitations such as focusing on the group of pilgrims. Examining the host community and their perception of blessing and blessed objects in the shrine can also expand the understanding of blessing and its meaning. Conducting cross-cultural studies to investigate the differences in perceptions, preferences, and behavior in buying blessed souvenirs among pilgrims from different ethnicities and nationalities will also be valuable.



معنای تبرک و شیوه‌های تقدس‌بخشی اشیا بین زائران حرم امام رضا (ع)

زهرا بستان^۱، علی یوسفی^۲، سارا شریعتی مزینانی^۳، سپیده پارساپژوه^۴

z.bostan7@gmail.com

yousofi@um.ac.ir

smazinanani@ut.ac.ir

sepideh.parsapajouh@ehess.fr

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه:

۲. نویسنده مسئول، دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران. رایانامه:

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه:

۴. محقق ارشد مرکز مطالعات علوم اجتماعی دینی پاریس، پاریس، فرانسه، رایانامه:

اطلاعات مقاله چکیده

سوغات وجوه مادی و ذهنی دارد که لایه‌های معانی متناسب به آن برساختی اجتماعی است. پرواضح است که سوغات با توجه به تفسیری که زائر از نظر کاربرد، معانی و خاطراتی که یادآوری می‌کند، متفاوت است. این پژوهش درصدد بررسی معنای سوغات متبرک، چگونگی تقدس‌بخشی، شیوه‌های استفاده و نگهداری از آن توسط زائران است. این پژوهش با رویکرد روشی کیفی تفسیری و به روش تحلیل مضمون انجام شد که بر اساس آن داده‌های مصاحبه‌ها مقوله‌بندی و تلخیص گردید. در این پژوهش با ۱۹ زائر زن در تابستان سال ۱۴۰۱ مصاحبه شد. یافته‌های پژوهش نشان داده است که زائران عمدتاً سه گونه تبرکی (اشیای ذاتا متبرک، سوغات خریداری شده و متعلقات زائر در حین زیارت) را به‌عنوان ره‌توشه سفر زیارتی می‌برند. انگیزه زائران از بردن تبرکی در قالب حفظ شرایط فعلی، تغییر وضعیت مسئله‌مند و ثبت خاطره برای خود و دیگران طبقه‌بندی شده است. در ادراک زائران از تبرک دو معنای اصلی نهفته است: هدیه (ای از سوی فردی خاص و مورد علاقه) و یادگاری (نمادی از سفر زیارتی و امام). سوغات متبرک به‌عنوان واسطه تسری فیض و رحمت خداوند ادراک شده است. طیف متفاوتی بین زائران بر حسب تجربه بردن تبرکی مشاهده شد. وجه ماندگاری و وجه کاربردی آن، از ویژگی‌های مهم تبرکی نزد زائران بوده است. اگر محل دفن امام در مکان مقدس را کانون تسری تقدس و تبرک‌بخشی تعریف کنیم، از نگاه زائر این تقدس و برکت از ضریح محل دفن امام (ع)، کل حرم، اطراف آن و تا شهر زیارتی امتداد می‌یابد. لذا شیوه‌های متبرک‌سازی از کانون تا امتداد آن در کل شهر زیارتی متفاوت است. از نظر زائران تبرکی‌ها برای لحظه‌های بحرانی مانند بیماری یا مناسک‌گذار زندگی مثل تولد، ازدواج، ورود به مدرسه و دانشگاه و حتی مرگ تاثیرگذارند. تکنیک‌سازی، ترکیب تبرکی با اشیای نامقدس و مصرف تدریجی از شیوه‌های نگهداری اشیا متبرک توسط زائران بوده است.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۸/۰۳

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۸/۲۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۰۸/۲۹

تاریخ انتشار:

۱۴۰۲/۱۲/۰۱

واژه‌های کلیدی:

سوغات، معنای تبرک، تقدس‌بخشی، حرم امام رضا (ع)

استناد: بستان، زهرا، یوسفی، علی، شریعتی مزینانی، سارا، پارساپژوه، سپیده: (۱۴۰۲). معنای تبرک و شیوه‌های تقدس‌بخشی اشیا در بین زائران حرم امام رضا (ع): فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگ رضوی، سال ۱۱، شماره ۱، زمستان، شماره پیاپی ۴۴-۲۷-۱.

DOI:10.22034/farz.2022.367077.1816



ناشر: بنیاد بین المللی فرهنگی هنری امام رضا(علیه السلام)

۱. مقدمه

در سفر گردشگران تمایل دارند تجربه به یاد ماندنی و زمان‌های خاص خود را به شکل عینی تجسم بخشند. سوغات معمولاً به‌عنوان یادآوری تجربیات زندگی در طول سفر تفسیر می‌شود. در واقع، کلمه سوغات به معنی «به یاد آوردن» است (Gordon, 1986) و افراد را با مکان‌ها و خاطرات سفر پیوند می‌دهد (Pritchard, 2005; Ramsay, 2009 & Morgan). سوغات یک شیء معمولی نیست، بلکه یادگاری از یک رویداد یا تجربه با معنایی متعالی و نمادین است (Swanson & Timothy, 2012) و شاخص زمان‌ها، مکان‌ها و افراد خاصی است (Grayson & Shulman, 2000).

در اسلام نیز به خرید سوغات و هدیه دادن آن توصیه شده است. حضرت محمد (ص) هدیه دادن پس از سفر را تشویق می‌کند و می‌فرماید، «وقتی به مسافرت می‌روید، پس از بازگشت به خانواده خود باید یک هدیه یا یک چیز تازه را برای آن‌ها به همراه آورید». تبرکی و سوغات متبرک در زیارت، به‌عنوان نماد ملموسی از سفر زائر راهی برای گسترش مقدسات به دیگران و اطرافیانی است که موفق به زیارت نشده‌اند. علاوه بر این سوغات حامل معنا هستند. زائرانی که از مکان واحدی بازدید می‌کنند، سوغات متفاوتی با خود می‌برند که تجارب آن‌ها را بر مبنای هویت‌شان در رابطه با مقصد منعکس می‌کند؛ همچنان‌که عمق دانسته‌های آن‌ها را درباره مکان نشان می‌دهد (Moufahim, 2013). برکت به معنای فزونی نعمت و دوام آن است؛ مفهومی که در اکثر ادیان حضور دارد و دارای مصادیق مادی و غیرمادی است و به معنای انتقال تقدس امر قدسی در زندگی روزمره مومنان است.

در سفر زیارتی حرم امام رضا (ع) در شهر مشهد، بردن تبرکی و سوغات متبرک یکی از اجزای اصلی سفر زائران را تشکیل می‌دهد. شهر مشهد مهم‌ترین شهر مذهبی ایران است که پیش از شیوع ویروس کرونا شهر مشهد سالانه پذیرای بیش از ۲۰ میلیون زائر داخلی و خارجی بوده است. در اطراف حرم فروشگاه‌های بسیاری برای خرید سوغات و نیازهای روزانه زائران و ساکنان محلی وجود دارد و خرید و فروش سوغات بخش قابل ملاحظه‌ای از گردش مالی گردشگری شهر مشهد را تشکیل می‌دهد. از جمله مهم‌ترین سوغات شهر مشهد می‌توان به اقلام مذهبی (مهر، تسبیح، جانماز)، زعفران، هل، خشکبار، ادویه، قالی و گلیم و نمد، انگشتر فیروزه و عقیق اشاره کرد. سوغات متبرک در شهر مشهد طیف وسیعی از اشیا را شامل می‌شود. از جمله نمک و نباتی که گاه به زائران در حرم هدیه داده می‌شود تا مهر و تسبیح، زعفران، زرشک و ... که زائر آن‌ها را از اطراف حرم خریداری می‌کند.

آنچه مشخص است اینکه سوغات وجوه مادی و ذهنی دارد. لایه‌های معانی منتسب به آن برساختی اجتماعی است که نظام فرهنگی که فرد در آن زیسته است، بدان معنا می‌بخشد. پرواضح است که سوغات با توجه به تفسیری که زائر از نظر کاربرد، معانی و خاطراتی که

یادآوری می‌کند، متفاوت است. سوغات متبرک، اشیایی ملموس غیرعادی و دارای هالهٔ قدسی‌اند که تجربه و احساسات یک سفر معنوی را تداعی می‌کنند. لذا این پژوهش درصدد بررسی این موضوع است که شیء متبرک چه جایگاهی در نظام شناختی زائر دارد؟ سوغات متبرک یا تبرکی با چه نیت و انگیزه‌هایی و برای چه کسانی تهیه می‌شود؟ زائر تقدس و تبرک آن را چگونه معنا، بازتولید و حفظ می‌کند؟ از آنجا که به لحاظ اجتماعی بحث تقدس مطرح است و نه از نظر فلسفی یا کلامی، تقدس یافتن شیئی در ذهن فرد مد نظر است.

۱-۱. پیشینهٔ پژوهشی سوغات متبرک

سوغات معمولاً به‌عنوان یادآور تجربیات زندگی در طول سفر تفسیر می‌شود. تاکنون خرید سوغات موضوع اصلی پژوهش‌های متعددی قرار داشته و از جنبه‌های مختلفی از جمله انگیزه خرید (Kim & Littrel, 1991; Timothy, Butler, 1991; Decrop & Masset, 2011; 1999; Sthapit Kim & Littrel, 2001; Swanson, 2004; Björk, 2019 2015; Swanson & Horridge, 2016) و تأثیر متغیرهای اجتماعی جمعیتی بر رفتار خرید سوغات (Wilkins, 2011) بررسی شده است. سوغات یا هدایای معنوی، اشیایی هستند با دلالت‌های دینی که زائران آن‌ها را می‌خرند و به عزیزان‌شان هدیه می‌دهند. برخی پژوهش‌ها سوغات مذهبی، معنای آن و ارزش معنوی منتسب به آن از نگاه زائر یا گردشگر مذهبی را واکاوی کرده‌اند. پژوهش‌ها بر این موضوع اذعان دارند که سوغات متبرک از سوغات معمولی متمایز و به باور خریداران آن، با قدرت ماورایی و جادویی در ارتباط است. معمولاً این نوع سوغات با ویژگی‌های شفابخش و معجزه همراه است (Nance, 2007; Giovine, 2012; Kaell, 2012). سوغات مذهبی دارای ارزشی متفاوت از ارزش مصرف و ارزش مبادله (مارکس) و ارزش نشانه (بودریار) و دارای ارزش معنوی است (Paraskevaidis, & Andriotis, 2014; Shtudiner & Moufahim, 2019; Decrop & mast, 2020). با بررسی خرید اشیای مذهبی توسط زنان مسلمان شیعه نشان می‌دهد که از نظر آنان این اشیا یا ذاتاً مقدس هستند یا طی مناسکی به آن تقدس می‌بخشند. زائران اشیای مذهبی و عبادی که در نزدیکی مکان مقدس خریداری می‌شوند، مقدس یا متبرک می‌دانند. بخشی از «خود اصیل» زائران شیعه از طریق مصرف نمادین و نمایش سوغات زیارتی در چین و پس از زیارت تبلور یافته است. Pinto (۲۰۰۷) نیز به بررسی عینی‌سازی زیارت در قالب کالاهای مذهبی در زیارت حضرت زینب در سوریه پرداخته است. او نشان داده که چطور حول مراکز زیارتی شیعیان در سوریه یک حوزه عمومی مربوط به تولید، بازاریابی و مصرف کالاهای مذهبی پدید آمده است. Shackley (۲۰۰۶) نیز نشان می‌دهد که بین تقدس ادراک‌شده شیء و مکان خرید آن رابطه وجود دارد. هرچه فرد از زیارتگاه دورتر می‌شود، از نظر زائر، شیء تقدس کمتری دارد. علاوه بر زائر،

دریافت‌کنندگان سوغات متبرک نیز با آن به‌عنوان شیء مقدس رفتار می‌کنند، اگرچه آن‌ها هرگز مکان مقدس را بازدید نکرده‌اند (Doney, ۲۰۱۳).

