



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
سال ششم، شماره‌ی ۲۲، پاییز ۱۳۹۶
صفحات ۹۷-۱۱۷

درک گردشگران مذهبی زن از کنش زیارت در بقاع متبرکه شهر شیراز مطالعه مردم‌نگارانه^۱

زهرا معاون^۲

مجید موحد^۳

منصور طبیعی^۴

تاریخ دریافت: ۹۶/۰۴/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸

چکیده

در گردشگری مذهبی از یک سو باور مذهبی نقش دارد و از دیگر سو زمانی که گردشگران صرف دیدن مکان‌های مذهبی می‌کنند. جنبه دیگر واقعیت این است که این گردشگران قبل از اینکه قصد سفر داشته باشند، انگیزه‌های مذهبی برای سفر دارند. زیارت یکی از مصادیق کنش دینی است که در ادیان و مذاهب مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. پژوهش حاضر، با اتخاذ رویکرد کیفی به توصیف چگونگی زیارت زنان در گردشگری مذهبی می‌پردازد، در چارچوب مفهومی نگاهی به دورکیم انداخته شده است؛ از روش مردم‌نگاری برای اجرای عملیات تحقیق استفاده شد. تکنیک گردآوری داده‌ها مشاهده مشارکتی و مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته بود و مشارکت‌کنندگان با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب و یافته‌ها از طریق تحلیل موضوعی تحلیل شده‌اند. جامعه مطالعه شده، گردشگران زن بقاع متبرکه شهر شیراز بودند که از طریق مصاحبه عمیق با ۳۰ نفر، داده‌ها جمع‌آوری شد. یافته‌ها حاکی از این می‌باشند که سفر زیارتی از مقوله‌های بستر اعتقادی، مناسک زیسته، میل به بندگی، احساس فضای قدسی، آرامش، تغییر و تحول تشکیل می‌شود. زیارت گردشگران زن از یک سو کنشی عقلانی و از دیگر سو کنشی عاطفی است که ناشی از حال وجدانی و درونی آنهاست که در نهایت سبب آرامش روحی، نزدیکی به خدا و حضور قلب آنها می‌گردد و موجب می‌گردد در بینش و روش زنان بعد از سفر زیارتی تغییراتی صورت‌گیرد که سایر جنبه‌ها همچنین سبک زندگی آنها را تحت تأثیر قرار دهد. **واژه‌های کلیدی:** زیارت، مردم‌نگاری، گردشگران مذهبی، بقاع متبرکه، تحلیل تماتیک.

^۱ مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری دانشگاه شیراز با عنوان مطالعه مردم‌نگارانه زیارت نزد گردشگران در بقاع متبرکه شهر شیراز می‌باشد.

^۲ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی (تغییرات اجتماعی)، دانشگاه شیراز (z.moaven@shirazu.ac.ir)

^۳ استاد جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز

^۴ استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه شیراز

مقدمه

سفر زیارتی، پدیده‌ی جدیدی نیست. مدت‌هاست که دین، انگیزه‌ای برای سفر به حساب می‌آید و سفر مذهبی به‌عنوان قدیمی‌ترین شکل سفرهای غیراقتصادی شناخته می‌شود (جکسکی^۱ و اسمیت^۲، ۱۹۹۲: ۱۰). سفرهایی که با انگیزه‌های معنوی و مذهبی انجام می‌شوند، در دهه‌های اخیر رواج پیدا کرده و طرفداران زیادی را به خود جذب کرده‌اند (کلی^۳، ۱۹۹۸: ۲۰).

سفر زیارتی در معنای سنتی و تاریخی آن، عبارت است از سفری فیزیکی در جست و جوی حقیقت و در جست و جوی آنچه مقدس است (وکونیچ^۴، ۱۹۹۶: ۱۱). سفری به سوی مکانی که قدرت و مشیت الهی به یک‌باره در آن پدیدار شده است (سالنوه^۵، ۱۹۸۷: ۳). جست‌وجوی حقیقت، روشنگری و کسب تجربه ارزشمند آمیخته با شئون الهی و قدسی که سبب می‌شود، مردم به اماکن مقدس سفر کنند (کمپو^۶، ۱۹۹۸: ۴۱ به نقل از تیموتی و آلسن، ۱۳۹۲: ۴۵).

بنابر تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگر کسی است که به طور موقت (حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر یک سال) از خانه خود دور می‌شود و به منطقه دیگر سفر می‌کند (WTO) و زائر کسی است که با انگیزه‌های معنوی و مذهبی سفر می‌کند. کوهن^۷ (۱۹۹۲) با تمایز قائل شدن بین زائران و گردشگران، می‌نویسد: «زائر به سوی مرکز جهان خویش حرکت می‌کند و گردشگر از مرکز جهان خود دور می‌شود و به سوی یک مکان لذت بخش حرکت می‌کند. بنابر تعریف فوق می‌توان سفر زیارتی را به‌عنوان یکی از اشکال گردشگری تلقی کرد (تیموتی^۸ و آلسن، ۱۳۹۲: ۲۲).

در داخل و خارج مطالعات محدودی به روش کیفی پیرامون زیارت صورت گرفته است که اغلب با روش پدیدارشناسی و نظریه مبنایی می‌باشند، که از میان آنها برخی به بررسی جامعه‌شناختی تجربه زیارت پرداخته‌اند و برخی سایر جنبه‌های زیارت را مورد بررسی قرار داده‌اند. مطالعه‌ای تحت عنوان «پدیدارشناسی تجربه گردشگران اماکن مذهبی» توسط محمدی و همکاران (۱۳۹۶) انجام گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که از نگاه زائران، زیارت در بُعد عملی به معنای مشارکت در برخی مناسک فردی و جمعی است؛ در بعد معرفتی به افزایش آگاهی مذهبی آنها می‌انجامد؛ در بُعد اعتقادی، مسیر توسل آنها به «شفیع» را هموار می‌کند؛ در بُعد تجربی، تسلی، تسکین و آرامش قلب همراه با حسی از خضوع و خشوع را برای‌شان به ارمغان می‌آورد؛ و در بُعد پیامدی، نوعی الزام اخلاقی و پایبندی اجتماعی را در زندگی آنها ایجاد می‌کند. شمسی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌شان با عنوان «معنایابی و معناسازی متقابل گردشگر و گردشگری، مطالعه موردی:

¹ Jackowski

² Smith

³ Kelly

⁴ Vukonić

⁵ Sallnow

⁶ Campo

⁷ Cohen

⁸ Timothy

شهر همدان» با رویکرد کنش متقابل نمادین به مطالعه چگونگی معنایابی و تفسیر گردشگران از گردشگری و مکان‌های گردشگری می‌پردازد. تعداد ۱۳ مقوله که همه آنها از یافته‌ها نشأت گرفته‌اند، استخراج شد. موسوی و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای تحت عنوان «بررسی نقش امامزادگان در توسعه گردشگری زیارتی بیان می‌کنند که گردشگران برای زیارت اماکن، آثار، یادمان‌های مذهبی، انجام اعمال مذهبی و دینی، آموزش و گذراندن اوقات فراغت به مکان‌ها و مراکز مذهبی سفر می‌کنند. یوسفی و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای تحت عنوان پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا (ع) نشان داد که مناسک زیارت، عقیده به تقدس، عقیده به شفاعت، دلدادگی، خضوع، توسل‌جویی، مناجات و آرامش از موضوعات مرکزی معنای زیارت است که برحسب اشتراک معنا به سه مقوله کلی تر شامل آداب‌مندی زیارت، عقیده به خارق‌العادگی زیارت شوند و جذب قابل تقسیم است. اجتهندنژاد کاشانی و قوامی (۱۳۹۱) در پژوهشی با نام «دوگانۀ زائر- سیاح در تجربه زیسته سه نسل: مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهید بهشتی» بیان می‌کنند که در ذهنیت‌های پاسخ-گویان تمایزی مفهومی میان سیاحت و زیارت اماکن مذهبی خارج از کشور وجود دارد. این تمایز میان سیاحت و سفرهای زیارتی داخل کشور کمتر به چشم می‌خورد. سقایی و همکاران (۱۳۹۱) یافته‌هاشان در مطالعه‌ای با عنوان «متن فضایی زیارت امام رضا (ع)» بیانگر این می‌باشد که متن فضایی زیارت امام رضا (ع) متنی فرهنگی است که تمامی عناصر آن در خدمت معرفت‌افزایی و تعمیق آگاهانۀ زائران و مجاوران از زیارت و متن زیارت است. بنابراین، لازم است در هنگام تصمیم‌گیری برای هر عنصر کلان یا خرد متن فضایی زیارت امام رضا (ع)، میزان تأثیر آن در نظر گرفته شود. امین^۱ در پژوهش خود با عنوان «گردشگری مذهبی در مصر» (۲۰۱۳) با مقایسه استراتژی-های کشورهای مختلف در گردشگری، گردشگری در مصر را بررسی می‌کند و به ویژه بر نقش دولت و سازمان‌های مربوطه در این حوزه تأکید می‌نماید. سیتی^۲ و همکاران (۲۰۱۱) پدیده گردشگری اسلامی را در این کشور در ابعاد مخلف مورد بررسی قرار می‌دهند و خصوصاً درک و تفسیر گردشگران از تجارب و احوالات روحی‌شان را به بحث می‌گذارند. درول^۳ و همکاران (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «یک چشم انداز جدید از انگیزه‌های غیرمذهبی بازدیدکنندگان از مکان‌های مذهبی»، به بررسی پدیده گردشگری مذهبی پرداختند. نتایج مطالعه حاکی از این است که بازدیدکنندگان به طور عمده بوسیله نیاز خود شکوفایی یعنی تمایل‌شان برای بهتر شدن تحریک شده‌اند. کالینز و کریئر^۴ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «گردشگری زیارتی یهودیان کنونی» به مقوله‌سازی تجربه بازدیدکنندگان می‌پردازد. نتایج این تحقیق حاکی از این است که می‌توان تیپ‌های مختلف زائران را روی یک پیوستار سامان داد: در یک سوی این پیوستار، یهودیان ارتدوکسی که آداب دعا و زیارت را به‌جا می‌آورند و در سوی دیگر گردشگرانی که به اصطلاح،

¹ Amin

² Siti

³ Alexandra M. Drule

⁴ Collins-Kreiner

گردشگران میراثی یا معنوی خوانده می‌شوند واز سر کنجکاوی، علاقه فرهنگی و یا تلاش برای یافتن معنای زندگی به سفر می‌آیند. آندیرویس^۱ (۲۰۰۸) در اثری با عنوان «تجربه مکان‌های مقدس، یک مطالعه پدیدار شناسانه» پنج عنصر اصیل مشترک در تجربه زیارت را بیان می‌کند. اولین عنصر مشترک، غرق شدن بازدیدکنندگان در معنویت فضای حرم، دوم، عنصر فرهنگی، سوم، سکولاریسم، چهارم، زیبایی و پیچیدگی طبیعی محیط زیست، پنجم، خطابه‌های راهبان و آموزش‌های خارج از کلاس است.

همان‌گونه که کلمن بیان می‌کند تحقیقات جامعه شناختی و مردم شناختی در زمینه زیارت بسیار محدود بوده و به تعبیر او زیارت به ندرت مورد تحلیل نظری و در میدان دید روش‌شناسی مردم‌نگار قرار گرفته است (کلمن^۲، ۲۰۰۲: ۵۵). با توجه به مطالعات فوق می‌توان بیان کرد که این مطالعه که با رویکرد پژوهش کیفی انجام می‌گیرد، از آن جهت اهمیت دارد که مطالعه مردم‌نگارانه کنش زیارت از منظر گردشگران مذهبی زن با توجه به فرهنگ بومی و مفاهیم نظری اسلام شیعی، شناخت بهتری از پدیده زیارت فراهم می‌کند و از دیگر سو، زیارت از منظر دید گردشگران مورد بررسی و مطالعه قرار می‌گیرد.

در کشور ما با توجه به دین و آیین و مذهب مردم، گرایش و کشش زیادی به مسئله مقدس بودن اماکن مذهبی و زیارت آن اماکن وجود دارد و در کل کشور، ۵ هزار و ۸۰۰ بقعه، بعنوان آرامگاه‌های امامزادگان و همچنین ۳ هزار و ۱۱۹ مکان مذهبی مقدس ثبت شده شامل حسینیه‌ها، مساجد، مدارس مذهبی و حوزه‌های علمیه، کلیسا، کنیسه-آتشگاه و نیایشگاه از ادیان مختلف وجود دارد که می‌تواند فرصت خوبی برای گردشگری مذهبی باشد (مومنی، ۱۳۸۷: ۱۴). در میان شهرهای ایران، شهر شیراز از یک سو به‌عنوان یک کلان شهر تاریخی و فرهنگی و از دیگر سو به‌عنوان سومین حرم اهل بیت که به صورت تقریبی آرامگاه مقدس دویست امامزاده عظیم الشان را در خود دارد (پایگاه جامع امامزادگان)، از ظرفیت‌های بالایی با وجود آرامگاه‌های امامزادگان جلیل‌القدر در گردشگری مذهبی، برخوردار است.

در اماکن مقدس و مذهبی مانند امامزاده‌ها، زائرین زیادی برای زیارت، دعا، نیایش، انجام نذر، قربانی، تفریح، عزاداری حضور پیدا می‌کنند و در مواردی شاهد کرامات، و معجزات در این اماکن هستیم. لذا شناخت این اعمال و رفتارها و معجزات و کرامات امامزاده‌ها که از عناصر فرهنگ دینی و اجتماعی هستند و معرفی آنها به مردم و ارتقاء فرهنگ زیارت، ضرورت پژوهش را بیشتر نمایان می‌کند از دیگر سو، با وجود اهمیت مناسک زیارت و آثار اجتماعی گسترده آن در ایران، تحقیقات مردم شناختی در این زمینه بسیار محدود بوده است. بنابراین ضرورت انجام پژوهشی مردم‌شناختی پیرامون کنش زیارت و ارائه توصیفی غنی از معنا و مناسک از یک سو و مورد مطالعه قراردادن گردشگران بعنوان کنشگرانی که علاوه بر زائران در جستجوی اماکن مقدس و متبرک هستند، از

^۱ Andriotis

^۲ Colmen

دیگر سو، ضرورت انجام چنین پژوهشی را آشکار می‌نماید. از آنجا که از ارکان سازنده هر جامعه‌ای زنان و بانوان آن جامعه هستند و مهمترین نقش‌ها بعنوان همسر و مادر را در جامعه ایفا می‌کنند، پرواضح است در صورتی که جامعه این نقش‌ها را ارج نهد و بسترهای لازم جهت رشد، شکوفایی و تعالی آنها را فراهم سازد، آن جامعه در کمال سعادت اخلاقی، اجتماعی و انسانی خواهد بود. از همین‌رو، این پژوهش با مدنظر قرار دادن رویکرد کیفی به توصیف چستی و چگونگی گردشگری مذهبی از طریق پدیده زیارت نزد گردشگران زن در شهر شیراز می‌پردازد و در صدد پاسخ گویی به این سوال کلی است که «درک گردشگران مذهبی زن از کنش زیارت چگونه است؟».

چارچوب مفهومی

سفر زیارتی، در معنای سنتی آن، سفری درونی است که نیروهای الهی و پدیده‌های پیچیده معنوی نیز، در آن دخیل هستند. به طور کلی انسان به هر دو نوع سفر، درونی و بیرونی نیاز دارد (بهارداج^۱، ۱۹۸۷: ۸).

گردشگری مذهبی:

سفر زیارتی، در معنای سنتی آن، سفری درونی است که نیروهای الهی و پدیده‌های پیچیده معنوی نیز، در آن دخیل هستند. به طور کلی انسان به هر دو نوع سفر، درونی و بیرونی نیاز دارد (هاردج، ۱۹۸۷: ۸).

در گردشگری مذهبی از یک سو باور مذهبی نقش دارد و از دیگر سو زمانی که گردشگران صرف دیدن مکان‌های مذهبی می‌کنند، تقریباً شبیه زیارت است. جنبه دیگر واقعیت این است که این گردشگران قبل از اینکه قصد سفر داشته باشند، انگیزه‌های مذهبی برای سفر دارند. هرچند مقاصد و دلایل دیگری از جمله جستارها و کنکاش‌های تاریخی و مسائل مذهبی هم ممکن است در بین باشد. به طور کلی این نوع از گردشگری نمایش ویژه‌ای از نوعی گردشگری فرهنگی است که ارتقاء یا افزایش محصولات فرهنگی مختلف را به دنبال دارد و از طرفی موجب غنای فکری و معنوی نیز می‌شود. جالب توجه است که بخش مهمی از گردشگری فرهنگی بعنوان گردشگری در مکان‌های مذهبی شناخته می‌شود (سانتوس^۲، ۲۰۰۰: ۴).

زیارت: از منظر جامعه‌شناسی «زیارت کنشی معطوف به ارزش است و آن دست یافتن به رستگاری و تقرب به خداوند است» (پهروان، ۱۳۸۰: ۱۰).

امر قدسی: نومیونس یا امر قدسی^۳ از زبان لاتین گرفته شده است، به معنای موجودی ماوراء الطبیعی است که بیان ناپذیر، تعبیرناپذیر و غیر قابل توصیف است. به اعتقاد اتو انسان‌ها، نومن را تجربه می‌کنند و تجلی نومن برای آنها احساس عبودیت ایجاد می‌کند. یعنی امر قدسی در آنها

¹ BHardaj

² Santos

³ The Sacred

احساس مخلوق بودن ایجاد می‌کند. اتو همچنین این احساس مخلوق بودن را رازی هراس انگیز می‌نامد که به اعتقاد او چهارجنبه دارد: جنبه هراس انگیز یا ترس زایی، جنبه جلال و کشش، جنبه انرژی زایی، جنبه رازآلودگی (اتو، ۱۳۸۰: ۴۱).

امر قدسی و زیارت امام در اندیشه اسلامی: در جهان‌بینی اسلامی امر قدسی و زیارت جایگاه ویژه‌ای دارد. برای انسان دیندار در هر عصری برخی از زمان‌ها و مکان‌ها متفاوت و متمایزند. (امین، ۱۳۸۶: ۱۰۸ به نقل از طالبی و علی پور، ۱۳۹۲: ۵). از نظر شیعه امام همیشه زنده است و براعمال و احوال و احساس زائر آگاه است. مطهری در کتاب امامت و رهبری می‌گوید: هیچ عصر و زمانی از یک ولی کامل، خالی نیست و برای آن انسان کامل مقامات و درجات زیادی قائل‌اند (مطهری، ۱۳۸۷: ۳۳). بنابراین امام، تجلی از تجلیات خداوند است و شیعه برای بهره‌مندی از این انسان کامل و تجلی قدسی، که بر او ولایت دارد، به زیارت امام می‌رود.

از نظر دورکیم، دین، مستلزم وجود امر مقدس، سپس سازمان یافتن باورهای مربوط به امر مقدس و سرانجام مستلزم مراسم و اعمالی است که به نحوی کم و بیش منطقی و مشتق از باورهاست (جلالی مقدم، ۱۳۷۹: ۸۲). دورکیم از آیین‌های مثبت و منفی نام می‌برد. به اعتقاد وی حالت‌های مناسک در دوگروه مثبت و منفی جای می‌گیرند. در واقع هر آیینی جنبه دو گانه را ارائه می‌دهد: یک جنبه منفی و یک جنبه مثبت. وی بیان می‌کند که این دو نوع آیین به طور تنگاتنگ باهم مرتبط می‌شوند. آیین منفی به نظامی که توسط این مراسم خاص تشکیل می‌شود، اطلاق می‌شود. آن‌ها مومن را از انجام برخی از امور منع می‌کنند، این آیین‌ها شرط ورود به آیین (پرستش) مثبت هستند. مومن از طریق آیین منفی، خود را پاک و منزّه می‌کند و از اشیاء پیش پا افتاده و مبتذل که موجب بی‌ارزش شدن گردیده جدا می‌سازد و آماده انجام آیین مثبت می‌شود. آیین مثبت نظام ویژه اعمال مذهبی است مانند پرستش، قربانی کردن و غیره. بر این اساس، طبق نظر دورکیم، می‌توان زیارت را "پدیده اجتماعی" و جزء آیین‌های مثبت به شمار آورد (طالبی و علی پور، ۱۳۹۲: ۱۰). از نظر او مناسک، احساسات مذهبی را ایجاد، تقویت و تجدید می‌کند و حس وابستگی به قدرت خارجی روحانی و اخلاقی را که در واقع همان جامعه است، تشدید می‌نماید. او بیان می‌کند که امر اساسی این است که انسان‌ها گرد هم می‌آیند و احساس مشترکی را تجربه می‌کنند و به گونه یک کنش جمعی آن را بیان می‌کنند. ماهیت خاص این احساسات و کنش‌ها، چیز ثانوی و وابسته به موقعیت است (حیدری، ۱۳۹۳: ۲۰۳).

روش‌شناسی تحقیق

رویکرد نظری این پژوهش کیفی وبا استفاده از روش مردم‌نگاری انجام شده است. برای گردآوری داده‌های کیفی از روش‌های مشاهده مستقیم، مشاهده مشارکتی و مصاحبه‌های نیمه

ساخت یافته استفاده شد. روش نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی از نوع هدفمند بوده و حجم نمونه نیز به سطح اشباع نظری اطلاعات جمع‌آوری شده بستگی دارد.

در این پژوهش انتخاب نمونه در دو سطح صورت گرفته است. یکی انتخاب میدان مطالعه بعنوان «مورد» و دیگری نمونه‌گیری از درون میدان. در مرحله نخست، از میان بقاع متبرکه شهر شیراز، با توجه به ویژگی‌هایی از جمله بیشترین آمار گردشگران ورودی، شناخته شده بودن، حرم‌های حضرت احمد بن موسی(ع)، حضرت سید علاء الدین حسین(ع) و حضرت علی بن حمزه(ع) انتخاب شدند. مرحله دوم نمونه‌گیری، مربوط به بعد از ورود به میدان انتخاب شده برای پژوهش بود، که در این مرحله از نمونه‌گیری نظری استفاده شد. با ۳۰ نفر از افراد مصاحبه شد، برای جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز به افرادی مراجعه شد که هم سفرزیارتی را تجربه کرده بودند و هم قادر بودند توصیفی غنی را ارائه کنند. داده‌های گردآوری شده با تکنیک تحلیل موضوعی^۱ تحلیل و بررسی شدند. پس از اطلاق کد مناسب به همه گویه‌های متنی، تم‌های اصلی^۲، تم‌های سازمان‌دهنده^۳ و تم‌های سراسری (کلی)^۴ سازمان‌یابی شدند. در تحلیل موضوعی محقق با طبقه‌بندی و مقوله‌بندی داده‌ها به استخراج یک سری مفاهیم و الگوهای بنیادین معنایی می‌پردازد. در این مطالعه به منظور ارزیابی اعتبار یافته‌ها، از تکنیک‌های ممیزی و ارزیابی توسط اعضاء استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

ترکیب سنی مشارکت‌کنندگان از ۱۸ تا ۵۷ سال بود و تحصیلات آنها از دیپلم تا دکتری. همه گفتگوها در حین مصاحبه ضبط شدند و سپس همه آنها پیاده شدند. گفتگوها پس از پیاده شدن در دو سطح دسته‌بندی شدند. (۱) به صورت عبارت و گویه‌های تک‌جمله‌ای برای اینکه امکان کدبندی اولیه و نیز تعیین تم‌های اولیه اصلی امکان‌پذیر شود و در یک سطح دیگر، (۲) مصاحبه‌ها به صورت عبارت‌های چندگانه و مجموعه‌ای از عبارات نیز دسته‌بندی و کدگذاری شدند و سپس تم اصلی بر اساس این نوع دسته‌بندی اطلاعات و داده‌های جمع‌آوری شده، انجام شد. تم اصلی و تم سازمان‌دهنده و تم کلی به صورت زیر تدوین و ساخت‌بندی شدند.

^۱ Thematic Analysis

^۲ Basic Theme

^۳ Organic Theme

^۴ Global Theme

تم کلی: زیارت کنشی عاطفی-عقلانی

تم‌های سازمان دهنده که منجر به تدوین این تم کلی شدند به شرح زیر هستند:
بستر اعتقادی، مناسک زیسته، میل به بندگی، احساس فضای قدسی، آرامش، تغییر و تحول

جدول ۱: تم‌های اصلی و سازمان دهنده تحقیق

تم سازمان دهنده	بستر اعتقادی	مناسک زیسته	میل به بندگی	احساس فضای قدسی	آرامش	تغییر و تحول
تم اصلی	معرفت اعتقاد توحید اندیشی	عمل به آداب اذن دخول جستجوی جماعت	طپش قلب احساس نزدیکی حالت عرفانی	روشنایی ابهت فضاوت بزرگی و جبروت	امنیت امید اعتماد	شناخت از خود بیداری روح احساس تحول

منبع: یافته‌های تحقیق حاضر

بستر اعتقادی:

بعد اعتقادی یا ایدئولوژیکی «باورهایی را در بر می‌گیرد که انتظار می‌رود پیروان آن دین بدان‌ها اعتقاد داشته باشند». گلارک و استارک این باورها را در هر دین خاص، به سه نوع تقسیم کردند: باورهای پایه‌ای مسلم، باورهای غایتگرا و باورهای زمینه‌ساز (سراج‌زاده، ۱۳۸۴: ۶۳). در دین مبین اسلام، باورهای پایه‌ای مسلم، شامل اصول دین هستند، اما باورهای غایت‌گرایانه که هدف و خواست از خلق انسان‌اند، فروع دین را در بر می‌گیرند، از دیدگاه باورهای غایت‌گرایانه هدف از خلقت انسان، باور ارادی به خدای واحد و بندگی اوست (سروش، ۱۳۷۳: ۱۸۳). شرط رسیدن انسان به رستگاری در دنیا و آخرت، ایمان و اعتقاد به خداوند متعال است، زیارت در واقع شرایطی را برای انسان فراهم می‌کند که با معبود خویش خلوتی داشته باشد تا علاوه بر ذکر و تسبیح، موهبت‌های او را نیز برشمارد و یگانگی او را تصدیق کند.

مهسا، ۳۲ ساله از قم:

«وقتی می‌آم زیارت اعتقاد دارم همه قدرت‌ها از آن خداس، باید از خودش بخوای که کمکت کنه، جز خودش کی می‌تونه بقیه واسطه ان»

سحر ۴۰ ساله از کاشان:

«خیلی خلوت کردن توای مکان دوس دارم، همش فکر می‌کنم به چیزایی که خدا به من داده، اما من چیکار کردم، قدرش ندونستم، به جاهایی اصلا ندیدمش».

فاطمه ۳۱ ساله از سعادت شهر:

«زیارت تجدید اعتقاداته، یک ارتباطی برقرار می‌کنی، اعتقاداتمون دوباره یادآوری می‌شن»

از آنجا که شناخت و معرفت در زیارت و میزان تاثیرگذاری آن بیشترین نقش را دارد گردشگران بیان می‌کردند، که شناخت و معرفتی که آنها در سفر زیارتی کسب کردند، گاهی پیش از سفر از

طریق مطالعه کتب بوده است اما شناخت بیشتر به صورت اطلاعاتی بوده که در قالب تور پیرامون امامزادگان برای آنها بیان گردیده است و با ابعاد وجودی امامزاده به صورت عمیق آشنا گردیدند که این شناخت منجر به حضور قلب و توجه بیشتر شده است.

زهرآ ۲۲۱ ساله از کرج:

«در ابتدا در همین حد می‌دوستانم که برادر امام رضا است و زندگینامه‌شونو خوندم، اما اطلاعاتی که راهنمای تور داد خیلی متفاوت بود، وقتی متوجه برکت‌ها و اتفاقات حرم شدم، توجه و اعتمادم بیشتر شد، حس کردم معنویت خاصی تو حرمه».

مرضیه ۳۰ ساله از اصفهان:

«وقتی اطلاعاتی درباره امامزاده بدست آوردم حس کردم بهتر می‌تونم مقام امامو درک کنم و با توجه بیشتری زیارت کنم، مثل اینکه وجود امامو بیشتر حس می‌کنی، ارادت‌م نسبت به امام هم بیشتر شد».

مناسک زیسته:

بُعد مناسکی «اعمال دینی مشخصی را که انتظار می‌رود پیروان هر دین آنها را به جا آورند، در بر می‌گیرد» (سراج‌زاده، ۱۳۸۴: ۶۴). زیارت یکی از شعائر و مناسک مهم دینی است که در بین اجتماعات مختلف مذهبی براساس آداب معینی انجام می‌گیرد و اهمیت آن نیز برحسب مفاد و معنای درونی آن تعیین می‌شود (یوسفی، ۱۳۹۲، ۱۸۲). در اجتماعات شیعی، زیارت اهل قبور و اماکن مقدس تاثیر بسیار زیادی در التیام بخشی و تخلیه عاطفی زائران دارد و حاجت‌مندی جزء اساسی اعمال زیارتی شیعی محسوب می‌شود (ابن شعبه، ۱۳۸۲: ۱۶۳). گردشگران در مکان‌های زیارتی خود را مقید به انجام مناسکی می‌دانستند که قبل از سفر مذهبی آغاز گردیده و تا بعد از انجام زیارت ادامه داشت. آنها معتقد بودند پیش از سفر، هنگام ورود به مکان مذهبی، بعد از انجام زیارت باید مناسک خاصی را به جای آورند و آنچه بر میزان پایبندی به مناسک و انجام آن بسیار موثر است شناخت و معرفتی است که نسبت به مکان مقدس و امامزاده کسب کرده‌اند.

سیما ۲۱ ساله از مشهد:

«قبل از زیارت غسل می‌کنم، خودمو معطر می‌کنم، وضو می‌گیرم و سعی می‌کنم ادعیه وارده رو بخونم، سلام خاصه ورودی رو می‌گم و اذن دخول می‌خونم».

رقیه ۳۳ ساله از تهران:

«وقتی می‌آم زیارت سعی کنم آهسته قدم بردارم، برای اینکه احترام اونجا رو داشته باشم، نماز زیارت می‌خونم و هدیه می‌کنم به پدرم، دوستانم، کسانی که التماس دعا گفتند».

جستجوی جماعت: از میان گردشگران برخی علاقه‌مند به انجام مناسک به صورت فردی و برخی در جستجوی جماعت هستند تا دسته جمعی آداب را به جای آورند و معتقدند که انجام مراسم به صورت جمعی تاثیر بیشتری بر آنها خواهد داشت.

مهوش، ۳۸ ساله از شهریار:

«اگر در زمان زیارت‌م مراسمی در حال برگزاری باشه، کلا می رم سمت اون مراسم، حال و هوام عوض میشه، انگار همه چیز دست به دست هم می‌ده که ارتباطم بیشتر و بهتر برقرار شه»

سکینه، ۴۹ ساله از نیشابور:

«وقتی مراسمه مثل دعای کمیل و زیارت عاشورا حالم خوب میشه، انگار افراد بیشتری رو می‌تونم واسطه کنم، سیم‌هام بهتر وصل می‌شه، اگر خودتم آبرویی نداشته باشی به آبروی بقیه به نظری بهت میشه».

میل به بندگی:

بندگی، کمال کمالات است و همه کمالات انسانی در این جهت است که آدمی به بندگی حق و اصل شود و در مدارج و مراتب آن بالا رود. هیچ کمالی مانند بندگی، آدمی را به مقامی که شایسته آن است نمی‌رساند و آنچه به آدمی، هویت انسانی می‌دهد، گام زدن در مسیر بندگی الهی و ربوبی شدن در پرتو فروغ بندگی است (دلشاد تهرانی، ۱۳۷۹: ۱۸۱). گردشگران زیارت را بهانه‌ای می‌دانند برای اظهار عبودیت نسبت به خداوند متعال و معتقدند که تسلیم اوامر الهی هستند. ارتباطی که در مکان زیارتی میان عبد و معبود برقرار می‌شود گاهی همراه با انرژی احساسی است که سبب درگیر شدن هرچه بیشتر کنشگران در کنش زیارت و افزایش تعاملات آنها می‌شود، چنین انرژی میزان شناخت و درک آنها را نیز بالا می‌برد، هیجانات منفی ناامیدی و تنهایی را کاهش می‌دهد و احساس تعلق و پیوند با خداوند متعال را افزایش می‌دهد.

سیده حسنی، ۳۵ ساله از تبریز:

«موقع زیارت دچار هیجان میشم، میریزم بهم، مو به تنم سیخ میشه، وقتی خودمو در برابر خداوند با عظمت می‌بینم قبلم تند تند می‌زنه».

رقیه، ۳۸ ساله از مراغه:

«وقتی می‌آم زیارت برای همه حتی اونایی که نگفتن هم دعا می‌کنم، اگر دعای استجابت شه عالیه و تشکر می‌کنم و اگر هم نشه حکمته و مصلحتی بوده. هیچ وقت نا امید نمیشم بلکه احساس می‌کنم نزدیک‌تر شدم و معتقدم اگر اینجا اجابت نشه مطمئنم حتما تو اون دنیا جزء اعمال خیر من خواهد بود».

زیارت کلاس درسی است که چگونگی بندگی کردن و گردن نهادن به خواست معبود را به انسان می‌آموزد:

راضیه: ۲۹ ساله از نورآباد:

«هر زیارتی برام یه درسی بوده از خودم یا دیگری که چیزی داشته و من ارزش کسب کردم، خضوع و خشوعی که بعضیا دارن خیلی تامل برانگیزه».

احساس فضای قدسی:

هیچ مکانی به خودی خود، مقدس نیست. تقدس مکان به علت مشابهت مکان با مکانی قدسی یا حضور واسطه فیض یا ظهور مستقیم عامل تقدس را در آن مکان است (خانقاه و عسکرپور، ۱۳۸۳: ۱۳). در واقع هدف اصلی گردشگران مذهبی از دیدار اماکن مقدس دستیابی به تحولاتی روحانی و معنوی است که در محل سکونت خود به این تجربه دست نیافته‌اند.

یک فضای مقدس، فضایی است که از دیگر فضاها متمایز شده است و توجه را بر اشکال، اشیا کنش‌های داخلی آن متمرکز می‌کند و آنها را بعنوان آنچه در بردارنده معانی مذهبی هستند، به تصویر می‌کشد. این نماها اجزای اصلی واقعیت را بیان می‌کنند (فضاهای مقدس، ۱۳۸۲). فضاهای مقدس مجموعه‌ای از آثار هنری ایرانی و اسلامی به حساب می‌آیند. این فضاها، مفاهیم اسلامی را با زبان هنر، تصویر و رنگ به دیگران منتقل می‌کنند. کاشیکاری‌ها، آجر چینی‌ها، گچ‌بری‌ها، آینه‌کاری‌ها، نقاشی، حکاکی، کنده‌کاری و... همگی زبان گویای هنر ایرانی و اسلامی هستند. این فضاها بر روی زیارت زائران تاثیر قابل توجهی دارند.

فروغ، ۳۶ ساله از فومن:

«شیشه کاری و کاشی کاری ها سبب میشه حال معنوی وانرژی مثبت را از فضا بگیرم، آینه کاری، زیبایی بصریه، خیلی تاثیر داره، یه جورایی ابهت فضا آدمو تحت تاثیر قرار میده، نور سبز باعث میشه درخواستم رو با آرامش بیشتری بیان کنم و با طمأنینه بیشتری دعا کنم».

نعیمه، ۲۵ ساله از بوشهر:

«بیشتر دوس دارم زیارتگاهی برم که شیک باشه و جذب کنه، کلا ابهت داشته باشه تا زیارت به دل آدم بچسبه، فرش‌هاش تمیز باشه؛ تزیینات داشته باشه بهرحال این چیزها اون شخصیت را خاص تر و بزرگتر جلوه میده».

سارا، ۲۳ ساله از شهرضا:

«معماری حرم احمد بن موسی(ع) با جاهای دیگه فرق داره، یه آرامش خاصی به ادم میده مخصوصا اسما و صفات خداوند، اگر کسی بهشون توجه کنه به حس خوب بهش دست می ده».

آرامش

براساس یافته‌های تحلیل اجتماعی و انسان شناختی، انسان همواره با هراسی دائمی زیسته است. هراس و بیم از ناشناخته‌ها همراه همیشگی بشر است و انسان همواره برای کاهش اضطراب خود به

دست آویزهای مختلف و متعددی در آویخته است. در بسیاری از موارد هراس و ترس از اتفاقات نااندیشیده و ناخوشایند، بشر را به برقراری ارتباط با ماوراء الطبیعه و برساخت رابطه‌های ذهنی به نحوی که بتواند کائنات و ماوراء الطبیعه را تحت کنترل خود قرار دهد، برانگیخته یا او را واداشته که برای کاهش اضطراب و احساس ناامنی خود به نیروهای برتر و مافوق قدرت او پناه ببرد (الیاده، ۱۳۹۵؛ ترنر، ۱۹۹۵).

ترس و احساس ناامنی در زندگی، بشر را همیشه واداشته به پناه آوردن و اتکاء به دست آویزهایی که بتوانند اضطراب او را کاهش دهند، از استرس او بکاهند و احساس امنیت و اعتماد در او ایجاد کنند. این احساس ناامنی و دست آویز قراردادن موجودات ماوراء الطبیعه برای کاهش اضطراب و ناامنی بشر، در تحلیل‌های دانشمندان علوم اجتماعی در دو سده اخیر آنقدر قدرت یافته که برخی حتی منشأ شکل‌گیری و پیدایش دین را ترس، نگرانی و اضطراب می‌دانند (کوزر، ۱۳۷۳؛ آرون، ۱۳۷۷؛ همیلتون، ۱۳۸۱). زیارت مفری است برای رهایی از فشارهای روانی و یافتن مأمنی برای آسوده بودن است. نرگس، ۳۸ ساله از آباءه:

«وقتی از چیزی ناراحتی میری پیش دوستی که بهت آرامش بده، وقتی می‌آم زیارت حس می‌کنم اومدم پیش دوستی که آرومم می‌کنه، گاهی دستمو روی ضریح می‌کشم و میزارم روی قلبم، احساس آرامش می‌کنم».
حمیده: ۴۰ ساله از نوشهر:

«توی بحبوه زندگی دنیایی دنبال یه جایی هستم که آرومم کنه، جایی که امنیت داشته باشه و خودم باشم و خدای خودم، گاهی ناخواسته میرم سفر زیارتی، اینجاست که می‌گم دعوت شدم، طلبیده شدم و اینجاست که می‌گم مطمئنم دست خالی بر نمی‌گردم چون خودش دعوتم کرده».
به اعتقاد گیدنز، ما در جهانی زیست می‌کنیم، سراسر پیش‌بینی نشده و با احتمال‌ها و گزینه‌های گوناگونی که بر ریسک‌پذیری و مخاطره‌آمیزی زندگی ما می‌افزایند و روز به روز از تسلط ما بر زندگی خودمان می‌کاهند، احاطه شده‌ایم. البته که در چنین فضای پر مخاطره‌ای و در برابر راه‌های متعددی که انتخاب از میان آنها بر اضطراب و آشفتگی انسان معاصر می‌افزاید، یکی از استراتژی‌های انسان هوشمند این است که بتواند مسیرهای متفاوت کنش را سبک‌سنگین کند و بهترین گزینه را انتخاب کند تا راهی برای کاهش ریسک فضایی که در آن زیست می‌کند، بیابد (گیدنز، ۱۳۸۸؛ حاجی‌حیدری، ۱۳۸۸).

مرجان، ۵۰ ساله از شهر ری:

«به نظرم توی زیارت دنبال گمشده‌ای هستی، به هیچی فکر نمی‌کنی، فقط امید داری به اتفاق خاصی بیفته».

افسانه، ۵۴ساله از فسا:

«امیدوارم شب اول قبر به دیدارم بیان و شفیع باشند و روز قیامت قدمی که برای این زیارت برداشتم را شاهد باشند و به قدم معنوی من شهادت بدن».

تغییر و تحول

گردشگران مذهبی ضمن تمایل قلبی و روحی از فاصله‌های دور و نزدیک رنج و سختی سفر را تحمل می‌کنند تا به هدف خود و حضور در مکان زیارتی برسند. آنچه آنها از خود «سفر» انتظار دارند این است که چیزی را در آنها تغییر دهد. در واقع گردشگران چالش‌های سفر را به جان می‌خرند تا دستاوردی برایشان داشته باشد. آنچه در این میان برای آنها حاصل می‌شود شناخت از خود و تحولی است که زندگی آنها را تحت الشعاع قرار می‌دهد و موجب بیداری روح خفته آنها می‌گردد.

مژده: ۴۰ساله از اصفهان:

«بعد از زیارت معمولاً سکوت و آرامش خاصی دارم، حس می‌کنم زیارت روح مرده منو زنده می‌کنه، دنبال به تغییر اساسی ام، سعی می‌کنم به عهدی که بستم عمل کنم».

رقیه، ۳۰ساله از مراغه:

«زیارت در رفتار و کردار من خودشو نشون می‌ده، بعد از زیارت همه اذعان می‌کنند که چقدر عوض شدی و معمولاً تا به مدتی این تغییرات ملموس و سعی میکنم حفظش کنم تا زیارت بعدی»
نگین، ۲۷ساله از تبریز:

«بعد از زیارت مراقبه دارم، دوست ندارم تظاهر باشه، تا جایی که بتونم حفظش می‌کنم، البته تاجایی که هنوز غرق در دنیا و کاردنیایی نشدی خوبه، مثل اینکه دوباره متولد شدی».

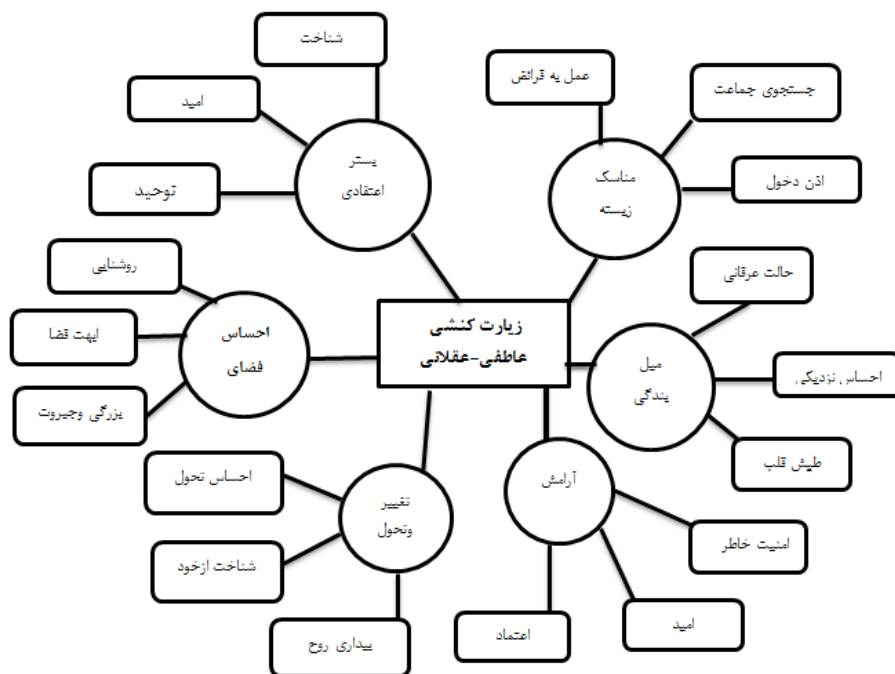
نتیجه‌گیری و پیشنهادات

گردشگری مذهبی بر زیارت و حضور در اماکن مذهبی تأکید دارد. گردشگری مذهبی به عنوان یک تمرین اجتماعی در تغییر فرد و قراردادن وی در فضای اجتماعی دارای ویژگی‌های مهم فرهنگی - اجتماعی می‌باشد. اهمیت مقاصد مذهبی در زیارت در عصر جدید از میزبانی حجم گسترده زائرانی ناشی می‌شود که به صورت مداوم با فراز و نشیب‌های مختص به خود، جهت زیارت به آن مقاصد سفر می‌کردند. زیارت یکی از مصادیق کنش دینی است که در ادیان و مذاهب مختلف مورد تأکید قرار گرفته است. براین اساس، همه ساله جمعیت کثیری از کنشگران دین مدار در سراسر جهان به سوی اماکن مقدس مذهبی شتافته و آداب و مناسک زیارت را به جا می‌آورند. زیارت اگرچه بعنوان کنش دینی، ارزشمندی خود را از تأکیدی که در متون مقدس بر آن رفته است، اخذ می‌کنند، (حیدری‌چروده و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۷). این پژوهش برای توصیف این موضوع که کنش

زیارت چگونه بر ساخته می‌شود، طراحی و انجام شده است. در این راستا، با استفاده از رویکرد مردم‌نگاری بعنوان راهبرد عملیاتی تحقیق به موضوع مورد بررسی توجه شد. برای انجام پژوهش با ۳۰ نفر مصاحبه عمیق شد و گفتگوها تا اشباع اطلاعات ادامه یافتند. مصاحبه‌ها در قالب گفتگو و با طرح چند سوال کلی برای مشارکت‌کننده‌ها انجام شد. ترکیب سنی مشارکت‌کننده‌ها از ۱۸ تا ۵۶ سال و میزان تحصیلات از دیپلم تا دکتری. گفتگوها پس از پیاده‌سازی در دو سطح دسته‌بندی شدند و سپس براساس روش تحلیل موضوعی یافته‌ها مورد تحلیل قرار گرفتند. تم اصلی، سازمان‌دهنده و کلی به صورت زیر تدوین و ساخت‌بندی شدند.

هدف این پژوهش پاسخگویی به این پرسش است که درک گردشگران مذهبی از کنش زیارت چگونه است؟

همان‌گونه که یافته‌های تحقیق نشان داد، سفر زیارتی سفری است که با حرکت و جابجایی آغاز می‌گردد. گردشگران به دنبال یک تجربه ناب و حقیقی هستند. آنچه در آغاز سفر از اهمیتی خاص برخوردار است، بستر اعتقادی گردشگران است که زیارت را بستری می‌داند برای تصدیق یکتایی خداوند متعال و برشمردن موهبت‌های بی حد و حصر او. آنچه سبب می‌شود زیارت گردشگران با حضور قلب و توجه بیشتری صورت گیرد، شناخت و معرفتی است که آنها قبل از سفر و در سفر زیارتی از طریق خواندن ادعیه و مناجات‌ها کسب می‌کنند. چنین شناخت و معرفتی سبب کسب معنویت و اظهار ارادت بیشتر می‌گردد. یافته‌های مطالعه محمدی و همکاران نیز این امر را تأیید کردند.



نمودار ۱: تم های تحقیق برگرفته از یافته های تحقیق

همانگونه که دورکیم بیان کرد، نتایج این تحقیق نیز، حاکی از این می باشد که در زیارت، روح پرستش که از سرچشمه اعتقاد دینی نشأت می گیرد، از یک سو سبب پالایش انسان می گردد که چنین پالایشی سبب تعالی روح می گردد و از دیگر سو، سبب وابستگی انسان به جماعتی جدید می شود، در واقع افراد در جستجوی جماعتی جدید هستند، چنین جماعتی سبب افزایش حس و حال معنوی آنها می گردد. از آنجا که زنان نسبت به انجام کامل مناسک بسیار وفادارند، از هرفرصتی در این خصوص استفاده می کنند. بنابراین در اینجا نیز مناسک نقش مثبت و سازنده ای را در زندگی زنان ایفا می کنند.

یافته ها بیانگر این بود که زیارت بستری را فراهم می کند تا گردشگران مراتب عشق و دلدادگی خود را نسبت به قادر متعال اذعان نمایند و احساس تعلق و پیوند خود را افزایش دهند. در واقع، زیارت کلاس درسی است که چگونگی بندگی کردن و گردن نهادن به خواست معبود را به انسان می آموزد. میل به بندگی از ابتدای زیارت در قالب تغییرات عاطفی و ایجاد حالت عرفانی خود را نشان می دهد به گونه ای که گردشگران با پروردگار خود احساس نزدیکی می کنند. یوسفی و همکاران نیز در مطالعه شان این دلدادگی را تایید و تحت عنوان جذبه از آن نام می برند.

همانطور که آندیرویس در مطالعه اش بیان کرد یکی از عناصر زیارت، غرق شدن بازدیدکنندگان در معنویت فضای حرم و زیبایی و پیچیدگی هایی است که عنصری ضروری و اغلب در ارتباط با

احساس و روح است. نتایج این مطالعه نیز حاکی از این بود که افراد زمانی که به مکان زیارتی ورود می‌کنند تحت تاثیر ویژگی‌های مکان قرار گرفته و انرژی‌هایی را دریافت می‌کنند که در چگونگی حس و حال و دریافت‌های معنوی آنها بسیار موثر است. ابهت مکان مذهبی سبب انبساط خاطر و ایجاد آرامش روانی در گردشگران می‌گردد. از آنجا که در زنان، بُعد عاطفی و احساسی نیرومندتر است و طبق تحقیق و تصدیق همه کارشناسان مربوط و متخصصان در ابعاد حیات زن، عواطف در زنان قویتر و شکوفاتر است (دواتگران، ۱۳۹۶: ۳)، فضای قدسی بر این عاطفه بسیار تاثیرگذار است.

از جمله مشکلات بشر امروز، افسردگی و دل‌مردگی او می‌باشد. عوامل مختلفی چنین حالتی را برای انسان ایجاد می‌کند که از جمله‌ی آن آلودگی‌های روحی و ارتکاب گناه می‌باشد. البته گاه کثرت ظلم در دنیا و رنج دیگران چنین حالاتی را به وجود می‌آورد. وجود چنین مشکلاتی باعث شده انسان‌ها به تلاش و تکاپو افتاده تا این غم و اندوه را از خود دور کنند، و به حالت طبیعی دست یابند، حتی انسان‌ها برای دستیابی به چنین حالتی حاضرند سرمایه‌های فراوانی را صرف نمایند. در آموزه‌های اسلامی، چه آموزه‌هایی که از قرآن استفاده می‌شود و چه آموزه‌هایی که از روایات به دست می‌آید، توجه به خداوند و هر آن‌چه در ارتباط مستقیم با خداوند می‌باشد باعث آرامش و شادابی می‌گردد. زیارت بستری جهت ایجاد آرامش برای افراد است. از یک سو در جمع بودن، خود عامل آرامش است و از دیگر سو، نیازهای روحی انسان برآورده می‌شود.

یکی از گزینه‌های مطرح شده توسط گیدنز برای رهایی از فضای پرمخاطره امروزی و در مقابل گزینه‌های متعددی که انتخاب از میان آنها آسان نیست، اعتماد است. ارتباط با امر قدسی، نوعی اعتماد در فرد ایجاد می‌کند که به او قدرت مقابله با مشکلاتی که او را احاطه کرده می‌دهد و تمام رفتارهای مذهبی به این دلیل انجام می‌شوند که از طریق آنها می‌توانیم با خداوند متعال ارتباط برقرار کنیم و با این ارتباط خود را به منبع قدرت لایزال الهی متصل کنیم قدرتی که همه چیز را می‌داند و ما را قضاوت نمی‌کند، حتی گاهی چشم‌ها را می‌بندیم و تنها این جمله را که همه چیز را به تو می‌سپاریم از ذهن می‌گذرانیم. در این حالت احساس امید در ذهن و قلب ما ایجاد می‌شود که می‌تواند موجب احساس قدرت و افزایش اعتماد به نفس شود. امروزه اماکن زیارتی بستری بسیار مناسب جهت اعتماد سازی را برای گردشگران فراهم می‌کنند و برای ساعتی گردشگران را از تمامی دغدغه‌های موجود دور می‌سازند.

نتایج این تحلیل روشن می‌سازد که سفر زیارتی گردشگران زن با شناخت و معرفت آغاز می‌گردد و جهت عمق بخشیدن بیشتر، خود را ملزم به انجام مناسک به صورت فردی و جمعی می‌دانند، در خلال مناسک، عشق و محبت خویش را به معبود ابراز می‌کنند تا از یک سو اظهار عبودیت کنند و از دیگر سو خود را قرین آرامش سازند و دستاورد نهایی سفر که همان تغییر و تحولی است که در جستجوی آن بوده‌اند، حاصل گردد. زیارت گردشگران زن، از یک سو کنشی عقلانی و معطوف به هدف است و از دیگر سو کنشی عاطفی است که ناشی از حال درونی آنهاست

که در نهایت سبب آرامش روحی، نزدیکی به خدا و حضور قلب آنها می‌گردد و موجب می‌گردد در بینش و روش زنان بعد از سفر زیارتی تغییراتی صورت گیرد که سایر جنبه‌ها همچنین سبک زندگی آنها را تغییر دهد.

منابع

۱. ابن شعبه، حسن بن علی (۱۳۸۲). *تحف العقول*، ترجمه‌ی احمد جنتی، تهران: امیرکبیر.
۲. اتو، رودولف (۱۳۸۰). *مفهوم امر قدسی*، ترجمه و توضیح همایون همتی، تهران: نقش جهان.
۳. آرون، ریمون (۱۳۷۷). *مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی*، ترجمه‌ی باقر پرهام، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۴. اجتهادنژادکاشانی، سیدسالار و قوامی، نسرين السادات (۱۳۹۱). دوگانه‌ی زائر- سیاح در تجربه‌ی زیسته‌ی سه نسل: مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهید بهشتی، *مجله مطالعات اجتماعی*، دوره ۶، شماره ۳ و ۴: ۲۶-۵.
۵. الیاده، میرچا (۱۳۹۵). *تاریخ اندیشه‌های دینی*، ترجمه‌ی بهزاد سالکی، تهران: نشر کتاب پارسه.
۶. بهروان، حسین (۱۳۸۶). *جامعه‌شناسی زیارت؛ با تاکید بر نیازهای زائران در حرم امام رضا علیه السلام، مجله مشکوه*، شماره‌های ۷۲ و ۷۳: ۱۰۲-۸۷.
۷. تقی‌زاده داوری، محمد (۱۳۸۰). نگاهی به جامعه‌شناسی زیارت، *مجله معرفت*، شماره ۳: ۵۹-۶۱.
۸. تیموتی، دالن جی و السن، دانیل اچ (۱۳۹۲). *گردشگری، دین و سفرهای معنوی*، ترجمه‌ی محمدقلی‌پور و احسان مجیدی فرد، چاپ اول، تهران: جامعه‌شناسان.
۹. جلالی مقدم، مسعود (۱۳۷۹). *درآمدی بر جامعه‌شناسی دین*، چاپ اول، تهران: مرکز.
۱۰. جاروندی، رضا و فرقانی، نازفر (۱۳۸۸). مقایسه انگیزه‌های سفر در میان دو نسل جوان و بزرگسال (مطالعه موردی مسافران شهر شیراز)، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۲: ۱۴۳-۱۲۳.
۱۱. حاجی حیدری، حامد (۱۳۸۸). *آنتونی گیدنز، مدرنیت، زمان، فضا*. تهران: اختران.
۱۲. حیدری چروده؛ همت آبادی، حمیدرضا و اکبری فریمانی، محمد (۱۳۹۱). نیازهای فرهنگی زائران خارجی امام رضا (ع)؛ مورد مطالعه: زائران اردو، عرب، آذری و انگلیسی‌زبان، *مطالعات اجتماعی*، دوره ۶، شماره ۳ و ۴: ۶۲-۴۵.
۱۳. دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۷۷). *دولت آفتاب، اندیشه سیاسی و سیره حکومتی علی (ع)*، تهران: خانه اندیشه جوان.
۱۴. دواتگران، مرجان (۱۳۹۶). *زنان، آفرینش، معنویت و عقل*، در تاریخ ۹۶/۲/۲۴ به نقل از سایت <http://www.porsojoo.com/fa/node/323>
۱۵. دورانت، ویلیام جیمز (۱۳۷۰). *تاریخ تمدن*، ترجمه‌ی احمد آرام و علی پاشایی، ج اول و دوم، چاپ سوم، تهران: انقلاب اسلامی.

۱۶. دورکیم، امیل (۱۳۸۲). **صور ابتدایی حیات مذهبی**، ترجمه‌ی نادر سالار زاده، تهران: انتشارات علامه طباطبائی.
۱۷. سراج‌زاده، سید حسین (۱۳۸۴). **چالش‌های دین و مدرنیته**، چاپ دوم، تهران: طرح نو.
۱۸. سروش، عبدالکریم (۱۳۷۳). **حکمت و معیشت**، چاپ اول، بی جا، موسسه فرهنگی صراط.
۱۹. سقایی، مهدی؛ نودهی، فرامرز؛ جوانبخت قهفرخی، زهره و طباطبائی، سید محمدباقر (۱۳۹۱). متن فضایی زیارت امام رضا(ع)، **مجله مطالعات اجتماعی ایران**، دوره ۶، شماره ۳ و ۴: ۸۷-۱۰۸.
۲۰. شایگان، داریوش (۱۳۸۲). **آسیا در برابر غرب**، تهران: امیرکبیر.
۲۱. طالبی، ابوتراب و علی‌پور، اله (۱۳۹۲). گونه‌شناسی زیارت و دینداری زائران: معنا کاوی کنش زیارت زائران امام رضا، **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره: ۶۹: ۱۲۸-۱۰۷.
۲۲. طریحی، فخرالدین (۱۳۷۵). **مجمع البحرين**، به تحقیق سید احمد حسینی، جلد ۳، تهران: مرتضوی.
۲۳. عسکری خانقاه، اصغر و سجادیپور، فرزانه (۱۳۸۳). **نگرش قدسی، اندیشه قدسی، نامه پژوهش فرهنگی**، شماره ۹: ۱۲۰-۹۹.
۲۴. فلاحت، صادق (۱۳۸۵). مفهوم حس مکان و عوامل شکل دهنده آن، **نشریه هنرهای زیبا**، شماره ۲۶: ۶۶-۵۷.
۲۵. فضاهاى مقدس (۱۳۸۲)، بدون نام نویسنده، **نامه فرهنگ**، شماره ۴۹: ۱۱۵-۱۰۰.
۲۶. کرسول، جان دلیو (۱۳۹۱). **روش و طرح تحقیق کیفی: انتخاب از میان پنج رویکرد**. ترجمه طهمورث حسنقلی‌پور؛ اشکان الهیاری و مجتبی براری. تهران: نگاه دانش.
۲۷. کوزر، لوییس (۱۳۷۳). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی**، تهران: انتشارات علمی.
۲۸. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸). **پیامدهای مدرنیته**، ترجمه‌ی محسن ثلاثی، تهران: نشر مرکز.
۲۹. محمدی، جمال؛ صالحی، صادق؛ نیکوفال، زینب (۱۳۹۶). پدیدارشناسی تجربه‌ی اماکن مذهبی، **برنامه ریزی و توسعه گردشگری**، شماره ۲۰: ۵۵-۳۴.
۳۰. مطهری، مرتضی (۱۳۸۷). **امامت و رهبری**، قم: انتشارات صدرا.
۳۱. موسوی، میرنجف؛ کبیری، افشار و باقری کشکولی، علی (۱۳۸۷). بررسی نقش امامزادگان در توسعه گردشگری زیارتی، مطالعه موردی: حرم مطهر حضرت احمد بن موسی(ع)، **جغرافیا و توسعه**، شماره ۱۰: ۱-۱۶.
۳۲. مؤمنی، مصطفی؛ صرافی، مظفر و محمد قاسمی خوزانی (۱۳۸۷). ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلانشهر مشهد، **جغرافیا و توسعه**، شماره ۱۱: ۱۵-۳.

۳۳. واخ، یوآخیم (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی دین*، ترجمه‌ی جمشید آزادگان، چاپ اول، تهران: انتشارات سمت.

۳۴. همیلتون، ملکم (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی دین*، ترجمه‌ی محسن ثلاثی. چاپ اول، تهران: تبیان.

۳۵. یوسفی، علی؛ صدیق اورعی، غلامرضا؛ کهنسال، علی و مکرری زاده، فهیمه (۱۳۹۲). پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا(ع)، *مجله مطالعات اجتماعی ایران*، دوره ۶، شماره ۳ و ۴: ۱۹۸-۱۸۰.

۳۶. خبرگزاری میراث: www.Chn.ir: بازدید شده در تاریخ: ۱۳۹۴/۱۲/۱.

۳۷. پرتال جامع امامزادگان: <http://emamzadegan.ir/emamzadehbank/> بازدید شده در تاریخ: ۹۶/۱۲/۱۳.

38. Amin, M.M. (2013). **Religious Tourism in Egypt: A Case Study Analysis, the American University in Cairo**, School of Global Affairs and Public Policy.

39. Andriotis, K. (2008). Sacred Site Experience, A phenomenological Study, **Annals of Tourism Research**, 20(4): 64-84.

40. Bhardwaj, S.M. (1973). **Hindu Places of Pilgrimage in India**, Berkeley: University of California.

41. Colmen, S. (2002). Do you believe in pilgrimage? Anthropological Theory, **Annals of Tourism Research**, 2(3): 355-368.

42. Collins, N. and Kliot, N. (2000). Pilgrimage tourism in the Holy Land: The behavioural characteristics of Christian pilgrims, **Geo Journal**, 50(4): 55-67.

43. Collins, N. and Kreiner, N. (2010). Researching Pilgrimage, Continuity and Transformation, **Annals of Tourism Research**, 37(2):440- 456.

44. Dallan, J.T. and Daniel H.O. (2003). **Tourism, Religion and Spiritual Journeys**, Rutledge, USA.

45. Drule, M., Chis A, Bacila M. and Ciornea R. (2012). A new perspective of non-religious motivations of visitors to sacred sites: evidence from Romania, **Social and Behavioral Sciences**. 5(6): 431 – 435.

46. Jackowski, A. and Smith, V.L. (1992). Polish pilgrim-tourist, **Annals of Tourism Research**, Vol.19, Issue. 1: 92-106.

47. Kelly, J.R. (1982). **Leisure, Englewood Cliffs**, NJ: Prentice Hall.

48. Koenig, H.G, McCullough, M.E. and Laerson, D.B. (2001). Research on Religion, Spirituality and Mental Health in **A Review Handbook of religion and health**, Oxford, N.Y: Oxford University Press.

49. Norberg- Schulz, Christan (1975), **Meaning in Western Architecture**, Praeger Publisher, New York.

50. Olsen, D.H. (2003). Heritage, tourism, the commodification of religion, **Tourism Recreation Research**, 28(3): 99-104.

51. Sallnow, M.J. (1987). **Pilgrims of the Andes: Regional Cults in Cusco**, Leiden: Koninklijke Brill.

52. Santos, M. (2000). **Fátima: Religious Tourism in a Sanctuary City**, in 6 World Leisure Congress; Bilbao, de 3 a 7 de Julho.

53. Seamon, D. (1982). The Phenomenological Contribution to Environmental Psychology, **Journal of Environmental Psychology**, No.2: 119-140.
54. Tuan, Yi-Fu (2001). **Space and Place: The Perspective of Experience**, University of Minnesota Press, Minneapolis.
55. Siti, A.L., Suhaimi Ab, R. and Khairil, A. (2011). A study on Islamic tourism: A Malaysian experience, **2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences**, Singapore.
56. Turner, J.H. (1995). **The Emergence of Sociological Theory**, Belmont: Wadsworth Publishing.
57. Vukonić, B. (1996). **Tourism and Religion**, Oxford: Elsevier.