



Phenomenology of Action of Imam Riḍā's (pbuh) Pilgrimage; A Case Study in Winter 2018

Yahya Bouzri Nejade¹, Mohammad Hosein Jamal Zade², Ali Hatam Zade³

1. Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Iran₃ (Corresponding Author): y_bouzarinejad@ut.ac.ir

2. Ph.D. student of Muslim Social Sciences, University of Tehran, Iran: jamalzadeh@ut.ac.ir

3. Ph.D. student of Muslim social science, University of Tehran, Iran: alihatamzadeh2016@gmail.com

Article Info

Abstract

Article Type:

Research Article

Article History:

Received:

December 08, 2022

In Revised Form:

January 7, 2023

Accepted:

January 16, 2023

Published Online:

May 21, 2024

By the development of the sociology of religion, pilgrimage as a social religious activity has also received the attention of social science researchers. In the phenomenological approach creatively, activists experience the principle of social action, and this lived experience emerges in the consciousness of others in an inter-subjective way. This research was conducted with the aim of understanding the knowledge and understanding of the lived experience of pilgrims and how to construct the phenomenon of pilgrimage and understand the meaning of the experience of pilgrimage by paying attention to the inter-subjective sharing of the pilgrims of the shrine of Imam Riḍā (pbuh) based on a phenomenological approach. The main technique used in this research is the interview, and a situation has been created for the pilgrim to describe his view of the experienced world using his own language and words. Interviews were conducted based on the religiosity conceptual model of Shojaizand with 5 samples of men with different personality types and the following results were obtained: Pilgrimage has cognitive, emotional and practical aspects. Pilgrims in the cognitive dimension seek to gain knowledge about the Imam and recognize the fact that the Imam is a mediator to reach his god; therefore, they pay attention to the Imam's kindness towards them. In the emotional dimension, the pilgrimage brings a sense of peace and humility through individual and collective worship in the shrine of Imam Riḍā (pbuh) and the observance of morals by the pilgrims as much as possible. In the practical aspect, pilgrims demonstrate their adherence to the law by performing certain rituals and paying attention to individual and collective tasks.

Keywords

Phenomenology, Pilgrimage, Action, Imam Riḍā (as), Religiosity.

Cite this The Author (s): Bouzri Nejade, Y., Jamal Zade, M.H., Hatam Zade, A., (2023). Phenomenology of Action of Imam Riḍā's (as) Pilgrimage; A Case Study in Winter 2018 : Quarterly Scientific Journal of Farhang Razavi. Year 12, Issue 1, Spring 2024, Serial Number 45- (25-57)- [DOI:10.22034/farzv.2023.375928.1831](https://doi.org/10.22034/farzv.2023.375928.1831).

Introduction

The city of Mashhad is the most important pilgrimage center in Iran due to the presence of the royal court of Imam Reza (pbuh), which welcomes many pilgrims from all over the country and the world every year. Although people offer various motivations and reasons for choosing their travel destination; But in pilgrimage cities such as Mashhad, the main reason for traveling is visiting the shrine of the 8th Imam of Shiites and visiting his shrine. The existence of Hazrat Raza's (pbuh) holy shrine and the general desire of pilgrims to visit the holy shrine of Razavi is an issue that should be further investigated in order to understand the religious beliefs and actions taken by them, to open the way for the issues related to the actions and reactions of the pilgrims and Aṣṭan Quds Razavi and related institutions. Therefore, it is necessary to analyze the lived experiences of this enormous capacity of the pilgrim with a more detailed and deeper look in continuation of the previous research in this field.

What can be inferred from the conceptual models of religiosity from the western theorists of this field, each of them emphasized a part of the concepts of religiosity. However, these western models have flaws in terms of being generalizable in the non-native environment outside of the Christian and modern West, as well as ignoring the rules and adherence to the Sharia, the lack of necessary separation between the model and the measure, and the lack of sufficient attention to the social dimension of religion and the non-religiousness of the society. Therefore, the need for a comprehensive model to measure religiosity and in this research "phenomenology of pilgrimage" is felt. Therefore, Alireza Shojaizand's religiosity measurement model has been chosen as the theoretical basis of this research. The most important feature of Shojaeizand's religiosity measurement model is based on the phenomenological content of religion and considering the truth of religiosity, of which pilgrimage is one of its common examples in all its dimensions and works and manifestations, as well as based on religious concepts and aspects of Islamic-Iranian religiosity and Iran's social contexts. It is designed. Shojaeizand believes that "religiosity has dimensions and components that originate from different aspects of religion and in turn has a relationship with the dimensions of human existence" (Shojaeizand, 2004). Therefore, in the model he has presented for measuring religiosity, he has tried to express the logical relationships between these categories on the one hand, and on the other hand, in addition to "dimensions", the manifestations of religiosity such as "works" and its deep "consequences" that are measured are used to show" (ibid.). In Shojaeizand's religiosity measurement model, the five dimensions of religion are listed as follows: being a believer, being a believer, being a person of worship, acting morally, being religious (ibid.: 53).

Method

The method used in this research is qualitative and using phenomenological method.

Qualitative methods mostly deal with the production of argumentative descriptions and the discovery of meanings and interpretations of social actors (Beliky, 2015: 301). This method allows researchers to tap into participants' inner experiences, and discover how meanings are formed through and within culture. In phenomenological research, the researcher identifies the essence of human experiences about a phenomenon - as described by the participants in the research. Understanding the "live experiences" of phenomenology as a kind of philosophy as well as a method and procedure that requires the study of a small number of subjects (subjects) and in which the researcher tries to reveal the formed "patterns and semantic relations" by establishing a close relationship with the participants. (Cresol, 2011: 38). In order to understand these lived experiences and understand patterns and common semantic relationships, the seven-step phenomenological method of Aspers has been used in this research. The choice of this method is that in the seven stages of this method, in addition to the analysis of the collected data, attention is also paid to their relationship with the evidence in scientific texts and the experimental field of past studies.

Discussion and conclusion

The findings of the research were analyzed based on Groenewald's text analysis method, after conducting interviews with 5 men on three levels, the main theme, clustering of semantic units and semantic units based on the conceptual model of Shujaizand's religiosity. First, the semantic units were selected, then clusters were formed based on the similarities of the semantic units. In order to explain the mentioned religiosity model, preferably, the main themes of the phenomenon of pilgrimage were chosen based on the Shujaeizand model in the field of religiosity, with exactly the same titles mentioned in the model.

In the phenomenological method, we are looking for the intersubjective commonalities of the participants, which in the present research are the intersubjective commonalities of the pilgrims under the title of general characteristics of the pilgrimage of Imam Reza (pbuh.), extracting the grade from the commonalities in the field of pilgrimage customs, emotions and feelings, beliefs, adherence to Sharia and motivations. The following can be mentioned:

Clusters	Semantic unit
Pilgrimage customs	Greetings, ablution, reading pilgrimage, reading Quran, praying
Emotions and feelings	Peace and security, humility, devotion
Beliefs	The infallibility of the Imam, the authority of the Imam, being from the family of the Prophet, being a mediator and intercessor, the Imam's departure.
Acting according to Sharia	Observance, interactions, purity
motivations	Only for the purpose of pilgrimage

The general characteristics of Imam Reza (PBUH) pilgrimage based on the fourth stage of Groenewald's definition of semantic units

Clusters	Semantic unit
How to perform the pilgrimage	Ghushl, touching the shrine, kissing the shrine, prostration of ,thanksgiving, saying dhikr, sending blessings
Pilgrimage quantity	many time and the amount of stay
Emotions and feelings of pilgrimage	.Crying, feeling ashamed
Demands	Seeking a job, needing, the grace of Imam Zaman (pbuh), a good end, helping others, health

The distinguishing features of Imam Reza (pbuh) pilgrimage based on the fourth stage of Groenewald's definition of semantic units

The concept of religious consequence refers to the impact of religiosity on social relationships and structures, for example, removing gaps and discontinuities and creating resistance against existing adversities and injustices. The consequence dimension measures a person's behavior and actions during and after the act of pilgrimage.

Central theme	Semantic unit
Intuition	Self-knowledge, resurrection memory,
Semanticism	Humility, forgetfulness, being sought after, mental changes, lightness of society's problems
Being moral	Care, trying to apply ethics in relationships and interactions
Being pious	The feeling of helping others, paying attention to the people around you, paying more attention to religious practices

Consequences of pilgrimage to Imam Reza (pbuh) based on the sixth step of Aspers' phenomenology

The results of the present analysis, according to previous researches, clearly show that the experience of pilgrimage is a spiritual and mystical experience. Pilgrimage is a social and religious reality. This phenomenon is effective in strengthening the religious attitudes of people in the society, depending on the motivation of the pilgrims, pilgrimage is a multifaceted action that can be emotional, traditional, valuable and purposeful. The diversity of phenomenology in tourists' experienc-

es can be attributed to their different and diverse motivations, which are due to individual and cultural conditions. Imam (pbuh.) is the center of pilgrims' pilgrimage, the knowledge and understanding that pilgrims acquire before and after performing pilgrimage by reciting supplications and supplications to show more devotion to Imam (pbuh.) is consistent with the findings of Mohammadi et al.'s research. The findings of this research show that pilgrimage provides a platform for pilgrims to connect their love and feelings of affection towards God Almighty through the mediation of Imam (pbuh.), which Yousefi et al. named as attraction. Pilgrims' experience of visiting Imam Reza (PBUH) shows that pilgrims are often seeking freedom from the constraints of everyday life and escaping from monotony and seeking to suspend material and worldly affairs and a surreal experience and to stay away from worldly preoccupations and meditation and revelations. They think about how to cross the boundaries that surround his existence. This liberation causes self-discovery and changes the person's mood to the point where he considers the shrine as a safe place far away from his relatives.

References

- Aspers, Patrick, (2004), "Empirical Phenomenology An Approach for Qualitative Research", **Social Research Methods Qualitative Series**, 9, pp.1-15.
- Blakey, Norman. (2015). **Social research design**. Translated by Hasan Chavoshian. Tehran: Ney. [In Persian]
- Creswell, John. (2011). **Qualitative survey and research design: choosing among five approaches**. Translated by Hassan Danaeifard and Hossein Kazemi. Tehran: Safar. [In Persian]
- Groenewald, Thomas (2004) "A Phenomenological Research Design Illustrated", **International Journal of Qualitative Methods**, 3 (1): 1-26.
- Shojaizand, Alireza. (1384). "A model for measuring religiosity in Iran". **Sociology of Iran**. Volume 6. Number 1. Pages: 66-34.



پروشکاه علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



پدیدارشناسی کنش زیارت امام رضا علیه السلام: مطالعه موردی در زمستان ۱۳۹۸

یحیی بوذری نژاد^۱، محمدحسین جمالزاده^۲، علی حاتمزاده^۳

y_bouzarinejad@ut.ac.ir

jamalzadeh@ut.ac.ir

alihatomzadeh2016@gmail.com

۱. نویسنده مسئول، دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ایران. رایانامه:

۲. دانشجوی دکتری دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه تهران، ایران. رایانامه:

۳. دانشجوی دکتری دانش اجتماعی مسلمین دانشگاه تهران، ایران. رایانامه:

اطلاعات مقاله	چکیده
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۹/۱۷	با رونق گرفتن جامعه‌شناسی دین، زیارت نیز به‌عنوان کنشی دینی اجتماعی مورد توجه پژوهشگران علوم اجتماعی قرار گرفته است. در رویکرد پدیدارشناسانه به‌صورت خلاقانه، کنشگران اصل عمل اجتماعی را تجربه می‌کنند و این تجربه زیسته به‌صورت میان ذهنی در آگاهی دیگران نیز پدیدار می‌شود. این پژوهش با هدف پی بردن به آگاهی و فهم تجربه زیسته زائران و نحوه ساخت پدیدار زیارت و درک معنای تجربه زیارت از طریق توجه به اشتراک میان ذهنی زائران حرم امام رضا <small>علیه السلام</small> بر اساس رویکردی پدیدارشناسانه انجام گرفته است. اصلی‌ترین تکنیک مورد استفاده این پژوهش نیز مصاحبه است و موقعیتی فراهم آمده تا زائر دیدگاه خود را درباره دنیای تجربه شده با استفاده از زبان و لغات خاص خود تشریح کند. مصاحبه‌ها بر اساس الگوی مفهومی دینداری شجاعی‌زند با ۵ نمونه مرد با تیپ‌های شخصیتی متفاوت انجام گرفته و نتایج ذیل حاصل شد: زیارت دارای ابعاد معرفتی، عاطفی و عملی است. زائران در بعد معرفتی در پی کسب معرفت نسبت به امام و شناخت این حقیقت هستند که امام واسطه‌ای است برای رسیدن به معبود خویش؛ بنابراین به جلب مهربانی امام نسبت به خود توجه دارند. در بعد عاطفی زیارت احساسی از آرامش و خشوع را از طریق انجام فردی و جمعی عبادات در حرم امام رضا <small>علیه السلام</small> و رعایت هرچه بیشتر اخلاقیات از سوی زائران را در پی دارد. در بعد عملی زائران با انجام آدابی معین و اهتمام در عمل به تکالیف فردی و جمعی، میزان پایبندی و متشرع بودن خود را به نمایش می‌گذارند.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۰/۱۷	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۰/۲۶	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۳/۰۱	
کلیدواژه‌ها	پدیدارشناسی، زیارت، کنش، امام رضا <small>علیه السلام</small> ، دینداری.

استاد: بوذری نژاد، یحیی، جمالزاده، محمدحسین، حاتمزاده، علی: (۱۴۰۳). پدیدارشناسی کنش زیارت امام رضا علیه السلام: مطالعه موردی در زمستان ۱۳۹۸: فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگ رضوی، سال ۱۲، شماره ۱، بهار، شماره پیاپی ۴۵ - (۵۷-۲۵).

[DOI:10.22034/farzv.2023.375928.1831](https://doi.org/10.22034/farzv.2023.375928.1831)

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

مقدمه

جامعه‌شناسی دین به مسئله نقش و اهمیت دین به معنای عام در جوامع بشری و نیز به اهمیت باورداشت‌ها و عملکرد گروه‌ها و جوامع خاص می‌پردازد (همیلتون، ۱۳۸۷: ۱۰). اهمیت این باورها و عملکرد گروه‌های مذهبی هیچ‌گاه از چشم جامعه‌شناسان اولیه و متأخر دور نمانده است. جامعه‌شناسان اولیه مانند کنت، دین را بنیاد نظم اجتماعی (آرون، ۱۳۸۴: ۱۲۲) و دورکیم، دستگاهی همبسته از باورها و اعمال مربوط به امور لاهوتی و آسمانی یعنی مجزا از امور ناسوتی و زمینی می‌دانستند (دورکیم، ۱۳۸۳: ۶۳).

از نظر گتورگ زیمل نیز دین برای انسان، وحدت‌بخش و فرمی است که انسان می‌تواند تمام احساسات متناقض خود را در آن سامان دهد (خانی، ۱۳۹۵: ۳۸). در اندیشه متأخرین جامعه‌شناسی مانند رابرت بلا، دین همچنان نیروی تراز اول اجتماعی است (سیدمن، ۱۳۸۶) این نیروی تراز اول اجتماعی در نگاه پیتر برگر از سرچشمه‌های عمده‌ای است که انسان‌ها در اعصار گوناگون کوشیده‌اند از طریق آن، وجودشان را معنا کنند (همیلتون، ۱۳۸۷: ۲۶۵).

شهر مشهد به دلیل وجود بارگاه ملکوتی حضرت امام رضا علیه‌السلام مهم‌ترین قطب زیارتی در ایران است که هر سال پذیرای زائران بسیاری از اقصی نقاط کشور و جهان است. هرچند افراد انگیزه‌ها و دلایل گوناگونی را برای انتخاب مقصد سفر خود ارائه می‌دهند؛ اما در شهرهای زیارتی مانند مشهد عمده‌ترین انگیزه سفر، تشریف به مرقد امام هشتم شیعیان و زیارت مرقد اوست. مطابق آمار استانداری خراسان رضوی در سال ۹۶، بیش از ۳۱ میلیون نفر وارد مشهد شدند که این میزان نسبت به سال گذشته ۱۰ درصد افزایش یافته است (فروزان، ۱۳۹۷).

وجود مضجع شریف حضرت رضا علیه‌السلام و تمایل فراگیر زائران برای تشریف به حرم مطهر رضوی موضوعی است که بیشتر باید مورد بررسی قرار گیرد تا با فهم اعتقادات، باورهای دینی و اعمال صورت‌گرفته توسط آن‌ها، راهگشای مسائل مربوط به کنش و واکنش زائران و مجموعه آستان قدس رضوی و نهادهای مربوطه باشد. پس ضروری است با نگاهی دقیق‌تر و عمیق‌تر به واکاوی تجربیات زیسته این ظرفیت عظیم زائر در ادامه تحقیقات قبلی صورت‌گرفته در این زمینه پرداخته شود؛ بنابراین با شناخت صحیح زائران بر اساس روش‌های علمی جامعه‌شناختی می‌توان از مشکلاتی که در سطح اماکن متبرکه شاهد آن هستیم به‌طور جدی کاست و شاهد تسری آن به سطح اجتماع نیز بود. به این منظور باید مستقیم سراغ خود زائر رفت و از تجربه زیسته آنان در جهت حل این مشکلات کمک جست.

۱. مفاهیم

۱-۱. پدیدارشناسی

پدیدارشناسی از نظر لغوی عبارت است مطالعه پدیده‌ها از هر نوع و توصیف آن‌ها با در نظر گرفتن نحوه بروز و تجلی آن‌ها، قبل از هرگونه ارزش‌گذاری، تأویل یا قضاوت ارزشی (امامی، ۱۳۹۱). این سنت فلسفی که توسط کانت بنیان نهاده شده است (ر. ک: اسپیلبرگ و شومان، ۱۳۹۳) می‌خواهد از مرحله شناخت عینیات و اعراض فراتر رود و به فهم ذات اشیا، به معنای آنچه در ورای پدیدارهاست، دست یابد (قائم‌نیک و زروانی، ۱۳۹۲: ۵۳ - ۵۵). پدیدارشناسی این فکر را القا می‌کند که شناخت از معنی ساخته شده است و در این مقام نمی‌توان آن را در معرض شک و تردید قرار داد (توسلی، ۱۳۸۶: ۳۳۸). پدیدارشناسی هوسرل پایبند به این است که در لایه‌های گوناگونی که کنشگران در جهان واقعی می‌سازند، رخنه کند تا ساختار اساسی آگاهی را دریابد (ریتزر، ۱۳۸۴: ۳۲۷). پدیدارشناسی هوسرل دارای چهار اصل کلی است: ماهیت توصیفی، نبود تمایز بین بود و نمود، التفات، تعلیق حکم (بودی‌نژاد، ۱۳۹۹: ۸۵ و ۸۶).

آلفرد شوتس نخستین کسی بود که پدیدارشناسی را با جامعه‌شناسی تلفیق کرد. از نظر شوتس موضوع بررسی جامعه‌شناسی، همان شیوه‌ای است که انسان‌ها از طریق آن جهان زندگی روزانه را می‌سازند یا می‌آفرینند (همان: ۳۳۱). وی در چهارچوب تجزیه و تحلیل خود از جهان زندگی، نوعی توصیف کامل از پدیدارشناسی و زندگی روزمره ارائه می‌دهد. این توصیف که عمدتاً بر روی دیدگاه‌های پس از هوسرل درباره سنتز غیرفعال و پدیدارشناسی پدیدارشناسانه ترسیم شده، بی‌تردید یکی از بهترین جنبه‌ها و تأثیرگذارترین جنبه‌های کار شوتس است (Emanuel Gros, 2017: 66). شوتس که ریشه اندیشه‌اش را از هوسرل گرفته بود، سعی کرد نشان دهد پدیده، یکی از اشیا یا یک دسته از اشیا در کنار دیگر اشیا نیست؛ همه چیز عالم می‌تواند پدیده باشد، البته باید به طریقی خاص به آن نگریست. پدیدار چیزی فراتر از یک امر ظاهری است و به هر شکل و صورتی که باشد، واقعیت اجتماعی است و صرفاً با توجه به مسلم بودنش برای همگان و عینی بودنش اطلاق می‌شود (فخرزادع، ۱۳۹۱: ۱۴۹). در جامعه‌شناسی پدیدارشناسانه آلفرد شوتس چهار قلمرو را می‌توان جست‌وجو کرد: ۱. قلمرو واقعیت اجتماعی؛ ۲. قلمرو معنی؛ ۳. ساخت اجتماعی، عینیت‌بخشی و جبر؛ ۴. دانش، معرفت، جامعه‌شناسی تجربی (توسلی، ۱۳۸۶: ۳۶۱).

۱-۲. کنش

اصطلاح کنش بر یک فراگرد فعالانه، خلاقانه و ذهنی دلالت دارد (ریتزر، ۱۳۸۴: ۵۲۹). این فراگرد فعالانه از نظر ماکس وبر با توجه به معانی ذهنی که انسان‌های کنشگر به کنش‌هایشان نسبت

می‌دهند و جهت‌گیری‌های متقابل این کنش‌ها در چهارچوب زمینه‌های تاریخی اجتماعی موضوع علم جامعه‌شناسی است (کوزر، ۱۳۸۵: ۳۰۰). از نظر وبر کنش‌های اجتماعی چهار دسته‌اند:

۱. کنش عقلانی معطوف به هدف: در این نوع کنش هم هدفی که فرد آن را دنبال می‌کند و هم راهنمایی که برمی‌گزیند بر اساس اصولی بخردانه و عقلانی که مورد قبول و مشروعیت حقوقی جمع قرار گرفته، شکل می‌گیرد.

۲. کنش عقلانی معطوف به ارزش: زمانی که فقط اهداف، عقلایی و بخردانه است؛ اما راه‌های انتخابی برای رسیدن به اهداف عقلایی نیست.

۳. کنش عاطفی یا انفعالی: در اینجا راه و روش انتخابی و فعالیت انسان و فرد کنشگر مطرح است.

۴. کنش سنتی: در این نوع کنش هم هدفی که فرد دنبال می‌کند و هم راه‌هایی که برای رسیدن به هدف برمی‌گزیند صرفاً بر اساس سنت شکل گرفته است نه عقل؛ بنابراین، مبتنی بر چیزهایی است که به‌طور معمول و از روی عادت انجام می‌شده است (تنهایی، ۱۳۷۴: ۲۹۳).

از منظر جامعه‌شناسی، زیارت نوعی کنش اجتماعی محسوب می‌شود. این کنش اجتماعی بر علایق آرمانی مبتنی است که با نوعی ادراک ارزش، حقانیت و جایگاه درست در نظام امور ارتباط دارد (لسانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۲). اگرچه بر اساس طبقه‌بندی وبر از انواع کنش اجتماعی، زیارت کنشی معطوف به ارزش در نظر گرفته می‌شود (بهروان، ۱۳۸۰: ۸۸؛ لسانی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۸۵) اما غالباً بسته به انگیزه زائران می‌تواند کنشی چندوجهی باشد؛ بنابراین زیارت کنشی چندوجهی است که بسته به انگیزه زائر می‌تواند عقلانی، ارزشی، عاطفی یا سنتی به‌شمار آید (زردموی اردکلو، ۱۳۹۴: ۱۱۲).

۱-۳. زیارت

یکی از عرصه‌های تجلی دینداری، زیارت است. زیارت از ریشه «زار-یزور» و به معنای میل به چیزی و عدول از چیز دیگر است (پورامینی، ۱۳۹۷: ۱۹). زیارت‌کننده را از آن جهت زائر می‌گویند که وقتی به زیارت شخصی می‌رود از غیر او رو برمی‌گرداند (مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۴: ۳۸۴). بنا بر کاربردهای منابع روایی، زیارت عملی عبادی است به معنای حضور در پیشگاه پیشوایان دینی یا اشخاص محترم یا نزد قبور آنان یا دیدار از مکانی مقدس یا محترم برای اظهار ارادت و کسب فیض معنوی یا ادای احترام. زیارت دو سو دارد که یک‌سوی آن شخص مؤمن است. لازم نیست که زیارت‌شونده انسان باشد و بدین رو دیدار کعبه را نیز زیارت گویند. همچنین لازم نیست شخص زیارت‌شونده، زنده و در دنیا باشد (ر. ک: زمانی، ۱۳۹۲).

از منظر علم جامعه‌شناسی، مطالعات زیارت عبارت است از بررسی آن دسته از رفتارهای گروهی و جمعی و اجتماعی است که عرفاً زیارت نامیده می‌شود (تقی‌زاده داوری، ۱۳۸۰). این عمل در ارتباط

مستقیم با ارزش‌های افراد و جامعه قرار دارد. این رستگاری و تقرب از طریق ملاقات با اشخاص و دیدار اماکنی که از نظر زیارت‌کنندگان دارای احترام، شرافت، برتری و خارق‌العادگی است به‌دست می‌آید (داوری، ۱۳۸۰)؛ بنابراین شرط رسیدن انسان به رستگاری در دنیا و آخرت، ایمان و اعتقاد به خداوند متعال است. زیارت در واقع شرایطی را برای انسان فراهم می‌کند که با معبود خویش خلوتی داشته باشد تا علاوه بر ذکر و تسبیح، موهبت‌های او را نیز برشمارد و یگانگی او را تصدیق کند (معاون و همکاران، ۱۳۹۶).

تبیین کنش زیارت را از منظر جامعه‌شناسی می‌توان روی طیفی از نظریه‌ها استوار کرد. در یک‌سوی آن نگاه بیرونی مبتنی بر الزامات مناسکی و در سوی دیگر آن، زیارت به‌مثابه کنشی انسانی مبتنی بر اقتضائات درونی و انفسی قرار دارد (طالبی و براق‌علی‌پور، ۱۳۹۴). وجه بیرونی آن رعایت آداب و مناسک زیارت است که بر وفق قواعد مذهبی معینی انجام می‌گیرد و وجه درونی آن عقیده زائر به خارق‌العادگی زیارت شونده است که او را به سمت عبودیت باواسطه یا توسل به زیارت می‌کشاند (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱). به‌عنوان یک پدیده جامعه‌شناختی، زیارت در هر ساختار فرهنگ دینی پدیده‌ای مطلوب و سودمند برای افراد در جهت ابراز احساسات عاطفی، آرامش، امید، رضایت خاطر و لذت‌بردن به‌کار می‌رود. در واقع زیارت یک ارزش دینی و شیء مهم است که در جهت تقویت دین‌باوری و انسجام اجتماعی به‌کار می‌رود و از نظر اخلاقی ریشه در احترام به مقدسات و اعتقادات را به همراه دارد (شربتیان، ۱۳۹۲: ۴۵۱).

۲. مبنای نظری

چیزی قریب به پنج دهه است که بررسی انواع، میزان و تغییرات دینداری موضوع مطالعات تجربی و میدانی قرار گرفته است. ابعاد و شاخص‌های دینداری از اوایل دهه ۶۰ میلادی که گرهارد لنسکی، اولین مدل سنجش دینداری را پیشنهاد کرد تا امروزه تغییرات زیادی را به خود دیده است؛ اما همه این مدل‌ها در دو ویژگی محوری با هم اشتراک داشتند: الهام‌گرفتن از آموزه‌های مسیحی و تأثیرپذیری از فرایندهای تاریخی اجتماعی غرب. مدل لنسکی برای سنجش دینداری بر چهار بُعد استوار است: راست‌کیشی، عبودیت، مشارکت و معاشرت. دین از نظر لنسکی یک عامل مؤثر است نه تنها عمل بلکه اندیشه فرد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. لنسکی معتقد است این اثرگذاری در جوامع مدرن نیز رخ می‌دهد. او برای ارزیابی این تأثیر دو جنبه مهم دین را مورد توجه قرار داده است: «جهت‌گیری دینی» و «میزان درگیر بودن با گروه دینی». البته او کار خود را با دو جنبه دیگر ادامه داده است: «راست‌کیشی» و «عبودیت». به نظر لنسکی درگیر بودن گروهی دیندار دارای دو جهت «مشارکت» و «معاشرت» بوده و ممکن است شدت و ضعف داشته باشد. بعد مشارکتی دین به معنای میزان حضور در مراسم و

آیین‌های رسمی و جمعی نهاد دین (در مسیحیت کلیسا) و بعد معاشرتی دین به معنای دارا بودن فرد از پیوندها و ارتباطات عاطفی و دوستانه با سایر دینداران است (Morton & Hunt, 1972: 251). مدل سنجش دینداری فوکویاما را هم باید جزو اولین ایده‌های این حوزه دانست که بر چندبعدی بودن دین تأکید کرده است (Fukuyama, 1961: 154). او در مطالعه اکتشافی الگوهای متفاوت دینی بودن و دینداری مردم را بیان کرده و چهار بعد را برای آن برشمرده است: شناختی، آیینی، اعتقادی و عبادی.

مدل دیگر سنجش دینداری متعلق به گلاک و استارک است. آن‌ها نیز چهار بُعد را برای دین بیان کرده‌اند؛ اما با کمی تفاوت از مدل لنسکی: پیامدی، مناسکی، اعتقادی، تجربی. آن دو مدعی‌اند این مدل را می‌توان برای سایر ادیان نیز به کار گرفت و قابلیت تعمیم به همه ادیان را دارد (Stark & Glock, 1965: 19).

آنچه از مدل‌های مفهومی دینداری از نظریه‌پردازان غربی این حوزه استنباط می‌شود، هر کدام بر بخشی از مفاهیم دینداری تأکید کرده‌اند. اما این مدل‌های غربی از جهت تعمیم‌پذیری در محیط غیربومی بیرون از غرب مسیحی و مدرن، همچنین چشم‌پوشی از احکام و پایبندی به شریعت، نبود تفکیک لازم میان مدل و سنجه و توجه کافی نکردن به بُعد اجتماعی دین و نه دینی بودن جامعه دارای ایراداتی است؛ بنابراین لزوم مدلی جامع برای سنجش دینداری و در این پژوهش «پدیدارشناسی زیارت» احساس می‌شود. از این رو، مدل سنجش دینداری علیرضا شجاعی‌زند به‌عنوان مبنای نظری این پژوهش انتخاب شده است. مهم‌ترین ویژگی مدل سنجش دینداری شجاعی‌زند این است بر اساس محتوای پدیدارشناختی دین و با نظر به حقیقت دینداری که زیارت یکی از مصادیق عامه آن است، در تمام ابعاد و آثار و تجلیاتش و همچنین بر اساس مفاهیم دینی و ابعاد دینداری اسلامی ایرانی و بسترهای اجتماعی ایران طراحی شده است.

شجاعی‌زند معتقد است که «دینداری دارای ابعاد و اجزایی است که از وجوه مختلف دین منبعث می‌گردد و به‌نوبه خود نسبتی با ابعاد وجود انسان دارد» (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴). از این رو، تلاش کرده است در مدلی که برای سنجش دینداری ارائه کرده است «از یک سو بیانگر نسبت‌های منطقی میان این مقولات باشد و از سوی دیگر علاوه بر «ابعاد»، تجلیات دینداری مثل «آثار» و «پیامدهای» عمیق آن را که در سنجش به‌کار می‌آیند نمایان سازد» (همان).

در مدل سنجش دینداری شجاعی‌زند ابعاد پنج‌گانه دین چنین برشمرده شده است: معتقد بودن، مؤمن بودن، اهل عبادت بودن، اخلاقی عمل کردن، متشرع بودن (همان: ۵۳). شجاعی‌زند معتقد است «برای ساخت سنجه یا سنجه‌های معیاری که بتوانند تجلیات دین را در تمامی ابعاد وجود فرد و عرصه‌های مختلف زندگی اندازه‌گیری کند، علاوه بر ابعاد و وجوه تصریح شده دینداری که حکم حداقل‌های دینی

بودن را دارند، می‌توان آن را از طریق آثار و نشانه‌ها و همچنین پیامدهای عمیق‌تر آن نیز سنجید. از آثار و نشانه‌های دینداری می‌توان به اهتمامات فرد در افزایش دانش و معلومات دینی خود، داشتن ظاهر دینی، اقامه و برپایی شعائر و داشتن اهتمام مشارکتی و پیوندهای معاشرتی اشاره کرد. باید در کسب بینش الهی، در تعمیق ایمان و تجلیاتش، در نیل به قدرت کشف و شهود، صورت فحیم همان چیزی که در نوشته‌های امروزه به تجربه دینی مشهور است؛ در به چنگ آوردن ملکه تقوا و در ملکات اخلاقی که به ترتیب به روابط فرد با خدا، با خود و با دیگران مربوط است، جست «همان».

مدل پیشنهادی شجاعی‌زند برای سنجش دینداری به شرح جدول ۱ است:

ابعاد وجودی انسان	وجوه دین	ابعاد دین	ابعاد دینداری	نشانه‌های دینداری	پیامدهای دینداری	
ذهن	معرفتی	اعتقادات	معتقد بودن	داشتن معلومات دینی	بینش الهی	
روان	عاطفی	ایمانیات	مؤمن بودن		اهل معنا بودن	
		عبادیات	اهل عبادت بودن			انجام فردی عبادت
						انجام جمعی عبادت
		اخلاقیات	اخلاقی عمل کردن		متخلق بودن	
تن	عملی	شرعیات	مشرع بودن	عمل به تکالیف فردی	داشتن ظاهر دینی	
					ابراز هویت دینی	
					داشتن اهتمام شعائری	
					داشتن مشارکت دینی	
					داشتن معاشرت دینی	
			عمل به تکالیف جمعی	اهتمام دینی در خانواده		

جدول ۱: مدل سنجش دینداری در ایران (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۵۴)

۲-۱. پیشینه مطالعات پدیدارشناسی زیارت

یوسفی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا علیه السلام با حجم نمونه ۶ نفر به این نتایج رسیدند که زیارت همانا دیدار خودخواسته اماکن مقدس است و ابعاد عینی و ذهنی دارد. بُعد عینی زیارت متضمن نهادمندی و توجیه است. نهادمندی زیارت حاصل انجام مکرر

عمل زیارت در چهارچوب آداب و احکام معین مذهبی است، اما توجیه‌کننده زیارت عمدتاً مجموعه احادیث و روایاتی است که در فضیلت و ثواب زیارت نقل شده و از طریق فرایندهای یادگیری اجتماعی زیارت را توجیه‌پذیر می‌کند. بُعد ذهنی زیارت متضمن درونی‌سازی معنای زیارت است که به آگاهی زائر از خارق‌العاده بودن زیارت شونده و خضوع در برابر او می‌انجامد. در این تحقیق، تحلیل پدیدارشناختی آنان نشان می‌دهد که اولاً مناسک زیارت، عقیده به تقدس، عقیده به شفاعت، دلدادگی، خضوع، توسل‌جویی، مناجات و آرامش از موضوعات مرکزی معنای زیارت است که برحسب اشتراک معنا به سه مقوله کلی‌تر آداب‌مندی زیارت، عقیده به خارق‌العادگی زیارت شونده و جذب تقسیم می‌شوند. ثانیاً هر سه مقوله معنایی مذکور در همه تجارب زیارتی مشارکت‌کنندگان وجود دارد و این اشتراک نشان‌دهنده پدیدار اجتماعی زیارت است.

فرهادی محلی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان پدیدارشناسی زیارت مورد مطالعه زائران شهر مشهد با حجم نمونه ۳۰ نفر به این نتایج رسیدند: در رده انگیزه زیارت در زوار، عشق و ارادت به حضرت و دستیابی به آرامش معنوی است و از منظر حضور اقشار زیارت‌کننده، در واقع اکثریت زیارت را عنصری مجتمع‌کننده برای همه اقشار می‌دانند و در صور ذهنی هم محققان دریافتند که عناصری همچون مهربانی، آرامش‌بخشی و کنش وحدت‌آورانه، از ارزش‌هایی به‌شمار می‌روند که زیرساخت سیستم‌های الزام اجتماعی در حوزه زیارت محسوب می‌شوند؛ بررسی‌هایی هم به مقوله اخلاق‌مداری ختم شد که مهربانی حضرت با توجه به حاجت‌روایی ایشان و ارائه هنجارهای اخلاقی مورد توصیف ارزشی مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت.

محمدی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان پدیدارشناسی تجربه گردشگران اماکن مذهبی (مورد مطالعه: اماکن زیارتی شهرستان هرسین) با حجم نمونه ۲۰ نفر به این نتایج رسیدند: زیارت دارای وجوهی ظاهری و باطنی است، وجه ظاهری آن آداب‌مندی و مناسک را شامل می‌شود و وجه باطنی آن عقیده به خارق‌العاده بودن زیارت شونده. در این تحقیق در بُعد عملی، مناسک و آداب‌مندی نشان داده شده و روشن شده است که این مناسک از طریق منابع معتبر مذهبی و در روندی اجتماعی به پیروان یک دین یا مذهب می‌رسد. در زمینه وجه باطنی نیز که اشاره به خارق‌العاده بودن زیارت شونده دارد تجلی آن را در سویه‌های اعتقادی، معرفتی، احساسی/عاطفی و پیامدی نشان داده شده است. از نظر آنان زیارت دارای آثار و فواید فراوان فردی و اجتماعی است که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: ارتباط با انسان کامل (فرزند امام)، اظهار ایمان و ارتباط با خدا، تکریم و تعظیم، نزدیک‌شدن انسان به خداوند، کسب آرامش روحی و معنوی، دستیابی به حوائج مادی و معنوی، عنایت به زائر توسط زیارت شونده، دستیابی به تجربه‌ای که منحصرأ شخصی بوده و با منطق سازگار نیست، خودسازی، دفع بلا و مصیبت، شفای دردها و بیماری‌ها، کسب منزلت نزد خداوند، آگاهی به احوالات زائر و دعا برای وی توسط زیارت شونده.

اندروتیس (Andriotis, 2009) در پژوهشی با عنوان تجربه یک مکان مقدس، یک مطالعه پدیدارشناسانه، یافته‌هایی از تجربیات افراد بازدیدکننده از حرم یک قدیس یونانی در کوه آتوس که به‌عنوان یک کوه مقدس نام برده می‌شود، ارائه می‌دهد. یافته‌های تحقیق بیانگر پنج عنصر اصیل مشترک در تجربه زیارت است. اولین عنصر غرق‌شدن بازدیدکنندگان در معنویت فضای حرم است. دوم، عنصر فرهنگی است که از معماری، میراث فرهنگی، آداب و زندگی رهبانی بیزانس متأثر است. سوم، سکولاریسم است که در واقع با حضور انسان‌ها، شیوه زندگی جمعی و تجلی مادی‌گرایی موجود در مذهب ارتدوکس است، افزایش یافته است. چهارم، زیبایی و پیچیدگی طبیعی محیط‌زیست، به‌مثابه عنصری ضروری و اغلب در ارتباط با احساس و روح است. پنجم، خطابه‌های راهبان و آموزش‌های خارج از کلاس است که به‌عنوان یک عنصر آموزشی در تجربه زیسته زائران است.

مجتبی حسین ام‌سلمه (Umme Salma, 2017) در پژوهشی با عنوان مطالعه پدیدارشناختی زیارت اربعین در عراق و با نمونه ۲۸ نفر به تجزیه و تحلیل انگیزه‌ها و تجارب زائران اربعین در عراق پرداخته و به نتایج زیر دست یافت: انگیزه‌های پیاده‌روی اربعین از طریق آیین‌های همیشگی تمرین شده توسط جامعه و نگرانی برای جامعه (امت) هدایت می‌شود. عنصر «امت» به‌عنوان یک عنصر مهم برای کسانی که دوباره در مراسم پیاده‌روی اربعین شرکت می‌کنند حائز اهمیت است. مؤلفه‌های تجربی در حال ظهور نشان می‌دهد جلوه مذهبی، انسانی و مهمان‌نوازی از جنبه‌های قابل توجه بشردوستانه تجربیات زائران است.

بر اساس توصیف زائران از تجربه‌هایشان، محقق خوشه‌هایی از مضامین را شناسایی کرده است. پنج نیم‌رخ تجارب شناسایی شدند که شامل نیم‌رخ‌های فرهنگی، کسب آرامش، خرید منحصر به فرد، شام منحصر به فرد و تجربه گردش در مناظر زیباست. محقق در پژوهش مذکور به این دریافت رسیده است که مجموعه تجربه‌های گردشگری ترکیبی ادراکی، شناختی، حسی، اجتماعی و دیگر تجربه‌های بدنی را تشکیل می‌دهند.

تمایز این پژوهش با دیگر پژوهش‌های صورت گرفته در این است که مبنای نظری متمایزی برای تحلیل پدیدارشناسانه کنش زیارت انتخاب شده است که پیش‌ازین آمد. از سوی دیگر زیارت به‌عنوان یک کنش مطالعه و از نگاه‌ها و رویکردهای فردگرایانه پرهیز شده است.

۲-۲. روش تحقیق

روش استفاده شده در این پژوهش به شیوه کیفی و با استفاده از پدیدارشناسی است. روش‌های کیفی بیشتر با تولید توصیف‌های استدلالی و کشف معناها و تفسیرهای کنشگران اجتماعی سروکار دارند (بلیکی،

۱۳۹۵: ۳۰۱). این روش به محققان امکان می‌دهد که به تجارب درونی مشارکت‌کنندگان دست یابند و دریابند معانی چگونه از طریق فرهنگ و درون آن شکل می‌گیرند. در پژوهش پدیدارشناختی پژوهشگر جوهره تجارب انسانی در باب یک پدیده را آن‌طور که به‌وسیله مشارکت‌کنندگان در پژوهش توصیف می‌شود، شناسایی می‌کند. فهم «تجارب زنده» پدیدارشناسی را به‌عنوان نوعی فلسفه و همین‌طور شیوه و رویه‌ای که مستلزم مطالعه تعداد اندکی از سوژه‌ها (آزمودنی‌ها) است و در آن پژوهشگر با برقراری رابطه تنگاتنگ با مشارکت‌کنندگان تلاش می‌کند «الگوها و روابط معنایی» شکل یافته را بارز سازد (کرسول، ۱۳۹۱: ۳۸). برای فهم این تجارب زیسته و دریافت الگوها و روابط معنایی مشترک در این پژوهش از روش پدیدارشناسی هفت‌مرحله‌ای اسپرس استفاده شده است. انتخاب این روش به این جهت بوده است که در هفت مرحله موجود در این روش، علاوه بر تحلیل داده‌های گردآوری شده به ارتباط آن‌ها با شواهد موجود در متون علمی و میدان تجربی مطالعات گذشته نیز توجه می‌شود.

۲-۳. پدیدارشناسی زیارت بر اساس روش پیشنهادی اسپرس

گام اول: تعریف سؤال یا مسئله تحقیق

سؤال اصلی این پژوهش چنین است: آگاهی و فهم تجربه زیسته زائران و نحوه ساخت اجتماعی پدیدار زیارت حرم امام رضا علیه‌السلام چگونه توصیف می‌شود؟

این پژوهش در سؤالات فرعی دنبال دستیابی به جوابی برای سؤالات زیر است:

۱. تجربه معرفتی زائران امام رضا علیه‌السلام چگونه است؟

۲. تجربه عاطفی زائران امام رضا علیه‌السلام چگونه است؟

۳. تجربه عملی زائران امام رضا علیه‌السلام چگونه است؟

گام دوم: انجام پیش مطالعه

در این مرحله محققان خود از خادمان حرم امام رضا علیه‌السلام هستند که در ارتباط مستقیم به‌صورت روزانه با نحوه عمل زیارتی زائران امام هشتم علیه‌السلام قرار دارد و به‌صورت متناوب صحبت‌هایی را با زائران حرم امام رضا علیه‌السلام داشته است. اما با انتخاب این موضوع به‌عنوان طرح پژوهشی خود سعی بر آن داشته تا با دقت بیشتری درباره کنش زیارتی آن‌ها قبل از انجام مصاحبه‌های اصلی کاوش شود.

گام سوم: انتخاب یک تئوری و کاربرد آن به‌عنوان طرح مرجع

در این مرحله نظریه «مدلی برای سنجش دینداری در ایران» مطرح شده توسط استاد جامعه‌شناسی دکتر علی‌رضا شجاعی‌زند به‌عنوان نظریه مرجع انتخاب شده است.

گام چهارم: مطالعه ساخت‌های درجه اول و در پرائنتر نهادن نظریات

در این مرحله، فهم و تجربه زائران منتخب از زیارت بررسی شد و محققان تم‌های مرکزی و سؤالات مصاحبه را برای دریافت ساخت‌های مرتبه اول کنشگران تنظیم می‌کنند. برای تنظیم مصاحبه از مدل مفهومی و نظریه مرجع و مصاحبه‌های اولیه کمک گرفته شده و برای گردآوری اطلاعات و درک ساخت‌های مرتبه اول مراحل زیر انجام گرفت:

۱. نمونه‌گیری

در تحقیق پدیدارشناختی از راهبرد نمونه‌گیری هدفمند یا معیار محور برای گزینش نمونه‌ها و واحدهای مدنظر (تجربه زیسته) استفاده می‌شود. این راهبرد افراد را بر حسب دانش خاص آن‌ها در مورد پدیده تحت بررسی برای مشارکت در تحقیق انتخاب می‌کند (محمدپور، ۱۳۹۰: ۲۸۴).

در نمونه‌های هدفمند پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را به صورت ذهنی انتخاب و سعی می‌کند نمونه‌ای که معرف جمعیت باشد، گزینش کند. در اینجا ذهنیت داور است که احتمال انتخاب یک واحد نمونه تعیین می‌کند و به لحاظ اینکه نمی‌توان علت قضاوت داوران مختلف را در انتخاب واحد نمونه‌گیری برای نمونه‌ای معرف تعیین کرد؛ بنابراین تعیین احتمال انتخاب هر واحد نمونه غیرممکن است.

نمونه‌گیری توصیه شده در روش پدیدارشناسی به شدت مورد محور، نظری و چندگانه است (همان) تعداد نمونه (مشارکت‌کنندگان) کافی را در تحقیق پدیدارشناسی دو تا حداکثر ۱۰ نفر دانسته‌اند (Groe- newald, 2004: 11).

در برخی منابع نیز قاعده اشباع را ملاک تعیین اندازه نمونه در نظر گرفته‌اند؛ یعنی در این تحقیقات حجم نمونه از قبل تعیین نمی‌شود، بلکه در فرایند جمع‌آوری اطلاعات هنگامی که اطلاعات به درجه اشباع رسید، حجم نمونه مشخص می‌شود (Patton, 2002: 213).

در تحقیقات پدیدارشناختی، برای رسیدن به معانی، وجوه تفریدی و تعمیمی آن، انتخاب نمونه‌ها به گونه‌ای است که افراد در عامل مدنظر در دو سمت طیف واقع شده باشند. بر اساس نظر پاتون (۲۰۰۲)، این نوع نمونه‌ها، نمونه با حداکثر نوسان است؛ یعنی انتخاب مواردی اندک اما با بیشترین تفاوت ممکن تا بدین وسیله دامنه نوسان و تفاوت در میدان آشکار شود (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۴۳). به عنوان مثال اگر پدیده مورد مطالعه تجربه دینی است (در این پژوهش تجربه زیسته زیارت) انتخاب افراد با حداکثر نوسان تجربه، مناسب‌ترین مشارکت‌کنندگان برای مطالعه خواهند بود. تعداد افراد مطلع نیز از قبل قابل برآورد نیست، بلکه حد آن بر حسب اشباع اطلاعات تعیین می‌شود؛ بنابراین هرگاه محقق به این نقطه برسد که با تعداد مصاحبه انجام شده به مرحله اشباع اطلاعاتی در زمینه پدیده مورد مطالعه دست یافته است،

مصاحبه متوقف می‌شود (یوسفی و تابعی، ۱۳۹۱). در این پژوهش، محقق در مصاحبه با نمونه (زائر) پنجم به اشباع نظری رسید.

۲. تکنیک گردآوری اطلاعات

معمول‌ترین و معتبرترین تکنیک تحقیق در علوم اجتماعی، «پرس‌وجو» یا «مصاحبه» است (رفیع‌پور، ۱۳۸۴: ۵۵). شیوه جمع‌آوری داده‌ها در روش پدیدارشناسی تجربی همانند سایر روش‌های کیفی مشاهده مشارکتی و انجام مصاحبه‌های ساخت‌یافته یا بدون ساخت است (Aspers, 2004). پدیدارشناسان اجتماعی می‌خواهند جهان اجتماعی را به روش‌هایی کمتر تعین یافته کشف کنند. برای این کار، محقق از مصاحبه بدون ساختار یا نیمه‌ساختاریافته استفاده می‌کند. در طول مصاحبه بدون ساختار، موضوعاتی طرح می‌شود که بر اساس رویکرد مذکور از نظریه‌ای که محقق به‌عنوان طرح مرجع انتخاب کرده، به دست آمده که البته ممکن است کمابیش مبهم باشد و طی مصاحبه‌ها تغییر کند. در چنین مواردی محقق هیچ سؤال فرمول‌بندی شده ندارد، بلکه مجموعه‌ای از موضوعات را برای گفت‌وگو در اختیار دارد.

از آنجا که پدیدارشناسی مناسب‌ترین شیوه برای دستیابی به تجارب دینی و توصیف آن است که در جریان مصاحبه شکل می‌گیرد اصلی‌ترین تکنیک استفاده شده در این پژوهش نیز مصاحبه است که موقعیتی را فراهم می‌آورد تا شرکت‌کننده دیدگاه خود را دربارهٔ دنیایی که تجربه کرده با استفاده از زبان و لغات خاص خود تشریح کند. مصاحبه می‌تواند برای آگاه‌سازی پژوهشگر از دیدگاه‌های افراد و چگونگی شکل‌گیری ادراکات مشترک آن‌ها و آگاهی از انگیزه‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و ادراک تجارب ویژه آنان شیوه مناسبی باشد (حریری، ۱۳۸۵: ۱۴۶).

بدین ترتیب مصاحبه جریان مبادلهٔ واقعی است که طی آن مخاطب محقق، دریافت‌ها و برداشت‌هایش را از یک رویداد یا یک وضعیت بیان می‌کند، تجربیاتش را در میان می‌گذارد، تفسیرهایش را از مسئله بیان می‌کند. در همان حال، محقق با طرح پرسش‌های باز و با واکنش‌هایش این بیانات را تسهیل می‌کند و نمی‌گذارد که آن‌ها از هدف‌های تحقیق دور شوند و به مخاطب اجازه می‌دهد به‌مراتب بالاتری از حقیقت نائل شود (کیوی و کامپهوند، ۱۳۷۸: ۱۸۸).

در این پژوهش از مصاحبه عمیق با سؤالات باز استفاده شده است. مصاحبه عمیق از این اعتقاد مبنا گرفته است که افراد، ذی‌صلاح‌ترین مرجع در بیان تجارب خود در رابطه با وقایع و پدیده‌ها به شمار می‌روند و اگر درباره یک واقعه یا پدیده، با افراد مختلفی مصاحبه شود، دیدگاه‌های گوناگون در آن مورد خاص گردآوری خواهد شد (حریری، ۱۳۸۵: ۱۵۳) در مصاحبهٔ آزاد یا باز، پرسشگر در بیان پرسش‌ها و در طرح آن آزادی کامل دارد، یعنی پرسشگر آنچه را که به نظرش ضروری می‌رسد، مطرح می‌کند و در طرح سؤال خود هیچ‌گونه محدودیتی احساس نمی‌کند. همچنین پاسخگو در جواب‌دادن به سؤال‌ها آزادی کامل دارد. پرسشگر در چنین مصاحبه‌ای می‌تواند ایده‌های خود را در هر پوشش کلامی قرار

دهد و سؤال‌های خود را با هر عبارتی که مایل باشد مطرح کند و پاسخگو نیز می‌تواند جواب خود را به هر صورت که مایل باشد و در هر لفظی که دوست داشته باشد بیان کند. معمولاً فرایند مصاحبه پدیداری در سه مرحله انجام می‌گیرد. جلسه اول:

در این مرحله معارفه، جلب‌اعتماد و آشنایی با مصاحبه‌شونده صورت گرفت. از زائران خواسته شد که برای انجام مصاحبه از تجربه زیارتی خود با محقق همکاری کنند و سعی بر آن شد که زائران از طیف‌های مختلف انتخاب شوند و از آنان درباره سن و تحصیلات و از شهر مبدأیی که به زیارت امام رضا علیه السلام مشرف شده‌اند، سؤال شد. زائران انتخاب شده در دهه کرامت در مشهد حضور یافته بودند. جلسه دوم:

محقق در این جلسه با رعایت اصل اپوخه به بیان سؤالات اصلی تحقیق پرداخت. در این جلسه سعی بر آن شد تا اطلاعاتی درباره تجربه زیارت و اعتقادات دینی زائران به دست آورده و از زائران سؤالاتی درباره نحوه زیارت، احساسی که از زیارت حاصل شده و اعتقاداتی که باعث شده به زیارت امام رضا علیه السلام مشرف شوند بر اساس مدل مرجع انتخابی پرسیده شود. جلسه سوم:

در این جلسه ضمن برطرف کردن ابهامات و استنباط بیشتر از مصاحبه‌های دو جلسه قبل از زائران درباره تصورات، خواسته‌ها و تغییراتی که در جریان زیارت برایشان اتفاق افتاده است، سؤالاتی پرسیده شد و در نهایت از آن‌ها تشکر و قدردانی به عمل آمد.

۳. روش تحلیل متن

پس از انجام مصاحبه‌ها فرایند تحلیل انجام گرفت. فرایند تحلیل متن (مصاحبه‌ها) بر اساس الگوی گرانولد و طی مراحل ذیل انجام گرفت. طبق نظر گرانولد پس از انجام مصاحبه با نمونه‌ها، فرایند تصریح داده‌ها انجام می‌پذیرد. تصریح داده به‌نوعی بررسی و نتیجه‌گیری از داده‌های به‌دست‌آمده طی فرایند خاص است. فرایند تصریح داده‌ها دارای پنج گام یا فاز است که عبارت‌اند از:

۱. در پراتنز گذاشتن و تقلیل پدیدارشناختی
 ۲. مشخص کردن واحدهای معنایی
 ۳. خوشه‌بندی واحدهای معنایی به شکل تم‌ها
 ۴. خلاصه کردن هر مصاحبه، اعتبار آن و در صورت لزوم اصلاح آن
 ۵. استخراج تم‌های منحصربه‌فرد و کلی از مصاحبه‌ها و ساخت خلاصه ترکیبی از آن‌ها (گرانولد، ۲۰۰۴).
- براین اساس، مصاحبه‌های انجام شده به طور دقیق و به همان صورت که انجام شده بود و بدون هیچ‌گونه دخل و تصرف پیاده‌سازی شد. در اولین مرحله و بر اساس فرایند گرانولد (در پراتنز گذاشتن و تقلیل

پدیدارشناختی) محقق سعی کرد تا هر نوع پیش فرض و دانش پیشین خود را کنار بگذارد و به تحلیل داده‌ها بپردازد؛ بنابراین مصاحبه‌ها به مثابه یک متن واحد تلقی و پیاده‌سازی شد و مراحل ذیل صورت گرفت:

الف. ترسیم واحدهای معنایی: این مرحله به شناسایی واحدهای خاص معنایی اختصاص دارد. در این مرحله متن مصاحبه به شکل دقیق مورد مطالعه قرار گرفت و هر کدام از مضامینی که حاوی یک واحد معنایی خاص بود از کل مصاحبه‌ها که در باره آن واحد معنایی صحبت شده بود، به صورت تفکیک شده و در قالب یک پروفایل تنظیم گردید.

ب. خوشه‌بندی واحدهای معنایی: در این مرحله واحدهای معنایی خوشه‌بندی شدند. برای خوشه‌بندی واحدهای معنایی ابتدا واحدهای معنایی همانند شناسایی شدند و بر اساس نزدیک بودن و تناسب و ارتباط بین واحدهای معنایی، واحدهای مرتبط با هم ذیل یک خوشه قرار گرفت.

ج. خوشه‌بندی واحدهای معنایی به شکل تم‌ها: در این مرحله موضوعات محوری یا تم‌های مرکزی از واحدهای معنایی استخراج شد

د. استخراج تم‌های منحصربه‌فرد و کلی از مصاحبه‌ها و ساخت خلاصه ترکیبی از آن‌ها: در این مرحله ویژگی‌های تعمیمی و تفریدی واحدهای معنایی به دست آمد، منظور از ویژگی‌های تعمیمی واحدهای معنایی مشترک بین شرکت‌کنندگان است و منظور از ویژگی‌های تفریدی واحدهای افتراقی و منحصربه‌فرد شرکت‌کنندگان است.

ه. ارزیابی اعتبار: ارزیابی اعتبار در روش پدیدارشناسی اعتبار پاسخگوست. اعتبار اعضا یا پاسخگو اعتباری است که یک محقق نتایج میدانی برگرفته را به اعضا بر می‌گرداند تا در صورت کفایت آن را داوری نمایند. یک مطالعه زمانی از اعتبار اعضا برخوردار می‌شود که افراد مورد مطالعه توصیف محقق را آن‌طور که جهان اجتماعی درونی آن‌ها را منعکس می‌سازد بازشناسی کنند و بفهمند (محمدپور، ۱۳۹۰: ۱۹۷).

گام پنجم: ساختن ساخت‌های مرتبه دوم

این مرحله، در قالب یک جمع‌بندی کلی از آنچه بین زائران مشترک بود و می‌توانست این کنش را توضیح دهد، انجام شده است. در این مرحله سعی بر آن شده است که به ویژگی‌های تعمیمی و تفریدی زیارت‌کنشگران پرداخته شود. این گام در قالب جداول تعمیمی و تفریدی زیارت‌کنشگران امام رضا (ع) در ادامه ارائه شده است.

گام ششم: بررسی پیامدهای پیش‌بینی‌نشده

بر اساس مدل دینداری شجاعی‌زند یک‌سری پیامدهای پیش‌بینی‌نشده استخراج گردید که در جدول ۲ پیامدهای زیارت آمده شده است.

گام هفتم: ارتباط شواهد متون علمی و میدان تجربی مطالعه

در این مرحله به ارتباط چارچوب نظری زیارت و استنتاج‌های مربوط به تجربه زیسته زائران از کنش زیارت

امام رضا علیه السلام با متون علمی و تحقیقات انجام گرفته پیشین در زمینه زیارت، در قسمت نتیجه‌گیری این پژوهش ارائه شده است.

۲-۴. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش بر اساس روش تحلیل متن گرانولد، پس از انجام مصاحبه با ۵ نفر مرد در سه سطح، تم اصلی، خوشه‌بندی واحدهای معنایی و واحدهای معنایی بر اساس مدل مفهومی دینداری شجاعی‌زند مورد تحلیل قرار گرفت. ابتدا واحدهای معنایی انتخاب گردید، سپس بر اساس شباهت‌های واحدهای معنایی خوشه‌ها تشکیل گردید. در راستای تبیین مدل دینداری ذکر شده ترجیحاً تم‌های اصلی پدیدار زیارت نیز بر اساس مدل شجاعی‌زند در زمینه دینداری دقیقاً با همان عناوین ذکر شده در مدل انتخاب شد.

ابعاد زیارت	درون‌مایه مرکزی (موضوعات محوری)	خوشه‌بندی	واحدهای معنایی
معرفتی	معتقد بودن	معرفت نسبت به امام	جذب امام شدن، علم امام، عصمت امام، ولایت امام، از خاندان پیامبر بودن
		واسطه بودن امام	واسطه فیض بودن، شفیع بودن، به امام وصل شدن، توشه‌ای برای آخرت
	مؤمن بودن	مهربانی امام	بخشندگی امام، برات گرفتن، طلب حاجت، طلب شغل، برآورده کردن آرزو
عاطفی	اهل عبادت بودن	احساس آرامش	احساس سبکی، آزادگی و پرواز روح، امنیت و آرامش
		انجام تکالیف فردی	متوسل شدن، طلب رزق و روزی، عاقبت‌به‌خیری
	انجام تکالیف جمعی	خضوع و خشوع	احساس شرم، عرض ارادت، گریه کردن
عملی	اخلاقی عمل کردن	دوری از گناه	وضو، غسل، سلام‌دادن، سجده شکر، بوسیدن ضریح، دست‌زدن به ضریح، دعا کردن، قرآن خواندن، نماز خواندن، نماز زیارت، دعا و زیارت‌نامه، ذکر گفتن، صلوات فرستادن
		دگرخواهی	شرکت در نمازهای یومیه به جماعت، نماز جمعه، مجالس دارالقرآن، اعتکاف، مراسم غبارروبی، مراسم مناجات خوانی، مراسم دعا، تعویض پرچم، مراسم اعیاد - مراسم احیا
	مشرع بودن	عمل به تکالیف فردی	دوری از گناه
عملی	مشرع بودن	عمل به تکالیف جمعی	مهربانی نسبت به دیگران، عذرخواهی، دگر دوستی، کمک به دیگران، مزاحم‌نشدن، خیرخواهی
		عمل به تکالیف فردی	راه رفتن، رعایت ظاهر، لباس، طهارت، بوی خوش، حفظ زبان، مراعات کردن
			امر به معروف، تعاملات، امور خیریه

جدول ۲: واحدهای معنایی تجربه زیارت امام رضا علیه السلام

هر یک از ابعاد سه‌گانه معرفتی، عاطفی و عملی زیارت به شرح زیر قابل توضیح است:

۱. بعد معرفتی پدیدارشناسی زیارت بر اساس مدل دینداری شجاعی‌زند

درون‌مایه (تم) مرکزی این بعد معتقد بودن است، منظور از معتقد بودن (اعتقادات پایه‌ای) باورهای پیرامون ابعاد اصلی دینداری و اعتقادات مذهبی افراد است که انتظار می‌رود پیروان یک دین عمیقاً به آن‌ها ایمان داشته باشند. به عبارت دیگر در این مقوله، سنگ بنای اعتقادات مذهبی افراد مورد کاوش قرار می‌گیرد. اعتقاداتی مانند اعتقاد به خدا، پذیرفتن معاد و باور به امامت (ناصری و همکاران، ۱۳۹۵). در این بین، باور شیعیان به اصل امامت در کنار اصول دیگر دین اصلی انکارناپذیر است. مسلمانان معتقدند پیامبر ﷺ از جانب خدا برای هدایت بشر فرستاده شده است، او را اشرف مخلوقات خداوند شمرده، همواره حاضر و ناظر بر اعمال خود می‌داند، اعتقاد به او را از ارکان اسلام بر می‌شمارند، معتقدند که ایشان دارای عصمت، ولایت تکوینی و وساطت در فیض الهی است و ... همچنین شیعیان درباره ائمه اطهار (علیهم‌السلام) به جز اعتقاد به نبوت، سایر باورها را درباره آن بزرگواران دارند و آن‌ها را جانشینان پیامبر در هدایت جامعه می‌دانند (حیدری، ۱۳۹۶). تجربه زیسته زائران نشان‌دهنده احساسات مشترک در زمینه ارتباط بدون واسطه با مقام الوهی و خارق‌العاده دارد که در پی انجام زیارتی همراه با شناخت نسبت به جایگاه و شأن امام (علیهم‌السلام) هستند. مطابق نظرات ارائه شده توسط زائران امام واسطه‌های است برای رسیدن به خداوند و برای این منظور آن‌چنان که در روایات مطرح شده شرط رسیدن به این هدف توسط زائران، شناخت جایگاه حقیقی امام و عارف بودن به حق امام در امر ولایت است که خود امام (علیهم‌السلام) در حدیث سلسله الذهب به آن اشاره کرده است. زائران با پشت سر گذاشتن و تعلیق فعالیت روزمره خود در پی رسیدن به این جایگاه هستند «من اعتقاد قلبی به امام رضا دارم وسی می‌کنم همیشه آگاه به حقانیت ائمه (علیهم‌السلام) باشم؛ چون اعتقاد به این اصل که امام فرزند پیغمبر و پس از پیغمبر وصی و جانشین اوست باعث می‌شود که به دیگر اصول دین نیز معتقد باشیم امام رضا (علیهم‌السلام) برای من همیشه راهی برای رسیدن به خداست»؛ بنابراین زائران شرط رسیدن به وصال واقعی و شرط قبولی زیارت خود را در شناخت و آگاهی از جایگاه امام (علیهم‌السلام) در امر ولایت می‌دانستند. در واقع زیارت بستری را فراهم می‌سازد که زائران راحت‌تر بتوانند راهی برای رسیدن به معبود خویش بیابند.

۲. بعد عاطفی پدیدارشناسی زیارت بر اساس مدل دینداری شجاعی‌زند

در بعد عاطفی زیارت امام رضا (علیهم‌السلام) جنبه‌های احساسی و عاطفی زیارت امام (علیهم‌السلام) مورد بررسی قرار گرفت. بعد عاطفی زیارت دارای سه درون‌مایه مرکزی مؤمن بودن، اهل عبادت بودن و اخلاقی عمل کردن است.

۲-۱. درون‌مایه مرکزی مؤمن بودن

روشن است فقط اهل ایمان با زیارت اماکن مقدس و قبور مطهر معصومان (علیهم‌السلام)، یاد خدا را در دل خود نهادینه می‌کنند و با توسل به ذوات مقدس ایشان سعادت دنیوی و اخروی خود را به دست آورده

و به آرامش روانی می‌رسند. آرامش مؤمنان ویژگی خاصی است که نمایانگر وجود هماهنگی میان عناصر روان ایشان و سازمان‌دهی مناسب آنان با تسلط بر خواسته‌های متضاد و رام بودن نفس از نظر خضوع و راهور بودن در برابر صاحب آن است چنین موهبتی فقط به مؤمن عطا شده است و می‌توان این آرامش را در چهره‌ها مشاهده کرد.

۲-۲. درون‌مایهٔ مرکزی اهل عبادت بودن

منظور از «عبادیات» کلیه رفتار و آدابی است که فرد در مقام پرستش، نسبت به پروردگار و معبود خویش انجام می‌دهد. پس عبادت در این معنا خاص‌تر از به‌جا آوردن شرط بندگی پروردگار است که تمام زندگی را در بر می‌گیرد و همچنین خاص‌تر از فروع دین است که شامل ابعاد غیرعبادی هم می‌شود (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴). این آداب در زیارت شامل انجام اعمالی می‌شود که زائر برای رسیدن به لقاءالله از طریق امام معصوم انجام می‌دهد.

۲-۳. درون‌مایهٔ مرکزی اخلاقی عمل کردن

تواصی و نواهی دینی مربوط به حوزهٔ نیکویی‌شناسی را «اخلاق» می‌گویند و آن به داشتن تعامل پسندیده با دیگران مربوط می‌شود. اخلاق از آن حیث که به سامان‌دهی حیات دنیوی و سلوک جمعی انسان‌ها توجه دارد، با فقه قرین است، اما از آنجا که به فراتر از صورت عمل که در چهارچوب‌های فقهی بیان می‌شود، نظر می‌کند با آن مغایر است. اخلاق همچون فقه به وجه رفتاری دین معطوف است، اما بر خلاف آن که نسبت به نیت فرد و ارزشمندی عمل وابسته نیست، به خیرخواهی فاعل و فحوای ارزشی متفاضلانه عمل تأکید دارد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴).

نیت‌سنجی و انگیزه‌شناسی برای کشف عنصر دگر دوستی و خیرخواهی در عمل فرد، با تمام دشواری‌هایش، تنها از طریق سنجش بعد اخلاقی دینداری است (همان).

ترس و احساس ناامنی در زندگی، بشر را همیشه واداشته به پناه‌آوردن و اتکا به دستاویزهایی است که بتوانند اضطراب او را کاهش دهند، از استرس او بکاهند و احساس امنیت و اعتماد در او ایجاد کنند. این احساس ناامنی و دستاویز قراردادن موجودات ماوراءالطبیعه برای کاهش اضطراب و ناامنی بشر، در تحلیل‌های دانشمندان علوم اجتماعی در دو سده اخیر آن‌قدر قدرت یافته که برخی حتی منشأ شکل‌گیری و پیدایش دین را ترس، نگرانی و اضطراب می‌دانند. یکی از راه‌های غلبه بر این احساسات دین (زیارت) است به گفته مایینوفسکی «یکی از کارکردهای دین، تخلیه روانی و عاطفی است» (به نقل از همیلتون، ۱۳۸۷: ۹۳)

بیشترین فراوانی جواب زائران از تجربه زیارت امام علیه‌السلام احساس آرامشی است که در حرم امام رضا علیه‌السلام آن را تجربه می‌کردند. تجربه‌ای که در هیچ جای دیگری برایشان دست‌یافتنی نبود: «در عین این همه شلوغی داخل حرم اینجا امنیت و آرامشی به آدم دست می‌دهد که هیچ‌جا نیست همین که در جوار

امام رضایی خودش آرامش است» «توی راه زمانی که توی مسیر مشهد بودیم به جورایی حال همه ما گرفته بود به مشهد که رسیدیم تا نزدیکی‌های حرم هم حال خوبی نداشتیم، اما باز هم به بهانه‌های مختلف از جمله برای پیدا کردن محل اسکان مجبور شدیم برویم خیابان‌های اطراف حرم را بگردیم، همه مسافرخانه‌ها پر شده بودند، خلاصه تا صبح ما بیرون حرم بودیم خسته وارد حرم شدیم باور کنید خیلی احساس سبکی می‌کردم با این همه مشکلات واقعاً یه حس خیلی خوبی بود. با این که من پس از هشت سال از زمانی که ۱۴ سالم بود آمده بودم اینجا. حسی که تا حالا در من به وجود نیامده بود. خیلی خاص بود اصلاً قابل توصیف نیست خیلی احساس سبکی می‌کردم. به هیچی فکر نمی‌کردم الان دوست دارم تا خود شب توی حرم بمانم اصلاً دوست ندارم از حرم خارج بشوم بروم سمت اسکان».

درگیر شدن در امر زیارت بر اثر شدت علاقه چنان شور و انرژی به زائران می‌دهد که با توسل به امام معصوم تمایلات و نیازهای خود را هر چه بیشتر از امام علیه السلام طلب کنند. این تمایلات گاهی همراه با احساس شرم و گاهی گریه همراه است «وقتی که وارد حرم شدم سلام دادم بار اول نتوانستم وارد روضه منوره بشوم چون حس شرمساری یا یه حس عذاب وجدان داشتم که چرا تا حالا غافل بودم که حجت خدا اینجاست و ما در شهر خودم غافل بودم. یک حس تلنگری به من دست داد که تا حالا چه کار می‌کردی؟ تا حالا حواست کجا بود؟ و خلاصه اولش توی شوک بودم به کارایی که کرده بودم فکر می‌کردم. کمی که آرام شدم بعدش رفتم زیارت».

مطابق مدل مفهومی شجاعی‌زند انجام اعمال مناسکی (انجام فردی و جمعی) ذیل بعد عاطفی زیارت قرار می‌گیرد و آن را از بعد مناسک عملی زیارت (عمل به تکالیف فردی و جمعی) متمایز می‌کند. انجام اعمال مناسکی در کنش زائران فراوانی بسیار زیادی دارد. انجام اعمالی مانند خواندن دعا و زیارت‌نامه و نمازهای یومیه و....

«شخصاً دوست دارم هر کدام از نمازهای یومیه را در حرم حاضر باشم مخصوصاً نماز صبح. چون واقعاً سحر و نماز صبح داخل حرم را خیلی دوست دارم»

ذیل بعد عاطفی اخلاقیات نیز قرار می‌گیرد از این نظر زائران سعی می‌کردند هنگامی که در حرم حضور می‌یابند مراعات برخی کارها و احوالات را داشته باشند که ممکن بود در بیرون از حرم از آن‌ها سر بزند «شما ممکنه در بیرون از حرم شانه‌به‌شانه کسی شوید و موجب کدورت شود، اما در اینجا چنین اتفاقی خیلی راحت با عذرخواهی طرفین تمام می‌شود. تا جایی که هر کدام برای به‌دست‌آوردن دل دیگری می‌خواهد از آن یکی زودتر عذرخواهی کند و پیش‌قدم باشد».

۳. بعد عملی

در بعد عملی زیارت امام رضا علیه السلام، متشرع بودن بر حسب میزان اهتمام و پیروی فرد از این دستورهای (شرعیات) سنجدیده می‌شود (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴). درون‌مایه مرکزی متشرع بودن از دو خوشه (عمل

به تکالیف فردی و عمل به تکالیف جمعی) تشکیل شده است.

۳-۱. درون‌مایه مرکزی متشرع بودن

شریعت مجموعه دستورها و اوامر صریح و غیرصریح دینی است که در اسلام «فقه» در صورتی که دستورالعمل‌های عبادی را از آن جدا کنیم، خوانده می‌شود. شرعیات مقرراتی است حداقلی که نحوه زندگی در دنیا و تعامل با خود، طبیعت و دیگران را تعیین می‌کند (همان)

متشرع بودن بر حسب میزان اهتمام و پیروی فرد از این دستورها (شرعیات) سنجیده می‌شود. در بعد عملی زیارت امام رضا علیه السلام، متشرع بودن بر حسب میزان اهتمام و پیروی فرد از این دستورها (شرعیات) سنجیده می‌شود (همان) درون‌مایه مرکزی متشرع بودن از دو خوشه (عمل به تکالیف فردی و عمل به تکالیف جمعی) تشکیل شده است.

خوشه عمل به تکالیف فردی شامل واحدهای معنایی (راه رفتن، رعایت ظاهر، لباس، طهارت، بوی خوش، حفظ زبان، مراعات کردن) و خوشه عمل به تکالیف جمعی شامل واحدهای معنایی (امر به معروف، تعاملات، و امور خیریه) است. بر اساس این مقولات زائران نحوه تعامل خود با دیگر زائران را تعیین می‌کردند و آن را نوعی ادای تکلیف قلمداد می‌کردند «اینجا خانه پیغمبر است. انسان باید مواظب باشد یک سری حرف‌ها را اینجا نزند»

«کار خیر در موقعیتی می‌تواند از انسان سر بزند، مثلاً همین‌جا زائران نذری می‌دهند یا وقف می‌کنند این‌ها همه کار خیر است. من هم سعی می‌کنم کمی نذر به حرم بدهم».

در روش پدیدارشناسی ما به دنبال موارد مشترک بین‌الذهانی مشارکت‌کنندگان هستیم که در تحقیق حاضر موارد مشترک بین‌الذهانی زائران تحت عنوان ویژگی‌های تعمیمی زیارت امام رضا علیه السلام استخراج گردید از موارد مشترک در زمینه آداب زیارت، عواطف و احساسات، اعتقادات، عمل به شرعیات و انگیزه‌ها می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

خوشه‌ها	واحد معنایی
آداب زیارت	سلام‌دادن، وضو، زیارت‌نامه خواندن، قرآن خواندن، دعاکردن
عواطف و احساسات	آرامش و امنیت، خضوع و خشوع، عرض ارادت
اعتقادات	عصمت امام، ولایت امام، از خاندان پیامبر بودن، واسطه و شفیع بودن، رافت امام،
عمل به شرعیات	مراعات کردن، تعاملات، طهارت
انگیزه‌ها	فقط به نیت زیارت

جدول ۳: ویژگی‌های تعمیمی زیارت امام رضا علیه السلام بر اساس مرحله چهارم ترسیم واحدهای معنایی گرانولد

واحد‌های معنایی	خوشه‌ها
غسل، دست‌زدن به ضریح، بوسیدن ضریح، سجده شکر، ذکر گفتن، صلوات فرستادن،	نحوه انجام زیارت
چند بار و میزان اقامت	کمیت زیارت
گریه کردن، احساس شرم	عواطف و احساسات زیارت
طلب شغل، برات گرفتن، فرج امام زمان (عج)، عاقبت‌بخیری، کمک کردن به دیگران، سلامتی	خواسته‌ها

جدول ۴: ویژگی‌های تفریدی زیارت امام رضا علیه السلام بر اساس مرحله چهارم ترسیم واحد‌های معنایی گرانولد

مفهوم پیامد دینی به اثرگذاری ابعاد دینداری بر مناسبات و ساختارهای اجتماعی، مثلاً زدودن شکاف‌ها و گسست‌ها و ایجاد مقاومت در برابر ناملایمات و بی‌عدالتی‌های موجود، اشاره دارد. بعد پیامدی، رفتار و اعمال فرد را حین و بعد از عمل زیارت می‌سنجد.

واحد‌های معنایی	تم مرکزی
شناخت از خود، یاد معاد	بینش
تواضع و فروتنی، فراموشی، طلبیده شدن، تغییرات روحی، سبک‌باری از مشکلات جامعه	معناگرایی
مراقبت، سعی در کاربرد اخلاق در مناسبات و تعاملات	متخلق بودن
حسن کمک به هم نوع، توجه به اطرافیان، اهتمام بیشتر اعمال دینی	متقی بودن

جدول ۵: پیامدهای زیارت امام رضا علیه السلام بر اساس گام ششم پدیدارشناسی اسپرس

۴. نتیجه‌گیری

نتایج تحلیل حاضر مطابق تحقیقات انجام شده پیشین به‌روشنی نشان می‌دهد تجربه زیارت یک تجربه معنوی و عرفانی است. زیارت به‌مثابه یک واقعیت اجتماعی و دینی است. این پدیده در تقویت نگرش‌های اعتقادی افراد در جامعه مؤثر است، بسته به انگیزه زائران زیارت‌کنشی چندوجهی است که می‌تواند عاطفی، سنتی، ارزشی و هدفمند باشد. تنوع پدیدارشناسی در تجارب گردشگران را می‌توان به انگیزه‌های متفاوت و متنوع آنها نسبت داد که این تنوع و تفاوت‌ها به دلیل شرایط فردی و فرهنگی متفاوت است. امام علیه السلام محور و مرکزیت زیارت زائران است، شناخت و معرفتی که زائران از قبل و بعد از انجام زیارت با خواندن ادعیه و مناجات برای عرض ارادت بیشتر به محضر امام علیه السلام کسب می‌کنند با یافته‌های پژوهش محمدی و همکاران مطابقت دارد. یافته‌های این پژوهش بیانگر این مطلب است که زیارت بستری را فراهم می‌سازد که زائران عشق و احساس دلدادگی خود را نسبت به خداوند متعال از طریق واسطه قراردادن امام علیه السلام پیوند می‌دهند که از این موضوع یوسفی و همکاران تحت عنوان جذبه نام برده‌اند.

تجربه زائران از زیارت امام رضا علیه السلام نشان می‌دهد زائران غالباً در پی آزادی از قیود زندگی روزمره و گریز از یکنواختی و در پی تعلیق امور مادی و دنیوی و تجربه‌ای فراواقعی و دوری‌جستن از دل‌مشغولی‌های دنیوی و مراقبه و مکاشفه‌اند و در همان ابتدا به این نکته فکر می‌کنند که چگونه از مرزهایی که وجود او را فراگرفته است عبور کنند. این رهایی موجب خویشتن‌یابی و تغییر روحیه فرد می‌گردد تا جایی که حرم را مکانی امن و به‌دوراز تعلقات می‌داند. گریز از یکنواختی و تعلیق امور روزمره با نتایج پژوهش رضوی زاده (۱۳۹۶)، مطابقت دارد.

زیارت به‌عنوان یک فرایند اجتماعی دیرپا که در بطن جوامع انسانی ریشه دارد، با مکان مقدس که مقصد سفرهای زیارتی است در ارتباط قرار دارد همان‌طور که آندیرویس در مطالعه‌اش بیان می‌کند یکی از عناصر زیارت، غرق‌شدن بازدیدکنندگان در معنویت فضای حرم و زیبایی و پیچیدگی‌هایی است که عنصری ضروری و اغلب در ارتباط با احساس و روح است. نتایج این مطالعه نیز حاکی از این بود که افراد زمانی که به مکان زیارتی ورود می‌کنند تحت‌تأثیر ویژگی‌های مکان قرار گرفته و انرژی‌هایی را دریافت می‌کنند که در چگونگی حس و حال و دریافت‌های معنوی آنها بسیار مؤثر است. ابهت مکان مذهبی سبب انبساط خاطر و ایجاد آرامش روانی در زائران می‌گردد، پدیده مکان به‌عنوان تجربه زیسته و اینکه چگونه مختصات اجتماعی و فیزیکی فضا تجربه‌گردشگران را شکل می‌دهد با تحقیقات اندرویتس، هیلار و گریفن و زهرا معاون مطابقت دارد.

ترس و احساس ناامنی در زندگی، بشر را همیشه واداشته به پناه‌آوردن و اتکا به دست‌آویزهایی است که بتوانند اضطراب او را کاهش دهند، از استرس او بکاهند و احساس امنیت و اعتماد در او ایجاد کنند. این احساس ناامنی و دست‌آویز قراردادن موجودات ماورا الطبیعه برای کاهش اضطراب و ناامنی بشر، در تحلیل‌های دانشمندان علوم اجتماعی در دو سده اخیر آن‌قدر قدرت یافته که برخی حتی منشأ شکل‌گیری و پیدایش دین را ترس، نگرانی و اضطراب می‌دانند. یکی از راه‌های غلبه بر این احساسات، دین (زیارت) است آن‌چنان که به گفته ماینوفسکی «یکی از کارکردهای دین، تخلیه روانی و عاطفی است». کارکرد تخلیه روانی و عاطفی حاصل از زیارت در تحقیقات صورت گرفته پیشین توسط بهروان، محمدی، یوسفی و همکاران، زردموی، فرهادی و همکاران و زهرا معاون از جمله مهم‌ترین کارکردهای زیارت بشمار رفته است.

باتوجه‌به ادله جامعه‌شناختی متعدد زیارت کنشی اجتماعی است که در جریان اجتماعی شدن اتفاق می‌افتد. این تجربه حاصل پرورش اجتماعی و درونی شدن معناهای مذهبی زیارت است؛ بنابراین زیارت برساختی اجتماعی است که پیامد انسجام اجتماعی و حضور هماهنگ و هدفمند قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلفی است که باعث تجلی جامعه یکپارچه و تقویت وفاق ملی و مذهبی خواهد شد. همچنین تغییرات روحی و اجتماعی زائران در بستر اجتماع پس از انجام کنش زیارت است.

منابع

- آرون، ریمون. (۱۳۸۴). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*. ترجمه باقر پرهام. تهران: علمی فرهنگی.
- اسپیلبرگ، هربرت؛ شومان، کارل. (۱۳۹۳). *جنبش پدیدارشناسی*. ترجمه مسعود علیا. تهران: مینوی خرد.
- بهروان حسین. (۱۳۸۰). «جامعه‌شناسی زیارت با تأکید بر نیازهای زائران در حرم امام رضا علیه‌السلام». *مشکوه*. شماره ۷۲ و ۷۳ (پاییز و زمستان ۱۳۸۰). صص: ۸۷ - ۱۰۲.
- بلیکی، نورمن. (۱۳۹۵). *طراحی پژوهش‌های اجتماعی*. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نی.
- بوذری نژاد، یحیی. (۱۳۹۹). *روش‌شناسی دانش اجتماعی مسلمین (رویکردهای هرمنوتیکی به قرآن در میان مسلمین)*. تهران: دانشگاه تهران.
- پورامینی، محمدباقر. (۱۳۹۷). *منزلت زیارت؛ آداب زیارت امام رضا علیه‌السلام*. مشهد: آستان قدس رضوی.
- تقی‌زاده داوری، محمود. (۱۳۸۰). «نگاهی به جامعه‌شناسی زیارت». *معرفت*. شماره ۴۵. صص: ۵۹ - ۶۱
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۶). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. تهران: سمت.
- تنهایی، ابوالحسن (۱۳۷۴). *درآمدی بر مکاتب و نظریه‌های جامعه‌شناسی*. گناباد: مرندیز.
- حریری، نجلا. (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- حیدری، مجتبی. (۱۳۹۶). «تأثیر زیارت بر تربیت اخلاقی». *میقات حج*. دوره ۲۵. شماره ۹۹. صص: ۳۳ - ۴۳.
- خانی، علیرضا. (۱۳۹۵). «نگاهی انتقادی به آرای گئورگ زیمل درباره دین نسبت میان دین و دینداری در جامعه».
- مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. دوره ۸، شماره ۲. صص: ۳۵ - ۴۸.
- دورکیم، امیل. (۱۳۸۳). *صور بنیادین حیات دینی: توتیم پرستی در استرالیا*. ترجمه باقر پرهام. تهران: مرکز.
- رضوی زاده، ندا. (۱۳۹۶). «ادراک و تجربه زیسته زائران پیاده ایرانی در عراق (مورد مطالعه: پیاده روی اربعین، آذر ۱۳۹۳ - عراق)». *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*. دوره ۶، شماره ۴. صص: ۵۹۵ - ۶۳۱.
- رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۴). *تکنیک‌های خاص تحقیق در رشته علوم اجتماعی*. تهران: شرکت سهامی انتشار.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۴). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی.
- زردموی اوردکلو، شاپور. (۱۳۹۴). «پدیدارشناسی تجربی زیارت». *اولین کنفرانس بین‌المللی گردشگری و معنویت*. تهران.
- زمانی، حسین. (۱۳۹۲). *بازشناسی مفهوم زیارت*. تهران: آوند رشد.
- سیدمن، استیون. (۱۳۸۶). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نی.
- شربتیان، محمدحسین. (۱۳۹۲). «تأملی بر مبانی اجتماعی و فرهنگی زیارت». *مجموعه مقالات هم‌اندیشی زیارت*. قم: مشعر.
- شجاعی‌زند علیرضا. (۱۳۸۴). «مدلی برای سنجش دینداری در ایران». *جامعه‌شناسی ایران*. دوره ۶، شماره ۱. صص: ۳۴ - ۶۶
- طالبی، ابوتراب؛ براق علی‌پور، الهه. (۱۳۹۴). «گونه‌شناسی زیارت و دینداری زائران؛ معناکاوی کنش زیارت زائران امام

- رضا عابدی، «علوم اجتماعی». دوره ۲۲، شماره ۶۹، صص: ۷۵ - ۱۰۶.
- فخرزاد، سیدحسین. (۱۳۹۱). «بررسی تطبیقی نظریه جامعه‌شناختی پدیدارشناسی با تأکید بر اندیشه آلفرد شوٲس با مبانی اسلام». *قیسات*. سال هفدهم. شماره ۶۴، صص: ۱۴۹ - ۱۷۴.
- فرهادی محلی، مجتبی؛ یعقوبی، علی؛ اسماعیلی، سارا. (۱۳۹۵). «پدیدارشناسی زیارت: (مورد مطالعه زائران شهر مشهد)». *سومین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، علوم تربیتی و سبک زندگی*. تهران.
- فلیک، اووه. (۱۳۸۷). *درآمدی بر تحقیق کیفی*. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نی.
- قائم‌نیک، محمدرضا؛ زروانی، مجتبی. (۱۳۹۲). «تمایز میان ذات و واقعیت دین رفغ: یک ابهام در روش پدیدارشناسی دین». *الهیات تطبیقی*. دوره ۴، شماره ۱۰، صص: ۵۱ - ۷۰.
- کرسول، جان. (۱۳۹۱). *پویش کیفی و طرح پژوهش: انتخاب از میان پنج رویکرد*. ترجمه حسن دانایی‌فرد و حسین کاظمی. تهران: صفار.
- کوزر، لوئیس آلفرد. (۱۳۸۵). *زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی.
- کیوی، ریمون؛ کامپهوند، لوک وان. (۱۳۷۸). *روش تحقیق در علوم اجتماعی*. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: توتیا.
- لسانی، مهدی؛ محمدزاده، محمد حسین؛ زردموی‌اوردکلو، شاپور. (۱۳۹۶). *مجموعه مقالات زائر و زیارت: زائرشناسی*. جلد اول. مشهد: به نشر.
- محمدی، جمال؛ صالحی، صادق؛ نیکو فال، زینب. (۱۳۹۶). «پدیدارشناسی تجربی اماکن مذهبی (مورد مطالعه: امان مذهبی شهرستان هرسین)». *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. دوره ۶، شماره ۲۰، صص: ۳۴ - ۵۵.
- مصطفوی، حسن. (۱۳۶۸). *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- معاون، زهرا؛ موحد، مجید؛ طبعی، منصور. (۱۳۹۶). «درک گردشگران مذهبی زن از کنش زیارت در بقاع متبرکه شهر شیراز (مطالعه‌ای مردم‌نگارانه)». *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. دوره ۶، شماره ۲۲، صص: ۹۷ - ۱۱۷.
- محمودیور، احمد. (۱۳۹۰). *ضد روش، منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی*. ج ۱. تهران: جامعه‌شناسان.
- ناصری، میلاد؛ کاوه، فرزانه؛ ربانی خوراسگانی، علی. (۱۳۹۵). «مطالعه چگونگی نگرش دانشجویان به دین (مدلی بر اساس نظریه زمینهای GT) مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه اصفهان». *جامعه‌شناسی کاربردی*. سال ۲۷، شماره ۴ (پیاپی ۶۴)، صص: ۷۹ - ۹۸.
- یوسفی، علی؛ صدیق‌اورعی، غلامرضا؛ کهنسال، علیرضا؛ مکرری‌زاده، فهیمه. (۱۳۹۱). «پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا عابدی». *مطالعات اجتماعی ایران*. دوره ۶، شماره ۳ و ۴، صص: ۱۸۰ - ۱۹۸.
- یوسفی، علی؛ تابعی، ملیحه. (۱۳۹۱). «پدیدارشناسی تجربی راهی برای فهم تجربه‌های دینی». *جامعه‌شناسی تاریخی*. دوره ۴، شماره ۱، صص: ۷۱ - ۹۳.
- همیلتون، ملکم. (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی دین*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: ثالث.
- Andriotis, K. (2009). "Sacred Site Experience (A phenomenological Study)", *annals of Tourism Research*, 2: 64-84.

- Aspers, Patrick, (2004), "Empirical Phenomenology An Approach for Qualitative Research", **Social Research Methods Qualitative Series**, 9, pp.1-15.
- Emanuel Gros, Alexis (2017) "The Typicality and Habituality of Everyday Cognitive Experience in Alfred Schutz's Phenomenology of the Lifeworld", **Meta: Research in Hermeneutics, Phenomenology, and Practical Philosophy**, VOL. IX, NO. 1, pp: 63-85.
- Groenewald, Thomas (2004) "A Phenomenological Research Design Illustrated", **International Journal of Qualitative Methods**, 3 (1): 1-26.
- Fukuyama, Yoshio (1961). "The magior Dimention of Church Membership", **Review of Religious Research** 2: 154 – 161.
- Morton, King; Hunt, Richard A (1972) "Measuring the religious variable: Replication", **Journal for the Scientific Study of Religion**. 11: 240 – 251.
- Stark Rodney & Charles Glock (1970) **American Piety: The Nature of Religious Commitment**, California: University of California Press.
- Patton, Michael Quiin, (2002), **Qualitative research & Evaluation**, California: Sage publication.
- Umme Salma, Mujtaba Husein (2017) A phenomenological study of Arbaeen foot pilgrimage in Iraq, **Tourism Management Perspectives**, 26 (2018) 9–19.

منابع اینترنتی

- فروزان، مهدی. (۱۳۹۷). «آخرین آمار ورودی مسافر به مشهد». *خبرگزاری ایسنا*. isna.ir/xd2VJn. تاریخ مشاهده: ۴ اسفند ۱۳۹۸.

References

- Aaron, Raymond. (2005). **The basic stages of the course of thought in sociology**. Translated by Bagher Parham. Tehran: Scientific and Cultural. [In Persian]
- Andriotis, K. (2009). "Sacred Site Experience (A phenomenological Study)", **annals of Tourism Research**, 2: 64-84.
- Aspers, Patrick, (2004), "Empirical Phenomenology; An Approach for Qualitative Research", **Social Research Methods Qualitative Series**, 9, pp.1-15.
- Behrwan, Hossein (2001). "Sociology of pilgrimage with an emphasis on the needs of pilgrims in Imam Reza's shrine (AS)". **Meshkat**, No. 72 and 73 (autumn and winter 2001). pp.: 87-102.
- Blakey, Norman. (2015). **Social research design**. Translated by Hasan Chavoshian. Tehran: Ney. [In Persian]
- Bouzrinjad, Yahya. (2019). **Methodology of Muslim social knowledge (hermeneutic approaches to the Qur'an among Muslims)**. Tehran: University of Tehran.
- Creswell, John. (2011). **Qualitative survey and research design: choosing among five approaches**. Translated by Hassan Danaeifard and Hossein Kazemi.

- Tehran: Safar. [In Persian]
- Durkheim, Emile. (2004). **Basic forms of religious life: Totemism in Australia**. Translated by Bagher Parham. Tehran: Center. [In Persian]
- Emanuel Gros, Alexis (2017) "The Typicality and Habituality of Everyday Cognitive Experience in Alfred Schutz's Phenomenology of the Lifeworld", **Meta: Research in Hermeneutics, Phenomenology, and Practical Philosophy**, VOL. IX, NO. 1, pp: 63-85.
- Fakhrzare, Seyyed Hossein (2011). "An applied study of the theory of phenomenological cognitive society with an emphasis on the thought of Alfred Shutes with the foundations of Islam", **Qabsat**, 17th year, number 64: 149-174.
- Farhadi Mohali, Mojtaba; Yacoubi, Ali; Esmaili, Sara (2015). "Phenomenology of Pilgrimage: (Study of Pilgrims of Mashhad)", **Third International Conference on Psychology, Educational Sciences and Lifestyle**, Tehran.
- Flake, ugh. (2008). **An introduction to qualitative research**. Translated by Hadi Jalili. Tehran: Ney. [In Persian]
- Forozan, Mehdi. (2017). "The latest passenger arrival statistics to Mashhad". **ISNA**. isna.ir/xd2VJn. View date: March 4, 2018.
- Fukuyama, Yoshio (1961). "The magior Dimensions of Church Membership", **Review of Religious Research** 2: 154 – 161.
- Ghaeminik, M., & Zarvani, M. (2013). The Distinction Between the Essence and Reality of Religion: Resolving an Ambiguity in the Method of Phenomenology of Religion. **Comparative Theology**, 4(10), 51-70.
- Groenewald, Thomas (2004) "A Phenomenological Research Design Illustrated", **International Journal of Qualitative Methods**, 3 (1): 1-26.
- Hariri, Najla. (2006). **Principles and methods of qualitative research**. Tehran: Islamic Azad University, Department of Science and Research.
- Heydari, Mojtaba. (2016). "The effect of pilgrimage on moral education". **Miqat of Hajj** Volume 25. Number 99. Pages: 33-43.
- Hamilton, Malcolm. (2008). **Sociology of religion**. Translated by Mohsen Talasi. Tehran: Third. [In Persian]
- Khani, Alireza. (2015). "A critical look at Georg Simmel's views on religion and the relationship between religion and religiosity in society". **Iran's social development studies**. Volume 8. Number 2. Pages: 35-48.
- Kozer, Louis Alfred (2006). **The life and thought of great sociologists**. Translated by Mohsen Salasi, Tehran: Scientific. [In Persian]
- Kiwi, Raymond; Camphound, Luke Van. (1999). **Research method in social sciences**. Translated by Abdul Hossein Nik Gohar, Tehran: Tutia. [In Persian]
- Lesani, Mehdi et al. (2017). **A collection of essays on Pilgrim and Pilgrimage: Pilgrimage**, Volume 1, Mashhad: To publish.
- Moaven, Z., Movahed, M., & Tabiee, M. (2017). Understanding Religious Wom-

en's Tourists from the Act of Pilgrimage in the Holy Shrines of Shiraz City Ethnographic Study. **Journal of Tourism Planning and Development**, 6(22), 97-117. doi: 10.22080/jtpd.2017.1709

Mohamadi, J., salehi, S., & Nikufal, Z. (2017). Phenomenology of Religious Tourists' Experiences (Case Study: Harsin City). **Journal of Tourism Planning and Development**, 6(20), 34-55. doi: 10.22080/jtpd.2017.1486

Mohammadpour, Ahmed. (2011). **Anti-method, logic and design in qualitative methodology**. Tehran: Sociologists.

Mustafavi, Hassan. (1989). **Researching the words of the Holy Qur'an**. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance.

Morton, King; Hunt, Richard A (1972) "Measuring the religious variable: Replication", **Journal for the Scientific Study of Religion**. 11: 240 – 251.

Nasseri, M., Kaveh, F., & Rabbani, A. (2017). Investigation of How Students View Religion (A Model Based on Grounded Theory, Case Study: Students of University of Isfahan). **Journal of Applied Sociology**, 27(4), 79-98. doi: 10.22108/jas.2017.21162

Patton, Michael Quiin, (2002), **Qualitative research & Evaluation**, California: Sage publication.

Pouramini, Mohammad Baqer. (2017). **The dignity of pilgrimage; Pilgrimage rituals of Imam Reza (a.s.)**. Mashhad: Astan Quds Razavi.

Rafipour, Farmarz (2005). **Special techniques of research in social sciences**, Tehran: Publishing Company

Razavizadeh, N. (2017). Iranian on-foot pilgrims' lived experience in Iraq. **Quarterly of Social Studies and Research in Iran**, 6(4), 595-631. doi: 10.22059/jjsr.2018.231746.517

Ritzer, George. (2005). **Sociological theory in the contemporary era**. Translated by Mohsen Thalasi. Tehran: Scientific Publication. [In Persian]

Sharbatian, Mohammad Hossein. (2012). "Reflection on the social and cultural foundations of pilgrimage". **A collection of articles of Ziarat consensus**. Qom: Mushar.

Seidman, Steven. (2007). **Conflict of votes in sociology**. Translated by Hadi Jali-li. Tehran: Ney. [In Persian]

Shojaizand, Alireza. (1384). "A model for measuring religiosity in Iran". **Sociology of Iran**. Volume 6. Number 1. Pages: 66-34.

Spielberg, Herbert; Schumann, Carl. (2013). **Phenomenological movement**. Translated by Masoud Alia. Tehran: Menuy Khord. [In Persian]

Stark Rodney & Charles Glock (1970) **American Piety: The Nature of Religious Commitment**, California: University of California Press.

Taghizadeh Davari, Mahmoud. (2001) "A Look at the Sociology of Pilgrimage". **Marefat**, Number 45. pp: 59-61.

- Tavasli, Gholam Abbas (2007). **Sociological theories**, Tehran: Samt.
- Tanhaei, Abul Hassan (1995). **An introduction to schools and theories of sociology**, Gonabad: Marandiz.
- Talebi, Abu Tarab; Baraq Alipour, goddess. (2014). "Typology of pilgrimage and religiosity of pilgrims; Analyzing the Meaning of Pilgrimage of Imam Reza (AS)". **social Sciences**. Volume 22, Number 69, Pages: 106-75.
- Umme Salma, Mujtaba Husein (2017) A phenomenological study of Arbaeen foot pilgrimage in Iraq. **Tourism Management Perspectives**, 26 (2018) 9-19.
- Yousefi, Ali; Sediq Orei, Gholamreza; Kohensal, Alireza; Makrizadeh, Fahima. (2011). "Experimental Phenomenology of Imam Reza's (AS) Pilgrimage". **Iranian social studies**. Volume 6. Number 3 and 4. pp. 180-198.
- Yousofi A, Tabei M. "Empirical phenomenology, a way to understand religious experiences". **JHS** 2012; 4 (1) :71-93
- Zardmoi Urdklo, Shapur (2014). "Experimental phenomenology of pilgrimage", **the first international conference on tourism and spirituality**, Tehran.
- Zamani, Hossein (2012). **Recognizing the concept of pilgrimage**. Tehran: Avand Rushd.