درباره تبرک، مطالعات بسیاری در حوزه مطالعات دینی یا مردم‌نگارانه در ایران انجام شده است. قاسمی اشکفتکی (۱۳۹۵) با بررسی برکت، مصادیق، ابعاد و آثار آن در قرآن و حدیث نشان داده که واژه برکت در اصطلاح دینی و قرآنی از پربسامدترین واژگان است و معانی اصلی آن رشد و افزایش است. مهم‌ترین مصادیق مبارک از منظر قرآن و حدیث قرآن کریم، سرزمین مکه، کربلا، ماه مبارک رمضان، روز جمعه و ... بوده است. مهم‌ترین آثار برکت نیز افزایش نعمت، برخورداری از حق شفاعت، ایمنی و ثبات قدم در قیامت و ... است. مهم‌ترین ابعاد برکت از حیث دنیوی و اخروی آن در زندگی آدمی، بهره‌مندی و انتفاع از قدرت و نعمت الهی و رساندن خیر به دیگران و دستیابی به سعادت حقیقی قابل تبیین است. مجیدی خامنه (۱۳۹۸) به مطالعه مردم‌شناختی تربت (خاک مقدس) حضرت سیدالشهدا (ع) به روش کتابخانه‌ای و مبتنی بر روایات و احادیث پرداخته است. طبق نتایج این پژوهش تربت امام حسین (ع) معنایی فراتر از آنچه در عالم واقع وجود دارد با خود حمل می‌کند و در مراسم و مناسک گذار (تولد، ازدواج و مرگ)، شفای بیمار، مصون و محفوظ ماندن از بلایا و ... استفاده می‌شود؛ اما از دیدگاه کنشگر و معنایی که برای او دارد پژوهشی انجام نشده است. البته در ایران مطالعاتی درباره رفتار خرید سوغات زائران در شهر مشهد (رضوی‌زاده و فروغ‌زاده، ۱۳۹۵؛ رفیعی، ۱۳۹۶؛ بستان، ۱۴۰۰) انجام شده است. نودهی و دیگران (۱۳۹۳) با بررسی دلایل خرید سوغات توسط زائران نشان داده است که زائران سنتی و مناسک‌گرا، تمام امور منسوب به امام رضا (ع) را متبرک دانسته و به‌مثابه سوغات از آن‌ها استفاده می‌کنند. در این مطالعات از «تبرکی بردن» تنها به‌عنوان یکی از دلایل اصلی خرید سوغات یاد شده است و دیدگاهی عمیق و جامعی در مورد معنای تبرک و سوغات متبرک و چگونگی مقدس بودن یا تقدس‌بخشی آن وجود ندارد. هدف پژوهش حاضر آن است تا مبتنی بر دیدگاه کنش متقابل نمادین، این خلأ و شکاف پژوهشی را تکمیل کند.

۲. معنای اجتماعی سوغات متبرک

در این نوشتار مبتنی بر نظریه کنش متقابل نمادین تلاش خواهیم کرد تا ادراک و نحوه تعامل زائران با اشیای متبرک را واکاوی کنیم. بلومر یکی از نظریه‌پردازان اصلی مکتب کنش متقابل نمادین معتقد است که واکنش افراد انسانی در مقابل اشیا بر اساس معنای آن‌ها صورت می‌گیرد. وی کنش متقابل را بر سه قضیه ساده متکی می‌داند:

۱. افراد انسانی همه در مقابل اشیا و موضوعات بر اساس معنایی که آن اشیا برای آن‌ها دارند، واکنش نشان می‌دهند. این موضوعات هر چیزی را که در جهان مورد ملاحظه و توجه قرار می‌گیرد، شامل می‌شود.

۲. معنی اشیا از کنش متقابل سرچشمه می‌گیرد.

۳. معانی مذکور در جریان کنش و برخورد فرد با چیزها مورد تعبیر و تفسیر قرار گرفته، تغییر می‌کند.

در کنش متقابل نمادین، معنا برای افراد جنبه شخصی دارد و مخصوص خود آنهاست. نادیده گرفتن معنای اشیا که در واقع عامل کنش و واکنش انسان‌هاست، مطالعه واقعی رفتار انسانی را مخدوش می‌کند (تنهایی، ۱۳۹۴: ۲۶۱ و ۲۶۲)؛ بنابراین یک شیء واحد برای افراد متفاوت، معنای متفاوتی دارد. این مکتب معنا را برخاسته از طبیعت و ذات شیء نمی‌داند. بلکه معنا را حاصل جریان کنش متقابل بین افراد می‌داند. معنای یک چیز برای فرد، وابسته به واکنشی است که سایر افراد درباره شیء مد نظر انجام می‌دهند. یعنی واکنش انسان‌های دیگر در مقابل شیء معنای آن را برای فرد شکل می‌دهد؛ بنابراین از دید کنش متقابل نمادین معنا در واقع یک تولید اجتماعی است که ساخته و پرداخته فعالیت‌ها و کنش‌های معنادار دیگران در برخورد با شیء است.

سوغات گردشگری اشیایی هستند که از دیدگاه کنش متقابل نمادین تحلیل می‌شوند، چراکه اغلب به‌عنوان نمادهایی عمل می‌کنند که تفسیر آن‌ها از تعامل با دیگران نشئت می‌گیرد. علاوه بر این، گردشگران ممکن است معنای عمیقی برای سوغات خود قائل شوند و آن‌ها را به‌عنوان اشیایی خاص شخصی در نظر بگیرند. برخی اشیا فراتر از جنبه کاربردی یا مبادله‌ای آن است و برای مصرف‌کننده آن معنای عمیق دارد و گاه با هویت وی پیوند می‌خورد. این معنای از دل‌بستگی شخصی یا ارتباط با رویداد یا مکان خاص ناشی می‌شود. معنای عمیق نیز ممکن است از وضعیت مقدس اشیا نشئت گیرد (Belke & et al., 1988).

از نظر دورکیم (۱۹۹۵) پدیده دینی به‌طور طبیعی به دو مقوله بنیادی باورها و مناسک تقسیم می‌شود. باورهای دینی اعم از ساده یا پیچیده، مستلزم نوعی طبقه‌بندی از اشیا، اعم از واقعی یا آرمانی‌اند که آدمیان بر پایه آن اشیا را به دو طبقه یا دو گروه متضاد تقسیم می‌کنند: لاهوتی^۱ و ناسوتی^۲. امور لاهوتی آن‌هایی هستند که محرمانه در حمایت از آن‌ها و جدا کردن‌شان وجود دارد و امور ناسوتی آن دسته از امور هستند که باید حرمت نگه دارند و از امور لاهوتی فاصله بگیرند. باورهای دینی تصوراتی پیرامون امور لاهوتی و رابطه‌های آن‌ها خواه با هم‌دیگر، خواه با چیزهای ناسوتی‌اند. مناسک، نحوه رفتار آدمی با چیزهای لاهوتی را تعیین و تجویز می‌کنند (دورکیم، ۱۳۸۳: ۵۳ و ۵۴). در باور مومنان، امر قدسی می‌تواند در اشیا یا افراد تجلی کند و بدین ترتیب آن‌ها را تبدیل به اشیا یا افراد مقدس نماید. اشیای مقدس چنان اعتباری دارند که انسان برای آن‌ها یک قوه فوق طبیعی قایل است که می‌تواند منشأ خیر و خوبی یا مصدر شر و بدی باشد. در دین اسلام به‌ویژه مذهب تشیع، علاوه بر آنکه افراد از طریق ارتباط یافتن با

1. Sacred
2. Profane

امر قدسی می‌توانند حائز صفت مقدس شوند، اشیا نیز می‌توانند چنین خصلتی داشته باشند. بدین‌سان است که «کعبه» و «حجرالاسود» تقدسی ویژه در نزد مسلمانان دارد. هر آنچه مقدس است، منشأ خیر و برکت است. تبرک در اصطلاح به معنای درخواست فزونی و خیر و سعادت است که این مفاهیم در معنای برکت نیز نهفته است. با تبرک، فرد مسلمان سعی می‌کند به‌واسطه آثار برکت‌بخش از فیض و قدرت الهی بهره‌مند شود. این برکت‌جویی گاه به‌طور مستقیم از خداوند صورت می‌گیرد و گاه نیز از طریق واسطه‌هایی همچون انبیا و اوصیا و اولیای الهی انجام می‌شود. تبرک کیفیت‌اشیایی است که «فرد را به یاد خدا و امر مقدس می‌اندازد و باعث تمرکز و تفکر درباره آن می‌شود.» در تبرک، برکت‌جویی از آثار منسوب به آنان نیز ساری و شایع است. مسلمانان وقتی به حرم امامی مشرف می‌شوند، به رسم عادت‌ی پسندیده و مشروع برای برکت‌جستن، طلب خیر، سعادت و فزونی، در حرم و ضریح^(۱) را می‌بوسند (پورامینی، ۱۳۹۷: ۶۳). کلمه تبرک به صورت‌های مختلف در قرآن آمده است و به اشخاص، مکان‌ها و زمان‌هایی اشاره دارد که خداوند به دللی که حکمتش اقتضا کرده، در آن‌ها برکت قرار داده است (از جمله حضرت نوح، حضرت عیسی، لباس حضرت یوسف بیت الحرام در مکه و مسجدالاقصی). مسلمانان از زمان پیامبر اسلام به آن حضرت در زمان حیاتش و به آثار او بعد از وفاتش تبرک می‌جستند (البیاتی، ۱۳۹۵: ۲۷ و ۲۸)؛ بنابراین در اسلام برکت یکی از ابعاد مهم اعتقادات زائران است. تبرک نیروی بخشنده از جانب خداوند است که به‌عنوان نیروی بخشنده سلامتی و سعادت در عرصه‌های جسمانی و روحی جریان دارد. تبرک را می‌توان در اشیا فیزیکی، مکان‌ها و افرادی که خدا برگزیده است مثلاً حضرت محمد و فرزندان او و آرامگاه آن‌ها پیدا کرد. به این ترتیب تقدس نامبری خداوند به‌واسطه برگزیدگان او و امور وابسته به آن‌ها به امری مرئی و ملموس تبدیل می‌شود. در حقیقت، این اعتقاد به برکت و تقدس آن است که قدرت شفابخشی یا معنوی آن را فعال می‌کند (مفاحیم، ۲۰۱۳). علاوه بر این، اشیا متبرک با بازتولید امر قدسی در انتقال مفاهیم، تداعی خاطرات دینی و زنده نگه‌داشتن احساسات مذهبی نقش دارند. در عمل تبرک سه ویژگی قابل شناسایی است: برقراری ارتباط با عالم قدسی یا قلمرو «امر به کلی متفاوت» که منشأ نیروی ماورایی است؛ انتقال دادن این نیرو به موجود یا شیء و ارتقای وجودی آن موجود یا شیء. همچنین در غالب ادیان تبرک به اشیا و افراد قدسی رایج است. در مسیحیت تبرک به‌عنوان یکی از هفت آیین اساسی محسوب می‌شود که به آن عشای ربانی نیز گفته می‌شود. در باور مسیحیان به‌ویژه کاتولیک‌ها متبرک شدن مستلزم تماس فیزیکی یا ارتباط معنوی یک موجود با امر مقدس است و سبب انتقال تقدس از امر مقدس به موجود نامقدس می‌شود. مصادیق عمده آن در سنت کاتولیکی در تولد، تعمید، ازدواج و مرگ است. از نتایج متبرک شدن نیز می‌توان به آمرزیده شدن خطایا و پوشانیده شدن گناهان، فرزند خدا خوانده شدن، رستن از رنج و ... اشاره کرد (خاتمی، ۱۳۹۳). در دین یهود نیز برکت امر مقدس و تبرک جستن به آن همواره

رایج بوده است. برکت عبری (Berakah) میراثی از قوم بنی‌اسرائیل است که در مسیحیت به شکل ستایش و پرستش مخصوصا به صورت «عشای ربانی» درآمده است (اصغری، ۱۳۹۹: ۲۰). معنی اصلی برکت در عهد عتیق «توانمندسازی / غنی‌سازی» است. برکت در عهد عتیق بیشتر به معنی برکات مادی است. با این حال انسان می‌تواند در آن به صورت درخواست برکت یا به صورت اعلام آن به سایرین، نقش داشته باشد. بازگرداندن برکت از جانب انسان به خدا به مفهوم سپاسگزاری از خدا و ستایش اوست. هدف از اعطای این برکات بازبایی، تقویت و نگهداری رابطه انسان با خدا و در نهایت اطمینان از وجود ابدی انسان در بهشت است. در عهد جدید نزول برکات آسمانی به خاطر همراهی با مسیح (ع) است. آنچه درباره برکت در عهد جدید تازگی دارد، ایده به ارث بردن ملکوت از طریق آمدن مسیح در آینده است. این مفهوم در عهد جدید در یک کلمه بنیادی خلاصه می‌شود و آن عبارت است از: نجات. بنا بر الهیات مسیحی، ایمان به مسیح است که رحمت و برکت خدا علاوه بر باروری و حاصلخیزی، رستگاری و نجات را نیز فراهم می‌کند (همان: ۶۰). هندویسم نیز دینی تجسمی و مبتنی بر مادی بودن است که حضور اشیای فیزیکی خاص (حامل معنای عرفانی و نمادین) بخشی ضروری از اعمال مذهبی آن است. گل یکی از اشیای مقدسی است که در آیین هندو و در معابد درون و بیرون خانه به کار می‌رود و دارای کیفیت قدسی است که به خدايان معابد تقدیم می‌شود (سینها، ۲۰۰۷).

۱-۲. روش تحقیق

به منظور بررسی ادراک زائران از تبرک و اشیای متبرک و انگیزه آن‌ها از تهیه و بردن اشیای متبرک رویکرد روشی حاکم بر این تحقیق رویکرد تفسیری است. در این رویکرد واقعیت اجتماعی به‌عنوان امری نسبی درک می‌شود که توسط تجربیات انسانی و زمینه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد و موضوع باید در بافت تاریخی اجتماعی خود از طریق تفاسیر ذهنی شرکت‌کنندگان مختلف مورد مطالعه قرار گیرد (هادسون و اوزان، ۱۹۸۸؛ لینکلن و گوبا، ۱۹۸۵). این پژوهش به روش تحلیل مضمون انجام شده است. تحلیل مضمون، یکی از روش‌های متن پژوهشی است که بر اساس آن داده‌های متن کاهش یافته و بخش‌بندی، مقوله‌بندی و تلخیص می‌شود. فرایند کامل تحلیل مضمون را می‌توان به سه مرحله کلان تقسیم کرد: الف. تجزیه و توصیف متن، ب. تشریح و تفسیر متن ج. ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن. در حالی که همه این مراحل با تفسیر و تحلیل همراه است اما در هر مرحله از تحلیل، سطح بالاتری از انتزاع به‌دست می‌آید (آترید و استرلینگ، ۲۰۰۱). بر اساس این روش متن مصاحبه‌ها بر حسب واحدهای معنایی طی دو مرحله کدگذاری باز و محوری گذاری شده تا سطح بالاتری از انتزاع حاصل شود. از آنجا که بردن و خرید سوغات تبرکی در خانواده عمدتا توسط زنان انجام می‌شود، مشارکت‌کنندگان این پژوهش را زائران زن حرم امام رضا (ع) در سال ۱۴۰۱ تشکیل می‌دهند. سوابق پژوهشی نشان داده است که خرید سوغات، رفتاری جنسیتی است. زنان تمایل بیشتری به خرید سوغات نسبت

به مردان دارند (Littrel & et al., 1993) و سوغات از نظر روانی برای زنان گردشگر از اهمیت بیشتری برخوردار است (Littrel, 1996; Kim & Littrel, 2001 & Anderson). شیوه نمونه‌گیری به‌صورت نمونه‌گیری نظری بوده است. نمونه‌گیری نظری، نوعی گردآوری داده است که بر اساس مفاهیم در حال تکوین شکل می‌گیرد. نمونه‌گیری نظری بر مبنای مفهوم «مقایسه» استوار است. منظور از مقایسه این است که محقق به سراغ جاه‌ها، آدم‌ها و رویدادهایی برود که امکان کشف گوناگونی‌ها را به حداکثر برساند و مقوله‌ها را از لحاظ ویژگی‌ها و ابعاد غنی کند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۲۱۹). در این پژوهش با ۱۹ نفر از زائران مصاحبه عمیق انجام شده است، مصاحبه‌ها تا زمان رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. در جدول ۱ ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان گزارش شده است.

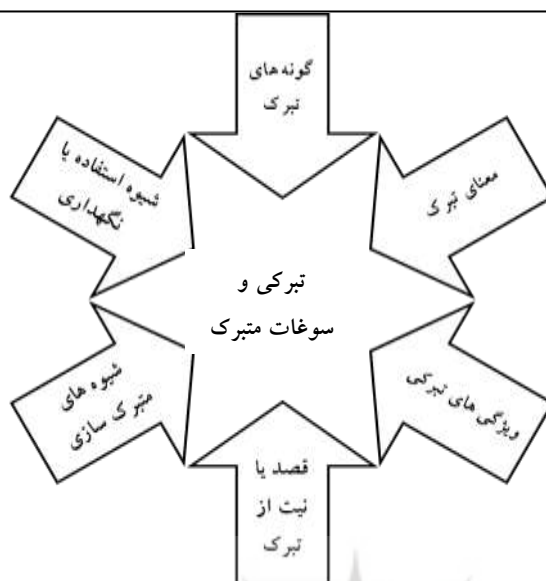
جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

Table 1. Demographic characteristics of the interviewees

ردیف	نام	سن	تحصیلات	وضعیت تاهل	شغل	شهر
۱	زینب	۴۷	سیکل	متاهل	خانه دار	یزد
۲	فاطمه	۳۴	کارشناسی	متاهل	خانه دار	ملایر
۳	افرا	۴۶	کارشناسی	متاهل	مهندس	سوند
۴	سیمیا	۲۶	فوق دیپلم	متاهل	فروشنده	سیرجان
۵	سمیرا	۳۶	کارشناسی	متاهل	خانه‌دار	بندرلنگه
۶	فاطمه	۵۰	دوم نهضت	متاهل	خانه‌دار	آشخانه
۷	مریم	۴۶	کارشناسی	متاهل	معلم	اصفهان
۸	منصوره	۴۳	سیکل	متاهل	خانه‌دار	چهرم
۹	مهديه	۵۷	کارشناسی	متاهل	کارمند	اصفهان
۱۰	لیلا	۳۵	کارشناسی ارشد	متاهل	دانشجو	کرج
۱۱	رویا	۴۷	کارشناسی	متاهل	کارمند	تبریز
۱۲	زهره	۵۶	کارشناسی ارشد	متاهل	بازنشته	تهران
۱۳	سعیده	۳۰	دیپلم	متاهل	خانه‌دار	کرمان
۱۴	سمیه	۲۵	دیپلم	مجرد	آرایشگر	بیرجند
۱۵	زهره	۴۸	دیپلم	متاهل	خانه‌دار	تهران
۱۶	فاطمه	۴۷	کارشناسی ارشد	متاهل	کارمند	تهران
۱۷	مرضیه	۳۳	کارشناسی ارشد	متاهل	کارمند	کرمان
۱۸	فریبا	۴۰	کارشناسی	متاهل	کارمند	تهران
۱۹	معصومه	۴۳	دیپلم	متاهل	خانه‌دار	اهواز

۲-۲. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش تبرک و سوغات متبرک از وجوه مختلفی از جمله گونه‌های آن، معنای ادراک شده از آن، شیوه‌های تقدس‌بخشی و ... بررسی و واکاوی شده است. در تصویر ۱ وجوه اصلی مورد بررسی مرتبط با تبرکی و سوغات متبرک که شرح آن در ادامه می‌آید، نمایش داده شده است.



تصویر ۱. وجوه مورد بررسی در تبرکی و سوغات متبرک

Figure 1. Funds examined in Tabaraki and Motabrak souvenirs

۲-۳. گونه های تبرکی

زائران اشیای مختلفی را به عنوان تبرکی یا سوغات متبرک با خود به خانه می‌برند. برخی از آن‌ها تمایزی بین تبرک یا سوغات قائل نمی‌شوند و هر آنچه را که از مشهد با خود به شهرشان می‌برند به عنوان تبرک و یادگاری از زیارت قلمداد می‌کنند. گفت‌وگو با زائران نشان داد که زائران به طور کلی سه دسته متفاوت از اشیای «تبرک» با خود به خانه می‌برند:

دسته اول، شامل اشیایی است که به حرم تعلق دارد و زائران به رایگان و به عنوان هدیه متبرک از خدام حرم دریافت می‌کنند. این دسته از اشیای متبرک برای زائران بسیار ارزشمند و حائز اهمیت است. بسته‌های کوچک نمک، نبات، گل خشک^(۲) و برنج خشک از جمله هدایایی است که در برخی روزها زائران از خادمان حرم دریافت می‌کنند. این بسته‌ها توسط خدام و طی مناسکی خاص روزانه در حجم بسیار بالایی (۱۰ تا ۱۵ هزار بسته) بسته‌بندی می‌شود. خدام با وضو شروع به کار می‌کنند و در حین کار صلوات می‌فرستند و دعا می‌خوانند یا نوحه‌سرایی می‌کنند. خدام بر این باورند که به دلیل «خاص‌بودگی» تبرکی‌ها کار در این بخش باید با حرمت و احترام و حس معنوی بیشتری همراه باشد. به علاوه با این کار تقدس بیشتری به تبرکی‌ها می‌بخشند. غذای مهمان‌سرا نیز از جمله تبرکی‌هایی است که هر ایرانی که به زیارت می‌آید، آرزو دارد یک بار از این غذا بخورد، چراکه زائر بر این باور است که با خوردن این غذا مهمان‌امام بوده است و آن را بسیار متبرک می‌داند. آب سقاخانه^(۳) حرم یا پارچه‌های سبز رنگی که به ضریح بسته می‌شود نیز برای زائران تقدس دارد. زائرانی که به حرم می‌آیند بطری‌های آب خود

را از آب سقاخانه پر می‌کنند و به هتل می‌برند و در مدتی که در مشهد هستند از این آب استفاده می‌کنند. پس از آنکه به خانه می‌روند از این آب به نیت سلامت یا شفای بیمار به شهر خود می‌برند. این امر مطابق با سنت دیرینه بین مسلمانان است که آب زمزم را به‌عنوان تبرک از سفر حج خود همراه می‌برند. آب سقاخانه و غذای حرم به سبب تعلق به آستان امام رضا (ع) به‌عنوان واسطی برای انتشار و انتقال فیض و برکت خداوند به بدن زائر قلمداد می‌شود. همچنین پارچه‌های سبزی که به ضریح یا پنجره فولاد توسط دیگر زائران بسته شده برای زائران متبرک و باارزش است. فاطمه زنی میان سال است و پارچه سبزی یکی از تبرکی‌هایی است که همیشه از زیارت با خود می‌برد: «پارچه‌های سبزی که قبلاً به ضریح می‌بستن، الان دیگه نیست. قبلاً از بیرون می‌خریدم و به ضریح می‌بستم یکی به جاش از ضریح باز می‌کردم. الان از بیرون می‌خرم میارم می‌کشم به ضریح، تبرک بشه می‌برم. تبرک واقعی برا ما اونه.»

دسته دوم، شامل اشیایی است که زائران آن را خریداری و طی مناسکی آن را مقدس می‌کنند. این گروه از اشیا که بیشتر حکم سوغات متبرک را برای زائران دارد که در دو دسته کلی اقلام مذهبی (مانند مهر، تسبیح، جانماز، چادر، قرآن، کتاب دعا، انگشتر عقیق، کفن و ...) و اقلام مصرفی (شامل مواد خوراکی مانند نخود و کشمش، زعفران، زرشک، نبات، هل)، لباس و کیف و لوازم تحریر، عطر و ...) است.

شایان ذکر است که در سال‌های اخیر قطعه‌هایی از کاشی‌های شکسته و فرش‌های کهنه حرم قاب گرفته شده و در فروشگاه‌های داخل و اطراف حرم فروخته می‌شود. این گونه اشیا، تقدس حرم را با خود به همراه دارند و نیاز به مناسک تقدس‌بخشی ندارند.

دسته سوم، شامل متعلقات زائر در حین زیارت است. برخی زائران لباس، چادر و کفش‌هایی را که در حین زیارت بر تن داشته است، متبرک می‌دانند و زمانی که آن را به خانه می‌برند هنگام شستن آن را با لباس‌های دیگر می‌شویند تا تقدس آن به دیگر لباس‌هایش سرایت کند یا از آن با دقت بیشتری نگهداری می‌کند تا مدت بیشتری بتواند از آن استفاده کند. مهدیه لباس‌هایی را که حین زیارت بر تن داشته متبرک می‌داند و برای او معنای دیگری دارد: «وقتی که می‌ری زیارت لباس‌هایی که تنت هست چادر نمازی که باهاش نماز خوندی و خودتو به ضریح می‌زنی اینا همه برات خاطره و تبرکه». سعیده نیز می‌گوید: «برای خودمون لباس نو می‌خریم میاریم می‌کشیم تبرک بشه. شال روسری چادر هرچی که از شهر امام رضا خریده باشیم میاریم اینجا تبرک می‌کنیم. اگه اینجا نخریم، هرچی که از شهر خودمون نو خریده باشیم، میاریم اینجا تبرک می‌کنیم.» در اسلام توصیه شده است که زائر در زمان عبادت و از جمله در زمان زیارت لباس پاکیزه و آراسته بر تن کند؛ بنابراین زائرانی همچون سعیده که به این موضوع تقید دارند، سعی می‌کنند لباسی که به‌تازگی خریداری کرده‌اند، در حین زیارت بر تن کنند تا از تقدس و تبرک آن در بلندمدت نیز بهره‌مند باشند.

۲-۴. قصد یا نیت از تبرکی: تثبیت یا تغییر وضع موجود

زائران زمان خرید یا استفاده تبرکی، نیت مشخصی را برای آن در ذهن خود متصور می‌شوند و حتی در حین مناسک تقدس‌بخشی این قصد و نیت را با خدا و واسط او یعنی امام رضا (ع) مطرح می‌کنند و انتظار دارند که تبرکی این تاثیر را در زندگی‌شان داشته باشد. زائران از بردن تبرکی سه هدف را دنبال می‌کنند:

تثبیت و حفظ شرایط فعلی و یا تقویت آن: مانند حفظ سلامتی خود و اعضای خانواده، حفظ سلامتی نوزاد در حال تولد یا تازه متولد شده، خوشبختی زوج تازه ازدواج کرده، حفاظت در برابر بلاها و حوادث، موفقیت در تحصیل فرزندان، تقویت و تحکیم دینداری اعضای خانواده به ویژه فرزندان.

فاطمه (۵۰ ساله) زنی است که با نیت‌های مختلفی از زیارت حتما تبرکی با خود می‌برد، می‌گوید: «دختر من امسال کنکور داشت، پارچه سبزی که سال قبل برده بودم رو گذاشت تو جیبش رفت امتحان داد. به‌عنوان تبرکی با خودش برد. موقع درس خواندن هم لای کتاب‌هاش می‌گذاشت. خیلی برامون مهمه تبرک امام رضا». فاطمه و دیگر زائران علاوه بر خواسته‌ها و امور دنیوی، نیات برتری چون حفظ و تقویت دینداری خود و اعضای خانواده را در تبرکی جست‌وجو می‌کنند: «مثلا از اینجا یه چادر خریدم برا دخترم می‌برم، می‌گم یا امام رضا این رو به این عنوان می‌برم، دخترم زهرا، زهرا یه بومنه. همین جوری چادرش رو زمین نذاره، دینش ضعیف نشه، یه وقتی یه جایی پاش نلغزه، خیلی اعتقاد دلمه.»

مریم (۴۶ ساله) نیز به واسطه شیء متبرک سعی دارد خواست پدر و مادرش در حفظ دینداری و تقید به حجاب را دنبال کند: «از اینجا می‌خوام چادر بگیرم به نیت تبرکی ببرم. اول از همه به نیت اینکه تا موقعی که این چادر سرم می‌کنم در خط و مشی آقا علی بن موسی رضا قدم بردارم. حفظ حجاب داشته باشم. جایی که می‌رم به نیت پدر و مادرم دعا کنم. پدرم خیلی دوست داشتن بچه‌هاشون تو راه راست قدم بردارن. خیلی دوست دارم با این چادر جایی برم که مایه خشنودی پدر و مادرم بشه ان‌شاءالله. هر جایی که می‌رم خیر باشه.»

زینب (۴۷ ساله) زنی میان‌سال و با ظاهری کاملا محجبه است که به همراه خانواده به زیارت آمده است و تبرکی را به نیت افزایش رزق معنوی خانواده به همراه می‌برد: «به نیت اینکه رزق معنوی بیشتر بشه. به زبونم نیامد برا مادیات دعا کنم. وقتی که رزق معنوی باشه رزق مادی به دنبال میاره.» او در ادامه می‌گوید منظورش از رزق معنوی، عمل به آیه‌های قرآن است. اگر رفتار با دستورهای قرآن مطابق شود، زندگی در دنیا و آخرت بسامان خواهد بود.

تغییر وضعیت مسئله‌مند و بهبود آن: مانند شفای بیمار؛ حل مشکل ازدواج، بچه دار شدن فرد نازا.

مهديه (۵۷ ساله) معتقد است که تاکنون هر چه به واسطه امام رضا (ع) از خدا طلب کرده است، دریافت نموده و هیچ وقت دست خالی از زیارت خود باز نگشته است، امسال به نیت دیگری تبرکی می‌برد: «این بار حاجت خواستن سفت و سخت، یه نفر خیلی دوست داره بچه‌دار بشه. تو ذهنم هست که یه لباس بچه بگیرم و براش متبرک کنم ... امسال می‌خوام سجاده بخرم. من دوست دارم وقتی دخترم عقد می‌کنه رو سجاده و جانمازی عقد کنه که متبرک به اینجاست.» همان‌طور که ملاحظه می‌شود، مهديه در تبرکی بردن هر دو نیت را دنبال می‌کند، یکی برای حل مشکل و مسئله نازایی و دیگری برای طلب خوشبختی در زندگی آینده دخترش. سنتی دیرینه با عنوان «عقد بالاسر حضرت» در مشهد وجود دارد که زوج‌های جوان به منظور خوش‌یمنی و تسری خیر و برکت امر مقدس در زندگی مشترک، علاوه بر عقد رسمی و محضری در حرم امام رضا (ع) به شکل نمادین مراسم عقد مختصری برگزار می‌کنند. زائرانی مانند مهديه که ساکن مشهد نیستند و امکان خواندن خطبه عقد در مشهد را ندارند، به شیوه‌های جایگزینی چون متبرک کردن چادر، لباس یا جانماز عقد متوسل می‌شوند که به‌نوعی از تقدس و خیر و برکت آن برخوردار شوند. منصوره نیز قصد دارد برای حل مشکل خواهرش از مشهد تبرکی ببرد: «خواهرم طلاق گرفته می‌ترسه دوباره ازدواج کنه، به من گفته براش چادر و جانماز بخرم تبرک کنم.» در ادامه خواهیم گفت که یکی از مصارف جدی اشیای متبرک استفاده در سایر اعمال عبادی است. خواهر منصوره (۴۳ ساله) نیز جانماز و چادری متبرک را درخواست کرده است؛ چراکه بر این باور است که خواسته و دعاهايش در عباداتی که با اشیای تقدس یافته همراه باشد، تاثیرگذارتر و وافی به مقصودتر است.

ثبت خاطره برای خود و دیگران: گاه زائر تبرکی را با هدف ثبت خاطره و یادگاری از سفر زیارتی یا به‌عنوان هدیه‌ای ارزشمند و ماندگار برای خودش تهیه کرده است. سمیرا (۳۶ ساله) زائری است که می‌خواهد از مشهد برای خود به‌عنوان هدیه تبرکی ببرد: «می‌خوام برای خودم چادر ملی بخرم. چون می‌خوام هر جا از این به بعد رفتم زیارت با خودم ببرم. هم یه یادبود از سفرم هم تقریباً به خودم هدیه می‌دم.» از آنجا که مسلمان شیعه به زیارت اماکن مقدس توصیه شده است، لذا تلاش دارد این سفر را برای نزدیکان خود و به‌ویژه فرزندان با حسی مثبت و ماندگار ثبت کند که پس از سفر با خاطره‌ای خوب از آن یاد کنند تا برای زیارت دوباره امام مشتاق‌تر شوند. ثبت رویدادهای مهم زندگی به‌واسطه اشیای متبرک، به تثبیت پررنگ‌تر و معنادارتر سفر زیارتی کمک می‌کند. از این‌رو، مریم برای پسرش که امسال به مدرسه می‌رود از مشهد کیف و کفش خریده است: «من به نیت تبرکی کوله و کفش پسرم رو از مشهد خریدم که یادش بمونه کجا چه اتفاق خاصی براش افتاده.» ورود به مدرسه و شروع سال تحصیلی، رویدادی مهم در زندگی هر کودک و حتی والدین آن‌هاست. مریم قصد دارد این رویداد را با کیف و کفشی که

تبرکی شهر مشهد است در حافظه فرزندش برای همیشه ماندگار کند. علاوه بر آن، شوق رفتن به مدرسه و تجربه اولین سال تحصیلی را با خاطره زیارت گره می‌زند.

۲-۵. معنای تبرک: هدیه و یادگاری منحصر به فرد

یکی از اهداف اصلی تحقیق حاضر، بررسی ادراک زائران از تبرک و سوغات متبرک بوده است. یافته‌ها نشان داد که زائران عمدتاً تبرکی را بر حسب کارکرد و تاثیر آن (از جمله شفا، کسب سلامت و برکت، شفاعت‌کننده پس از مرگ) تعریف می‌کنند. معنای اصلی اما دو معنای عمده در تعاریف زائران از تبرکی مستتر بود: گروهی از زائران تبرکی را به عنوان هدیه‌ای از سوی فردی که او را خیلی دوست دارند، تعریف کرده‌اند و به همین خاطر برای آن‌ها بسیار ارزشمند است. گروهی دیگر، آن را نمادی از سفر زیارتی و امام زیارت شده می‌دانند که آن‌ها را همیشه به یاد امام می‌اندازد. در پس تمامی برداشت‌ها و تعاریف، تبرکی به‌عنوان واسطه انتشار و تسری فیض و رحمت خداوند ادراک شده و معانی چون تقدس، حرمت، برکت، فزونی بخش نعمات و کرامت خاصه در آن نهفته است. زهرا: «تبرک از برکت میاد، چیزی که مبارک باشه. مبارک یعنی همراه با فزونی باشه، مثلاً حال خوب و آرامش یا نعمت زیاد بشه.»

ناگفته نماند که برخی زائران تقید و اصراری بر همراه بردن شیء متبرک به‌عنوان توشه سفر ندارند. زیارت برای آنان در ارتباط قلبی و حضور در پیشگاه امام تعریف می‌شود. اگر این ارتباط برقرار شود نیاز به اشیای متبرک واسطه نیست. این گروه تنها برایشان مهم است که دست خالی برنگردند، به همین خاطر اقدام به خرید سوغات برای نزدیکان یا فقط کودکان می‌کنند، اما خود را درگیر تبرکی بردن و متبرک کردن سوغات نمی‌کنند. آن‌ها خرید سوغات را هدر دادن وقت زیارت می‌دانند و به تبرکی‌های جزئی بسنده می‌کنند. فریبا (۴۴ ساله): «بیشتر دنبال آرامشم. نه اینکه چیزی بخرم. من خیلی چیز خاصی هم خرید نمی‌کنم. دارم این رو هم از ذهنم پاک می‌کنم. با خودم می‌گم تو اومدی دیدن یه آدم بزرگ، لزومی نداره که همیشه دست پر برگردی. تو براش دعا بکن و نماز بخون بزرگ‌ترین سوغاته.» سمیه (۲۵ ساله) زن جوانی است که مدعی است چند سالی است که با مطالعه تلاش نموده دین اسلام را با شناخت بپذیرد نه برحسب اینکه صرفاً در خانواده‌ای مذهبی متولد شده است. او در مورد معنای تبرک چنین می‌گوید: «تبرکی برای من اصلاً معنای خاصی نداره. وقتی یه ارتباط قلبی بین انسان و امامش ایجاد بشه دیگه تبرکی معنایی نداره خودش تبرکه. من نمی‌تونم این تبرکی رو هضم کنه. من خیلی تو این قید و بندها نبودم. چیزی به نام تبرک برا من معنا نمی‌ده. بیشتر ارتباط قلبیه مهمه اون چیزی که از زندگی اماما باید یاد بگیرم مهمه. اصل مشهد رفتن یه چیز دیگه است. این امور مادی چندان اهمیتی نداره. اون حس قلبیه ادامه مسیرت رو مشخص می‌کنه که دوباره تو رو به اونجا می‌کشونه. خیلی مقید به تبرکی نیستم. بیشتر برای اطرافیان دعا می‌کنم که اگه صلاحشونه امام رضا واسطه کارشون بشه. بیشتر برای بچه‌ها یه چیزی می‌برم به رسم یادبود». مهدیه نیز بر

همین باور است که در هر بار زیارت به‌واسطهٔ امام گره از مشکلش باز شده است و به همین خاطر نیازی به تبرکی برای رفع حاجاتش ندارد: «محاله اومده باشم زیارت و از امام رضا چیزی خواسته باشم و وقتی برگردم اون مشکل حل نشده باشه... تا به حال یاد ندارم که دست خالی برگشته باشم که نیازی به تبرکی داشته باشم. وقتی که می‌دونم امام همیشه حی و حاضره و این قدر کرم دارن که دست خالی بر نمی‌گردونن. این‌جوری نیست که بگم با تبرکی خاصی مشکل یا گره‌ای از کارم باز کنه. خود حضرت همیشه گره از کارم باز کرده.»

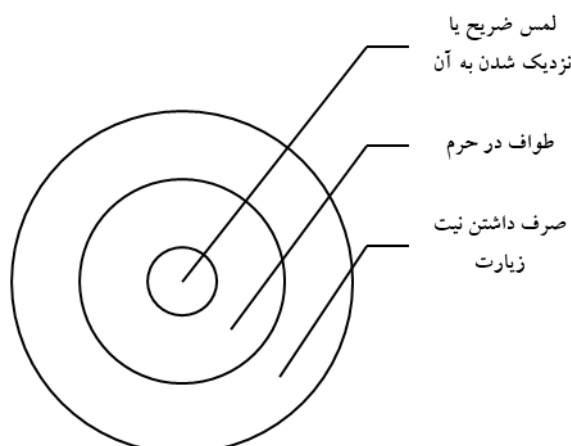
۲-۶. ویژگی‌های تبرکی: ماندگار بودن یا کاربردی و مصرفی بودن؟

زائران برای تبرکی که می‌برند معیارهای متعددی را در نظر می‌گیرند. برای برخی زائران، وجه ماندگاری آن اهمیت بیشتری داشته است. به همین خاطر به سراغ تبرکی‌های از نوع خوراکی (که مصرف و نابود می‌شوند) نمی‌روند و بیشتر اقلام مذهبی (مهر، تسبیح، جانماز) را به‌عنوان تبرکی خریداری کرده‌اند که ماندگارتر است. ویژگی مثبت دیگر اقلام مذهبی این است که در دیگر مناسک و عبادات مذهبی کاربرد دارد و برای زائری که آن را می‌برد ثوابی به دنبال دارد.

در مقابل برای گروه دیگری از زائران این ویژگی اهمیت دارد که تبرکی در زندگی روزمره قابل استفاده و برای او کاربرد داشته باشد. این گروه معتقدند که اشپای مذهبی یا مواد خوراکی چون زعفران و زرشک و ... از این ویژگی برخوردارند. به نظر می‌رسد برای این گروه از زائران وجه ارزش مصرفی شیء بیش از ارزش نمادین آن اهمیت دارد. روی دیگر سکه، این ویژگی نهفته است که سوغاتی متبرک تکراری نباشد و فرد قبلاً آن را دریافت نکرده باشد. از نظر برخی زائران اقلام مذهبی این خصلت را دارند اگرچه کاربردی و مصرفی‌اند، اما تکراری هستند. چراکه پیش از این حتما مهر و تسبیح و جانماز از دیگران دریافت کرده‌اند و برای آن‌ها تکراری است.

۲-۷. شیوه‌های تقدس‌بخشی یا متبرک‌سازی اشیا

تقدس‌بخشی عبارت است از فرایند مشروعیت بخشیدن به یک شیء در نقش یک نماد دینی توسط اجتماع یا رهبری که به انسجام بیشتر مؤمنان می‌انجامد و سبب می‌شود آن‌ها هویت قوی‌تری را برای خود تعریف کنند (عزیزآبادی و کیانپور، ۱۳۹۸: ۷۷). از یافته‌های جالب این پژوهش، واکاوی شعاع تسری تقدس امرقدسی در چگونگی متبرک‌سازی اشیا در باور زائران است. اگر محل دفن امام در مکان مقدس را کانون تسری تقدس و تبرک‌بخشی تعریف کنیم، از نگاه زائر این تقدس و برکت از ضریح محل دفن امام (ع)، کل حرم، اطراف آن و تا شهر زیارتی امتداد می‌یابد. بدین ترتیب شیوه‌های متبرک‌سازی از کانون تا امتداد آن در کل شهر زیارتی متفاوت است:



لمس ضریح یا نزدیک شدن به ضریح (کانون تقدس): برخی زائران معتقدند که برای متبرک ساختن شیء باید حتماً با ضریح که محل دفن امام است تماس داشته باشد. زائران خصوصاً بر این عقیده‌اند که تبرکی‌ای که به نیت و درخواستی مشخص می‌برند مانند شفای بیمار یا بچه‌دار شدن، حتماً باید به ضریح مسح داده شود.

طواف در مکان قدسی: محدوده ضریح بسیار شلوغ است و لمس آن با دشواری‌های زیادی همراه است و به‌تازگی برای رسیدن به ضریح صف‌های طولانی تشکیل می‌شود که برای لمس آن باید ساعت‌ها انتظار کشید و این کار برای همگان به‌راحتی میسر نیست. به همین دلیل گروهی از زائران به طواف شیء در حرم یا همراه داشتن آن در حین زیارت و کشیدن آن به در و دیوار حرم اکتفا می‌کنند.

صرف داشتن نیت زیارت: برخی زائران بر این باورند همین که شیء را به نیت تبرکی از شهر زیارتی و در حین سفر زیارتی خریداری کرده‌اند، کفایت می‌کند و آن را مقدس و دارای خاصیت تبرک می‌کند. خصوصاً به دلیل محدودیت ورود اشیا به حرم، این امر دربارهٔ اقلام خوراکی (زعفران، زرشک، نخود و کشمش و ...) بیشتر صدق می‌کند.

تبرک‌بخشی مضاعف: زائران علاوه بر این که یک شیء را در حرم طواف می‌دهند و آن را متبرک می‌کنند، آن را با سایر اعمال دینی همراه می‌کنند. به‌عنوان مثال تسبیح، چادر یا جانماز خریداری شده در حرم طواف داده می‌شود یا به در و دیوار حرم می‌کشند، پس از آن با جانماز یا چادر نماز می‌خوانند یا با تسبیح ذکر می‌گویند. به این نیت که اولین بار در حین زیارت و در داخل حرم استفاده شده و تقدس یافته است.

۲-۸. شیوه استفاده یا نگهداری تبرکی

زائران و اطرافیان آن‌ها تبرکی را به طرق گوناگونی از آن استفاده می‌کنند یا از آن نگهداری می‌کنند. در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است:

۲-۸-۱. تکینه‌سازی تبرکی

با تکینه‌سازی، شیء متبرک به دلیل ویژگی تقدس و ارزش منحصر به فرد آن، از چرخه کالایی خارج می‌گردد. طبق نظریه کویپتف (۱۹۸۶) تکینه‌سازی اشیا به صورت فردی یا جمعی صورت می‌گیرد. در اینجا تکینه‌سازی به صورت فردی (توسط زائر یا کسی که تبرکی به او اهدا می‌شود) و به دو شیوه انجام می‌شود:

- جدا کردن از سایر اشیا

- قرار دادن دور از دسترس دیگران

به دلیل تقدسی که تبرکی از آن برخوردار است زائر یا دریافت‌کننده تبرکی به شکل ویژه و متفاوت از سایر اشیا خانه با آن برخورد می‌کند. اگر تبرکی حتی شیء مذهبی باشد و در تعداد زیاد مشابه آن در خانه موجود باشد، شیء مذهبی متبرک بیش از سایر اشیای مشابه مورد مراقبت، توجه و علاقه قرار می‌گیرد و حتی جدا از دیگر اشیا نگه داشته می‌شود و در خانه جای خاصی به آن اختصاص داده می‌شود. برخی سعی می‌کنند که شیء متبرک در دسترس همه نباشد و در موارد خاص فقط خودشان از آن استفاده کنند. افرا (۴۶ ساله) انگشتر و مهر خریداری شده از مشهد را در جعبه‌ای خاص محافظت می‌کند: «یه جعبه خاصی دارم. مهر و تسبیح و انگشترای عقیق که از مشهد می‌برم توی جعبه نگه می‌دارم.» زهرا نیز می‌گوید: «در زیارت قبل برا مامانم که جانماز گرفتم یه کیسه براش درست کرده که سالم بمونه. پارسال براش یه تسبیح گرفتم همه ذکرشو با اون می‌گه هر جا می‌ره با خودش می‌بره. می‌گه وقتی مُردم اینو بذارین تو قبرم. تبرکی امام رضاست. شفاعتم رو می‌کنه.» یکی از اسبابی که خداوند برای آمرزش قرار داده، درخواست اولیای الهی در آخرت است؛ یعنی خدا آنان را واسطه در رسیدن فیض بخشش و مغفرت به بندگانی خاص قرار داده است. امام همان‌گونه که در دنیا، واسطه ورود پیرو خویش است، در آخرت نیز واسطه ورود پیرو خویش به بهشت می‌شود و او را با خود به آنجا وارد می‌کند (روحانی، ۱۳۸۴: ۱۴). لیلا (۳۵ ساله) دختر جوان تحصیل‌کرده‌ای است که در مناسک زیارتش نیز به لمس ضریح و طواف دادن اشیا در حرم اصراری ندارد (به دلیل ازدحام اطراف ضریح و محدودیت ورود اشیا به حرم). اما می‌گوید قرآنی که برای او از مشهد سوغات آورده‌اند، برای او معنا و حس متفاوتی دارد و تعلق خاطر ویژه‌ای به آن دارد. «برادرم یه قرآن از مشهد خریده بود. اون رو خیلی دوست دارم. اون حسش رو دوست دارم. چون رنگش هم سفیده. با اون حسم خوبه با این که قرآن دیگه تو خونه داریم. با همون ختم قرآن رو شروع کردم. با اون شروع کردم معنای قرآن رو خوندم. خودم سفارش داده بودم که برام قرآن بخره و فکر نمی‌کردم قرآن به این خوبی برام بخره. برام واقعا یه معنی دیگه داره. حس آرامشش یه چیزی دیگه است.» فریبا (۴۰ ساله) چندان قائل به بردن سوغات متبرک چندان مقید نیست، اما «مهر نماز»ی که برای خودش از مشهد برده است، به تدریج برای وی معنا و کارکردی فراتر از شیء متبرک یافته است: «مهبری

که هر روز باهش نماز می خونم و منو هر روز منو یاد امام رضا می اندازم. ولی همیشه باید اون باشه. وقتی یاد امام می افتم اگه بخوام خطایی هم بکنم، مانع می شه. خب تو زیارت رفتی بعدش باید متفاوت باشی. یا اینکه همیشه حق الناس بهت نهیب زده می شه، جلوی خیلی از خطاهای ناخواسته رو برام می گیره. اول فقط به این نیت که بلندتر بود و برای نماز راحت تر بودم خریدم. اما بعد کم کم این باورها در موردش شکل گرفت و معنوی شد. اقدام معمول دریافت کنندگان تبرکی ها «شخصی سازی» و «تکینه سازی» آن از یک کالای تولید انبوه به یک شیء شخصی است. آنچه به وضوح مشخص است، در باور زائر به دلیل وابستگی شیء متبرک به امر قدسی، از نوعی «خاص بودگی» برخوردار است و بر همین اساس زائران با اشیای متبرک پیوند روانی و عاطفی قوی برقرار می کنند.

۲-۸-۲. ترکیب و تسری تقدس آن با اشیای نامقدس

شیوه دیگری که زائران شیء متبرک را استفاده یا نگهداری می کنند، ترکیب آن با اشیای نامقدس دیگر است. برای زائر لباسی که حین زیارت بر تن داشته است، معنای دیگری دارد و معتقد است، طی مناسک زیارت تقدس مکان به لباس وی نیز تسری یافته است. به همین خاطر پس از بازگشت به خانه به دقت از آن مراقب می کند یا آن را در کنار لباس های دیگرش قرار می دهد یا دیگر لباس هایش را با لباس هایی که به زیارت رفته است، می شوید تا به این شیوه دیگر لباس هایش نیز متبرک شود. برخی زائران لباس هایشان را تا سال های سال حتی با وجود کهنگی آن را نگه می دارند. فاطمه برای لباس هایی که در حین زیارت برتن داشته ارزش بسیاری قائل است، از آن به شکلی خاص نگهداری می کند و آن را با دیگر لباس هایش می شوید تا تقدس آن به دیگر لباس هایش تسری یابد: «لباسی که بیارم اینجا متبرک کنم، کهنه هم بشه دیگه دور نمی اندازم. دو تا چادر به نیت زیارت امام رضا دوختم، ۲۰ سال پیش اولین باری که قسمت شد اومدم زیارت پوشیدمش دیگه نگه داشتم تا الان دارم... ما این لباسمون که باهش رفتیم زیارت از اینجا ببریم با کلی لباس دیگه می اندازیم تو ماشین لباس شویی که اونا هم تبرک بشه.»

ترکیب امر متبرک با دیگر اشیا به ویژه درباره تبرکی های خوراکی که زائران در حرم به رایگان دریافت می کنند (از جمله آب سقاخانه، نمک و برنج) صادق است. این رفتار در تمامی زائرانی که با آن ها مصاحبه شد، مشاهده گردید. زائر یا اطرافیان او، نمک یا برنج مقدس را با نمک و برنج موجود در خانه ترکیب می کنند تا آن ها نیز از ویژگی تبرک و تقدس آن برخوردار شوند. «نمکی که حرم داده می بردم با نمک سالیانه مخلوط می کردم و تو مصرف روزانه به کار می برم. یا برنج رو تو کیسه برنج برای تبرکی می ریزم.» برای مرضیه (۳۳ ساله) آب سقاخانه جایگاه ویژه ای دارد و اطرافیان نیز درخواست آن را داشته اند: «تنها چیزی که برامون خاصه همین آب سقاخونه است. تو شهر ما چون آب نوشیدن خونه تو منبع ۲۰ لیتری هست، آبی که از

حرم می‌بریم می‌ریزیم تو اون و بعد سعی می‌کنیم این ۲۰ لیتری تموم نشه. همیشه آب داشته باشه. تو مصرف روزانه مون و تو چای هر روزمون ازش استفاده می‌کنیم ... حتما حتما هم آب سقاخونه می‌بریم بابام خیلی علاقه دارن.»

۲-۸-۳. مصرف تدریجی

نمک، برنج و نبات اهدا شده از سوی حرم، به دلیل تقدس زیاد آن در نزد زائر، به صورت تدریجی و در بلندمدت استفاده می‌شود. اگر چه مقدار آن کم است اما زائر آن را با اعضای خانواده و نزدیکان خود تقسیم می‌کند تا آن‌ها نیز از تقدس و نیروی شفا بخش آن برخوردار شوند. «ولی شخصا هرچی که از حرم امام رضا برای من تبرکی آوردن حتی یه کم نمک یا برنج بوده، چند سال نگه داشتم. هر سال برنج می‌خرم، برنجی که برام آوردن می‌ذارم لابه‌لای برنجام نمی‌دونم چند ساله دارمش، واقعا برام برکت میاره». نمک یا برنجی که به‌عنوان تبرک از سوی حرم اهدا می‌شود به صورت بسته‌بندی است. زائر برنج و نمک را با مصرف روزانه مخلوط می‌کند یا برنج بسته‌بندی شده را داخل ظرف برنج قرار می‌دهد و آن را سال‌ها حفظ می‌کند.

این موضوع به‌ویژه درباره غذای مهمان‌سرا صدق می‌کند. از آنجا که غذای مهمان‌سرا کمیاب و از نظر زائر بسیار مقدس قلمداد می‌شود، زائری که موفق شده است سهمیه غذای مهمان‌سرا را به دست آورد، آن را با دیگر همراهان خود تقسیم می‌کند. یا تکه‌ای از نان آن را به نیت سلامتی، تبرک یا شفای بیمار به شهر خود می‌برد. مریم می‌گوید در سفر قبلی به مشهد «قسمت» شده است و ژتون مهمان‌سرا به شکل اتفاقی به او اهدا شده است: «مهمان‌سرا یه بار قسمتم شده. یه بار غذا گرفتم. بقیه‌اش رو دلم نیومد بخورم. بقیه‌اش رو بردم اصفهان. به هر نفر یک قاشق دادم. به نیت که نذر و تبرکی بخورین که امام رضا ان شاءالله حاجت رواتون کنه. یکی هم به نیت بخت‌گشایی غذا رو خورد». غذای مهمان‌سرا روزانه به شکل تصادفی بین زائران به صورت حضوری یا از طریق «اپلیکیشن رضوان» توزیع می‌شود. بوی خوش غذای مهمان‌سرا یکی از لذت‌های جدانشدنی زیارت حرم است که در صحن‌های اطراف مهمان‌سرا به مشام می‌رسد. تجربه غذای مهمان‌سرا آرزوی هر زائری است. زائر بر این باور است که با خوردن غذای مهمان‌سرا بر سفره امام مهمان بوده است، لذا برای او این غذا بسیار متبرک است و تقدس و برکت آن می‌تواند در شفای بیمار، تامین سلامتی و حتی رفع دیگر حوائج موثر واقع شود. تقریباً هر روزه صف طولانی از زائران را می‌توان دید که برای آن روز مهمانی حضرت قسمت‌شان شده است.

۲-۸-۴. استفاده در دیگر اعمال عبادی

به‌طور معمول اشیای مذهبی متبرک به دلیل تقدس مضاعفی که از آن برخوردارند در سایر اعمال مذهبی حتما از آن‌ها استفاده می‌شود. زائران از مهر، تسبیح، چادر، سجاده در نماز، زیارت، ذکر گفتن استفاده می‌کنند که از نظر آنان ثواب بیشتری به دنبال دارد. همچنین از خوراکی‌های

متبرک مانند زعفران، نبات و هل در غذاهای نذری که می‌پزند، استفاده می‌کنند. سیما (۲۶ساله): «برادرم زعفران و زرشک سفارش دادن. برادرم هر سال غذا نذری می‌دن، دوست دارن زرشک و زعفران غذای نذری شون رو از مشهد بگیرن که متبرک باشه.»

۳. نتیجه

در این پژوهش معنای تبرکی و سوغات متبرک، شیوه‌های تقدس‌بخشی و نگهداری آن بررسی و واکاوی شد. در نزد زائران امام رضا (ع) سوغات شهر مشهد، حاوی معانی متفاوتی از سوغات سایر شهرهای ایران است. اگرچه تصور بر آن است که سوغات زمانی که از زمینه اصلی خود خارج و در حوزه زندگی روزمره ادغام می‌شوند، ممکن است معانی، هاله یا اصالت خود را از دست بدهند اما به نظر می‌رسد این امر درباره سوغات سفر زیارتی کمتر رخ می‌دهد. زائر سوغات شهر مشهد را متبرک و مقدس می‌داند و آن را با انگیزه‌های متفاوتی، چون حفظ وضعیت مطلوب فعلی یا برای حل مسئله و مشکلات خود و اطرافیانش به همراه خود می‌برد. پس از بازگشت به خانه به شیوه‌های مختلفی چون تکنیک‌سازی و جداسازی سعی می‌کند از تقدس آن محافظت کند. تبرکی‌ها برای لحظه‌های بحرانی (مانند بیماری) یا مناسک‌گذار زندگی (چون تولد، ازدواج، ورود به مدرسه و دانشگاه و حتی مرگ) تاثیر گذارند. در فرهنگ عمومی ابتدا و آغاز هر کاری از ارزش و اهمیت دو چندان برخوردار است، لذا فرد تلاش می‌کند با مناسک و نمادهای خاصی آن را معنادار و ماندگار سازد. می‌توان گفت اشیای متبرک در اجتماع زائران امام رضا (ع) حک شده است. «حک کردن» فرایندی است که با آن، تاثیر یک نماد دینی بر اجتماع نهادینه می‌شود (عزیزآبادی و کیامپور، ۱۳۹۸: ۷۷). بدین معنا که اشیای متبرک زیارت امام رضا (ع) به‌عنوان بخشی از زیارت نهادینه شده است، نزد زائران معنا، تاثیر و کاربرد مشابهی دارد.

در ادراک زائران از تبرک دو معنای اصلی نهفته است: هدیه‌ای از سوی فردی خاص و مورد علاقه و یادگاری (نمادی از سفر زیارتی و امام). در پس تمامی برداشت‌ها و تعاریف، تبرکی به‌عنوان واسطه انتشار و تسری فیض و رحمت خداوند ادراک شده است. بین زائران طیف متفاوتی بر حسب تجربه بردن تبرکی مشاهده شد. در یک سوی طیف، زائرانی هستند که تبرکی نقش پررنگی در سفر زیارتی آنان دارد و تلاش می‌کنند برای خود و اطرافیان‌شان سفر معنوی زیارتی را در قالب اشیا متبرک معنادار و ماندگار کنند. زائران برای امام رضا (ع) تقدس بسیاری قائل هستند؛ بنابراین حرم ایشان و هر چیزی را که منسوب به این مکان باشد مقدس می‌دانند. در مقابل گروهی دیگر، متبرک شدن را در روح تجربه زیارت تعریف می‌کنند. ارتباط قلبی با امام حین زیارت را عین متبرک شدن می‌دانند و به دعا و طلب خیر و انجام اعمال عبادی برای اطرافیان به‌عنوان سوغات متبرک سفر زیارتی بسنده می‌کنند. از طرف دیگر مشکلات اقتصادی

و تورم قدرت خرید سوغات زائر را در شهر مشهد تحت الشعاع قرار داده و قدرت خرید زائران ایرانی را کاهش داده است. در مصاحبه‌های انجام شده، اغلب افراد به محدود کردن تعداد اقلام خریداری شده و دریافت کنندگان سوغات اشاره کرده‌اند. زائران تنها برای اطرافیان نزدیک خود سوغاتی می‌برند یا صرفاً برای کودکان خانواده خرید می‌کنند. این موضوع درباره سوغاتی‌های گران‌قیمتی مانند زعفران و زرشک بیشتر صدق می‌کند. لذا می‌توان گفت قیمت کالاها به عنوان سوغات متبرک برای زائران نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. از طرفی برخی اشیای متبرک مانند فرش و سنگ متبرک که قیمت بیشتری دارند، دسترسی نابرابرانه به اشیای مقدس در بین زائران را رقم می‌زند. این پژوهش به شکل کیفی بوده و با محدودیت‌هایی چون تمرکز بر گروه زائران همراه بوده است. بررسی گروه مجاوران و ادراک آنان از تبرکی و اشیای متبرک در حرم نیز می‌تواند درک از تبرک و معنای آن را نزد زائران حرم امام رضا (ع) وسعت بخشد. انجام مطالعات بین فرهنگی برای بررسی تفاوت در ادراکات، ترجیحات و رفتار در خرید سوغاتی متبرک زائران از قومیت‌ها و ملیت‌های مختلف (مطالعه زائران غیرایرانی) نیز ارزشمند خواهد بود.

پی‌نوشت

۱. سازه‌های مشبکی از طلا، نقره، مس یا چوب و جز آن است که بر روی قبر امام، امامزاده یا بزرگان مذهبی می‌نهند.
۲. گلدان‌های بالای ضریح روزانه عوض می‌شود. در چند سال اخیر که گل‌های روز قبل در فرایندی مکانیزه و بهداشتی خشک شده و بسته‌بندی و به زائران به عنوان تبرک داده می‌شود.
۳. سقاخانه به فضاهای کوچکی در معابر عمومی گفته می‌شد که ایرانیان برای آب‌دادن به رهگذران به انگیزه کسب ثواب می‌ساختند و به تدریج به نماد مذهبی تبدیل و وارد مراسم عزاداری شیعیان گردید. در صحن انقلاب (صحن عتیق) حرم سقاخانه قدیمی به نام سقاخانه اسماعیل طلا (اسمال طلا) قرار دارد.

منابع

- استراوس، آنسلم، کوربین، جولیت. (۱۳۹۵). *مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای*. ترجمه ابراهیم افشار. تهران: نشر نی.
- البیاتی، صباح علی. (۱۳۹۵). *تبرک به اولیا، صلحا و مشاهد مقدسه*. ترجمه حسین عربی. قم: مجمع جهانی اهل بیت (ع).
- اصغری، حدیثه. (۱۳۹۹). «مطالعه تطبیقی مفهوم برکت در ادیان ابراهیمی». *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. رشته الهیات گرایش ادیان و عرفان. دانشگاه سیستان و بلوچستان.
- پورامینی، محمداقبر. (۱۳۹۷). *منزلت زیارت حرم امام رضا (ع)*. مشهد: انتشارات قدس رضوی.
- تنهایی، ابوالحسن. (۱۳۹۴). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: نشر مرندید.
- بستان، زهرا. (۱۴۰۰). «بررسی رفتار خرید سوغات زائران در نوروز ۱۴۰۰». *طرح پژوهشی*. مرکز ارتباطات و رسانه آستان قدس رضوی.
- خاتمی، سارا سادات. (۱۳۹۳). «تبرک یافتن از دیدگاه مسیحیت کاتولیک و شیعه اثناعشری». *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه ادیان و مذهب.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۳). *صور بنیانی حیات دینی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.

- رفیعی، هادی. (۱۳۹۶). «تدوین افزایش سهم صنایع دستی در سوغات سفر و زیارت». طرح پژوهشی. سازمان گردشگری و میراث فرهنگی خراسان رضوی.
- رضوی‌زاده، ندا؛ فروغ‌زاده، سیمین. (۱۳۹۵). «تحلیل رفتار خرید سوغات در میان زائران شهر مشهد». *مطالعات اجتماعی گردشگری*. دوره ۴، شماره ۸، صص: ۲۳-۴۹.
- روحانی، کاظم. (۱۳۸۴). *شفاعت و توسل*. تهران: نشر معارف.
- قاسمی اشکفتکی، اسما. (۱۳۹۵). «برکت، مصادیق، ابعاد و آثار آن در قرآن و حدیث». پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده اصول الدین. رشته الهیات و معارف اسلامی.
- عزیزآبادی، زهره؛ کیانپور، مسعود. (۱۳۹۸). «جامعه‌شناسی احساسات مذهبی در زندگی روزمره (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران)». *جامعه‌شناسی کاربردی*. دوره ۳، شماره ۱، پیاپی ۷۳، صص: ۷۳-۹۰.
- مجیدی خامنه، فریده. (۱۳۹۸). «بررسی مردم‌شناختی تربت (خاک مقدس) از زاد تا مرگ، مطالعه موردی تربت سیدالشهدا (ع)». *رهیافت فرهنگ دینی*. سال دوم، شماره هشتم، صص: ۵۹-۸۲.
- نودهی، فرامرزی؛ بهروان، حسین؛ یوسفی، علی؛ محمدپور، احمد. (۱۳۹۳). «بازشناسی مفهوم سوغات در گردشگری مذهبی مشهد». *راهبرد اجتماعی فرهنگی*. سال چهارم پاییز ۱۳۹۳، شماره ۱۲، صص: ۱۹۳-۲۱۷.
- Anderson, L. F., & Littrell, M. A. (1996). Group profiles of women as tourists and purchasers of souvenirs. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 25(1), 28-56.
- Asghari, H. (2019). "Comparative study of the concept of blessing in Abrahamic religions". Master's thesis. Theology field, religion and mysticism. University of Sistan and Baluchistan. [In Persian].
- Asplet, M., & Cooper, M. (2000). Cultural designs in New Zealand souvenir clothing: the question of authenticity. *Tourism Management*, 21(3), 307-312.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. *Qualitative research*, 1(3), 385-405.
- Azizabadi, Z. Kianpour, M. (2019). "Sociology of Religious Emotions in Everyday Life (Case Study: Tehran University Students)". *Applied sociology*. Volume 30, Issue 1 - Serial Number 73. March 2019, 73-90. [In Persian]
- Bayati, S. A. (2015). Blessings to parents, peace and holy sight. Translated by Hossein Arabi. Qom: World Assembly of Ahl al-Bayt. [In Persian].
- Belk, R. W., Wallendorf, M., & Sherry Jr, J. F. (1989). The sacred and the profane in consumer behavior: Theodicy on the odyssey. *Journal of consumer research*, 16(1), 1-38.
- Bostan, Z. (2021). "Investigation of buying behavior of pilgrims in Nowruz". Research Project. Astan Quds Razavi Communication and Media Center. [In Persian]
- Butler, R. W. (1991). West Edmonton Mall as a Tourist Attraction. *The Canadian Geographer*: 287-295.
- Collins-Kreiner, N., & Zins, Y. (2011). Tourists and souvenirs: Changes through time, space and meaning. *Heritage Tourism*, 6(1), 17-27

- Decrop, A., & Masset, J. (2011). I Want This Ramses' Statue: Motives and Meanings of Tourist Souvenirs. *Sustainability of Tourism: Cultural and Environmental Perspectives*.
- Durkheim, E. (2016). The elementary forms of religious life. In *Social theory re-wired* (pp. 52-67). Routledge.
- Doney, S. (2013). The Sacred Economy: Devotional Objects as Sacred Presence for German Catholics in Aachen and Trier, 1832-1937. *The international journal of religious tourism and pilgrimage*, 1(1), 62-71 .
- Ghasemi Ashkeftaki, A. (2015). "Blessing, its examples, dimensions and effects in the Qur'an and Hadith". Master's thesis. Usul al-Din College. Department of Theology and Islamic Studies. [In Persian].
- Gordon, B. (1986). The souvenir: Messenger of the extraordinary. *Journal of popular culture*, 20(3), 135.
- Grayson, K., and D. Shulman. 2000. "Indexicality and the Verification Function of Irreplaceable Possessions: A Semiotic Analysis." *Journal of Consumer Research* 27 (June): 17-30.
- Kaell, H. (2012). Of gifts and grandchildren: American Holy Land souvenirs. *Journal of Material Culture*, 17(2), 133-151.
- Khatami, S. (2013). "Being blessed from the point of view of Catholic Christianity and Twelver Shia". Master's thesis. University of Religions. [In Persian]
- Kim, S., & Littrell, M. A. (1999). Predicting souvenir purchase intentions. *Journal of Travel Research*, 38(2), 153-162.
- Kim, S., & Littrell, M. A. (2001). Souvenir buying intentions for self-versus others. *Annals of tourism research*, 28(3), 638-657.
- Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commoditization as process. *The social life of things: Commodities in cultural perspective*, 68, 70-73.
- Littrell, M. A. (1990). Symbolic significance of textile crafts for tourists. *Annals of Tourism research*, 17(2), 228-245.
- Majidi Khamene, F. (2018). "Anthropological investigation of Torbat (sacred soil) from birth to death". *Religious culture approach*. Vo. 2. N. 8. 59-82. [In Persian]
- Masset, J., & Decrop, A. (2021). Meanings of Tourist Souvenirs: From the Holiday Experience to Everyday Life. *Journal of Travel Research*, 60(4), 718-734.
- Moufahim, M. (2013). Religious gift giving: An ethnographic account of a Muslim pilgrimage. *Marketing theory*, 13(4), 421-441.
- Moufahim, M., & Lichrou, M. (2019). Pilgrimage, consumption and rituals: Spiritual authenticity in a Shia Muslim pilgrimage. *Tourism Management*, 70, 322-332.

- Morgan, N., & Pritchard, A. (2005). On souvenirs and metonymy: Narratives of memory, metaphor and materiality. *Tourist studies*, 5(1), 29-53.
- Nance, S. (2007). A facilitated access model and Ottoman Empire tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1056-1077.
- Nudehi, F. & Behrvan, H. & Yousefi, A. & Mohammadpour, A. (2013). "Recognizing the concept of souvenirs in the religious tourism of Mashhad". *Socio-cultural strategy*. Autumn 2013. N. 12, 193-217. [In Persian].
- Paraskevidis, P., & Andriotis, K. (2015). Values of souvenirs as commodities. *Tourism Management*, 48, 1-10.
- Pinto, P. G. (2007). Pilgrimage, commodities, and religious objectification: the making of transnational Shiism between Iran and Syria. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 27(1), 109-125.
- Pouramini, M. B. (2017). The dignity of visiting the shrine of Imam Reza . Mashhad: Qods Razavi Publications. [In Persian].
- Rafii, H. (2016). "Preparation to increase the share of handicrafts in travel and pilgrimage souvenirs". Research Project. Khorasan Razavi Tourism and Cultural Heritage Organization. [In Persian].
- Ramsay, N. (2008). Forging connections: Tracing the fragmentary lives of tourist souvenirs in Swaziland and the UK (Doctoral dissertation, University of Sheffield).
- Razavizadeh, N. Foroughzade. S. (2015). "Exploring the Souvenir purchasing behaviour (Case study: Mashhad Pilgrims)". *Social studies of tourism*. Volume 4. Autumn-Winter. N.8. pp. 23-49. [In Persian].
- Rouhani, K. (2006). *Intercession and appeal*. Tehran: Maarif Publishing. [In Persian].
- Shackley, M. (2006). Empty bottles at sacred sites: religious retailing at Ireland's national shrine. In *Tourism, religion and spiritual journeys* (pp. 110-119).
- Shtudiner, Z., Klein, G., Zwilling, M., & Kantor, J. (2019). The value of souvenirs: Endowment effect and religion. *Annals of Tourism Research*, 74, 17-32.
- Sinha, Vineeta (2007) *Merchandizing' Hinduism: commodities, markets and possibilities for enchantment, Religious Commodification in Asia Marketing Gods, Kitiarsa, Pattana*, Routledge Studies in Asian Religion and Philosophy. First published by Routledge.
- Sthapit, E., & Björk, P. (2019). Relative contributions of souvenirs on memorability of a trip experience and revisit intention: A study of visitors to Rovaniemi, Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 1-26.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Jan. isbn, 803932502, 270.

- Swanson, K. K., & Horridge, P. E. (2004). A structural model for souvenir consumption, travel activities, and tourist demographics. *Journal of Travel Research*, 42(4), 372-380.
- Swanson, K. K. (2004). Tourists' and retailers' perceptions of souvenirs. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 363-377.
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2006). Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management*, 27(4): 671 – 663.
- Swanson, K. K., & Timothy, D. J. (2012). Souvenirs: Icons of meaning, commercialization and commoditization. *Tourism management*, 33(3), 489-499.
- Tanhaie, A. (2014). *Sociological Theories*. Tehran: Marandiz. [In Persian]
- Timothy, D. J. (2005). *Shopping tourism, retailing and leisure*. Channel View Publications.
- Wilkins, H. (2011). Souvenirs: What and why we buy. *Journal of travel Research*, 50(3), 239-247.





پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی