



doi: 10.30497/rc.2023.245136.1996



Received: 2023/09/13

Accepted: 2023/12/05

## The Arbaeen Pilgrimage as a Medium for the Shia Community

Arsalan Veisi\*

Mohsen Shakerinejad \*\*

Hadi Alborzi Davati\*\*\*

### Abstract

The Arbaeen pilgrimage, especially its developed form in the last decade, is a non-obligatory religious ritual of Shiites, which is held (repeated) every year at a specific time and place and has a traditional support. Considering that Arbaeen is a trans-gender, trans-age and trans-format ritual, it can be studied from different perspectives, including the media perspective. The aim of the current research is to study the Arbaeen pilgrimage as a medium, which has been pursued in two stages; In the first place, to achieve the media functions of the Arbaeen pilgrimage, thematic analysis method was used, and the data obtained from in-depth interviews with professors and experts in the fields of communication and media sciences and rituals were coded in three stages, descriptive, analytical and interpretive, using the Wolcott method. The findings show that the Arbaeen pilgrimage has five functions of social mobilization, entertainment, continuity, solidarity, communication, and informing, which were obtained from a total of 42 analytical codes and by comparing them. Then, in the second stage, these findings have been compared and adapted with the theory of media functions from Dennis McQuail's point of view. The result of the research shows that the media functions of Arbaeen are in accordance with McQuail's of media functions and Arbaeen procession can be considered as a medium for the Shia community.

**Keywords:** Arbaeen Pilgrimage, Media, Rituals, Media Functions.

---

\* Master's degree in radio and television journalism, University of IRIB, Tehran, I.R.Iran  
(Corresponding author).

arsalan.veisi@iribu.ac.ir

0009-0003-2260-5780

\*\* Faculty member of IRIBU, Tehran, I.R.Iran.

shakerinejad@iribu.ac.ir

0000-0001-9806-3955

\*\*\* Director General of IRIB News, Tehran, I.R.Iran.

alborzhadi62@yahoo.com

0000-0003-2298-527X

## پیاده‌روی اربعین به‌مثابه یک رسانه برای جامعه تشیع

ارسالان ویسی\*

محسن شاکری‌نژاد\*\*

هادی البرزی\*\*\*

### چکیده

پیاده‌روی اربعین به‌ویژه شکل توسعه‌یافته آن در دهه گذشته از مناسک دینی غیرواجب شیعیان است که هر ساله در زمان و مکان مشخصی برگزار (تکرار) شده و از پشتوانه سنتی برخوردار است. با نظر به اینکه اربعین منسکی فراجنسیتی، فراسنی و فراقلمی است، می‌توان آنرا از دیدگاه‌های مختلف از جمله دیدگاه رسانه‌ای مطالعه نمود. هدف پژوهش حاضر مطالعه پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک رسانه است، که این هدف در دو مرحله دنبال شده است: در وهله اول برای دستیابی به کارکردهای رسانه‌ای پیاده‌روی اربعین از روش تحلیل مضمون استفاده شده و داده‌های حاصل از مصاحبه عمیق با اساتید و خبرگان حوزه علوم ارتباطات و رسانه و آئین و مناسک در سه مرحله توصیفی، تحلیلی و تفسیری به روش ولکات کدگذاری شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد پیاده‌روی اربعین دارای ۵ کارکرد بسیج اجتماعی، سرگرمی، تداوم و استمرار، همبستگی و ارتباط و اطلاع‌رسانی است که از مجموع ۴۲ کد تحلیلی و با مقایسه آن‌ها به‌دست آمده‌اند. سپس در مرحله دوم این یافته‌ها با کارکردهای رسانه‌ای از دیدگاه دنیس مک‌کوایل مقایسه و تطبیق داده شده‌اند. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد که کارکردهای رسانه‌ای اربعین با کارکردهای رسانه‌ای مک‌کوایل مطابقت داشته و منسک پیاده‌روی اربعین را می‌توان به‌مثابه یک رسانه برای جامعه تشیع دانست.

واژگان کلیدی: پیاده‌روی اربعین، رسانه، مناسک، کارکردهای رسانه، شیعه.

\* کارشناسی ارشد، روزنامه‌نگاری رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).  
arsalan.veisi@iribu.ac.ir

\*\* استادیار، ارتباطات دانشگاه صداوسیما، تهران، جمهوری اسلامی ایران.  
shakerinejad@iribu.ac.ir

\*\*\* دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.  
alborzhadi62@yahoo.com

## مقدمه

مناسک در تعریفی جامع، به فعالیت‌هایی گفته شده که دارای ویژگی‌های نمادین بودن، سنتی بودن، تکراری بودن (Grimes, 2000, p. 261)، داشتن قواعد، تعلق به زمان و مکان خاص و جمعی بودن هستند. نگاهی تاریخی به پیاده‌روی اربعین نشان می‌دهد که سابقه آن به دو رویداد مهم پیوند خورده است. ۴۰ روز پس از شهادت امام حسین (علیه‌السلام) و یارانشان، اهل بیت امام از شام به کربلا برگشتند و همزمان با این اتفاق جابر بن عبدالله انصاری به همراه عطیه بن سعد عوفی مسیر مدینه تا کربلا را با پای پیاده طی کرده و مزار امام حسین (علیه‌السلام) را زیارت می‌کنند (طبری، ۱۴۲۰ق، ص. ۱۲۵). از این زمان به بعد شیعیان به دلایلی همچون احادیث ائمه اطهار (علیهم‌السلام) و اعمال و گفتار علمای شیعه همواره به برگزاری این مراسم اهتمام ورزیده‌اند، گرچه این امر اغلب دشواری‌ها و ممانعت‌هایی برای انجام‌دهندگان آن به همراه داشته است.

پیاده‌روی اربعین به‌ویژه به شکل توسعه‌یافته آن در دهه گذشته یک منسک دینی است؛ زیرا بنا به تعریفی که ذکر شد این مراسم هر سال در روزهای مشخصی برگزار (تکرار) می‌شود، باید‌ها و نباید‌هایی (قواعد) توسط مخاطبان و مشارکت‌کنندگان آن رعایت شده، دارای ماهیتی دینی است که در دو بخش محتوایی و نمایشی ظهور و بروز یافته و دارای پشتوانه سنتی است. با توجه به اینکه اربعین مناسکی فراجنسیتی، فراسنی و فراقلمبی است که زنان و مردان امکان حضور همزمان در آن را دارند، طیف گسترده سنی مشارکت‌کننده آن هستند و ماهیتی متکثر دارد که امکان حضور انفرادی و جمعی به شکل‌های مختلف در آن فراهم است (مظاهری، ۱۳۹۷، صص. ۵۴-۵۶) می‌توان آن را از دیدگاه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، رسانه‌ای و سیاسی بررسی نمود.

اگر از رویکرد کارکردگرایانه پیاده‌روی اربعین را بررسی کنیم، این منسک دارای کارکردهایی است که هرکدام از آن‌ها در جهت حفظ نظم و ساختار اجتماعی نقشی ایفا می‌کنند. از طرفی، هر رسانه با تولید، بازتولید و توزیع معرفت در گستره‌ای وسیع از مفاهیم و معانی با مجموعه‌ای از نمادها مرتبط است که ارجاع‌دهنده به تجارب اجتماعی است. این درک افراد را توانا کرده تا به تجربه خود معنا داده و جهان‌بینیشان را شکل دهند و در انباشت معرفت گذشته و استمرار فهم جاری شریک شوند

(Mcquail, 1987). به نظر می‌رسد در پیاده‌روی اربعین نیز هر فرد می‌تواند خود یک ارتباط‌گر و رسانه باشد که نقش فرستنده و تولیدکننده محتوا را بر عهده داشته باشد و مانند یک رسانه این رویداد را نمایش داده یا بازنمایی کند و در ساختار بزرگ‌تری همه افراد مشارکت‌کننده به واسطه نقش‌هایی که بر عهده دارند، ذیل یک نظام اجتماعی که در اینجا منظور رسانه است گردهم‌آمده و یک رسانه را تشکیل دهند؛ بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی پیاده‌روی اربعین به عنوان یک رسانه است.

این هدف در دو مرحله دنبال می‌شود: ابتدا با تکیه به رویکرد کارکردی هر نظام اجتماعی، کارکردهای پیاده‌روی اربعین احصاء خواهد شد و سپس برای اینکه موضوع پژوهش در چهارچوبی علمی و نظری به مقصود برسد و نتیجه مطلوبی حاصل گردد. پس از احصاء کارکردهای پیاده‌روی اربعین، آن‌ها با نظریه کارکردهای رسانه‌ای از نظر دنیس مک‌کوایل مقایسه و تطبیق داده خواهند شد تا مشخص شود آیا می‌توان پیاده‌روی اربعین را به مثابه یک رسانه پنداشت. مطالعه و تحلیل رسانه‌ای پیاده‌روی اربعین با این رویکرد در وهله اول باعث تولید ادبیات نظری مناسبی درباره این موضوع خواهد شد و می‌تواند پژوهش در این حوزه را از سطح مشاهده و توصیف یک قدم به جلو برد، از سویی دیگر نیز گستره کارکردهایی که پیاده‌روی اربعین دارد را برای پژوهشگران، متولیان رسانه و تصمیم‌گیران روشن می‌کند؛ بنابراین با توجه به ضرورت و اهمیت پژوهش یک سؤال این است که کارکردهای پیاده‌روی اربعین کدام‌اند؟ و از سوی دیگر آیا پیاده‌روی اربعین را می‌توان به مثابه یک رسانه دانست؟

#### ۱. پیشینه پژوهش

جست‌وجو و بررسی مطالعات گذشته مرتبط با موضوع «اربعین به مثابه یک رسانه» حاکی از آن است که کار مشابهی با نظر به رویکرد پژوهش حاضر موجود نیست؛ اما در چند مطالعه به طرق مختلف و در اثنای آن‌ها کارکردهای اربعین از منظرهایی مانند اجتماعی، سیاسی و... احصاء شده‌اند که هدف هیچ‌کدام از این مطالعات دستیابی به کارکردهای اربعین از لحاظ رسانه‌ای و با توجه به یک رویکرد نظری در علوم ارتباطات نبوده است. در ادامه به اختصار به معرفی این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

جدول (۱): معرفی و بررسی پژوهش‌های پیشین

ردیف	نام پژوهشگر/ان	سال	عنوان پژوهش	معرفی، بررسی و نتایج پژوهش
۱	طباطبائی، سیدمحمد؛ رسولی، محمدرضا؛ عقیلی، سیدوحید و مجیدی قهروردی، نسیم	۱۴۰۱	قدرت نرم جبهه مقاومت: واکاوی قدرت رسانه‌ای راهپیمایی اربعین	این پژوهش با بیان اینکه اربعین یکی از حرکت‌های بزرگ معنوی جهان است آن را عامل قدرت نرم جبهه مقاومت معرفی می‌کند. با توجه به اینکه موضوع از نوع اکتشافی است، از روش نظریه مبنایی (گرداند تئوری) استفاده شده است. محققان ابتدا با مصاحبه با خبرگان داده‌ها را جمع‌آوری و سپس آن‌ها را کدگذاری نموده و مؤلفه‌ها مربوط به کارکردهای رسانه‌ای اربعین احصاء شده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اربعین دارای کارکردهای رسانه‌ای آموزش، راهنمایی، رهبری، نظارت بر محیط، همبستگی اجتماعی، انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی، سرگرمی، کاهش بحران‌ها و ایجاد جایگاه اجتماعی است، همچنین کارکردهای اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، ایجاد همبستگی اجتماعی و آموزش دینی در ارتباط با ارتباطات میان‌فردی و ارتباطات جمعی رسمی و کارکردهای اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، انتقادی و حتی در بعضی مواردی سرگرمی در ارتباط با ارتباطات رسانه‌ای غیررسمی به‌خصوص از نوع غیرهمسو با رسانه‌های رسمی وجود دارند که این کارکردهای رسانه‌ای در سطوح متفاوت موجب قدرت رسانه‌ای و قدرت نرم جبهه مقاومت است.
۲	طالبی، حامد	۱۳۹۹	پیاده‌روی اربعین به‌منابه یک رسانه از دیدگاه متخصصان ارتباطات	در این پژوهش که با استفاده از روش کیفی انجام شده است، مؤلفه‌های ارتباطی، کارکردها، ماهیت، ساختار و ابعاد رسانه‌ای پیاده‌روی اربعین از دیدگاه ۴۰ نفر از متخصصان حوزه ارتباط به‌واسطه ۶۹ گویه در پیوستاری ۷ سطحی سنجیده شده است. تفکر حاکم بر دیدگاه پاسخگویان، تفکری فرهنگی و اعتقادی با زمینه‌ای سیاسی - بین‌المللی و با تأکید بر

ردیف	نام پژوهشگر/ان	سال	عنوان پژوهش	معرفی، بررسی و نتایج پژوهش
				<p>وظایف اجتماعی یا کارکردها و نقش های رسانه ای است و پاسخگویان، پایاده روی اربعین را به مثابه یک رسانه با نظر به ویژگی ها و عناصر رسانه ای بودن، نظام اداره و ابعاد آن مورد تأیید قرار داده اند. در این پژوهش ۸ بُعد اصول هنجاری رسانه، ابعاد فرهنگی و اعتقادی، کارکرد و وظایف اجتماعی رسانه، سیاسی - بین المللی، اقتصادی و اجتماعی، ساختاری، ماهیتی و ارتباطی - رسانه ای نظریه ای تحت عنوان پایاده روی به مثابه یک رسانه را شکل داده است. این پژوهش بیشترین قرابت را با پژوهش حاضر دارد و در موضوع آن و بُعد کارکرد و وظایف اجتماعی این نزدیکی ملموس است؛ اما در خصوص تفاوت ها و تمایز پژوهش حاضر با این مطالعه باید گفت: که این مطالعه با روش کمی انجام شده و پژوهش حاضر با رویکرد کیفی انجام می شود. همچنین در این پژوهش برای دستیابی به هدف اصلی پژوهش که اربعین به مثابه یک رسانه است بر یکی از نظریه های ارتباطی تکیه شده است، در حالی که در مطالعه مذکور این حساسیت نظری مشاهده نمی شود.</p>
۳	عربی، حسینعلی	۱۳۹۸	پایاده روی اربعین حسینی؛ جایگاه ها و کارکردها	<p>این پژوهش با رویکردی کارکردگرایانه به مراسم اربعین برای درک مراسم اربعین و اینکه این مراسم دارای چه کارکردهایی است با روش مشاهده ای و کتابخانه ای و به شیوه توصیفی - تحلیلی انجام شده است. تکیه این پژوهش در قسمت مطالعه اسنادی به آیات و روایات مرتبط با اربعین است و مشاهدات میدانی نیز توسط خود محقق صورت گرفته است. یافته های پژوهش نشان می دهد که مراسم اربعین دارای کارکردهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، مذهبی، نظامی و امنیتی زیادی است که کارکردهای اجتماعی این اجتماع عظیم شامل</p>

ردیف	نام پژوهشگر/ان	سال	عنوان پژوهش	معرفی، بررسی و نتایج پژوهش
				<p>وحدت و همبستگی اجتماعی، اقتدار جهان اسلام، تقسیم کار اجتماعی، کم‌رنگ شدن قومیت، طبقه و ملیت، پیامدهای روحی و اخلاقی و زدودن کدورت‌ها و کاهش کشمکش‌های اجتماعی است. همچنین این مطالعه با در نظر داشتن [کژکاردهای] هر پدیده اجتماعی، دورشدن از سادگی و بی‌پیرایگی را از آسیب‌های مراسم اربعین (به شکل امروزی آن) می‌بیند. علت انتخاب این مقاله نگاه کارکردی آن (هر چند بسیار مختصر) به پیاده‌روی اربعین است.</p>
۴	موسوی، سیدمحمد و رضا، بیات	۱۳۹۷	کاوشی در آئین پیاده‌روی اربعین حسینی و اثرگذاری کارکردهای اجتماعی و سیاسی آن	<p>این مقاله به دنبال یافتن تأثیرات پیاده‌روی اربعین در دو بُعد سیاسی و اجتماعی است و با استفاده از روش کتابخانه‌ای و بررسی کتب، مقالات، آمار، تحلیل‌ها و... این امر را دنبال می‌کند. پیاده‌روی اربعین در بُعد اجتماعی دارای کارکردهای هویت‌یابی، شکل‌گیری سبک زندگی اسلامی، اصلاح جامعه و زمینه‌سازی ظهور، تسکین مشکلات و مصائب اجتماعی و فردی و تولید نظم اجتماعی نوین است. همچنین مقاومت و بیزاری از ظلم و استکبار، وحدت و بیداری اسلامی و امنیت‌آفرینی نیز کارکردهای سیاسی پیاده‌روی اربعین هستند. همان‌گونه که خود محققان این پژوهش نیز توضیح داده‌اند کارکردهای فوق صرفاً تحلیل‌های مختصر و کارآمدی هستند که می‌توانند به‌طور کامل و جامع در پژوهش‌های بعدی به آن‌ها پرداخته شود و سرنخ‌هایی برای پژوهش‌های بعدی و جامع‌تر باشند. به همین دلیل این مقاله مطالعه و کارکردهای اجتماعی و سیاسی آن مورد توجه قرار گرفته است.</p>
۵	گیویان، عبدالله و امین، محسن	۱۳۹۶	محبت و هویت در آیین نمایش جهانی	<p>این مطالعه با در نظر گرفتن ویژگی‌ها و محاسنی که مربوط به آئین‌های شیعی است، سعی کرده</p>

ردیف	نام پژوهشگر/ان	سال	عنوان پژوهش	معرفی، بررسی و نتایج پژوهش
			اربعین: مطالعه ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده‌روی اربعین از منظر ارتباطات آئینی	تا با رویکرد کیفی و روش مردم‌نگاری و ارتباط نزدیک با سوژه‌ها سه رکن اصلی ماهیت، ساختار و کارکردهای آئین پیاده‌روی اربعین را از منظرگاه زائران، مروجان و مجریان آن از نظرگاه مفهومی ارتباطات آئینی مطالعه کند که کارکردهای احصاء شده اربعین از دیدگاه سه گروه مذکور با پژوهش حاضر مرتبط است. جامعه آماری این پژوهش زائران ایرانی اربعین بوده‌اند. داده‌ها در این تحقیق از دو روش مشاهدات میدانی و مصاحبه‌ها به‌دست‌آمده و سپس با تحلیل مضمون و کدگذاری نظری مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که پیاده‌روی اربعین با سه مقوله محبت اهل بیت، نمایش جهانی و هویت شیعی ارتباط تنگاتنگی دارد و مقوله کانونی پژوهش نیز با توجه به کدگذاری نظری «نمایش عاشقانه با هدف تکوین هویت شیعی در جهان» انتخاب شده که نتیجه پژوهش را به بهترین شکل نمایندگی می‌کند. با نظر به موضوع پژوهش حاضر، کارکردهای آئین پیاده‌روی اربعین که از منظرگاه زائران، مروجان و مجریان آن حاصل شده است با بخش اول این پژوهش قرابت دارد.

## ۲. مرور نظری و مفهومی

در پژوهش‌هایی که با رویکرد کیفی انجام می‌شوند نظریه به شکل انتزاعی آن به‌کار برده نمی‌شود و حساسیت نظری فراهم‌کننده چهارچوبی از مفاهیم برای حرکت محقق در مسیر پژوهش است. حساسیت نظری آن چیزی است که محقق را از سطح توصیفی به سطح تحلیلی سوق می‌دهد. در این باره گلیزر و استراوس<sup>۱</sup> (۱۹۶۷) می‌گویند که پژوهشگر به واقعیات به‌صورت تخته‌سنگی سفید نگاه نمی‌کند، او باید یک چشم‌انداز داشته باشد تا به کمک آن بتواند داده‌های مرتبط را مشاهده و مقوله‌های مشخصی را با

1. Glaers and Strauss



موشکافی خود از داده‌ها تفکیک کند. بر همین اساس در پژوهش حاضر مفاهیم رسانه، مناسک و اربعین مطرح شده‌اند و کارکرد رسانه نیز به‌عنوان هسته اصلی پژوهش به‌شکل تحلیلی بیان شده است.

## ۲-۱. کارکردهای رسانه

از منظر کارکردگرایانه جامعه متشکل از شبکه سازمان‌یافته‌ای از گروه‌های در حال همکاری است که اعضای آن از قوانین و ارزش‌های مشترکی که مورد توافق آن‌هاست پیروی می‌کنند. جامعه از نگاه کارکردی به‌شکل کل مرکب از اجزاست که در بقای آن همه اجزا سهم دارند، گرچه امکان تغییر اجزا و کل وجود دارد؛ اما این تغییر تدریجی است و پس از آن جامعه باز هم به تعادل برمی‌گردد. این رویکرد در تلاش است ماهیت به‌هم‌پیوسته یک نظام اجتماعی در کلیت آن بررسی و فهم شود. جان‌مایه رویکرد کارکردگرایانه بر این امر استوار است که کلیه نهادهای اجتماعی ادامه حیاتشان بسته به کار یا وظیفه‌ای است که در نظام اجتماعی عهده‌دار هستند و این امر را دنبال می‌کند که یک ساختار مشخص چه نیازهایی از نظام گسترده را برطرف می‌کند. رسانه یکی از اجزا مجموعه نظام اجتماعی است که ارتباط‌دهنده بخش‌های مختلف آن است و در کنار تأمین نظم و یکپارچگی درونی نظام، امکان پاسخگویی را در این نظام در شرایط مختلف فراهم می‌آورد؛ بنابراین تجزیه و تحلیل کارکردهای رسانه بر نقش آن‌ها در حفظ نظم و ساختار اجتماعی متمرکز است و مجموعه این نقش‌هاست که کارکردهای رسانه را مشخص می‌کند.

هارولد لاسول، محقق ارتباطات اولین کسی بود که دسته‌بندی منظمی از کارکردهای رسانه ارائه داد. او «نظارت بر محیط»، «همبستگی اجتماعی» و «انتقال میراث فرهنگی» را سه کارکرد رسانه‌ها عنوان کرد (لاسول، ۱۳۸۳، ص. ۵۹). همچنین بعدها چارلز رایت به سه کارکرد مذکور، کارکرد سرگرمی را اضافه کرد (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص. ۴۹). می‌توان گفت این چهار کارکرد رسانه که لاسول و رایت عنوان کردند هسته اصلی کارکردهای رسانه بوده‌اند و اغلب محققانی که بعدها درباره کارکردهای رسانه‌ای مطالعه و آن‌را گسترش داده‌اند، این چهار کارکرد را در بیان خود به اشکال و اسامی

مختلف آورده‌اند. با این حال یکی از کامل‌ترین و مقبول‌ترین دسته‌بندی کارکردهای رسانه، مربوط به کارکردهای اجتماعی رسانه‌ها دنیس مک‌کوایل است. او کارکردهای اجتماعی رسانه را این‌گونه بیان کرده است:

### الف) اطلاع‌رسانی

- ۱- تأمین اطلاعات درباره رویدادها و شرایط موجود در جامعه و جهان
- ۲- اشاره به روابط قدرت
- ۳- تسهیل نوآوری، سازگاری و پیشرفت

### ب) همبستگی

- ۱- تبیین، تفسیر و اظهارنظر درباره معنای رویدادها و اطلاعات
- ۲- جلب حمایت برای قدرت و هنجارهای موجود و جافتاده
- ۳- اجتماعی کردن
- ۴- هماهنگ کردن فعالیت‌های مجزا
- ۵- ایجاد وفاق اجتماعی
- ۶- تنظیم اولویت درجات و اشاره به شأن نسبی مردمان / تنظیم اولویت و اشاره به منزلت نسبی [مردم]

### پ) پیوستگی و تداوم

- ۱- بیان فرهنگ مسلط و به رسمیت شناختن خرده‌فرهنگ‌ها و تحولات جدید فرهنگی
- ۲- تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک

### ت) سرگرمی

- ۱- تأمین سرگرمی، انحراف توجه از واقعیات و آرامش
- ۲- کاستن از تنش‌های اجتماعی

### ث) بسیج

- ۱- تبلیغ و ترویج اهداف جامعه در زمینه سیاست، جنگ، توسعه اقتصادی کار و گاهی اوقات دین (مک‌کوایل، ۱۳۸۲، صص. ۱۰۵-۱۱۰).

### ۲-۲. رسانه

واژه رسانه در ایران برای اولین بار توسط مجید تهرانیان وضع شد. در تعریف او رسانه

وسيله‌ای است که پیام را به گروه کثیری از افراد می‌رساند و شامل رسانه‌هایی مانند: تلویزیون، کتاب، کتابخانه، هیئت و... می‌شود، نکته مهم در اینجا نقش توسعه‌ای است که برای رسانه در نظر گرفته شده است (خانیک، ۱۳۹۴)؛ اما در مورد چیستی رسانه می‌توان از نظرگاه‌های متفاوت (تاریخی، فنی، اجتماعی، فرهنگی و...) آنرا تعریف کرد؛ برای مثال رسانه‌های ارتباط جمعی بدین معنا اشاره دارند که «فرستنده‌ها و گیرندگان نمی‌توانند به شکل حضوری با هم تعامل کنند» (Luhmann, 2000, p. 2). واژه جمعی در اینجا به دریافت جمعی از رسانه‌هایی همچون تلویزیون، رادیو و... برمی‌گردد. باین حال الزامی نیست که رسانه‌ها حتماً جمعی باشند تا رسانه قلمداد شوند، این امر به یک معنای تاریخی از رسانه (به شکل مفرد) به عنوان ماهیتی واسطه‌ای یا یک عامل اشاره دارد. پیش از عصر رسانه‌های جمعی، اصطلاح رسانه به معنای چیز یا فردی بود که بین یک شیء (پیامی که فرستاده می‌شد) و یک شخص (گیرنده پیام) قرار داشت و این معنا در زبان برتون<sup>۱</sup> (۱۶۲۱) با بیان اینکه برای بینایی شیء، عضو و واسطه لازم است به خوبی بیان شده است (لافی<sup>۲</sup>، ۱۳۹۶، ص. ۲). همچنین می‌توان رسانه‌ها را بر اساس رسانه‌های عمومی (رسانه‌های شخصی و هویتی) و رسانه‌ها به مثابه ابزار ارتباطی دسته‌بندی کرد (گیدنز<sup>۳</sup>، ۱۳۸۸). بر همین اساس رسانه‌های عمومی می‌توانند معرف هویت و سبک زندگی افراد باشند و هریک از مؤلفه‌های شخصیتی و هویتی ذیل مفهوم سبک زندگی می‌تواند یک رسانه هویتی باشد. از سوی دیگر امروزه با توجه به فزونی اطلاعات هر آنچه درباره جامعه یا جهان زندگی می‌دانیم از راه رسانه‌ها انتقال پیدا می‌کند که در این معنا رسانه ابزار اطلاعاتی است.

## ۲-۳. مناسک

### ۲-۳-۱. معنای لغوی مناسک

مناسک جمع منسک اسم مکان به معنای گوشه عزلت و از ریشه نَسَكَ و نَسِكَ به معنای پارسا شدن است که به معنای جاهای عبادت، عبادت‌ها و عبادت کردن نیز آمده است (آذرتاش، ۱۳۷۹؛ معین، ۱۳۸۰ و دهخدا، ۱۳۳۲). همچنین مناسک معادل واژه Ritual

1. Burton  
2. Luffy  
3. Giddens

است. آلن بیرو معتقد است این واژه به کلمه لاتین Ritus با ریشه Ar در زبان هند و اروپا برمی‌گردد. در نظر او مناسک اغلب به کیش و آئین‌های خاصی اشاره داشته و شامل طرز تلقی‌ها، حرکات و اعمالی است که برای هماهنگی و ارتباط با نیروهای نامرئی و طبیعی و آرام کردن آن‌ها انجام می‌شود (بیرو، ۱۳۷۰، ص. ۲۶).

## ۲-۳-۲. مناسک

درباره مناسک رویکردهای متفاوتی وجود دارد که بنا به هر کدام تعریفی از آن ارائه می‌شود، در این پژوهش به جای تعریف کلی از مناسک بر اساس ویژگی‌های مشترک این رویکردها مناسک تعریف شده است. براین اساس مناسک فعالیتی‌هایی دارای ویژگی‌های نمادین بودن، سنتی بودن، تکراری بودن، کلیشه‌ای بودن (Grimes, 2000, p. 261)، تعلق به زمان و مکان مشخص (گوئالس<sup>۱</sup>، ۱۳۸۲، ص. ۱۵۲) و جمعی بودن هستند. همچنین از منظری می‌توان مناسک را به دو دسته مناسک دینی و غیردینی تقسیم‌بندی کرد (خجسته و کلانتری، ۱۳۸۶) که با نظر به هدف پژوهش در اینجا به مناسک دینی پرداخته می‌شود. دین متشکل از دو رکن مشترک و اساسی باورها و اعمال است. باورها جلوه‌ای از عقاید و اعمال نموی از کنش اجتماعی است. مناسک بخشی از این کنش‌های اجتماعی منبعث از اعمال هستند که بخشی مهم و جدایی‌ناپذیر از دین را تشکیل داده‌اند. رادکلیف براون<sup>۲</sup> معتقد است که برای شناخت دین باید به مناسک دینی توجه کرد (همیلتون<sup>۳</sup>، ۱۳۷۷، ص. ۱۹۹). مناسک بستر ایجادکننده ایمان هستند و ایمان در جریان آن‌ها ایجاد می‌شود، آن‌ها مفاهیم کلی مذهبی را دسته‌بندی و برای پذیرش و الزام به این مفاهیم مرجعیت‌سازی می‌کنند (همیلتون، ۱۳۷۷، ص. ۲۷۸). پس مناسک به مثابه اعمال دینی به مجموعه‌ای از باورها و اعتقادات مبتنی است که خود این امر ابزاری برای ایجاد معرفت دینی و مبنایی برای ایمان مذهبی است. هر مناسک دارای دو جزء محتوایی و نمایشی است که گرچه تا حد زیادی با هم همراه هستند و همزمان اجرا می‌شوند؛ اما می‌توان میان آن‌ها تمایز گذاشت. بخش محتوایی به باور و عقاید بازمی‌گردد و بخش نمایشی ناظر به نمادها و ابژه‌هاست. نمادها و ابژه‌ها حضور پررنگی

---

1. Guthales  
2. Radcliffe Brown  
3. Hamilton

در مناسک دارند و کارکرد آن‌ها هویت‌بخشی و ایجاد تمایز برای هر منسک است؛ برای مثال در پیاده‌روی اربعین موکب، پرچم، تمثال‌ها و... نماد و ابژه‌های نمایشی و عقاید و اعمالی مانند: خواندن زیارت و ادعیه و... مربوط به قسمت نمایشی می‌شوند. در باب رابطه مناسک و مخاطب نیز باید گفت: این رابطه عقلانی و استدلالی محض نیست و برای مخاطب بیش از استدلال منطقی، حقیقت و سودمندی، احساس رضایت اخلاقی ناشی از انجام و به‌جا آوردن مناسک اهمیت دارد.

### ۲-۳-۳. نظریه‌های مناسک

#### الف) مناسک از نظرگاه دورکیم

در نگاه دورکیم<sup>۱</sup> دین نظامی متشکل از اسطوره‌ها، باورها و مناسک است که به‌وسیله سیرت پدیده‌های بنیانی که آن‌را تشکیل داده‌اند قابل شناسایی است. او دین را به دو قسمت باور و مناسک تقسیم کرده است که مناسک رو به عمل دارد، عملی که خود خواهنده و تنظیم‌کننده است و باور رو به اندیشه دارد. مناسک مجموعه اعمالی منظم و تکراری است که فقط نظامی متشکل از علامت‌ها نیست که ایمان با آن نمود بیرونی پیدا کند بلکه مجموعه وسایلی است که ایمان و احساس دینی با آن‌ها ایجاد شده و متناوب تکرار می‌گردد. دورکیم دین را نه تنها یک نظام اعتقادی بلکه به‌عنوان یک منبع حرکت‌زای اجتماعی و آرمان‌پردازی جمعی می‌داند، شاخصه دین از نگاه او تأثیر حرکت‌زایی است که بر وجدان انسان‌ها دارد، به‌عبارتی همین دیدگاه تبیین‌کننده ماهیت مناسک و جمع شدن انسان‌ها و ایجاد پیوند مشترک است. رویکرد دورکیم به مناسک رویکردی سیستمی و کل‌گرایانه است که در آن هر منسک در جامعه‌ای بزرگ‌تر معنا می‌یابد و با مناسک دیگر آمیخته می‌شود (دورکیم، ۱۳۸۳).

#### ب) مناسک از نظرگاه گیرتز

گیرتز<sup>۲</sup> بیش از آنکه به باورها در دین بپردازد توجه خود را معطوف به مناسک کرده است. در نگاه او مناسک پدیدآورنده واقعی بودن آموزه‌های دینی و بی‌عیب و نقص بودن آن‌هاست. جهان زیسته شده (اخلاق) و جهان بینی به‌وسیله مجموعه‌ای از صور

---

1. Durkheim  
2. Geertz

نمادین در مناسک به یکدیگر پیوند می‌خورند. او مناسک را دروازه ورود انسان به امر قدسی می‌داند که زندگی آن‌ها در اثر آن تحول پیدا کرده و فرد به واسطه آن وارد مرحله جدیدی از زندگی می‌شود. به سخنی مناسک از نگاه گیرتز تولیدکننده امر قدسی‌اند. او همچنین در پاسخ به این سؤال که چرا افراد در مناسک شرکت می‌کنند، به دلایل اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناسانه اشاره می‌کند. برای گیرتز مناسک از مؤلفه‌های اساسی دین هست و دین نظامی از نمادها در بافت مناسک است (Geertz, 1973).

### پ) مناسک از نظرگاه اندیشمندان اسلامی

۱- مناسک از نظرگاه علامه جعفری: علامه محمدتقی جعفری در یک تعریف جامع و مفصل از دین اسلام دین‌داری را دارای دو رکن اساسی اعتقادات و احکام و تکالیف می‌داند که رکن دوم به دو بخش اخلاقیات و احکام فقهی تقسیم شده است. همچنین احکام فقهی خود شامل دو بخش یعنی احکام اولیه و احکام ثانویه است (جعفری، ۱۳۷۸، صص. ۱۱۸-۱۱۹). بنا بر تعریف علامه جعفری از دین اسلام، مناسک همبسته و نشئت‌گرفته از رکن اعتقادات، بخش مهمی از احکام و تکالیف است که در ساحت اخلاقیات و به شکل احکام فقهی نمایان است. مناسک هم شامل احکام فقهی اولیه و هم احکام فقهی ثانویه است.

۲- مناسک از نظرگاه علامه طباطبایی: علامه سیدمحمدحسین طباطبایی دین را عقاید و دستورهای علمی و اخلاقی عنوان می‌کند که پیامبران از طرف خدا برای راهنمایی و هدایت بشر آورده‌اند (طباطبایی، بی‌تا). علامه طباطبایی می‌نویسد: اسلام مورد تقاضای ابراهیم، تمام مراتب عبودیت و تسلیم تمام عیار عبد در برابر خداست و این مرتبه گرچه در اختیار انسان است که می‌تواند از طریق مقدمات بدان برسد. لیکن وصول به آن برای انسان عادی و با توجه به احوال متعارف قالبی، همانند دیگر مقامات ولایت و مراحل عالی‌امری ناممکن می‌نماید، به نحوی که در ردیف امور بیرون از اختیار انسان به‌شمار می‌رود و تنها با اراده الهی ممکن خواهد بود و از این‌رو از خدا درخواست رسیدن به آن مقام را نمود. علامه طباطبایی با اشاره به «رنا» در «أرنا مناسکنا» می‌نویسد که با تعبیر «رنا» می‌خواستند که حقیقت آن اعمال به آن‌ها نشان داده شود نه تعلیم تکالیف؛ زیرا این وحی تسدید است و وحی تشریحی نمی‌باشد (طباطبایی، بی‌تا، ص. ۲۸۳).

۳- مناسک از نظرگاه امام موسی صدر: امام موسی صدر با رویکردی نو و به‌روز به مناسک، قرائتی پویا و بالنده از مناسک مسلمانان و مشخصاً شب قدر و ماه رمضان را ارائه می‌کند. ایشان با نهیب و هشدار، عدم توجه به رسالت‌های جدید مناسک دینی را یادآوری می‌کند و این پرسش را مطرح می‌کند که آیا نقش راهبردی مناسک در هدایت انیان به پایان رسیده است و به پاره‌های آئین‌ها، یادگارها و سرگرمی‌ها تبدیل شده است؟ امام موسی صدر با بررسی قرائت‌های مختلف از مناسک شب قدر و اشاره به این موضوع که نباید از چهارچوب متناسب با معنای قرآنی و اسلامی خارج شد، شب قدر را به‌عنوان یک منسک با مفهوم روزه در ماه رمضان مرتبط می‌داند و شب قدر نتیجه تکامل در این دوره و بازه زمانی است؛ فلذا روایاتی همچون تعیین عملکرد انسان در یک شب با این رویکرد سازگار است (صدر، ۱۳۹۷).

#### ۲-۴. اربعین

##### ۲-۴-۱. معنای لغوی اربعین

در لغت اربعین به‌معنی چهارم است (دهخدا، ۱۳۷۲ ف ص. ۱۳۷۳) این واژه در فرهنگ عامه به‌معنای چهارم یا چله به‌کار رفته و از نوعی تقدس برخوردار است؛ اما آشناترین مفهوم و معنایی که این واژه با خود به همراه دارد (به‌ویژه برای جامعه شیعه)؛ بیستم ماه صفر سال ۶۱ هجری قمری مصادف با چهلمین روز شهادت امام حسین (علیه‌السلام) و یارانشان است.

##### ۲-۴-۲. اربعین

چهل روز پس از شهادت امام حسین (علیه‌السلام) و یارانشان دو رویداد مهم اتفاق افتاد؛ یکی بازگشت اهل بیت امام از شام به کربلا و دیگری رسیدن جابر بن عبدالله انصاری و عطیه بن سعد عوفی به مزار امام حسین (علیه‌السلام) و شهدای کربلا که از مدینه این مسیر را پیاده طی کرده بودند (طبری، ۱۴۲۰ ق، ص. ۱۲۵). بعد از این رویدادها محبان امام حسین (علیه‌السلام) به تاسی از سخنان ائمه اطهار (علیهم‌السلام) و اعمال علمای شیعه در دوران مختلف به انجام این سنت و مراسم در این بازه زمانی اهتمام ورزیده‌اند؛ البته این امر در اغلب مقاطع تاریخی به غیر از چند استثنا (همچون دوران صفویه) با دشواری‌هایی برای انجام‌دهندگان آن همراه بوده است؛ برای نمونه در

دوران حاکمیت رژیم بعث به شدت از برگزاری اربعین ممانعت به عمل می‌آمد (رحمانی، ۱۳۹۲، صص. ۳۱-۳۲). منظور از پیاده‌روی اربعین حرکت عده زیادی از مسلمانان شیعه (و محبان امام حسین (علیه‌السلام) از مذاهب و ادیان دیگر) از شهر نجف به سوی کربلا در مسیری حداقل به طول ۸۰ کیلومتر و با پای پیاده و جمع شدن آن‌ها (به صورت تدریجی) در چهلمین روز شهادت حسین بن علی (علیه‌السلام) است. گرچه پیاده‌روی اربعین یک آئین و منسک مذهبی ابداع شده شیعیان عراق است که با فرهنگ و آداب و رسوم آن‌ها عجین شده است؛ اما در سال‌های گذشته این منسک توسعه یافته است و اکنون شیعیان سراسر جهان (به ویژه ایران) با جمعیتی بیش از ۲۰ میلیون نفر در آن شرکت می‌کنند و پیاده‌روی اربعین به یک ابررویداد تبدیل شده است.

#### ۲-۳-۴. اربعین و مناسک

یکی از مهم‌ترین مناسک جمعی جامعه شیعه، مناسک عزاداری است. محتوای این مناسک گفتمان دینی خاصی را به وجود آورده که از آن به گفتمان کربلا یاد می‌شود. گفتمان کربلا گفتمانی است که دال برتر آن واقعه کربلا و روایت عاشورا توسط شیعیان به وسیله صور مختلف مناسک عزاداری است (رحمانی، ۱۳۹۲). امروزه راهپیمایی اربعین را می‌توان مهم‌ترین شکل این گفتمان قلمداد کرد که به ویژه در دهه گذشته باعث فربهی مناسک شیعی نسبت به هر زمان شده است؛ بنابراین راهپیمایی اربعین (علی‌الخصوص به شکل توسعه یافته آن در دهه گذشته) از مناسک دینی غیرواجب شیعیان است؛ زیرا بنا به ویژگی‌هایی که در تعریف مناسک آمده است این مراسم هر ساله در مکان و زمان مشخصی برگزار (تکرار) می‌شود، دارای بایدها و نبایدهایی است که توسط مخاطبان و مشارکت‌کنندگان آن رعایت می‌شود، دارای وجهی دینی است که در دو ساحت محتوایی و نمایشی ظهور و بروز پیدا می‌کند و دارای پشتوانه سنتی است. این منسک مناسکی فراجنسیتی، فراسنی و فراقالبی است که زنان و مردان امکان حضور در آن را دارند، طیف گسترده‌ای سنی مشارکت‌کننده آن هستند و ماهیتی متکثر دارد که امکان حضور انفرادی و جمعی به شکل‌های مختلف در آن فراهم است (مظاهری، ۱۳۹۷، صص. ۵۴-۵۶).



### ۳. روش پژوهش

انتخاب رویکرد و روش مناسب انجام پژوهش یکی از مسائل مهمی است که محققان باید با نظر به موضوع پژوهش و محدودیت‌ها آن را گزینش کنند. این پژوهش با رویکرد کیفی انجام شده است. از نظرگاه پارادایمی رویکرد کیفی عمدتاً بر الگوواره تفسیرگرایی برساخت‌گرایی اجتماعی استوار است که به همه مراحل تحقیق کیفی از بیان مسئله تا تحلیل داده‌های کیفی جهت می‌دهد (Denzin & Lincoln, 2005; Berg, 2006). تحقیق کیفی به تحقیق‌هایی گفته می‌شود که یافته‌های آن از راه فرایندهای آماري و با اهداف کمی‌سازی به‌دست نیامده باشد (استراوس و کوربین<sup>۱</sup>، ۱۳۸۵). به‌طورکلی هر پژوهش کیفی از سه جزء اصلی گردآوری داده‌ها، روش تحلیل داده‌ها و یافته‌ها تشکیل می‌شود. داده‌های کیفی به دو دسته داده‌های دیداری - مشاهده‌ای و شنیداری - متنی تقسیم می‌شوند، داده‌های گردآوری شده پژوهش از نوع شنیداری - متنی هستند؛ داده‌های شنیداری - متنی از طریق روش‌های مصاحبه (انواع آن) و تحلیل اسناد و مدارک گردآوری می‌شوند. در این پژوهش با توجه به موضوع و محدودیت‌های پیش‌رو، از روش‌های مصاحبه عمیق (ساخت‌نیافته) و مقایسه تطبیقی استفاده شده است. مصاحبه عمیق مشارکت معنا‌ساز میان مصاحبه‌کننده‌ها و پاسخ‌دهندگان نشان است و نوع خاصی از گفت‌وگو برای تولید دانش تلقی می‌شود (هنیک<sup>۲</sup> و دیگران، ۱۳۹۴) که در آن می‌توان اطلاعات عمیق و کاربردی درباره موضوعات حساس به‌دست آورد (سعدی‌پور، ۱۴۰۰، ص. ۵۳). در واقع وجه تمایز مصاحبه عمیق با صور دیگر مصاحبه غنای اطلاعاتی افزوده در آن است (لیندلف و تیلور<sup>۳</sup>، ۱۳۸۸). با توجه به هدف اصلی مقاله که احصاء کارکردهای مناسک اربعین است جامعه مورد بررسی پژوهش اساتید و خبرگان ارتباطات، محققان و پژوهشگران حوزه آئین و مناسک و نویسندگان کتاب‌های مرتبط با حوزه مذکور است. همچنین روش نمونه‌گیری پژوهش، از نوع نمونه‌گیری مبتنی بر معیار و هدف‌مند است. پاتون<sup>۴</sup> تأکید می‌کند که هیچ قاعده‌ای برای تعیین اندازه نمونه در تحقیق کیفی وجود ندارد و

- 
1. Strauss and Corbin
  2. Hink
  3. Lindelof and Taylor
  4. Patton

اندازه نمونه به موضوع، هدف و آنچه محقق می‌خواهد بداند بستگی دارد، بر همین اساس تا زمانی که به سؤال‌ها پاسخ داده شد و اطلاعات جدیدی احصاء نشد با ۱۰ نفر از جامعه آماری مذکور مصاحبه انجام شد (Patton, 1986, p. 244).

**جدول (۲): معرفی و مشخصات افراد مصاحبه‌شونده**

شماره مصاحبه‌شونده	سوابق علمی و عملی
۱	دکترای علوم ارتباطات، عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی
۲	دکترای علوم ارتباطات، عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما
۳	دکترای مدیریت رسانه، مدیر سابق پژوهش‌های خبری رسانه ملی
۴	دکترای علوم ارتباطات، دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز
۵	دکترای جامعه‌شناسی، عضو هیئت علمی دانشگاه صداوسیما
۶	دکترای علوم ارتباطات دانشگاه آزاد تهران شمال، پژوهشگر حوزه رسانه
۷	دکترای انسان‌شناسی، پژوهشگر و نویسنده مطالعات اجتماعی اسلام
۸	فارغ‌التحصیل کارشناسی جامعه‌شناسی دانشگاه تهران، پژوهشگر مطالعات اجتماعی اسلام، تشیع و مناسک شیعی
۹	دکترای امنیت ملی، پژوهشگر حوزه امنیت و آئین و مناسک
۱۰	دانشجوی دکتری مردم‌شناسی دانشگاه تهران، مدیر محتوایی و تحلیل داده مجموعه نمافر

سپس برای تحلیل داده‌های به دست آمده از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. تحلیل تماتیک عبارت است از عمل کدگذاری (فرایند تحلیل داده‌های خام به شکلی قابل تحلیل) و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند (Fielding & Fielding, 1986). نسخه‌های متعددی از تحلیل مضمون وجود دارد که در اینجا از شیوه ولکات<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) که شامل سه مرحله عمومی توصیف، تحلیل و تفسیر داده‌ها می‌شود استفاده شده است. بدین صورت که در مرحله اول داده‌ها توصیف و کدگذاری ابتدایی انجام می‌شود، در مرحله تحلیل، داده‌ها سازمان‌دهی، تنظیم و حول یک محور مؤلفه‌بندی می‌شوند. در مرحله تفسیر نیز تفسیرهای اصلی با استفاده از رویکرد مقایسه‌ای صورت می‌گیرند و مقوله‌های اصلی ساخته می‌شوند. به عبارتی در این مرحله

1. Wolcott

تم‌های سازمان‌دهنده و فراگیر نمایان می‌گردند (محمدپور، ۱۴۰۰، ص. ۳۹۳). همچنین جهت افزایش اطمینان و باورپذیری از دو راهبرد واری‌های افراد مشارکت‌کننده و همسوسازی پژوهش‌گران استفاده شده است. در راهبرد واری‌ها با ارائه یافته‌ها به سه نفر از مصاحبه‌شوندگان از آنها خواسته شده که نتایج را مطالعه، در صورت نیاز بازبینی و در نهایت تأیید نموده همچنین در این پژوهش چهار پژوهشگر یافته‌ها را مطالعه و بازنگری کرده‌اند تا تورش (سوگیری) از بین برود.

در روش مقایسه تطبیقی، علی‌الخصوص مقایسه تطبیقی کیفی، منطق تفسیرگرایی حاکم است و محقق به مطالعه الگوهای تشابه و تفاوت میان موارد مورد مطالعه می‌پردازد (راژین<sup>۱</sup> به نقل از محمدپور، ۱۴۰۰). با توجه به هدف اصلی پژوهش که اربعین به مثابه یک رسانه برای جامعه تشیع است، پس از احصاء کارکردهای اربعین از منظرگاه رسانه‌ای در گام اول، به منظور دستیابی به هدف پژوهش یافته‌های حاصل با نظریه کارکردهای رسانه (از نگاه دنیس مک‌کوایل) تطبیق داده می‌شود.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱. کارکردهای پیاده‌روی اربعین

در این بخش از پژوهش داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در جدولی با سه ستون کدهای توصیفی، کدهای تحلیلی و کدهای تفسیری آمده‌اند. کدهای توصیفی نظم‌دهنده داده‌ها در یک پیوستار هستند، با توجه به گستردگی نظرات و فراوانی داده‌ها در این بخش، در بعضی از ستون‌ها تا چهار کد توصیفی آمده که این کار به جهت حفظ دیدگاه‌های متکثر انجام شده است. در ستون دوم کدهای تحلیلی قرار دارند، که سازمان‌دهنده کدهای توصیفی متکثر حول محورهای مشخص است، این کدها که به آنها کدهای مؤلفه‌ساز نیز گفته می‌شود تجمیع‌کننده داده‌های پراکنده هستند. ستون سوم نیز مربوط به کدهای تفسیری است که از رویکرد مقایسه و انتخاب محقق به دست آمده‌اند. پس از انجام مراحل مذکور در نهایت تعداد ۵ کد تفسیری از ۴۲ کد تحلیلی حاصل شده‌اند که کارکردهای پیاده‌روی اربعین هستند. در ادامه هر یک از این کارکردها معرفی می‌گردند.

#### ۴-۱-۱. بسیج اجتماعی

اولین کارکرد احصاء شده پیاده‌روی اربعین کارکرد بسیج اجتماعی است. پیاده‌روی اربعین حرکتی مردمی و فراتر از ساختارهای حاکمیتی است که هماهنگ‌کننده میان افراد است و باعث هم‌افزایی آن‌ها می‌شود. این منسک به جهان‌بینی افراد شرکت‌کننده برگشته و در آن مدیریت به صورت هیئتی است و اقتصاد و امنیت آن نیز توسط خود افراد شرکت‌کننده تأمین می‌گردد. نقش‌ها و وظایف در راهپیمایی اربعین در بین خود مردم تقسیم شده و همین امر شبکه‌ای مردمی از آن‌ها را تشکیل داده است. بر اساس کدگذاری متن مصاحبه‌های انجام شده درباره کارکرد بسیج اجتماعی پیاده‌روی اربعین ۹ مؤلفه ذیل این مقوله به دست آمده است.

**جدول (۳): کدهای توصیفی، تحلیلی و تفسیری مربوط به کارکرد «بسیج اجتماعی پیاده‌روی اربعین»**

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
مردم با نزدیک شدن به (تاریخ) این رویداد خودجوش به‌سوی کربلا رهسپار می‌شوند. میزبانان، خادمان و موکب‌داران نیز با صدای شیپور اربعین و بدون دخالت هر عامل دیگری شروع به کار می‌کنند.	هماهنگ‌کنندگی	بسیج اجتماعی
این رویداد هر ساله باعث گردهمایی و هم‌افزایی میلیون‌ها نفر از پیروان مذهب تشیع از نقاط مختلف جهان شده است.	هم‌افزایی	
اربعین حرکتی خودجوش و مردمی است که هر ساله افراد به‌واسطه آن در یک زمان مشخص برای به‌جا آوردن آن گرد هم می‌آیند.	مردمی بودن	
فرهنگ اربعین، فرهنگ تقسیم کار و مسئولیت میان میزبانان و مشارکت‌کنندگان این آئین است، بدین صورت که میزبانان و مشارکت‌کنندگان هر کدام نقش‌هایی را عهده‌دار می‌شوند.	شبکه‌سازی	
اربعین حرکتی ارزشی با ماهیتی فراحاکمیتی و فرادولتی و غیردیوان‌سالاری است؛ البته شاید این سؤال و ابهام پیش بیاید که دولت‌ها (به‌ویژه دولت ایران) در برگزاری پیاده‌روی اربعین نقش دارند. بله این درست است؛ اما اصل و پایه این حرکت مردمی است، دولت نقش تسهیل‌گر را دارد و باید هم این کار را مانند اغلب گردهمایی‌ها انجام دهد.	فرا ساختار بودن	

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
مدیریت اربعین هیئتی است که به صورت عاطفی، داوطلب پذیر، توانایی محور و هماهنگی و تعهد اساسی است. در این گونه مدیریت دستگاه‌های دولتی دخالت خاصی ندارند.	مدیریت هیئتی	
حضور زائران در مراسم اربعین به دلیل ماهیت ایدئولوژیک پیام نهضت عاشور است.	داشتن ایدئولوژی	
چرخه اقتصادی مردم نهاد است که مردم از دو طریق موکب داری و میزبانی مستقیم (توسط مردم عراق) این چرخه را می چرخانند.	اقتصاد مردمی	
در سال‌هایی که داعش زائران را تهدید می کرد، تعداد بیشتری از مردم در راهپیمایی اربعین شرکت کردند که این حضور پُر شمار و پُر شور زمینه ساز و موجب امنیت شد. امنیت پیاده روی اربعین توسط نیروهای مردمی عراق موسوم به حشدالشعبی با همکاری زائران و موکب دارن در مسیرهای مختلف تأمین می شود.	امنیت مردمی	

#### ۴-۱-۲. سرگرمی

سرگرمی دومین کارکرد پیاده روی اربعین است. با اینکه ماهیت اصلی پیاده روی اربعین یک عملی دینی و عبادی است؛ اما صورت برگزاری این منسک باعث شده که کارکرد سرگرمی نیز در آن وجود داشته باشد. ابتدا باید به این نکته توجه کرد که منظور از مفهوم سرگرمی در اینجا، نوعی از سرگرمی است که برای بشر کم نظیر و آمیخته و عجیب شده با معنویت است. این سرگرمی بهترین و عالی ترین نوع سرگرمی است که در آن از تخدیر و تحریف ذهن و فکر و کژکارکردهایی که اغلب با سرگرمی همراه است اثری وجود ندارد. پیاده روی اربعین برای زائران یک تفریح معنوی است که به وسیله آن نوعی تحول روحی پیدا کرده اند و می توان از آن به تفرج روحی یاد کرد. سفر اربعین فرصتی برای فراغت از زندگی و زیست روزمره انسان است - که در آن انسان‌ها با انواع مشکلات روبه رو هستند - و می تواند آن‌ها را برای مدتی از این مشکلات دور کند. همچنین پیاده روی اربعین سفری ارزان است که این امکان را برای

بسیاری از مردم به وجود آورده که ضمن سفری به خارج از جغرافیای مکانی که زندگی می‌کنند، با افرادی از سایر کشورها همراه و هم‌زبان شوند و این در نوع خود تجربه زیستی کم‌نظیر است. به‌علاوه پیاده‌روی اربعین عملی معنوی در جهت رضایت خداست که موجب تسکین دردها و کاهش ناامیدی و افزایش آرامش است. بر حسب کدگذاری متن مصاحبه‌های انجام شده درباره کارکرد سرگرمی پیاده‌روی اربعین ۷ مؤلفه ذیل این مقوله به‌دست آمده است.

**جدول (۴): کدهای توصیفی، تحلیلی و تفسیری مربوط به کارکرد «سرگرمی پیاده‌روی اربعین»**

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
پیاده‌روی اربعین یک منسک معنوی است که برای مشارکت‌کنندگان تفریحی نیز هست؛ البته تفریحی که از معنای مرسوم آن متمایز است و معنویت و عبادت با آن عجین شده است.	تفریحی معنوی	سرگرمی
جمع‌شدن انسان‌ها از قدیم‌الایام نشانه فراغت از اعمال یومیه بوده است. اگر این جمع‌ها با انگیزه و عقیده مشترک باشند، بُعد فراغتی آن ملموس‌تر می‌شود. پیاده‌روی اربعین در کنار ابعاد دینی و معنوی که بر وجوه دیگر غلبه دارد برای مشارکت‌کنندگان آن ابعاد فراغتی نیز دارد.	فراغت از روزمرگی	
پیاده‌روی اربعین از مناسکی است که همراه با سفر و گذار است، اما این به آن معنا نیست که این سفر برای تفریح، شادی و گذران است. مشارکت‌کنندگان در اربعین نوعی تحول روحی پیدا کرده و این امر تأثیرات روحی روانی مثبتی بر آن‌ها دارد.	تفرج روحی	
افراد در زندگی روزمره و مادی خود با مشکلات فردی و اجتماعی در جامعه روبه‌رو هستند که زیست اجتماعی آن‌ها را تحت تأثیر می‌گذارند. سفر اربعین فرصتی است که آن‌ها برای مدتی از این مشکلات و مسائل فاصله بگیرند.	کاهش تنش اجتماعی	
مراسم‌های گروهی زمینه‌ساز ارتباط و تعامل فرهنگی	امکان‌های جمعیتی	

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
هستند. در خلال پیاده‌روی اربعین نیز ارتباطی میان مردم برقرار شده که زمینه صحبت کردن، ایجاد دوستی، هم‌زبانی و تفاهم را میان آنان به‌وجود می‌آورد.		
پیاده‌روی اربعین سفری کم هزینه است که این هزینه پایین در اسکان، وعده‌های غذایی، حمل و نقل و... به‌خوبی دیده می‌شود.	سفری ارزان	
اربعین از مصادیق ذکر است؛ زیرا رسول خدا فرموده: «من ذکر هستم و امامان اهل ذکر هستند». بر این اساس پیاده‌روی اربعین عملی معنوی در جهت رضایت و یاد خداوند است که موجب آرامش است. زیارت اربعین باعث تسکین دردها، کاهش ناامیدی در زندگی، افزایش ظرفیت تحمل دردها و تسکین توأم با آرامش خاطر است. فرد با حضور در این مراسم با مؤلفه‌های آرامش که از خصوصیات امام حسین (علیه‌السلام) و یارانشان است آشنا و آن‌ها را در زندگی به‌کار می‌بندد.	ایجاد آرامش	

#### ۴-۱-۳. تداوم و استمرار

سومین کارکرد به‌دست آمده پیاده‌روی اربعین کارکرد تداوم و استمرار است. پیاده‌روی اربعین بیان‌کننده پیام عاشورا در گستره زمان و مهم‌ترین منسک شیعیان است که ارزش‌های اعتقادی - فرهنگی آن‌ها را به نمایش گذاشته و استمرار می‌بخشد. این منسک مهم‌ترین نماد هویتی شیعه است که در آن فرهنگ و هویت واقعی شیعه بیان و بازتولید می‌شود. پیاده‌روی اربعین نماد اقتدار جامعه تشیع است که تمامی شیعیان را از ملیت، نژاد، اقوام و... مختلف حول گفتمان امام حسین (علیه‌السلام) گرد هم آورده و باعث تقویت ارزش‌های مشترک میان آن‌ها شده است. به‌علاوه درعین‌حال از این خرده فرهنگ‌ها نیز میزبانی کرده و آن‌ها را در دل خود جا داده است. در پیاده‌روی اربعین نسل‌های مختلف در کنار یکدیگر جمع شده و باورها و ارزش‌های جامعه شیعه از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابد و همین امر باعث انتقال عقاید و ارزش‌ها در میان جامعه

تشیع شده است. در نگاهی کلان‌تر با توجه به شرکت محبان امام حسین (علیه‌السلام) از ادیان و مذاهب دیگر در پیاده‌روی اربعین، این منسک باعث حفظ، احیا و گسترش ارزش‌های مشترک انسانی، صلح و زیست مسالمت‌آمیز بشر شده است. با توجه به کدگذاری متن مصاحبه‌های انجام شده درباره کارکرد تداوم (استمرار) پیاده‌روی اربعین دارای ۸ مؤلفه است.

**جدول (۵): کدهای توصیفی، تحلیلی و تفسیری مربوط به کارکرد «تداوم و استمرار پیاده‌روی اربعین»**

کدهای تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
تداوم و استمرار	پیوند نسل‌ها	اربعین مناسکی فراسنی است که مشارکت‌کنندگان در آن از طیف سنی گسترده‌ای هستند. پیاده‌روی اربعین نسل‌های مختلف را کنار یکدیگر جمع کرده و باورها و ارزش‌های موجود در آن از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود.
	تقویت ارزش‌های مشترک	پیاده‌روی اربعین جنبه فرهنگی و اعتقادی دارد و تقویت‌کننده عناصر و ارزش‌های فرهنگ اسلامی و باورهای شیعی است. در پیاده‌روی اربعین، ابعاد مختلف هویتی افراد مشارکت‌کننده فراموش شده و همه یا زائر حسین و یا خادم حسین هستند. افرادی که از همدیگر دور هستند نسبت به هم شناخت زیادی ندارند و ممکن است تصورات اشتباهی نیز از یکدیگر داشته باشند؛ مثلاً عرب‌ها فکر کنند ایرانی‌ها چگونه هستند و برعکس. این تجمع بزرگ باعث شده شیعیان جهان یکدیگر را ببینند و این انگاره‌ها در مقابل تفاهم‌های آن‌ها از بین رود، به‌علاوه نوعی اعتماد و اشتراک در ارزش‌ها بیابند.
	بیان فرهنگ مسلط	فرهنگ‌های دینی، ملی، قومی و... متفاوتی در اربعین حضور پیدا می‌کنند که همه آن‌ها ذیل گفتمان کربلا با یکدیگر در تعامل‌اند. به‌واقع دال اصلی که این تنوع فرهنگی را گرد هم می‌آورد مکتب امام حسین (علیه‌السلام) و گفتمان ایثار و شهادت است.



کد تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
		اربعین نمایش اقتدار شیعه است و رسانه‌های غربی با حذف و سانسور حقایق می‌خواهند تصویر درستی از این مراسم ارائه نشود. در حالی که پیاده‌روی اربعین خود پیام‌رسان اصلی این واقعه است که هر سال تکرار می‌شود.
	معرفی خرده‌فرهنگ‌ها	در پیاده‌روی اربعین افراد با فرهنگ‌های متفاوت دینی، مذهبی، ملی، قومی و... شرکت می‌کنند و آن‌ها فرصت حضور در این آئین را دارند و اربعین میزبانان است.
	بیان پیشرفت‌ها	با توجه به آمارها، در دهه گذشته (به استثناء سال‌های همه‌گیری کرونا) تعداد شرکت‌کنندگان اربعین افزایشی بوده است. همچنین هر ساله وضعیت پایانه‌های مرزی، صدور روادید، خدمت به زوار و... بهبود یافته است. تعداد زوار ایرانی پیاده‌روی اربعین از ۵۰ هزار نفر در سال ۱۳۸۹ به جمعیت چند میلیونی در سال‌ها اخیر رسیده است.
	انتقال ارزش‌ها	صُور مختلف ارتباط در پیاده‌روی اربعین و ناشی از آن وجود دارد. برای مثال هر زائری که به شهر خود بازمی‌گردد، از راه ارتباطات میان‌فردی عده‌ای را تحت تأثیر جاذبه اربعین قرار می‌دهد و به گسترش ارزش‌های جامعه شیعه می‌پردازد.
	بیان پیام اصلی	اجتماع بزرگ اربعین بستری برای دیدار حضوری شیعیان سراسر جهان و انتقال پیام عاشورا در گستره زمان به جهانیان است.
	حفظ ارزش‌های انسانی	پیاده‌روی اربعین نه تنها موجب وحدت شیعیان است بلکه با توجه به شرکت کردن محبان امام حسین (علیه‌السلام) از مذاهب و ادیان دیگر در این مراسم، اعلانی وحدت‌بخش و صلح‌طلب حول ارزش‌های انسانی است.

#### ۴-۱-۴. ارتباط و همبستگی

کارکرد بعدی پیاده‌روی اربعین همبستگی (ارتباط) است. پیاده‌روی اربعین اجماع‌ساز است، به این معنا که افراد با ملیت، نژاد، عقاید، علایق و سلیقه‌های مختلف و متفاوت را

جمع کرده و نقطه اشتراک و تلاقی آن‌ها شده است. در پیاده‌روی اربعین تمام فعالیت‌های مجزا که توسط افراد انجام می‌شود ذیل مفهوم اربعین جمع شده است. عاطفه و احساس میان زائران باعث تولید نظم اجتماعی هم در حین و هم بعد از برگزاری این منسک شده و تفاوت‌ها و افتراق‌ها کنار گذاشته شده و وحدت و اتحاد نمایان می‌شود. برگزاری سالانه این منسک روابط میان شیعیان را بازسازی کرده و باعث تقویت این رسم و سنت در میان آن‌ها شده، به‌علاوه افراد با مشاهده عقاید، اندیشه‌ها و رفتار موجود، آن‌ها را فراگرفته و این امر خود بخشی از فرایند جامعه‌پذیری آن‌هاست. همچنین پیاده‌روی اربعین ماهیت و معنای اصلی قیام امام حسین (علیه‌السلام) را برای جهانیان تفسیر و تبیین کرده و باعث بیداری و ارشاد افکار عمومی آن‌هاست. بر اساس کدگذاری متن مصاحبه‌های انجام شده درباره کارکرد همبستگی و ارتباط پیاده‌روی اربعین ۱۰ مؤلفه ذیل این مقوله به‌دست آمده است.

**جدول (۶): کدهای توصیفی، تحلیلی و تفسیری مربوط به کارکرد «ارتباط و همبستگی پیاده‌روی اربعین»**

کد تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
ارتباط و همبستگی	ایجاد اجماع	پیاده‌روی اربعین زمینه‌ساز و بستری است که افراد با سلیقه‌ها، علایق و افکار متفاوت با یکدیگر روبه‌رو می‌شوند اما در آن این تفاوت‌ها و خودمحوری کنار گذاشته می‌شود و شاهد هم‌زیستی آن‌ها هستیم. عشق به امام حسین (علیه‌السلام) و یارانشان و پیرو مکتب حسینی بودن نقطه تلاقی و اشتراک همه مشارکت‌کنندگان راهپیمایی اربعین از هر نژاد، ملیت، قوم و... است.
	هماهنگ کردن فعالیت‌های مجزا	اگر با رویکردی کارکردگرایانه به راهپیمایی اربعین نگاه شود هر کسی (جزئی) نقش و وظیفه خاصی (در این ساختار) دارد. خادمان، موکب‌داران، زوار، مردم محلی و... هرکدام نقش و وظیفه‌ای را بر عهده دارند؛ اما همه این‌ها ذیل مفهوم اربعین جمع شده‌اند، اربعین سازمان‌دهنده و برآیند همه این نقش‌هاست.
	تبیین‌گری	اربعین تجلی قیام امام حسین (علیه‌السلام) است که قیامی بیدارکننده، رهایی‌بخش از ظلم و ظالمت و احیاگر

کد تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
		ارزش‌های فطری انسان بوده است.
	مدیریت افکار عمومی	پیاده‌روی اربعین با بیان فلسفه عاشورا و قیام امام حسین (علیه‌السلام) باعث آشنایی، بیداری و ارشاد افکار عمومی درباره عاشورا میان افکار عمومی جهانیان است.
	بازسازی ارتباط	پیاده‌روی اربعین هرساله در زمان و مکان معینی انجام می‌شود و عامل بازآفرینی ارتباط گسیخته شده میان شیعیان سراسر جهان است.
	تقویت سنن و رسوم	منسک پیاده‌روی اربعین با توجه به ویژگی مقدسی که برای مشارکت‌کنندگان دارد، هرساله آن‌ها را مجتمع کرده و این امر به شکل یک سنت و رسم در میان آن‌ها جا افتاده است.
	ثبات اجتماعی	اربعین با تأکید بر اشتراک‌ها و از بین بردن افتراق‌های شیعیان و تکیه بر گفت‌وگو، کربلا از بحران‌های هویتی جلوگیری می‌کند. غالب افراد شرکت‌کننده در پیاده‌روی اربعین از کشورهای منطقه هستند که گره‌هایی آن‌ها باعث انسجام و وحدتشان می‌شود، که این امر می‌تواند موجب وفاق منطقه نیز شود.
	تفسیر معنا	پیاده‌روی اربعین مایه انسجام اجتماعی و حفظ اتفاق آرا در میان شیعیان است.
	جامعه‌پذیری	در پیاده‌روی اربعین فرصتی فراهم می‌شود که هر فرد عقاید و اندیشه‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای مورد پسند جامعه شیعه را مشاهده و فرا بگیرد.
	حامی و تولیدکننده نظم اجتماعی	در طول تاریخ تشیع اغلب در حاشیه قدرت بوده، به همین دلیل همواره مناسک راهی برای گردهمایی و فعالیت‌های آن‌ها بوده است. راهپیمایی اربعین تنها منسکی است که تمام شیعیان جهان را جمع کرده و به فعالیت‌های پراکنده آن‌ها در حصر مکان پایان داده است. راهپیمایی اربعین تصویر به هم پیوسته صفوف شیعیان و نمایش قدرت نرم مذهب تشیع است که به جهانیان مخابره می‌شود. دورکیم آئین را دارای کارکرد تولید و حفظ نظم اجتماعی از طریق عاطفه و همبستگی می‌داند. منسک اربعین در دو

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
سطح این کارکرد را دارد: ابتدا، تولید نظم اجتماعی درونی است که در زمان برگزاری ایجاد می‌کند و دیگری ظرفیت ادامه‌داری است که باعث حمایت از نظم اجتماعی شکل گرفته میان جامعه شیعه می‌شود.		

#### ۴-۱-۵. اطلاع‌رسانی

پنجمین و آخرین کارکرد پیاده‌روی اربعین اطلاع‌رسانی است. پیاده‌روی اربعین به شکلی که در دهه گذشته برگزار شده یک پدیده نو در جهان است که ویژگی‌های منحصر به فردش آنرا از هر پدیده دیگری متمایز کرده است. پیاده‌روی اربعین محلی برای بیان معارف دینی، اجتماعی، سیاسی و... است که بستری برای آموزش، ارتقای شناخت و آگاهی نسبت به جامعه تشیع شده است. با شروع این راهپیمایی، هر ساله خبر از یک حادثه بی‌نظیر داده می‌شود که در آن عصاره عقاید، افکار، باورها و رفتارهای شیعیان به اطلاع جهانیان می‌رسد. منسک پیاده‌روی اربعین معرف و نمودی از همدلی، مشارکت، عدالت‌خواهی و ویژگی‌های عالی انسانی دیگر است و با تکیه به همین ظرفیت‌ها خبر از حرکت و پیشرفت به سوی هدف نهایی آفرینش انسان می‌دهد. همچنین پیاده‌روی اربعین نمایش قدرت امت اسلامی و جامعه شیعه است که مشارکت میلیون‌ها نفر در آن خبر از ظهور گفتمانی تازه در مقابل گفتمان‌های حاکمیت غربی و قدرت نرمی در جامعه شیعه به مردم جهان ارائه می‌دهد. این حرکت یک فراجنبش اجتماعی و مسالمت‌آمیز است که آرمان‌شهری عینی را در مقابل دیدگان قرار داده و در فهم آن‌ها از روابط قدرت مؤثر است. با توجه به کدگذاری متن مصاحبه‌های انجام شده درباره کارکرد اطلاعات پیاده‌روی اربعین ۸ مؤلفه به‌دست آمده است.

#### جدول (۷): کدهای توصیفی، تحلیلی و تفسیری مربوط به کارکرد «اطلاع‌رسانی پیاده‌روی اربعین»

کدهای توصیفی	کدهای تحلیلی	کد تفسیری
اربعین محملی برای بیان و انتقال معارف دینی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... جامعه شیعه است که بینش‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای شیعیان را مطرح مطرح می‌سازد.	فراهم‌سازی اطلاعات	اطلاع‌رسانی

کد تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
		در سال‌های وجود داعش پیاده‌روی اربعین بزرگ‌ترین حرکت جهانی در راستای مبارزه با تروریسم بوده است. راهپیمایی اربعین عامل بالا رفتن اعتماد به نفس شیعیان است. هر شیعه‌ای که اربعین را ببیند پیش خودش می‌گوید این تجمع ما هست.
	آگاهی‌بخشی	پیاده‌روی اربعین موجب ارتقای شناخت و بینش اجتماعی و سیاسی نسبت به تشیع می‌شود.
	آموزش	به تعبیر امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه) مراسم‌های دینی آموزشگاه‌ها و دانشگاه‌هایی هستند که به بهترین و زیباترین شیوه مردم را به سوی دین می‌خوانند. در راهپیمایی اربعین افراد مختلفی اعم از کودک و جوان و پیر، زن و مرد، با سواد و بی‌سواد و... شرکت می‌کنند و بخشی از عقاید در این جا به آن‌ها تعلیم دیده می‌شود.
	نورویداد (نوآوری)	پیاده‌روی اربعین به شکلی که در دهه گذشته برگزار شده یک رویداد نوپدید است. در این منسک نمایندگان مذاهب و ادیان دیگر نیز حضور دارند. پدیده تمدنی جدیدی با محوریت حب‌الحسین یجمعنا شکل گرفته است.
	خود معرفی و دگر معرفی	منسک پیاده‌روی اربعین بیان‌کننده مشارکت، همدلی، همراهی، عدالت‌خواهی، مقابله با ظلم، عشق و علاقه به خوبی‌ها و زیبایی‌ها است. به سخنی اربعین یک موضوع و محتوایی است که موضوع‌های بسیار دیگری را نیز در دل خود جای داده و مطرح می‌کند. <b>رساله جامع علوم انسانی</b> اگر کسی بخواهد شیعه و تشیع را بشناسد باید به پیاده‌روی اربعین رجوع کند، اربعین عصاره عقاید، افکار، باورها و اعمال جامعه شیعه است.
	خبررسانی	پیاده‌روی اربعین هر سال از تحقّق بزرگ‌ترین حادثه بشری خبر می‌دهد که در آن زیباترین جلوه‌های حیات بشری تجلی پیدا می‌کند.

کد تفسیری	کدهای تحلیلی	کدهای توصیفی
	فهم روابط قدرت	حضور جمعیتی بیش از بیست میلیون نفری در راهپیمایی اربعین خبر از ظهور قدرت نرمی توسط شیعیان می‌دهد. قدرتی که به دلیل متزلزل ساختن بنیان‌های ساختار حاکمیت غربی در رسانه‌های آن‌ها حذف و سانسور شده است. اربعین نمایش قدرت جامعه شیعه و امت اسلامی است. راهپیمایی اربعین یک فراجنبش اجتماعی در سطح جهانی است که آرمان‌شهری عینی را به بشر نشان می‌دهد.
	تسهیل پیشرفت	ظرفیت‌های عظیم راهپیمایی اربعین سرمایه پیشرفت‌اند و توانایی این را دارند که موانع را از سر راه تمدن بزرگ اسلامی حضرت ولیعصر (عج) بردارند.

#### ۴-۲. مقایسه تطبیقی کارکردهای پیاده‌روی اربعین با کارکردهای رسانه

با توجه به اینکه هدف اصلی پژوهش حاضر مطالعه و بررسی پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک رسانه برای جامعه تشیع است، در این مرحله و پس از احصاء کارکردهای پیاده‌روی اربعین، این کارکردها با کارکردهای رسانه از نظر دنیس مک‌کوایل مقایسه و تطابق داده شده است. بر همین اساس و همان‌گونه که در جدول ۸ مشخص است، کارکردهای پیاده‌روی اربعین با کارکردهای رسانه مطابقت دارند. همچنین برای فهم بهتر، علاوه بر کارکردها، مؤلفه‌های ذیل کارکردهای رسانه با مؤلفه‌ها یا همان کدهای تحلیلی پژوهش حاضر که همتای یکدیگرند نیز در جدول ۸ آورده شده است. نگاهی به این مؤلفه‌ها نشان می‌دهد برای هر مؤلفه کارکردهای رسانه یک یا چند نظیر مشابه در کارکردهای پیاده‌روی اربعین وجود دارد. با توجه به همین امر و هدف پژوهش حاضر، می‌توان این گزاره را مطرح کرد که پیاده‌روی اربعین یک رسانه برای جامعه تشیع و شیعیان است.

**جدول (۸): مقایسه تطبیقی کارکردهای پیاده‌روی اربعین با کارکردهای رسانه از دیدگاه دنیس مک‌کوایل**

کارکردهای رسانه از دیدگاه دنیس مک‌کوایل		کارکردهای پیاده‌روی اربعین	
مؤلفه‌ها	کارکرد	مؤلفه‌ها	کارکرد
تبلیغ و ترویج اهداف جامعه در زمینه سیاست، جنگ، توسعه اقتصادی کار و گاهی اوقات دین	بسیج	هماهنگ‌کنندگی / هم‌افزایی / مردمی بودن / شبکه‌سازی / فراساختار بودن / مدیریت هیئتی / داشتن ایدئولوژی / اقتصاد مردمی / امنیت مردمی	بسیج اجتماعی
تأمین سرگرمی / انحراف توجه از واقعیات / آرامش / کاستن از تنش‌های اجتماعی	سرگرمی	تفریحی معنوی / فراغت از زندگی روزمره / تفرج معنوی / کاهش تنش اجتماعی / امکان‌های جمعیتی / سفری ارزان / ایجاد آرامش	سرگرمی
بیان فرهنگ مسلط / به‌رسمیت شناختن خرده‌فرهنگ‌ها / تحولات جدید فرهنگی / تحکیم و حفظ ارزش‌های مشترک	پیوستگی و تداوم	پیوند نسل‌ها / تقویت ارزش‌های مشترک / بیان فرهنگ مسلط / معرفی خرده‌فرهنگ‌ها / بیان پیشرفت‌ها / انتقال ارزش‌ها / بیان پیام اصلی / حفظ ارزش‌های انسانی	تداوم و استمرار
تبیین، تفسیر و اظهارنظر درباره معنای رویدادها و اطلاعات / جلب حمایت برای قدرت و هنجارهای موجود و جاافتاده / اجتماعی کردن / هماهنگ کردن فعالیت‌های مجزا / ایجاد وفاق اجتماعی / تنظیم اولویت درجات و اشاره به شأن نسبی مردمان / تنظیم اولویت و اشاره به منزلت نسبی [مردم]	همبستگی	ایجاد اجماع / هماهنگ کردن فعالیت‌های مجزا / تبیین‌گری / مدیریت افکار عمومی / بازسازی ارتباط / تقویت سنن و رسوم / ثبات اجتماعی / تفسیر معنا / حامی و تولیدکننده نظم اجتماعی / جامعه‌پذیری	همبستگی و ارتباط
تأمین اطلاعات درباره رویدادها و شرایط موجود در جامعه و جهان / اشاره به روابط قدرت / تسهیل نوآوری / سازگاری / پیشرفت	اطلاع‌رسانی	فراهم‌سازی اطلاعات / آگاهی‌بخشی / آموزش / نو رویداد (نوآوری) / خود معرفی و دگر معرفی / خبررسانی / فهم روابط قدرت / تسهیل پیشرفت	اطلاع‌رسانی

## نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش، بررسی پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک رسانه برای جامعه تشیع است. بر همین اساس این پژوهش در دو مرحله و با اتخاذ دیدگاهی کارکردی به این منسک صورت گرفته است. در مرحله اول، با ۱۰ نفر از اساتید و خبرگان حوزه علوم ارتباطات و رسانه و آئین و مناسک مصاحبه عمیق انجام شد. سپس داده‌های به‌دست آمده با استفاده از تحلیل مضمون بر اساس رویکرد کدگذاری سه مرحله‌ای توصیف، تحلیل و تفسیر ولکات مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در نتیجه، پنج مضمون فراگیر شامل: بسیج اجتماعی، سرگرمی، تداوم و استمرار، همبستگی و ارتباط و اطلاع‌رسانی به‌دست آمد که این مضامین کارکردهای پیاده‌روی اربعین هستند.

کارکرد بسیج اجتماعی نشان می‌دهد که چگونه پیاده‌روی اربعین جامعه شیعه را در سراسر جغرافیا و جمعیت آن از طریق باور و جهان‌بینی مشترک به‌جای ساختارهای از بالا به پایین تقویت می‌کند. این منسک جامعه را به‌صورت خودسازماندهی بسیج می‌کند و مشارکت را تسهیل می‌کند. کارکرد سرگرمی، روحیه منحصر به فرد معنوی - فراغتی اربعین را تشکیل می‌دهد که باعث استراحت موقت از روزمرگی و تنش‌های اجتماعی و رهایی از دغدغه‌های دنیوی زائران می‌شود. استمرار و تداوم نشان‌دهنده نقش اربعین در انتقال و تداوم هویت، فرهنگ، ارزش‌ها، اعتقادات شیعه در نسل‌های مختلف و تثبیت آن‌ها به‌عنوان سنت‌های ماندگار جامعه تشیع است. همبستگی و ارتباط به‌ظرفیت پیاده‌روی اربعین برای تقویت انسجام اجتماعی، اجماع و تقویت هویت جمعی شیعیان با وجود تنوعات ملی، قومی و جغرافیایی مربوط می‌شود. اطلاع‌رسانی نیز کارکرد پیاده‌روی اربعین را به‌عنوان مجرای برای انتشار دانش در مورد اعتقادات شیعه در سراسر جهان و ارائه قدرت نرم شیعه در صحنه جهانی برجسته می‌کند.

در مرحله دوم پژوهش، این ۵ کارکرد شناسایی شده پیاده‌روی اربعین با کارکردهای رسانه از نظر دنیس مک‌کوایل مقایسه و تطبیق داده شده‌اند. این تحلیل نشان می‌دهد که بین کارکردهای پیاده‌روی اربعین و کارکردهای رسانه مک‌کوایل یعنی بسیج، سرگرمی، پیوستگی و تداوم، همبستگی و اطلاع‌رسانی، مطابقت وجود دارد. علاوه بر این، مؤلفه‌های خاص زیربنای هر یک از کارکردهای پیاده‌روی اربعین، به‌شدت مؤلفه‌های پیشنهادی مک‌کوایل را تحت هر کارکرد رسانه‌ای منعکس می‌کند. با توجه به این



یافته‌ها، این پژوهش می‌تواند به‌طور قاطع ادعا کند که منسک پیاده‌روی اربعین یک رسانه قدرتمند برای جامعه تشیع است که کارکردهای کلیدی بسیار مشابه رسانه‌های جمعی را که در نظریه رسانه‌ها مفهوم‌سازی شده را انجام می‌دهد.

در مقایسه با سایر پژوهش‌های انجام شده، این پژوهش با ارتقای نگاه و سخن درباره منسک پیاده‌روی اربعین از گزاره‌های مشاهده‌ای و توصیفی به مفهوم‌سازی از منظرگاه نظریه‌های رسانه، دستاورد جدیدی را ارائه می‌دهد. همچنین این پژوهش، زمینه‌ای را برای مطالعات رسانه‌ای دیگر درباره منسک پیاده‌روی اربعین با تکیه بر مبانی رسانه‌ای و ارتباطی به‌جای مفاهیم و نظرگاه‌های علوم اجتماعی که اغلب مطالعات گذشته در آن‌ها حصر شده‌اند، فراهم آورده است.

### **پیشنادهای پژوهشی و کاربردی**

۱- پژوهشگران می‌توانند با مقایسه تطبیقی کارکردهای منسک پیاده‌روی اربعین و سایر مناسک و مراسم آئینی، اشتراکات و تفاوت‌ها و نسبت آن‌ها با رسانه پیاده‌روی اربعین را بررسی کنند.

۲- سایر پژوهش می‌توانند با استفاده از چهارچوب‌های نظری دیگری مانند ارتباطات آئینی، مطالعات فرهنگی یا اخلاق دینی، پیاده‌روی اربعین به‌عنوان یک رسانه را مطالعه کنند.

۳- با نظر به کارکرد همبستگی و ارتباط پیاده‌روی اربعین، موضوع «چگونگی ایجاد هماهنگی میان قومی، ملی و حتی مذهبی فراتر از جامعه شیعی» می‌تواند مطالعه گردد.

۴- کارکرد سرگرمی پیاده‌روی اربعین مسیری غنی برای محققان مطالعات رسانه‌ای فراهم کرده تا فراغت معنوی و پیامدهای اجتماعی - فرهنگی گسترده آن را بررسی کنند.

۵- تحقیقات بیشتری برای تجزیه و تحلیل کارکرد بسیج اجتماعی پیاده‌روی اربعین، جهت تقویت فعالیت‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی متناسب با ارزش‌های شیعه لازم است.

۶- انگاره‌های نادرستی درباره دخالت دولت ایران در منسک پیاده‌روی اربعین و وابسته بودن این منسک به دولت ایران مطرح است که با توجه به کارکرد بسیج اجتماعی، می‌توان درباره آن مطالعه و روشنگری نمود.

### کتابنامه

- آذرنوش، آذرتاش (۱۳۷۹). فرهنگ معاصر عربی - فارسی. تهران: نشر نی.
- استرواس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌های منابیی رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه باقر ساروخانی، تهران: سازمان انتشارات کیهان.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۷۸). فلسفه دین. عبدالله نصری، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۴). بازخوانی ارتباطات در ایران؛ از مفهوم وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها تا مطالعات رسانه‌های نوین. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره اول، ۲۷-۳.
- خجسته، حسن و کلانتری، عبدالحسین (۱۳۸۶). بررسی نسبت رسانه و دین، دین و رسانه. تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش‌های رادیو، دفتر پژوهش رادیو.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۳). صور بنیادی حیات دینی. ترجمه باقر پرهام، تهران: انتشارات مرکز.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۲). لغت‌نامه دهخدا. تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- رحمانی، جبار (۱۳۹۲). مطالعات انسان‌شناختی و انسان‌شناختی مناسک عزاداری محرم. تهران: نشر خیمه.
- سعدی‌پور، اسماعیل (۱۴۰۰). روش‌های تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی. ویراست سوم، تهران: نشر دوران.
- صدر، امام موسی (۱۳۹۷). عبادت یا عبودیت. احمد ناظم و همکاران، تهران: موسسه فرهنگی تحقیقاتی امام موسی صدر.
- طالبی، حامد (۱۴۰۰). پیاده‌روی اربعین رسانه شیعه. تهران: انتشارات سروش.
- طباطبایی، سیدمحمدحسین (بی‌تا). آموزش دین (ج ۲ و ۱). تنظیم: سیدمهدی

آیت الهی، قم: جهان آرا.

طباطبائی، سیدمحمد؛ رسولی، محمدرضا؛ عقیلی، سیدوحید و مجیدی قهروردی، نسیم (۱۴۰۱). قدرت نرم جبهه مقاومت: واکاوی قدرت رسانه‌ای راهپیمایی اربعین.

*فصلنامه مطالعات قدرت نرم*. سال دوازدهم، ۲(۲۹)، ۲۳۳-۲۵۷.

عربی، حسینعلی (۱۳۹۸). پیاده‌روی اربعین حسینی؛ جایگاه‌ها و کارکردها. *فصلنامه معرفت*. سال بیست و هشتم، ۷(۲۶۲)، ۴۵-۵۴.

گونالس، گرگور (۱۳۸۲). *گریز از زمان ابعاد آئینی فرهنگ مردم در: هوور، استوارت ام و لاندابی، نات. بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*. ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: انتشارات سروش.

گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). *تجدد و تشخیص*. نسخه ششم، ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.

گیویان، عبدالله و امین، محسن (۱۳۹۶). *محبت و هویت در آینه نمایش جهانی اربعین: مطالعه ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده‌روی اربعین از منظر ارتباطات آئینی*. *دوفصلنامه دین و ارتباطات*، سال بیست و چهارم، ۲(۵۲)، ۱۶۷-۱۹۴.

لاسول، هارولد (۱۳۸۳). *ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه*. ترجمه غلامرضا آذری، «اندیشه‌های بنیادین علم ارتباطات»، گروه مترجمان، تهران: انتشارات خجسته. لافی، دن (۱۳۹۶). *موضوعات کلیدی در نظریه رسانه‌ها*. ترجمه یونس نوربخش، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

لیندلف، تامس و تیلور، برایان (۱۳۸۸). *روشن‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات*. ترجمه عبدالله گیویان، تهران: انتشارات همشهری.

محمّدپور، احمد (۱۴۰۰). *ضد روش زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی*. (ویراست دوم)، تهران: نشر لوگوس.

مظاهری، محسن حسام (۱۳۹۷). *پیاده‌روی اربعین: تأملات جامعه‌شناختی (مجموعه مقالات)*. اصفهان: انتشارات آرما.

معین، محمد (۱۳۸۰). *فرهنگ فارسی (یک جلدی)*. تهران: نشر سرایش.

مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲). *درآمدی بر نظریه‌های ارتباط جمعی*. ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

موسوی، سیدمحمد و رضا، بیات (۱۳۹۷). کاوشی در آئین پیاده‌روی اربعین حسینی و اثرگذاری کارکردهای اجتماعی و سیاسی آن. *دوفصلنامه فرهنگ و ارتباطات*، سال سوم، شماره اول، ۹۳-۱۱۶.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: انتشارات همشهری.

همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). *جامعه‌شناسی دین*. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات تبیان.

هنیک، مونی؛ هاتر، اینگه و بیلی، اجی (۱۳۹۴). *روش‌های تحقیق کیفی*. ترجمه علیرضا صادقی و مهدی ابراهیمی، تهران: مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما.

Berg, B. (2006). *Qualitative Research Methods for the Social Science*. New York: Allyn & Becon.

Denzin, N. & Y. Lincoln (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Third Edition, London: Sage Publications Ltd.

Fielding, N. & J., Fielding (1986). *Linking Data*. London: Sage Publications Ltd.

Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. NewYork.

Grimes, Ronald (2000). Ritual in Willi & Russel T. McCutcheon, *Guide to the study of religion*. London & Newyork: Cassel.

Luhmann, N. (2000). *The Reality of the Mass Media*. Cambridge: polity.

Mcquail, D. (1987). *Mass Communication Theory*. Sage Publications.

Patton, M. (1986). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London: Sage Publications Ltd.

## References

Arabi, H. A. (2019). Hosseini's Arbaeen Walk; Positions and Functions. *Marafet Quarterly*, 28th year, 7(262 consecutive), Fall, 54-45. (In Persian)

Azarnoush, A. (2000). *Contemporary Arabic-Persian Culture*, Tehran: Ney Publishing. (In Persian)

Berg, B. (2006). *Qualitative Research Methods for the Social Science*. New York: Allyn & Becon.

Biro, A. (1991). *Culture of Social Sciences*, translated by Bagher Sarokhani, Tehran: Kayhan Publishing Organization. (In Persian)

Dekhoda, A. A. (1993). *Dekhoda Dictionary*, Tehran: University of Tehran Publishing and Printing Institute. (In Persian)

Denzin, N. & Y. Lincoln (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Third Edition, London: Sage Publications Ltd.

Durkheim, E. (2004) *Basic Forms of Religious Life*, translated by Bagher

- Parham, Tehran: Center Publications. (In Persian)
- Fielding, N. & J., Fielding (1986). Linking Data. London: Sage Publications Ltd.
- Geertz, C. (1973). The Interpretation of Cultures. New York.
- Giddens, A. (2009). Modernity and Personality, 6th edition, translated by Nasser Moafaqian, Tehran: Nei Publishing. (In Persian)
- Givian, A. & Amin, M. (2017). Love and Identity in the Mirror of the Arbaeen World Show: A Study of the Nature, Functions and Structure of the Arbaeen Walk from the Perspective of Ritual Communication. Bi-Quarterly Journal of Religion and Communication, Year 24, 2(Series 52), Autumn and Winter, 167-194. (In Persian)
- Goethals, G. (2003). Escape from Time Ritual Dimensions of People's Culture in: Hoover, Stuart M. and Lundby, Nat. Rethinking Media, Religion and Culture, translated by Masoud Aryainia, Tehran: Soroush Publications. (In Persian)
- Grimes, Ronald (2000). Ritual in Willi & Russel T. McCutcheon, Guide to the study of religion. London & New York: Cassel.
- Hamilton, M. (1998). Sociology of Religion, translated by Mohsen Talasi, Tehran: Tebian Publications. (In Persian)
- Hennick, M. H. & Bailey, A. (2015). Qualitative Research Methods, translated by Alireza Sadeghi and Mehdi Ebrahimi, Tehran: Center for Research and Evaluation of Sed and Broadcasting Opinions. (In Persian)
- Jafari, M. Taqi. (1999). Philosophy of Religion, Abdullah Nasri, Tehran: Research Institute of Islamic Culture and Thought. (In Persian)
- Khaniki, H. (2015). "Rereading communication in Iran; From the concept of mass communication tools and media to modern media studies", Modern Media Studies Quarterly, first issue, first issue, Spring 2014, 27-3. (In Persian)
- Khojasteh, H. & AbdulHosseini, K. (2007). Researching the Relationship between Media and Religion, Religion and Media, Tehran: Islamic Republic of Iran Broadcasting Corporation, General Directorate of Radio Research, Radio Research Office. (In Persian)
- Lafi, D. (2017). Key Topics in Media Theory, translated by Younes Nourbakhsh, Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)
- Laswell, H. (2004). the construction and function of communication in society, translated by Gholamreza Azari, "Fundamental Thoughts of Communication Science", Translators Group, Tehran: Khojasteh Publications. (In Persian)
- Lindeloof, T. & Taylor, B. (2009). Qualitative Research Methods in Communication Sciences, translated by Abdullah Givian, Tehran: Hamshahri Publications. (In Persian)
- Luhmann, N. (2000). The Reality of the Mass Media. Cambridge: polity.
- Mahdizadeh, S. M. (2010). Media theories, common ideas and critical perspectives, Tehran: Hamshahri Publications. (In Persian)
- Mazaheri, M. H. (2018). Arbaeen Walk: Sociological Reflections (Collection of Articles), Isfahan: ARMA Publications. (In Persian)

- Mcquail, D. (1987). Mass Communication Theory. Sage Publications.
- McQuail, D. (2003). An Introduction to Mass Communication Theories, translated by Parviz Ajjali, Tehran: Center for Media Studies and Research. (In Persian)
- Mohammadpour, A. (2021). counter-method of philosophical contexts and practical procedures in qualitative methodology, (2nd edition), Tehran: Logos Publishing. (In Persian)
- Moin, Mohammad (2001), Farhang Farsi (one volume), Tehran: Saraish Publishing House. (In Persian)
- Mousavi, S. M. & Reza, B. (2018). Exploration of the Hosseini Arbaeen Walking Ritual and its Social and Political Functions. Two Quarterly Journals of Culture and Communication, 3rd year, 1(5 in a row), Fall and Winter, 116-93. (In Persian)
- Patton, M. (1986). Qualitative Research & Evaluation Methods. London: Sage Publications Ltd.
- Rahmani, J. (2013). anthropological and anthropological studies of Muharram mourning rites, Tehran: Khimeh Publishing. (In Persian)
- Saadipour, I. (2021), research methods in psychology and educational sciences, 3rd edition, Tehran: Nash Doran. (In Persian)
- Sadr, I. M. (2018). Worship or Obedience, Ahmad Nazim et al., Tehran: Imam Musa Sadr Cultural Research Institute. (In Persian)
- Stroas, A. & Corbin, Juliet (2006). Principles of Qualitative Research Methodology: Basic Theory of Procedures and Methods, translated by Buyuk Mohammadi, Tehran: Research Institute of Humanities and Cultural Studies. (In Persian)
- Tabatabaei, S. M.; Rasouli, M. R.; Aghili, S. V. & Majidi, K. N. (2022). Soft Power of the Resistance Front: Analyzing the Media Power of the Arbaeen March. Soft Power Studies Quarterly, Year 12, 2(29 in a row), Summer, 257-233. (In Persian)
- Tabatabai, S. M. H. (Beta). Religion Education (Vol. 2 and 1), Edited by Seyed Mahdi Ayatollahi, Qom: Jahan Ara. (In Persian)
- Talebi, H. (2021). Shia Media's Arbaeen Walk, Tehran: Soroush Publications. (In Persian)



پروپوزیشن گاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی