

مدل کیفی اثر اجتماعی و روانی گردشگری مذهبی شهری بر شهروندان در فضاهای مذهبی شهر شیراز

سوسن سهامی^۱، شهین رستگاری^۲

چکیده

هدف این پژوهش اثر اجتماعی و روانی گردشگری شهری با تاکید بر اماکن مذهبی بر شهروندان شهر شیراز است. بررسی کیفی مفاهیم پدیدار گشته در تجربه زائران شهر شیراز است. روش تحقیق، پژوهش حاضر با روش کیفی و با تکنیک مصاحبه نیمه ساختار است. جامعه زائران اماکن مقدس در شهر شیراز. روش نمونه گیری روش مبتنی بر هدف و با نمونه گیری در دسترس است. نمونه شامل ۲۴ نفر زائر می باشد که به شیوه ای اشباع اطلاعات برآورد شده است. پژوهنده در ابتدا با استفاده از متن مصاحبه ها، مفاهیم اولیه را استخراج کرده سپس با به کارگیری سه مرحله رمزگذاری باز، محوری و انتخابی، ۲۸۳ مفهوم، ۶۷ مقوله فرعی و ۷ مقوله اصلی را آشکار ساخته است. در مدل پارادیمی این مطالعه عناصر کدگذاری محوری مفهوم اصلی مکانی امن همگانی در شهر با کارکردهای فردی، اجتماعی متعددی برای شهروندان پدیدار شده. شهروندان در این مکان با انجام عبادت های دست جمعی انسجام شهروندی را تجربه می کنند و انجام مراسم و آداب زیارت نوعی مشارکت اجتماعی محسوب می شود که

۱- استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مرودشت، مرودشت، ایران. (نویسنده مسؤول)

ssahami@miau.ac.ir

sh.rastegari@gmail.com

۲- کارشناس ارشد علوم اجتماعی دانشگاه پیام نور

فرهنگ شهروندی را ارتقاء می‌دهد اثر معنوی زیارت بر فرد در نهایت رضایتمندی شهروندان، شهروندی تفاهمی و تعاملی و انسجام اجتماعی شهروندی را سبب می‌شود. به عبارتی اماکن مذهبی در بستر شهر شیراز به عنوان یک فضای امن همگانی در سطح شهر کارکردهای عمده‌ای داشته از جمله فرهنگ شهروندی را ارتقاء می‌بخشد، موجب انقیاد شهروندی اخلاقی تعاملی و تفاهمی شده است.

کلید واژه‌ها

گردشگری مذهبی شهری، تغییرات روحی، شهروندی تفاهمی و تعاملی، انسجام اجتماعی شهروندی، رضایت شهروندان.

مقدمه

مساله گردشگری معنوی شهری و اماکن مقدس در سطح شهرهای اسلامی یکی جنبه‌های نوین در جامعه‌شناسی شهری است. مطالعات گردشگری شهری از دیر باز مورد توجه اندیشمندان و پژوهشگران بوده است اما مطالعات نظامند و مبتنی بر فرهنگ اسلامی در این زمینه جایگاه نوینی دارد. حضور اجتماعات مومنان در اماکن مقدس به عنوان یکی از فضاهای آکنده از معنویت در شهرهای دنیا بین مذاهب گوناگون وجود دارد و این فضاهای شهری یک عرصه عمومی برای کنش‌های جمعی فراهم کرده است. گردشگری معنوی شهری در قالب زیارت به عنوان یکی از مناسک مذهبی در بین همه‌ای ادیان بطور فراوان وجود دارد و همه انسان‌ها کم و بیش با انگیزه‌های گوناگون به طور آگاهانه یا ناآگاهانه، مناسک زیارت را از آغاز تا پایان زندگی دنبال می‌کنند (کاومپی^۱، ۲۰۱۸: ۴۴؛ ترزیدو و همکاران^۲، ۲۰۱۸: ۵۵؛ کیم و کیم^۳، ۲۰۱۸: ۵۳۱؛ اولسون^۴، ۲۰۱۸: ۴۳) اما در شهرهای ایران از جمله شیراز ظرفیت‌های بسیار در این زمینه وجود دارد که به لحاظ اجتماعی، اقتصادی و فرهنگ شهروندی حائز اهمیت است. به

-
1. Kaewumpai
 2. Terzidouj et al.
 3. Kim&Kim
 4. Olsen

علاوه جنبه های مشارکت اجتماعی، زیارت در کنش های مذهبی شیعیان و اثرات آن بر مومنان قابل تامل است. بنا براین در شهر های زیارتی زیارت یک کنش های جمعی است، که به واسطه ای آن زائران برخی هنجار های فرهنگ شهری را تجربه می کنند. از آن جای که مسئله انجام فرایض دینی کارکردهای آشکار و پنهانی در تقویت انسجام اجتماعی به طور عام دارد، در نتیجه مطالعه کیفی اثرات فردی و اجتماعی این نوع گردشگری معنوی شهری تحت عنوان زیارت بر سایر مولفه های شهروندی اهمیت دارد. به باور وبر رابطه بین دین و جامعه از طریق فرهنگ امکان پذیر می شود. بنابراین مطابق آرا وبر زیارت یک کنش های اجتماعی وهنجار فرهنگ دینی است. بنا براین زیارتگاه در فضاهای شهری ظرفیت ایجاد کنش جمعی در سطح کلان شهر ها را دارد و آمیختگی این نوع گردشگری با فرهنگ مذهب شیعه سبب شده است تا جایگاه ویژه ای داشته نمونه از اهمیت زیارت در سخن معصومین عبارتند از است: امام صادق (علیه السلام) فرمود: «چون یکی از شما شیعیان عمل حج را بجای آورد، حجتش را با زیارت ما ختم کند، زیارت ما جزء پایانی حج است (مجلسی، ج ۱۰۰: ص ۲۵۴). اهمیت مساله زیارت این چنین که امام رضا (علیه السلام) فرمود: «هر امامی را در گردن پیروانش عهده ای است که وفای به آن عهد جز با زیارت قبور آن امامان تمام و کامل نمی شود.» (حرعاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۰: ص. ۲۵۳). بسیار قابل توجه و تعمق است. به علاوه از اهل سنت در کتب روایی معتبر نیز نقل شده که رسول گرامی اسلام روایتی مبنی بر استحباب زیارت قبر آن حضرت دارند. "هر کس پس از مرگ مرا زیارت کند، گویی مرا در حال حیات زیارت کرده است "

به باور بسیاری از جامعه شناسان شهری فردگرایی و احساس پوچی از ماهیت فرهنگ شهری و ثمرات اجتماعی این فرهنگ است بنا براین زیارت می تواند شهروندان را از پوچی رها سازد تا مفهوم عشق و محبت را درسایه ی پرستش پروردگارش درک می کند (مطهری ۱۳۷۰، ص ۱۵). سبک زیارت جلوه ای از مناسک است که جنبه های گوناگون دارد و هدف اصلی پژوهش حاضر مطالعه اثرات زیارت بر زائران است. اثرات

زیارت بر زندگی مردم، سلامت اجتماعی و روانی و گردشگری در پژوهش‌های گوناگون مورد توجه بوده است (کشاوری و دلبری، ۱۳۹۶: ص ۴۵). شهر شیراز سومین شهر مذهبی ایران است در این شهر بقاع متبرک امامزاده گان و امکان مقدس متعددی وجود دارد. که یکی از مهمترین آنها احمد بن موسی بن جعفر (ع)، از فرزندان امام موسی کاظم (ع) معروف به "سید السادات" و "شاه چراغ" است. وی از شخصیت‌های عالی مقام و جلیل القدر و پرهیزکار بود. بارگاه نورانی ایشان در بافت قدیم شیراز به همراه چندین مکان دیگر از جمله آستانه و مسجد ابوالفضل... روزانه دل‌های بسیاری از شیعیان مشتاق را به خود جلب کرده و آنها در کنار آرامگاه این امامزادگان جلیل القدر آرامش می‌گیرند، همچنین انواع گردشگری مذهبی از نظر اهداف و انگیزه‌های سفر به سه دسته کلی تقسیم می‌شوند:

۱ سفر به منظور بازدید از مراکز مذهبی و زیارتی همچون مساجد، کلیساها، معابد، صومعه‌ها، آرامگاه‌ها، امام زاده‌هاو.

۲ سفر به منظور شرکت در کنفرانس‌ها، جلسات و جشن‌های مذهبی

۳ سفر به منظور بازدید از آثار تاریخی و معماری اماکن مذهبی و زیارتی (رینشده^۱، ۱۹۹۲: ۵۶. برای این گردشگران، تنها مقصد حائز اهمیت نیست. تجربه او از همان ابتدای ترک مبدا آغاز می‌شود و تمام مسیر و وقایعی را که در طول مسیر با آن مواجه می‌شود در بر می‌گیرد (می‌یر^۲، ۲۰۰۴: ۴۳). از طرفی زیارت به عنوان یک مناسک مذهبی در جامعه شناسی دین از کارکرد‌های اجتماعی ویژه‌ای برخوردار است هدف مقاله بررسی کیفی جامعه شناسی زیارت است. و مساله اصلی در این مقاله مفاهیم پدیدار گشته در ذهن کنشگران در هنگام انجام کنش زیارت است.

کنش متقابل اجتماعی که شامل شکل‌های متعدد ارتباط غیرکلامی است موجب مبادله‌ی اطلاعات و معنی از طریق حالت‌های چهره، اشارات یا حرکات بدن می‌شود (گیدنز، ۱۳۸۵). مناسک مذهبی از جمله زیارت در واقع به نوعی کنش‌های متقابل در

1. Rinschede
2. Meyer

یک فضای عمومی در سطح شهر است که اثرات ثمربخشی را در ایجاد روابط سودمند اجتماعی در جوامع خواهد داشت بنا براین زیارت در ایجاد روابط قوی بین کنشگران و انسجام اجتماعی نقش بسزایی دارد. هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش زیارت در تقویت مولفه های فرهنگ شهروندی و کیفیت زندگی شهروندان است

پیشینه پژوهش

خداپناهی (۱۳۸۲) در تحقیق با عنوان بررسی اثر آهنگ زیارت کعبه در سلامت عمومی دریافت نمره کل سلامت عمومی آزمودنیها در پس آزمون نسبت به پیش آزمون به طور معناداری بیشتر شده است.

احمدی و همکاران (۱۳۸۷) ابعاد روان‌شناختی مناسک حج و تأثیر آن بر سطح دینداری حجاج با استفاده از روش شبه‌تجربی مطالعه کردند. از مجموع ۲۲۵۰۰ نفر زائر حج تمتع سال ۱۳۸۵ استان تهران، ۱۰۵ نفر (۶۲ مرد و ۴۳ زن) به عنوان نمونه در دسترس، انتخاب و یک ماه قبل از آغاز حج پرسشنامه جهت‌گیری مذهبی به عنوان پیش‌آزمون و پس از اتمام مناسک حج همان پرسشنامه به عنوان پس‌آزمون و یک ماه پس از بازگشت به وطن نیز به عنوان مرحله پی‌گیری، اجرا گردید. نتایج نشان دادند: نمره کل جهت‌گیری مذهبی آزمودنی‌ها در پس‌آزمون نسبت به پیش‌آزمون به طور معناداری بیشتر بود. این تفاوت معنادار در خرده‌آزمون‌های جهت‌گیری مذهبی (عقاید- مناسک و اخلاق) نیز مشاهده گردید.

یکی از مباحث مطرح در بین پژوهشگران خارجی که به گردشگری مذهبی می‌پردازند، تمایز بین گردشگران و زائران، که هر دو بازیگر صنعت گردشگری مذهبی است. زیارتگاه‌ها اغلب به عنوان مقصد گردشگری مذهبی، از نظر ساختار بیرونی به یک مکان مقدس و از نظر درونی، به اهداف معنوی و درک ذهنی مشخص می‌شوند و کالینز-کراینر^۱ (2010)، زیارت را به عنوان سفر به سایتی تعریف می‌کنند که تجسم

بسیار ارزشمند، کاملاً پر معنی و هسته‌ای اصلی هویت بخش برای مسافر است. برای توریست طبق گفته‌هاید و هارمن^۱ (۲۰۱۱)، در دنیای کنونی، بسیاری از افراد غیرمذهبی سفر به مکانهایی با معنای عمیق شخصی را انجام می‌دهند. اینها، زیارت‌های سکولار شامل سفر به قبرستان‌ها و یادبودهای افراد مشهور، اماکن مشهور است. یا سایت‌هایی با اهمیت سیاسی به طور خلاصه، هاید و هارمن (۲۰۱۱) می‌گویند که این زیارت فقط یک پدیده مذهبی نیست. در این زمینه، بدیهی است که زیارت یک شکل متفاوت از جهانگردی است. کوهن (۱۹۷۹) برای درک بهتر ادراکات و انتظارات مرتبط با گردشگری، معتقد است که هیچ نوع "کلی" از جهانگردی وجود ندارد و اشکال مختلف گردشگری با یکدیگر همزیستی دارند. هاید و هارمن (هاید و هارمن ۲۰۱۱، ص ۱۳۴۵) بر این باور است که "زائر می‌کوشد تا امر مقدس را لمس کند، یعنی برای از مکان فیزیکی که تصور می‌کند مظهر ارزشهای عمیق مذهبی آنهاست بازدید کند. بسیاری از زائران به دنبال دیدار و ملاقات الهی هستند، یا زیارت یک التزام و تعهد تجویزی می‌دانند که از نظر فرهنگی تعریف شده است و / یا فرصتی برای گذر از مراحل عرفانی است (آمبروزیو^۲، ۲۰۰۷: ۱۵۳) زائر ممکن است برای کسب شایستگی مذهبی یا مغفرت و آمرزش گناهان خود انگیزه داشته باشد سایر زائران به دنبال بهبودی از بیماری یا رفع مشکلات دنیوی خود هستند (کوهن ۱۹۹۲؛ دیگانز^۳، ۲۰۰۳؛ توماسی^۴، ۲۰۰۲).

کولینز (۲۰۱۰) زیارت یکی از قدیمی‌ترین و اساسی‌ترین اشکال تحرک جمعیت است که برای جامعه بشری شناخته شده است و پیامدهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آن همواره قابل توجه بوده و هست. این مطالعه با هدف بررسی موضوعات کلیدی، استدلال‌ها و مفهوم سازی در بورس‌های زیارتی به منظور درک بهتر چگونگی تغییر در طول سال‌ها انجام شده است. این یافته‌ها حاکی از تغییر رویکرد پسامدرن در مطالعه زیارت، به ویژه با توجه به مرز بطور روزافزون بین گردشگری و زیارت منعکس

-
1. Hyde, Kenneth F., and Serhat Harman. 2011
 2. Ambrosio
 3. Digance
 4. Tomasi

شده در اصطلاحات زیارتی سکولار و زیارت مذهبی است. در یک جمع بندی می توان گفت پژوهشهای پیشین در دو حوزه صورت پذیرفته اول بخشی از این پژوهش ها بخصوص پژوهش های خارجی در زمینه تفکیک گردشگری مذهبی از سایر انواع گردشگری بوده است و دسته دوم از پژوهش ها بر انگیزه گردشگران مذهبی در سفر زیارتی پرداخته اند و جنبه نوآوری پژوهش حاضر این است که در بحث اثرات زیارت بر زائران بیشتر بر کارکردهای اجتماعی و روانی زیارت در فرهنگ شهروندی و ارتقای کیفیتی زندگی شهری پرداخته است.

مبانی نظری

در عرصه جامعه شناسی شهری، اکثریت نظریه پردازان بر سر این موضوع اتفاق نظر دارند که پیوندهای عاطفی با مکان های شهری از پیش نیازهای تعادل روانی است که هویت ساز است بسیاری بر این باورند که برقراری روابط اجتماعی، در فضاهای شهری خاطرات جمعی ایجاد می کنند در نتیجه به فضاهای شهری معنا داده می شود و فضا و معنا ادغام می شوند (آزاد و پرتوی، ۱۳۹۱). بنا براین، فضای فیزیکی ساخته شده می تواند تداعی خاطره شود و با ایجاد خاطرات جمعی معنای مکان تقویت شده و تعاملات اجتماعی شکل بگیرند اماکن مذهبی در شهرهای ایران از چنین ظرفیتی برخوردار هستند. این ظرفیت ها سبب ارتقای سطح مشارکت عمومی می شود به علاوه برای توسعه همه جانبه شهر و فرهنگ شهروندی توجه به مکانهای فرهنگی و مذهبی در شهرهای ایران همواره از جایگاه ویژه ای برخوردار بوده است. زیارتگاه ها یکی از مکانها ویژه در سطح شهرهای ایران بوده که از جهات گوناگون ویژگی یک مکان پویای شهری را در خود داشته است. در نتیجه گردشگری مذهبی جایگاه ویژه ای را در مطالعه جامعه شناسی شهری به خود اختصاص می دهد. این نوع گردشگری نقش موثری در باسازی فضاهای شهری دارد و از این منظر زیارتگاه ها پیوند دهنده مردم، مکانی و فرهنگ هستند. اساس استدلال ترنر این است که نقطه مرکزی در عالم زیارت فرد، مکان زیارت

است. لذا فرد به طور خاص به بعد فضایی زیارت توجه می‌کند. گاترل و رید (۲۰۰۲) نیز زیارت را مجموعه‌ای از فرایندهای اجتماعی - فضایی در نظر می‌گیرند که بر شرایط تاریخی، فرهنگی و محلی مبتنی است (کالینز-کریمر، ۲۰۱۰: ۴۴۴). به علاوه امروزه توجه به مفهوم فضا‌های شهری و اثرات آن بر شهروندان و روشهای ارتقاء آن، به عنوان یکی از اولویت‌های اساسی نظریه پردازان شهری تبدیل شده است (صالحی، ۱۳۸۷). اثرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از برنامه‌ریزی و طراحی محیط‌های امن شهری بر الگوهای رفتار شهروندی و بهبود کیفیت زندگی از دغدغه‌های نظریه پردازان در حوزه جامعه‌شناسی مکان‌های امن یکی از مهمترین شاخص‌های کیفیت فضای شهری و شهرسازی است مکان‌های گوناگون در فضای شهری و اثرات آنها بر کنش‌های شهروندان از جمله کاهش جرایم، افزایش رضایتمندی شهروندان و احساس امنیت همواره از موضوعات قابل بحث در حوزه مطالعات شهری بوده است. افزایش احساس امنیت و آسایش روحی در مکان‌های شهری احساس تعلق خاطر در شهروندان را ایجاد می‌کند (کلاتری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۴).

واقعیت اجتماعی زیارت را مطابق نظریه «برساخت اجتماعی» برگر و لاکمن (۱۳۸۷) می‌توان این‌گونه مفهوم‌سازی کرد: کنش‌های یک گردشگر مذهبی و نحوه‌ای ارتباط با دیگران بر ساختارهای مرتبط درون ذهن و انگیزه‌ای که وی را به این سفر واداشته است، متکی است. تا زمانی که او در این شهر هست، ساختارهای مرتبط درون ذهن است که فعالیت‌های وی را ساماندهی می‌کند. ممکن است او در این شهر، اهداف مختلفی داشته باشد که نه تنها به لحاظ مکانی متفاوت باشند، بلکه از نظر موضوع هم با یکدیگر همخوانی نداشته باشند اما زمانی که در زیارتگاه قرار می‌گیرد با یک چارچوب ذهن که به حیطه خاص خود در خارج مرتبط است عمل می‌کند همچنان‌که انسان درون یک ساختار ذهنی مرتبط با مکان‌های گوناگون در سطح شهر حرکت می‌کند، تا حد امکان همه ساختارهای دیگر را کنار می‌زند یعنی ذهن فقط متوجه یک ساختار است؛ ساختاری که با آن به کار موردنظر مشغول می‌باشم. ساختارهای مرتبط آگاهی موردنظر در اینجا جامعه‌شناسی شهری و الهیات است. به لحاظ منطقی و از نظر برگر، هر دو رویکرد و هر

دو ساختار وجود دارند، اما در چارچوب اشاره خودش؛ زیرا هریک از این ساختارها، دارای نظام مرتبط مخصوص به خود می‌باشد. به عبارت دیگر، هر ساختار مرتبگی، خصوصیات ویژه خود را دارد. اما به نظر برگر جامعه‌شناس می‌خواهد توصیفی پدیدارشناختی از تجربه دینی آنها داشته باشد (حسن زاده و علمی، ۱۳۹۶).

هرگونه تجربه‌ای اگر بخواهد دوام داشته باشد، باید پیام خود را از طریق نمادها، بخصوص نماد زبانی منتقل کند. تجربه دینی در طول زمان، در نمادهای انسانی دیگری هم منعکس می‌شود: مراسم دینی، نهادهای دینی، مکان‌های دینی، زیارتگاه‌ها و... به اعتقاد برگر، در بررسی علمی دین، آنچه در دست است، همین نمادهای انسانی است که از طریق آن تجربه دینی بیان می‌شود. در این مقاله نیز سعی شده تجربه‌های دینی و اثرات فردی و اجتماعی شهروندان در زیارتگاه‌های سطح شهر بررسی شود.

معناکاوی دین در حوزه جامعه‌شناسی به دو مقوله اصلی می‌پردازد نخست، کنش‌گرا است که دین را از طریق فعالیت‌های اجتماعی که محقق استنباط می‌کند تعریف می‌کند. دوم بر محتوایی دین متمرکز است به عبارتی بر مفاهیم و عقاید مذهبی تمرکز دارد (همیلتون ۱۳۸۱، صص ۲ و ۱). رابرتسون اسمیت بیشتر بر عملکردها تأکید می‌ورزید تا باورداشتهای؛ به استدلال او، عملکردهای مذهبی مانند تشریفات و مناسک و نه باورداشتهای اهمیت بنیادی دارند. به نظر او برای شناخت دین نخست باید کنش‌های دینی مردم را تحلیل کرد و در درجه دوم به باورداشتهایشان پرداخت. به نظر اسمیت دین دو کارکرد دارد: یکی تنظیم‌کننده رفتار فردی برای خیر جمعی است و دیگری برانگیزاننده احساس اشتراک و وحدت اجتماعی مثل مناسک و... به باور مالینوفسکی، دین اساساً خصلتی تخلیه‌کننده دارند. از جمله جامعه‌شناسان کلاسیک دین که دین را در جامعه مورد بررسی قرار دادند می‌توان به: ماکس وبر، امیل دورکیم، کارل مارکس و آگوست کنت اشاره نمود. در این دوره تلقی عمده از دین یک نهاد بشری و اجتماعی بود که در راستای برآوردن نیازهای انسان کارکردهای بیشماری برای فرد و جامعه دارد (اسکات ۱۳۸۱، صص ۱۶). برای مثال جورج ریتز در تعریف جامعه‌شناسی دین، دین را قسمتی از جامعه انسانی میدانند. برخلاف ویلیام جیمز که بیشتر به انواع تجربه‌های دینی

افرادی پرداخت، دورکیم به فعالیت‌ها و پیوندهای اجتماعی می‌اندیشد که اشتراک در فعالیت‌های مذهبی در میان مومنان پدیدمی‌آورد (یواخیم، ۱۳۶۹؛ ص ۱۶). در نتیجه پیوندهای اجتماعی حاصل از این مناسک بر سایر جنبه‌های زندگی شهروندان بی‌تاثیر نیست. هاری آلپرت^۱ پژوهشگر دورکیمی چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم اینگونه بیان می‌کند: دین برای نیروهای اجتماعی ۱- انضباط بخش بود (ایجاد تقوا) ۲- انسجام بخش بود (با مراسم) ۳- حیات بخش (با انتقال ارزش‌ها) ۴- خوشبختی بخش بود (با الهام به امید و آرامش) (فراستخواه، ۱۳۷۷: ۱۴۲). به علاوه حضور در مراسم مذهبی میراث اجتماعی گروه را بقا و احیا می‌کند و ارزش‌های پایدار آن رابه نسل‌های آینده انتقال می‌دهد. سرانجام دین یک کارکرد خوشبختی بخش نیز دارد زیرا که با برانگیختن احساس خوشبختی در مومنان و احساس اطمینان به حقانیت ضروری جهان اخلاقی‌ای که خودشان جزئی از آنند، با احساس ناکامی و فقدان ایمان در آنها مقابله کند (همیلتون، ۱۳۷۷). رابرتسون اسمیت به استدلال او عملکردهای دینی مانند تشریفات و مناسک اهمیتی بنیادی دارند و برای شناخت دین نخست باید شیوه‌های مردم را تحلیل کرد و احساس مشترک جهت وحدت اجتماعی که از طریق مناسک مذهبی انجام می‌شود (همیلتون؛ ۱۳۷۷؛ ۱۷۰). اگوست کنت اقتدار و نفوذ معنوی و وظیفه‌ای دارد تا نظم اجتماعی را حفظ کرده، آحاد جامعه را متحد ساخته و قدرت عریان و مادی را تقدیس و تلطیف نماید (کوزر؛ ۱۳۷۰: ۲۳). مالدینوفسکی معتقد است که دین اساساً در فشارهای زندگی و کنش‌های عاطفی خصلتی تخلیه‌کننده دارند (علیزده؛ ۱۳۷۷؛ ۵۱). از منظر جامعه‌شناسی زیارت کنشی معطوف به ارزش است و اجتماعات شیعی، زیارت اهل قبور و اماکن مقدس تأثیر بسزایی بر زائران دارد و حاجت‌مندی جزء اساسی اعمال زیارتی شیعی محسوب می‌شود (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۸۱). با وجود اهمیت مناسکی زیارت و نقش آن در زیست‌روانی و اجتماعی آن در ایران، تحقیقات اندکی در حوزه جامعه‌شناختی در این زمینه وجود دارد و به تعبیر کلمن تحلیل نظری و میدانی زیارت

1. Harry Alpert

به ندرت مورد توجه قرار گرفته است (کلمن، ۲۰۰۲: ۳۵۵). هدف نوشتار حاضر آن است که معانی نهفته تجربه زیارت را پدیدار کند و اثرات یک مکان متبرک و امن در فضای شهری را بررسی نماید، شرایط و زمینه ها و عوامل مداخله گر در ساخته شدن اجتماعی این معنا (پدیدار زیارت) را در تجربه زیسته تعدادی از زائران بررسی کرده و پیامدهای آن از ذهن کنشگران زیارت بازنمایی نماید. بنابراین رویکردهای نوین با اهمیت دادن بیشتر به کنشگر دینی و وارد کردن عنصر جامعه شناختی و روانشناسی اجتماعی و تلفیق آن با نظریه‌ی کارکردگرایی، تبیین بهتری از دین ارائه داده‌اند بنا براین در این تحقیق سوال اصلی بررسی فهم کنشگران از یک مناسک مهم به نام زیارت است.

اهداف پژوهش کیفی

هدف اول: بررسی شرایط علی کنش شهروندان در فضای زیارتگاه های شهر شیراز.
هدف دوم: زمینه ها، میانجی ها و استراتژی های کنشی شهروندان در فضای زیارتگاه های شهر شیراز.
هدف سوم: بازنمایی معنای زیارت، پیامدها و نتایج زیارت و فضای زیارتگاه در فهم زائران شهری شیراز.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با روش کیفی و با تکنیک مصاحبه عمیق است، ابزار تحقیق مصاحبه نیمه ساختار بوده و برای تحلیل یافته ها از تکنیک نظریه پایه ور (گراند تئوری) استفاده شده است. با توجه به اینکه روش مورد مطالعه کیفی بوده است در نتیجه روش نمونه گیری روش مبتنی برهدف و با نمونه گیری در دسترس است، نظر به اینکه در این گونه پژوهش ها اشباع اطلاعات تعیین کننده حجم نمونه است، حجم نمونه ۲۴ نفر است که به شیوه اشباع اطلاعات به دست آمده است با توجه به اینکه مصاحبه شوندگان از نفر ۲۱ به بعد تقریباً مطالب گفته شده قبلی را تکرار می کردند و مصاحبه اطلاعات جدیدی را

در بر نداشت ولی پژوهشگر برای اطمینان از کفایت نمونه با سه نفر دیگر نیز مصاحبه کرده و به علت عدم دریافت اطلاعات جدید نمونه گیری را متوقف کرده است. روند مصاحبه به این شکل بوده که از زائران پرسش های باز و کلی درباره زیارت، آداب، انگیزه ها و کارکردهای آن پرسیده شد. با توجه به نوع مصاحبه پاسخ گو آزاد بودند تا درباره تجربه های زیارتی خود صحبت کنند به همین خاطر برخی از موردها به تجربه های زیارتی خود در مشهد مقدس در حرم امام رضا و معصومه قم نیز اشاره کرده اند. مدت زمان هر مصاحبه ۱/۵-۲ ساعت بود و عین متن مصاحبه توسط پژوهشگر نوشته می شد. در پایان هر بخش از مصاحبه، مصاحبه کننده برداشت ها و نکات دارای ابهام را از موردها می پرسید تا مطمئن شود که درک درستی از مطلب داشته است و سپس نکات مورد نظر خود را که شامل تغییرات حالت های هیجانی و رفتاری زائران در هنگام مصاحبه بود و برداشت کلی خود را به متن مصاحبه اضافه می کرد. سپس متن مصاحبه با دو روش کدگذاری آزاد و محوری تحلیل شده ابتدا مفاهیم و سپس با دسته بندی مفاهیم مقوله های مربوط به هر محور پدیدار شده سپس مقوله ها بر اساس هر هدف دسته بندی و در بخش یافته ها ارائه گردیده است.

جدول ۱- انواع کد گذاری در نظریه پایه ور		
کد گذاری	توضیحات	شیوه نمونه گیری
کد گذاری باز	کشف، نامگذاری، شناسایی پدیده هاو گسترش مقولات با توجه به خصوصیات	نمونه گیری باز
کد گذاری محوری	ترسیم چارچوب مفهومی	نمونه گیری نسبی
کد گذاری گزینشی	ادغام کردن مقولات در امتداد سطح بعدی برای پرداختن به نظریه، به تایید رساندن اظهارات مربوط به ادغام و تکمیل مقولاتی که به گسترش بیشتر نیاز دارند	نمونه گیری گزینشی

جامعه و نمونه: روش نمونه گیری روش مبتنی بر هدف بوده و از جامعه زائران اماکن مقدس در شهر شیراز سه مکان انتخاب شده عبارتند از حرم مطهر احمد ابن موسی حضرت شاهچراغ و سید علاالدین حسین آستانه و مسجد ابولفضل و نمونه بصورت دسترس انتخاب شده حجم نمونه با استفاده از شیوه اشباع اطلاعات شامل ۲۴ نفر از زائران که به لحاظ تحصیلی دونفر زیر دیپلم، هشت نفر دیپلم، پنج نفر لیسانس، و یک نفر فوق لیسانس و یک نفر دکتری بودند از نظر دامنه سنی مصاحبه شوندگان بین ۲۳-۵۰ سال بوده است.

۱	مهنازاردتی (خانه دار)	۹	مهتاب قاسمی (خانه دار)	۱۷	ساناز رحیمی (کارمند)
۲	لیلا آقاجری فرد (کارمند)	۱۰	فرح بوستانی (خانه دار)	۱۸	حدیث جعفری (سرایدار مدرسه)
۳	سهیلا براتی (کارمندبانک)	۱۱	فاطمه راستی (دبیر زبان عربی)	۱۹	محمدباصری (معلم)
۴	حاجیه خانم بلمی (کارمندبازنشسته)	۱۲	افسانه شعبانی (مربی مهدکودک)	۲۰	زهرا حسینی (خیاط)
۵	خاطره سراجی فرد (دبیربازنشسته)	۱۳	زکیه مرعشی (خانه دار)	۲۱	حمیرا مرادی (خانه دار)
۶	مریم غلامی (دانشجو)	۱۴	زهرا فرهنگیان (دبیرورزش)	۲۲	سهیلا سلامی (خانه دار)
۷	حمیرا ارجمندیان (کارمند)	۱۵	زلینا خالقی (معلم قرآن)	۲۳	زهرا حیدری (دانشجو)
۸	آفتاب خالقی (معلم ابتدایی)	۱۶	خانم ملکه جباری (محصل سوم دبیرستان)	۲۴	وحیده حجتی (دانشجو)

جدول ۳- کد گذاری محوری	
عناصر	توصیف
پدیده‌ها (ایده‌ها)	مکان امن همگانی، عبادت دسته جمعی، نیاز به امنیت و آرامش، معنا بخشی، تعالی بخشی، شکل گیری خاطرات جمعی از مکان؛ شهروندی اخلاقی تعاملی و تفاهمی
شرایط علی	اعتقادات به معجزه؛ اعتقاد قلبی به امام؛ قصد قربت، دلتنگی، مشکلات، حاجت روا شدن طلبیده شدن
زمینه	آرامش در محیط؛ زیبایی بصری اماکن مذهبی؛ یکی شدن با محیط؛ دسترسی آسان؛ جنبه اجتماعی زیارت؛ سرور قلبی؛ مکان امن شهری؛ همگانی بودن مکان؛ یادآوری خاطرات جمعی از مکان
شرایط مداخله ای (میانجی)	فضای معنوی، باورهای قلبی،
استراتژی های کنشی	گریه کردن؛ دعا کردن، اجابت دعا، نذر کردن؛ تدبیر در نشانه‌ها؛ تعاملات با دیگران؛ زبان بدن؛ شناخت و باور خداوند؛ اعتماد به خداوند؛ احساس سبک شدن نظم هستی؛ رضایت قلبی؛ انسجام اجتماعی؛ رضایتمندی شهروند؛ ارتقاء کیفیت زندگی شهری
پیامد ها	

هدف اول: بررسی شرایط علی کنش شهروندان در فضای زیارتگاه های شهر شیراز.

انگیزه زیارت در فهم زایران.

کنشگران زیارت در حرکت به سمت این امکان هرکدام قصد و نیتی داشته اند که برانگیختگی لازم را در آنان برای زیارت ایجاد کرده در این بخش از متن مصاحبه ها مفاهیم مرتبط با انگیزه در قالب دو مقوله حاجت روا شدن و طلبیده شدن البته با توجه به نوع مصاحبه ها و آزادی پاسخگو گاه‌ها زائران در پاسخ های خود به خاطراتشان در دیگر سفرها نیز اشاره کرده اند.

مقوله اول: حاجت روا شدن

مورد شماره ۳ می گوید "اینکه حاجت روا شوم و زودتر مشکلاتم حل شوند برای همین هم سعی می کنم تا مشکلات سفر را تحمل کنم" مورد شماره پنج می گوید "برای حاجت روائی" مورد شماره هشت "به مسجد ابوالفضل می ایم چون من در روایات و کتابهای مذهبی زیاد خوانده ام که حضرت ابوالفضل بسیار دل رحیم و شفیق شیعیان و امام

حسین (ع) بودند و از هرکس شنیده ام؛ که به ایشان متوسل شده اند حاجت گرفته‌اند." مورد شماره دو می گوید "تحقیق کردم و فهمیدم این مکان خیلی بازدید کننده دارد و شنیده بودم که مردم زیاد حاجت می گیرند." مورد شماره یک می گوید "حاجتم مربوط به یکی از همکارانم است که بیمار بوده و دکترها جوابش کرده اند." مورد شماره ده می گوید "در حالیکه هنوز در حرم شاهچراغ بودم حس کردم حاجت روا شدم".

مقوله دوم: طلبیده شدن به مکان امن شهری

مورد شماره هفت می گوید "بدون اینکه خودم بخواهم وبدونم ناگهان روزی یکی از آشنایان ازم خواست تا با او به قم سفرکنم چون اوتنها بود و نیاز به یک همسفرداشت وگفت که خرج همه ی سفر هم با او و فقط ازم می خواست تا با او بروم من هم خیلی خوشحال شدم وفهمیدم که ازطرف حرم حضرت معصومه (س)طلبیده شده ام." مورد شماره نه می گوید "معتقدم اگر پذیرفته شدن نبودم پایم هرگز به این مکانها باز نمی شد و رفتن به این مکانها لیاقت و شایستگی می خواهد که آدم باید صاحب این شایستگی ها شود تا در مکانهای زیارتی قراربگیرد." مورد شماره یازده می گوید"روزی تصمیم به سفرگرفتیم ومی خواستیم به شمال برویم اما شب سفرخواب حرم امام رضا را دیدم و فردا صبح عقیده ام عوض شد وگفتم که من به حرم امام رضا طلبیده شده ام."مورد شماره سیزده می گوید"درطول سفر به مشکلاتی برخوردیم که احساس کردم این مشکلات بخاطر نیت سفری که داشته ام به خودی خود وبا نظرامامی که مرا طلبیده حل شده اند."

هدف دوم: زمینه ها، میانجی ها و استراتژی های کنشی شهروندان در فضای

زیارتگاه های شهر شیراز.

فرهنگ نرم افزار ذهن بشر است. و زیر بنای هر جامعه است، بنابراین صیانت از فرهنگ اسلامی، تحکیم اعتقادات دینی از موضوعات مهمی است که در زیارت حرم های مطهر ائمه متبلور شده است و توانست خون تازه در شریان باورهای مذهبی و اعتقادات زائران ایجاد کند و در فهم امر قدسی و تقویت مفاهیم دینی موثر باشد و یک مقوله اصلی معنا و تعالی بخشی است که چهار مقوله در این زمینه پدیدار گشته است.

مقوله اصلی: معنا بخشی و تعالی

مقوله اول: باور و ایمان به امام

مورد شماره ده می گوید "یقین قلبی به ائمه دارم" مورد شش می گوید "چون معلومات عمومی ام نسبت به امامزاده های محلی افزایش یافت دوست دارم دوباره این سفرها تکرار شود تا سفرنامه ای از این اطلاعات بطور دقیق تر تهیه کنم." مورد شماره سه می گوید "بله وصفی که از شاهچراغ شنیده بودم باعث شد تا برای زیارت و حاجت به این جا بیایم، چون شنیده بودم که ایشان زیاد حاجت می دهند به زوار خود علاقه دارند." مورد شمار یازده می گوید "من از دیگران فهمیده بودم که شاهچراغ حاجت همه را می دهد و دست رد به سینه ی زوار خود نمی زند برای همین هم این جا را برای حاجتم انتخاب کردم". مورد شماره هشت می گوید "چون به قصد زیارت اهل بیت مورد علاقه ام می روم زمان برایم به سنگینی میگذرد و دلم می خواهد زودتر به مقصد بروم."

مقوله دوم: نذر کردن و تقرب به درگاه خداوند

مورد شماره چهارمی گوید "من به نذرهای خیلی عقیده دارم. می گویم که انسان برای بدست آوردن هر چیزی باید چیز دیگری را از دست بدهد بنابراین برای حاجت روایی هم باید انسان در راه خدا و امام بقیه ی چیزهای با ارزشش را بگذرد تا خدا حاجت او را بدهد." مورد شماره شش می گوید "البته نذورات متنوع و گوناگونند و بطور کلی انسان هر نذری که بکند او را به تواضع و فروتنی در برابر خدا و بخاطر او نوعی وفای به عهداست که خداهم جوابگوی این اعمال است."

مقوله سوم: رضایتمندی شهروندان

مورد شماره سیزده می گوید "فضای معنوی آنقدر حالم خوب کرد بدون اینکه اتفاقی افتاده باشد حس کردم حاجت روا شده ام اینگار تنها خواسته ام نزدیکی به خدا بود و آلان به اتفاق بهترین بندگانم در حضورش بودم" نمازها در صحن رضوی حالا هوای خاصی داره با هیچ لذتی در دنیا قابل مقایسه نیست " مورد شماره نه می گوید "رفتارهای خوب و کارهای خداپسندانه. کارهایی که خدا را از ما راضی و شادمی

کند. باعث شدن تغییراتی در قضاوقدر انسان می شود و به واسطه ی این اعمال خوب ممکن است سرنوشت انسان یک تغییراتی پیدا کند."

مقاله چهارم: معنا بخشی و ایجاد خاطره جمعی

مورد شماره چهارمی گوید "بنابراین من هم این بچه هاراکه موردتوجه خاصی هستند دوست دارم.بعلاوه قصددیگرم این است که باین کاریادگاری وخاطره خوبی برای بچه ها که به اینجامی آیند وکودکانی که برای باراول می آیند، به جامی گذارم.تا ازاین مکانها یک ذهنیت خوب را برای آنان جایگذاری کنم."

مورد شماره هفت می گوید "زمانی با خانواده به یک سفر زیارتی رفته بودم نزدیک حرم امام رضا که شدیم ۲ کبوتر با ما همراه شدند همراهی آنان یکروز طول کشید و بعداز ما جدا شدند. وما همگی اعتقاد پیدا کردیم که این دو کبوتر همراهان و استقبال کنندگان امام رضا بودند." موردشماره سه می گوید "یک بار که برای اولین بار به شاهچراغ آمدم از در که وارد شدم ناگهان بوی گل محمدی به مدت شاید ۱۰ ثانیه با من بود من فکر کردم که این بوی صاحب حرم است که به من خوش آمد می گوید."

هدف سوم: بازنمایی معنای زیارت، پیامدها و نتایج زیارت در فضای زیارتگاه در فهم زائران شهری شیراز.

زیارت شبکه اجتماعی قوی تر و گسترده تری را برای فرد ایجاد می کند به علاوه زیارت با ایجاد مکانی امن برای زائران می تواند در ایجاد سلامت فردی واجتماعی موثر باشد زیرا زیارت وتوسل نیزبه عنوان یک تمرین معنوی در یک فضای قدسی حرم یک سلوک فشرده است که فرصتی مناسب برای اندیشیدن، پرداختن به خود و افزایش آگاهی است. در مقاله چهارمقاله شکل گرفته است.

مقاله اصلی: تغییرات روحی

مقاله اول: انبساط روحی و سرور

امنیت به عنوان پله دوم نیازها بسیار حائز اهمیت است به علاوه این حس که

صاحبی مهربان و حمایت‌کننده مراقب است در چهره و سخنان پاسخگویان موج می‌زند حس راحت و سرور پس از زیارت از مفاهیمی بود که مصحبه‌شوندگان به کرات اشاره کردند موردشماره سه می‌گوید "از حرم که آمدم بیرون احساس راحتی داشتم و خوشحال بودم و احساس سبکی می‌کردم." مورد دیگر می‌گوید "آشوب و ناراحتی در دلم بود وقتی که زیارت کردم و به خانه برگشتم دیگر این آشوب در دلم نبود و یک حس شادی داشتم و فهمیدم که حاجت روا شدم." "چون با کاروان به سفر رفته بودم و این اولین باری بود که با افرادناشناس اما بطوردوستانه سفر می‌کردم برایم موقعیت‌هایی خیلی خوشایند پیش می‌آمد و دچار هیجانات شاد و پراحساس می‌شدم برای همین بعد از برگشت روحیه‌ام خیلی تغییر کرده بود."

مقوله دوم: احساس امنیت و حمایت

یا مورد دیگر که معنای حمایت و امنیت را در قالب دو کبوتر مشاهده می‌کند "زمانی با خانواده به یک سفر زیارتی رفته بودم نزدیک حرم امام رضا که شدیم ۲ کبوتر با ما همراه شدند همراهی آنان یک روز طول کشید و بعد از ما جدا شدند. و ما همگی اعتقاد پیدا کردیم که این دو کبوتر همراهان و استقبال‌کنندگان امام رضا بودند." استشمام بوی خوش و همراهی و حمایت بی‌دریغ صاحب‌خانه از آن جمله است

مقوله سوم: سکوت و آرامش روحی

دور شدن از هیاهوی زندگی مدرن و رسیدن به سکوت و آرامش درونی از ره آوردهای دیگر سفرهای زیارتی افراد به مشهد بوده "بعضی عقاید هم نسبت به بعضی مسایل عوض شد. بعد از برگشت احساس کردم که یک روحیه‌ی روحانی پیدا کرده‌ام." مورد شماره نه می‌گوید "این مکان‌های مذهبی سکوتی را با زمزمه‌های دعا در خود دارند من هر زمان اینجا می‌آیم این سکوت را حس می‌کنم. و صداهایی دلخراش از زندگی دنیوی رانمی‌شنوم" مورد شماره چهار می‌گوید "خیر اینجا به انسان آرامش میدهد. من خودم اینطورم هر زمان دلم می‌گیرد اینجا می‌آیم دعا نماز و زیارت می‌خوانم دلم بازمی‌شود. و با یک سرحالی و نشاط به خانه‌ام می‌روم."

مقوله چهارم: تقویت تعاملات اجتماعی و انسجام اجتماعی شهروندی

جنبه های اجتماعی زیارت بسیار مهم و در خور توجه است به خصوص زمانی که این سفر به صورت کاروانی برگزار شده و جنبه اجتماعی قوی تری داشته آشنایی با انسان های جدیدی که به لحاظ عقیدتی با تو همسو هستند از جهات گوناگون اهمیت دارد و به تحکیم اعتقادات و انسجام اجتماع هستند به علاوه سرمایه اجتماعی و رضایت خاطر ایجاد کرد "چون این سفر خیلی برایم هیجان داشت و با افرادی غیرخانواده و اقوامم آشنا شده بودم و تجربیات زیادی کسب کردم بنابراین دوست دارم تا دوباره این سفرها تکرار شود." مورد شماره سه می گوید "چون با کاروان به سفر رفته بودم و این اولین باری بود که با افرادناشناس اما بطوردوستانه سفر می کردم برایم موقعیت هایی خیلی خوشایند پیش می آمد و دچار هیجانانگیز و پراحساس می شدم برای همین بعد از برگشت روحیه ام خیلی تغییر کرده بود." مورد شماره شش می گوید "در یک سفرزیارتی که به مشهد داشتم در راه با شهرهای جدید آشنا شدم امامزاده های زیادی را در راه دیدم و در این امامزاده ها که توقف داشتم از گذشته آنان و زندگی های آنان اطلاعاتی زیاد بعد برگشتن به خانه و محیط کار جمع آوری کردم." زیرا زیارت از یک سو مناسکی شخصی است و از سوی دیگر انزوای فردی را به حداقل می رساند به طوریکه یکی از موردها می گوید "در زیارت همزمان که در میون جمع نشستی می توانی گریه کنی یا شاد باشی یا فکر کنی یا نماز بخوانی هیچ کس به تو اعتراض نمی کند دلیل رفتارتو از تو نمی پرسد یک جور آزادی یعنی هم تنها نیستی و هم اینکه آنطور که دوست داری ارتباط برقرار می کنی"

مقوله پنجم: تعامل و تفاهم با دیگر شهروندان

مورد شماره هفت می گوید: "درک متقابل که مشترک است و هیچ گونه تعارضی در این درک نیست همین مکانهای مذهبی است نگاه و دیده همه یکسان است. اینجاست که همه نزدیک می شوند. بنابراین درک متقابل عمیق در این مکانها بسیار مشهود است. دیروز صبح که در اینجامشغول زیارت و دعا بودم، خانمی نزد من آمدند و اظهار بی سوادی کرد و از من خواهش کرد تا دعای اذن دخول را برایش بخوانم."

مورد شماره بیست و چهار می گوید: "تنوع افراد به لحاظ فرهنگ و اداب و رسوم خیلی زیاد است ایشان حاجت می دهند." مورد شماره "اینجا هم در یک چشم نگاه می کنند و تفاوتی بین زوار نمی گذارند"

مقوله ششم: فضای شهری

مورد شماره بیست و چهار می گوید: "خیلی بزرگ و دل باز است. روشنایی خوبی دارد. آینه کاری زیبا دارد؛"

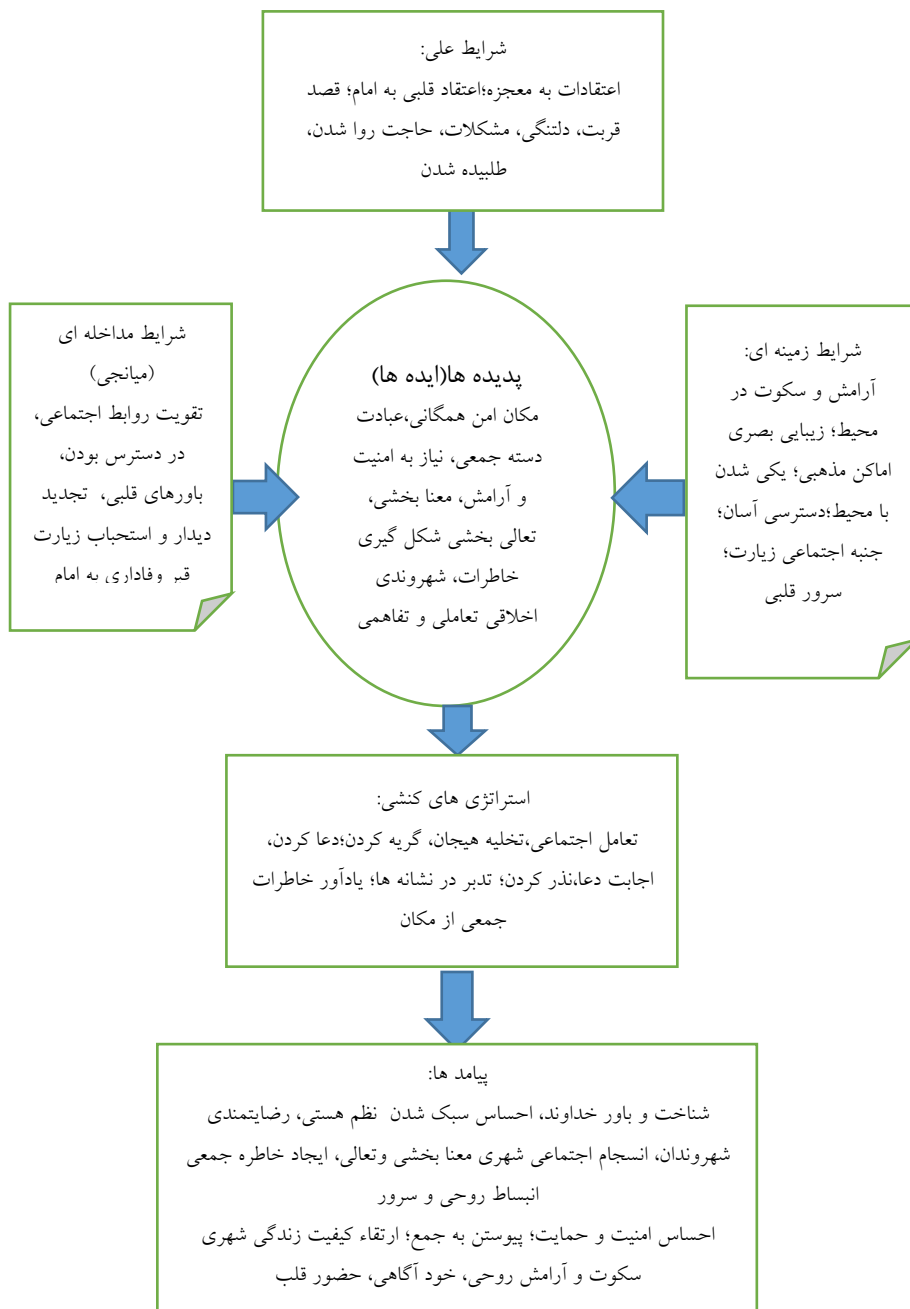
مورد شماره چهار می گوید: "عقیده دارم که مکانهای مذهبی حال و هوای دیگر دارد"

مقوله هفتم: کنش های اجتماعی

مورد شماره بیست و چهار می گوید: "چون مکان آن با سایر مکانها متفاوت است؛ یک مکان مذهبی است؛ خانه ی خدا و ائمه است رفتارها باید با احترام و خشوع باشد. انسانها باید در اینجا تواضع داشته و با هم نوع خود مهربان باشند." مورد شماره چهار می گوید: "عقیده دارم که مکانهای مذهبی حال و هوای دیگر دارد حتی کودکان نیز وقتی وارد این مکان ها می شوند رفتارهایشان به نوعی تغییر می کند و آرامتر و خوددارتر می شوند. و حتی دیده ام که شیطنستان هم کمتر می شود. و فکرمی کنند که باید مانند بزرگترها با سکوت و احترام بنشینند و فقط شیطنت نکنند."

رفتارهای خوب و کارهای خدایسندانه. کارهایی که خدا را از مراضی و شاد می کند. باعث شدن تغییراتی در قضا و قدر انسان می شود و به واسطه ی این اعمال خوب ممکن است سرنوشت انسان یک تغییراتی پیدا کند.

مورد شماره بیست می گوید: "چون با کاروان به سفر رفته بودم و این اولین باری بود که با افراد ناشناس اما بطور دوستانه سفر می کردم برایم موقعیت هایی خیلی خوشایند پیش می آمد و دچار هیجانانگیز شد و پراحساس می شدم برای همین بعد از برگشت روحیه ام خیلی تغییر کرده بود. چون این سفر خیلی برایم هیجان داشت و با افرادی غیر خانواده واقوام آشنا شده بودم و تجربیات زیادی کسب کردم بنابراین دوست دارم تا دوباره این سفرها تکرار شود."



مدل پارادایمی " زیارت در فهم زائران "

بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش، تشریح نقش گردشگری معنوی فضاهای زیارتی در بستر شهری بر کیفیت روانی و اجتماعی زندگی شهروندان است یافته‌های این پژوهش کیفی در مقایسه با پژوهش‌های پیشین جنبه نوآوری گوناگونی دارد به طوریکه مفاهیم پدیدار گشته و مدل پارادیمی این پژوهش بسیار بدیع بوده است و کمتر پژوهشی این حجم از مفاهیم شهری را با اثرات روانی اجتماعی مکان‌های زیارتی جمع کرده است، در جریان مدرن شدن و شهرنشینی، زیارتگاه‌ها در بستر شهرها به مکان‌های امن شهری پیوستن که جنبه تعلق خاطر را نیز برای شهروندان حفظ کرده و مکانهای همگانی هستند و به علاوه عقاید گروه‌های اجتماعی در آنها متبلور می‌شود تغییرات روحی و تقویت تعاملات اجتماعی و انسجام اجتماعی شهری نیز از اثرات زیارت بر زائران است. به طوریکه شهروندان مشتاقانه برای دستیابی مجدد به معنویت، ثبات و آرامش همراه با اطمینان قلبی نسبت به این مکان‌های امن شهری وفادار هستند و در موقعیتهای دشوار خود را به این فضاهای شهری می‌رساند به طوری که پس از زیارت در راه بازگشت از این مکان مقدس در حوزه شهر، حس رضایتمندی دارند و گردشگری معنوی شهری خاطرات جمعی نیز ایجاد کرده است. بنا براین مادامیکه درک شهروندان از آثار اجتماعی، فرهنگی و محیطی گردشگری مذهبی افزایش می‌یابد و رضایت آنها نیز از رفاه مادی، اجتماع محلی، رفاه هیجانی و سلامت و امنیت افزایش می‌یابد زیرا انسان همواره در پی یک زندگی خوب و متعادل، هدف‌گایی و رشد معنوی را دنبال می‌کند. در کل این فضاهای امن و همگانی در سطح شهر شیراز به انقیاد شهروند در زیست جهان تفاهمی توافقی از چشم اندازه نظریه عقلانیت ارتباطی هابرماس بسیار نزدیک است زیرا تفاهم، فارغ از تعلقات طبقاتی، نژادی، قومی و مذهبی ایجاد شده چونکه در فضای زیارتگاه، شهروندان را یکسان و برابر فرض گرفته است و آنها واجد حق برخورداری از تمامی امتیازات، منابع و مزایای حاصله از فضای امن هستند و نهایتاً مشارکت اجتماعی نیز به عنوان وظیفه شهروند در این فضاها تحقق یافته است و این ویژگی فضای زیارتگاه در تسهیل شهروندی هابرماس با سه مقوله عقلانیت بین‌الذلهانی ارتباطی، اخلاق گفت و

گویی، کنش ارتباطی می تواند ارتباط داشته باشد (منوچهری، ۱۳۸۵: ص ۲). اماکن مذهبی به عنوان یک فضای امن همگانی در سطح شهر کارکردهای عمده ای داشته از جمله فرهنگ شهروندی را ارتقاء می بخشد، موجب انقیاد شهروندی اخلاقی تعاملی و تفاهمی شده و نیازهای اجتماعی و روانی شهروندان را برآورده می کند. بنا براین زندگی اجتماعی مدرن با خود تنیدگی های بسیاری برای انسان به ارمغان آورده و در این رهگذر معنویت در جامعه بشری جایگاه ویژه ای یافته است. زیرا زندگی را به گونه جدید به تصویر کشیده و انسان مدرن را از بی هویتی و از خود بیگانگی نجات می بخشد. اما فضاهای امن و همگانی زیارتگاه ها پیونددهنده و میانجی کنش های ارتباطی شهروندان می^۰ باشند.

در کنشگران زیارت مفاهیم پدیدار گشته در دو بخش کارکردهای اجتماعی و شهری، فردی (روان شناختی) به روشنی قابل تفکیک است. به علاوه به لحاظ اجتماعی گروههایی از مردم برای انجام امور دینی و یا حتی گذران فراغت خود در مساجد و مکانهای مقدس با توجه به مشترکات مذهبی این گروه ها سبب ایجاد انسجام شهروندی، مشارکت اجتماعی و در نهایت فرهنگ شهروندی می شود. با هم بودن و تعامل زائران دیالکتیک بین درون کنشگران و فضاهای بیرونی را ایجاد می کند. به علاوه سهیم بودن در حس غم و شادی دیگران، کنار هم بودن یک گروه تسلی بخش و همدرد خودجوش ایجاد می کند همین طور است که در مصاحباتی که با زائران در اماکن مذهبی مانند حرم مقدس شاهچراغ در شیراز انجام شد و از احساس آنان در زمان حضور در آنجا سوال شد؛ مردم در این مکانهای مقدس از احساس آرامش خود در بودن چنین فضاهای شهری صحبت می کردند و اذعان داشتند که در این مکانها ی مقدس انسان در عین خلوت کردن با معبود خویش همواره در جمعی آکنده از محبت و همدلی قرار دارد که هرکس درد دیگری را می فهمد. لذا در این همدلی با او همراه شده و به طریق با برقراری این ارتباط سالم انسان نیز به نوعی تخلیه ی می شود معذک؛ همگانی بودن اماکن مقدس فرد گرایی و بیگانگی حاصل از زندگی شهری را تعدیل می کند و کیفیت زندگی شهروندان ارتقاء می یابد. در واقع یافته های پژوهش شاهد این مدعا است که زیارت توانایی جمع نمودن اقسام مختلف راحت هویتی خاص را دارد.

پیشنهادات:

- ۱- معرفی مقاصد گردشگری معنوی و اثرات فردی و اجتماعی آن در شهر شیراز در راستای توسعه گردشگری معنوی شهری.
- ۲- مدیریت هدفمند کاروان‌های زیارتی در جهت بازآفرینی فرهنگ علوی و تمدن قدرتمند اسلامی.
- ۳- تشویق پژوهشگران در مطالعه بیشتر اثرات گردشگری شهری زیارت بر ابعاد گوناگون اجتماعی و روانی.

منابع

- آزاد، زهرا و پرتوی، پروین (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی جایگاه میادین تهران در حفظ و ارتقای خاطره جمعی شهروندان (نمونه موردی: میدان تجریش و میدان بهارستان، مطالعات شهری، دوره ۱، شماره ۴، پاییز ۱۳۹۱، صفحه ۶۹-۸۰.
- احمدی، محمدرضا؛ محمود، گلزاری؛ عباسعلی، شاملی؛ سیدکاظم، رسول زاده طباطبایی (۱۳۸۷). بررسی ابعاد روان‌شناختی مناسک حج و تأثیر آن بر سطح دینداری حجاج. روان‌شناسی و دین، ۴/زمستان ۸۷.
- افروغ، عماد، (۱۳۷۳). دین و قشربندی اجتماعی، مجله راهبرد، شماره ۳.
- جولی و هال اسکات (۱۳۸۲). دین و تغییرات اجتماعی، ترجمه ی آرین، نشر پیشین، تهران.
- حسن زاده، مهدی و قربان علمی (۱۳۹۶) واکاوی روش پیتر برگر در فهم دین، فرهنگ امروز، <http://farhangemrooz.com/news/50300>
- حر عاملی، محمد بن حسن. تفصیل وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة. جلد: ۱۲، قم: موسسه آل‌البیت علیهم السلام لاحیاء التراثمحل نشر.
- خداپناهی، محمدکریم و محمود حیدری (۱۳۸۲). بررسی اثر آهنگ زیارت کعبه در سلامت عمومی حجاج، روان‌شناسی ۲۸، ص ۳۳۴-۳۴۱.
- دورکیم امیل (۱۳۶۹). جامعه‌شناسی دین، نشر دوران، چاپ دوم، تهران.
- ریتزر، جورج (۱۳۷۷). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ سوم، تهران، انتشارات علمی.

- شجاعی زند، علی رضا (۱۳۸۰). *دین جامعه و عرفی شدن*، تهران، نشر مرکز.
- صالحی، اسماعیل (۱۳۸۷) *ویژگی های محیطی فضاهاى شهری امن*، نشر: مرکز مطالعاتی و تحقیقاتی شهرسازی و معماری.
- علیزاده، سکینه (۱۳۷۷)، درآمدی بر مطالعات مردم شناسی دین، *نمایه پژوهش*، شماره ۶، ۵، بهار و تابستان.
- کشاورز، رضا؛ سید مهدی، دلبری (۱۳۹۶) مطالعه تأثیرات فرهنگی و اجتماعی زیارت امام رضا(ع) در تبادل و ارتقای فرهنگی جوامع مسلمان، *فصلنامه فرهنگ رضوی* دوره ۵، شماره ۱۸، پاییز ۱۳۹۶، صفحه، ۶۲-۳۷.
- کلانتری خلیل آباد، حسین و عطیه پوراحمد و سروه سراجی و روناک اردلانی (۱۳۹۲)، برنامه ریزی فضاهاى امن شهری مبتنی بر تفکیک جنسیتی، *فصلنامه شهر ایرانی و اسلامی*، شماره ۱۲، تابستان ۱۳۹۲، ص ۱۵-۲۶.
- گیدنز آنتونی (۱۳۸۵). *جامعه شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، چاپ ۱۶، تهران.
- مجلسی، محمد باقر (۱۳۶۰)، *بحار الأنوار*، جلد ۱۰۰، lib.eshia.ir.
- محسنی منوچهر (۱۳۵۷). *دین و گروه های اجتماعی*، نشر دوران، چاپ دوم، تهران.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۰). *مقدمه ای بر جهان بینی*، نشر روشنفکران، قم.
- منوچهری، عباس؛ نجاتی حسینی، سید محمود؛ (۱۳۸۵) درآمدی بر نظریه شهروندی گفت و گویی در فلسفه سیاسی هابرماس، *نشریه علوم اجتماعی*، زمستان ۱۳۸۵ - شماره ۲۹، صفحه - از ۱ تا ۲۸.
- ویلم، ژان پل (۱۳۷۷). *جامعه شناسی ادیان*، ترجمه عبدالرحیم گواهی، چاپ اول، تهران، انتشارات کیهان .
- همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). *جامعه شناسی دین*، محسن ثلاثی، نشر تبیان.
- یواخیم، واخ (۱۳۸۷). *جامعه شناسی دین*، ترجمه ی آزادگان، نشر سمت، چاپ دوم، تهران.
- یوسفی، علی ، غلامرضا صدیق اورعی ، علیرضا کهنسال ، فهیمه مکرری زاده (۱۳۹۸) (پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا (ع)، *مطالعات اجتماعی ایران*، دوره (۶)، شماره (۳)، سال (۲۰۱۳-۳)، صفحات (۱۸۰-۱۹۸)
- Amador Durán-Sánchez , José Álvarez-García, María de la Cruz del Río-Rama and Cristiana Oliveira, 2018, Religious Tourism and Pilgrimage: Bibliometric Overview, *Religions* 2018, 9, 249.

- Ambrosio, Vitor. (2007). Sacred Pilgrimage and Tourism as Secular Pilgrimage. In Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: *An International Perspective*. Edited by R. Razaq Raj and Nigel Morpeth. Wallingford: CAB International
- Bergin, A. E & Payne, I.R. . (2000). *proposed agent for a spiritual strategy in personality and psychotherapy and religious value*, 243-260, grand rapid, MI: Baker.
- Berry, Devon.(2002). Dose religious psycho Therapy improve anxiety and depression in religious adult? A review of randomized controlled studies, Running head: religious psycho therapywww. **Religious psycho therapy**. com ,1-27.
- Bohlenlein. (2000), Mystics as a predictor of subjective well-being. *for the psychology of Religion*. 10(4) 259-269.
- Cohen, Erik. 1979. A Phenomenology of Tourist Experiences. *Sociology* 13: 179–201. **Religions** 2018, 9, 249 12 of 15.
- Cohen, Erik. 1992. Pilgrimage Centers: Concentric and Excentric. *Annals of Tourism Research* 19: 33–50.
- Collins-Kreiner, Noga. 2010a. The Geography of Pilgrimage and Tourism: Transformations and Implications for Applied Geography. *Applied Geography* 30: 153–64.
- Collins-Kreiner, Noga. 2010b. Researching Pilgrimage: Continuity and Transformations. *Annals of Tourism Research* 37: 440–56. [CrossRef]
- Collins-Kreiner, Noga. 2018. Pilgrimage-Tourism: Common Themes in Different Religions. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 6: 3.
- Digance, Justine. 2003. Pilgrimage at Contested Sites. *Annals of Tourism Research* 30: 143–59.
- Meyer. Guenter (2004), "New Research Network for Islamic Tourism New Research Network for Islamic Tourism, **Islamic Tourism**", Issue 11.
- Hyde, Kenneth F., and Serhat Harman. 2011. Motives for a Secular Pilgrimage to the Gallipoli Battlefields. **Tourism Management** 32: 1343–51.

- Kim, Bona, and Aeongseop Kim. 2018. Hierarchical Value Map of Religious Tourists Visiting the Vatican City/Rome. **Tourism Geographies**, 1–22, Pages 529-550.
- Kaewumpai, Issara. 2018. The Influence of Personality on Tourist Behaviors: The Study of Motivations, Satisfaction, and Loyalty. **AU-GSB e-JOURNAL** 10: 54
- Rinschede, Gisbert. (1992). Forms of Religious Tourism. **Annals of Tourism Research** 19: 51–67.
- Olsen, Daniel. 2013. A Scalar Comparison of Motivations and Expectations of Experience within the Religious Tourism Market. **International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage** 1: 5, 41-61.
- Terzidou, Matina, Caroline Scarles, and Mark Saunders. 2018. The Complexities of Religious Tourism Motivations: Sacred Places, Vows and Visions. **Annals of Tourism Research** 70: 54–65.
- Tomasi, Luigi. 2002. Homo Viator: From Pilgrimage to Religious Tourism via the Journey. **Medieval Pilgrimage to Religious Tourism**, pp. 1–24

