

مطالعه کیفی انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت‌کننده در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۱/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۴/۲۷

یاسر فروغی*

سیدحسین سراج‌زاده**

سیدحسین نبوی***

چکیده

آیین پیاده‌روی اربعین پدیده مذهبی مهمی در جامعه شیعی است که در سال‌های اخیر با افزایش خیره‌کننده زائران نگاه جهانیان را به خود معطوف ساخته است. حضور میلیونی زائران ایرانی در این آیین از رویدادهایی کم‌سابقه‌ای است که بزرگ‌ترین مسافرت جمعی ایرانیان به خارج از کشور را رقم زده است. زائران ایرانی شرکت‌کننده در این آیین با دلایل و انگیزه‌هایی مختلف قدم در سفری مشقت‌بار می‌گذارند و بیش از ۸۰ کیلومتر را با پای پیاده طی می‌کنند. این مقاله با روشی کیفی و از سنخ مردم‌نگاری به مطالعه انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت‌کننده در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین می‌پردازد. در این زمینه با انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با زائران شرکت‌کننده و همچنین مشاهده مشارکتی در این آیین به سراغ جهان‌های ذهنی و حالات روحی آنان می‌رود. یافته‌های حاصل از این تحقیق نشان می‌دهد که زائران ایرانی با سه احساس «نیاز»، «تکلیف» و «شور» در دو نوع انگیزه در سطح فردی و اجتماعی به این آیین روی می‌آورند. انگیزه‌های فردی عموماً انگیزه‌هایی از سر نیازند و انگیزه‌های اجتماعی، غالباً انگیزه‌هایی تکلیفی‌اند. احساس شور فصل مشترک همه زائران است. این انگیزه‌ها و احساسات در سه سطح جماعت-واره خودانگیخته، هنجاری و ایدئولوژیک آیین شکل می‌گیرند و زمینه‌ترغیب زائران برای حضور در پیاده‌روی اربعین را فراهم می‌کنند.

واژگان کلیدی: آیین، زیارت، پیاده‌روی اربعین، انگیزه، مردم‌نگاری.

*دانشجوی دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه خوارزمی «نویسنده مسئول»

yaser.foroughi@gmail.com

**دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی serajsh@yahoo.com

***استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه خوارزمی nabavee@gmail.com

مقدمه

در دهه‌های اخیر سفر با انگیزه‌های دینی و معنوی افزایش یافته است (اولسن و تیموتی، ۱۳۹۲: ۱۳). در سراسر جهان سفرهای مذهبی و معنوی ملی و بین‌المللی در شکل زیارت و گردشگری دینی یکی از سریع‌ترین گونه‌های در حال رشد گردشگری است (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۱). مطابق با برآورد سازمان جهانی گردشگری^۱ در هر سال ۳۰۰ تا ۳۳۰ میلیون گردشگر از مکان‌های مذهبی اصلی در جهان بازدید می‌کنند که تقریباً ۶۰۰ میلیون سفر مذهبی ملی و بین‌المللی نیز به آن اضافه می‌شود. براین اساس، فقط در اروپا، بیشتر از ۶۰۰۰ مکان زیارت مسیحی در مجموع ۶۰ تا ۷۰ میلیون زائر را هر ساله جذب می‌کنند (آنتز، ۲۰۱۲). زیارت، یکی از شناخته‌شده‌ترین پدیده‌های جامعه انسانی، وجه مهم ادیان بزرگ جهانی: بودیسم، هندوئیسم، اسلام، یهودیت و مسیحیت است. این پدیده در حال حاضر در سراسر جهان در حال تجدید حیات بوده، همچنان که زیارتگاه‌های کهن به‌عنوان مغناطیس افرادی که در جستجوی معنویت‌اند، عمل می‌کنند (دیگانس، ۲۰۰۳).

پدیده زیارت در ادبیات مناسک تشیع از همان سال‌های نخستین واقعه عاشورا و اتفاقات شام مورد توجه بزرگان دینی قرار داشته و به‌عنوان عملی پرفضیلت و ممدوح شناخته شده است. زیارت کربلا با پای پیاده در سده‌های مختلف به‌خصوص در میان مردم عراق رواج داشته و توسط علمای دینی رهبری می‌شده است. بنا بر نقل آقابزرگ تهرانی در کتاب نقباء البشر، مراسم پیاده‌روی در دوران مرجعیت شیخ مرتضی انصاری (۱۲۱۴-۱۲۹۸ق) رونق بسیاری داشته است. ظاهراً پس از وی، این عمل برای مدتی از شکوه گذشته خود می‌افتد. پس از چندی عالم دیگری به نام میرزا حسین نوری (۱۳۲۰-۱۲۵۴ق) مجدداً این مراسم را در میان مردم رونق می‌بخشد (آقابزرگ تهرانی، بی‌تا: ج ۱، ۳۴۹ به نقل از

-
1. WTO
 2. UNWTO
 3. Ants
 4. Digance

مختاری، ۱۳۹۱: ۱۹۳). پس از محدث نوری با ورود اتومبیل به منطقه، پیاده‌روی دوباره کمرنگ می‌شود تا اینکه با مطرح شدن آیت‌الله‌العظمی سیدمحمود شاهرودی (۱۲۶۲-۱۳۵۳ش) به‌عنوان یکی از اساتید و مدرسان بانفوذ معنوی حوزه نجف، به علت التزام و اصرار در پیاده رفتن به کربلا، مجدداً مسئله پیاده رفتن به کربلا از سر گرفته می‌شود (اباذری، ۱۳۸۸: ۷۷). در این بین، پیاده‌روی در ایام اربعین به‌خصوص در سال‌های میانی قرن بیستم در اوج خود برگزار می‌شده است. بر اساس گزارش الیزابت وارنیک فرنیا یکی از مردم‌شناسانی که در این دروان گذرش به عراق افتاده، در اربعین سال ۱۹۵۷م، حدود سه چهار میلیون نفر برای زیارت در کربلا حضور یافته‌اند (وارنیک فرنیا، ۱۹۶۹: ۲۰۴). ابراهیم الحیدری جامعه‌شناس عراقی نیز تعداد زائران اربعین را در آغاز دهه هفتاد میلادی در حدود یک میلیون نفر عنوان می‌کند (الحیدری، ۱۳۸۱: ۱۳۱). اما با به‌قدرت رسیدن حزب بعث در عراق در سال ۱۹۶۸م عزاداری و برگزاری علنی آیین عاشورا و اربعین در ده‌های بعد به دلیل بیم از تجمع شیعیان و سیاسی شدن این جریان ممنوع و با شدیدترین مجازات پاسخ داده می‌شد. این وضعیت تا سقوط حکومت صدام در سال ۲۰۰۳ م ادامه یافت.

از سال ۲۰۰۳ م کم‌کم با بهبود اوضاع امنیتی کشور عراق بر میزان زائران کربلا افزوده شد و آرام‌آرام با فرونشستن غبار ترس و ناامنی، آیین‌های عزاداری شیعیان پا به عرصه عمومی نهاد. ایرانیان که تقریباً با آغاز تشکیل کشور عراق در اوایل قرن بیستم به جز در سال‌هایی با محدودیت و ممنوعیت سفر به کربلا مواجه بودند و در حسرت دیرینه‌ای به سر می‌بردند، از همان سال‌های نخستین به زیارت کربلا روی آوردند. گرچه در سال‌های ابتدایی عطش زیارت کربلا فی‌نفسه برای ایرانیان موضوعیت داشت؛ اما رفته‌رفته با مسافرت در ایام اربعین، پیاده‌روی اربعین برای آنان مهم شد. از دهه نود به بعد حضور ایرانیان به‌موازات حضور مردم عراق افزایش چشمگیری یافت. بنا بر اعلام مراجع رسمی (بر اساس تعداد صدور ویزا فارغ از آمارهای واقعی که بیش از این تخمین زده می‌شود) آمار زائران ایرانی اربعین از سال ۱۳۹۰ از ۵۰ هزار نفر به ۲ میلیون و ۳۲۰ هزار نفر در سال ۱۳۹۶

رسیده است (خبرگزاری ابنا، ۱۳۹۶/۸/۱۹). این آمار در سال ۱۳۹۷ به ۲ میلیون ۵۰۰ هزار نفر و در سال ۱۳۹۸ به ۳ میلیون و ۳۵۰ هزار نفر افزایش یافته است (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۸/۷/۲۷). سیر صعودی افزایش حضور ایرانیان در این آیین و شرکت در پیاده‌روی که سفری پرمشقت در کشوری جنگ‌زده با زیرساخت‌های ارتباطی معیوب است، این پرسش را مطرح می‌کند که دلایل و انگیزه‌های حضور زائران ایرانی شرکت‌کننده در این آیین کدام است؟ آنان تحت چه شرایطی به شرکت در پیاده‌روی اربعین ترغیب می‌شوند؟ شناخت دلایل و انگیزه‌های زائران شرکت‌کننده در آیین پیاده‌روی اربعین گامی در جهت درک علمی این آیین خواهد بود و پرده از راز گسترش و جذابیت آن خواهد گشود؛ به همین جهت این مقاله درصدد بررسی و شناخت انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت‌کننده در آیین پیاده‌روی اربعین است.

ادبیات نظری

زیارت

اصطلاح زیارت به انواع مختلفی تعریف شده است. باربر^۱ (۱۹۹۳: ۱) زیارت را «یک سفر در نتیجه علل مذهبی، از جهت بیرونی به سوی یک مکان مذهبی و از جهت درونی برای اهداف روحی و فهم درونی» تعریف می‌کند. به عقیده براندن، زیارت شامل سه عنصر می‌شود: یک مکان مقدس، جذب گروه یا افراد به این مکان و یک هدف خاص برای به دست آوردن برخی از امتیازات معنوی و مادی (براندن، ۱۹۷۰: ۵۰۱) مورینیس (۱۹۹۲)، با مبنا قرار دادن هم‌زمان تجربه امر قدسی و حرکت، زیارت را این‌گونه تعریف می‌کند: «زیارت سفری است که توسط فرد یا افرادی در طلب مکان یا حالتی که در آن تجسم یک ایدآل ارزشمند می‌دانند، صورت می‌گیرد». در برابر سفر حج که نوع رسمی و هنجاری زیارت در اسلام محسوب می‌شود، زیارت به‌عنوان یک زیارت عامه‌پسند مورد ملاحظه قرار گرفته است. به همین علت ارتباط نزدیکی بین زیارت و گردشگری (فرهنگی)

1. Barber
2. Brandon

وجود دارد (عبادی، ۲۰۱۵). آنچه عموماً مورد موافقت قرار گرفته این است که زیارت سنتی سفری نشئت گرفته از دلایل دینی و معنوی به مکان مقدس است؛ اما برخلاف تصور معمول، همه بازدیدکنندگان مکان‌های مذهبی صرفاً زائران مذهبی نیستند، افراد با انواع انگیزه‌ها این مکان‌ها را بازدید می‌کنند.

مطالعات زیارت

مطالعات مربوط به زیارت به طور مشخص از دهه ۱۹۷۰ (کوهن، ۱۹۹۲؛ مک کنل، ۱۹۷۳؛ ترنر و ترنر، ۱۹۷۸) آغاز می‌شود. در دهه هشتاد، بیشتر تحقیقات زیارت، شامل ویژگی‌های اجتماعی و منطقی جامعه تحت فرایند محیط‌های خود (مکان، ویژگی‌ها و معنی) می‌شد. بسیاری از مطالعات نیز، زیارت را به‌عنوان یک پدیده عمومی مورد توجه قرار داده‌اند (نولان^۱ و نولان، ۱۹۹۲). مطالعات این دوره زیارت را بیشتر از منظر بیرونی و عام که با صور جمعی و سازوکارهای آیینی پیوند می‌خورد، مورد توجه قرار می‌دادند. ویکتور ترنر یکی از اصلی‌ترین نظریه‌پردازان حوزه مناسک است که نگاهی فرایندی به زیارت دارد. ایده محوری ترنر این است که زیارت یک فضای ضد ساختاری، آستانه‌ای یا گذری (موقتی) است. فضای آستانه‌ای در تقابل با ساختارهای نظم اجتماعی و متفاوت با آنها است. زیارت در نظر وی به‌عنوان فضاهای آرمانی که مردم هنگام ارتباط با مسیر زیارت یا حرم به آن وارد می‌شوند، فرض می‌شود. براین اساس، این فرایندها زمانی اتفاق می‌افتند که عوامل یک قلمرو اجتماعی ساخت یافته رها می‌شوند؛ اما در ورود به ساختار دیگر ناکام‌اند. فضای آستانه‌ای «مابین» و «در میان» قلمرو اجتماعی هست که در آن گفتمان‌ها و ساختارهای اجتماعی دنیوی کاربردی ندارد. ترنر عنوان می‌کند، حرکت آیین زیارتی در موقعیت آستانه‌ای یا (شبه آستانه‌ای) که در فاصله‌ای میان و در بین موقعیت برابری، دوستی یا همکاری مشترک ضد ساختار و سلسله‌مراتب است، به اوج خود می‌رسد. این فضا نوعی برابری اجتماعی را

1. Ebadi
2. Nolan

در میان زائران به وجود می‌آورد. از نگاه ترنر زیارت، میدانی از روابط اجتماعی و مفاهیم فرهنگی است که دارای بیشترین تنوع، رسمی و غیررسمی، درست یا نادرست، جزمی و اسطوره، اغلب تلفیقی، آمیخته، به هم وابسته و نظام‌مند است. تلاش برای احیاء یک فرهنگ و زبان ملی یا منطقه‌ای ممکن است عناصری از دیگر نظام‌های ساختاری و ایدئولوژیک را برای تأکید مجدد بر باورها، رفتارها و نمادهای زیارت برگزیند (ترنر، ۲۰۱۱: ۱۰۶). فضای آستانه‌ای که در زیارت‌ها درک می‌شود با آنچه ترنر آن را «جماعت‌واره» می‌نامد، همراه است. ترنر تنوع و اهمیت زیارت، در اینکه مورد تفسیر و کاربرد افراد از زمینه‌های مختلف اجتماعی می‌شود را مورد توجه قرار می‌گیرد. علاوه بر این، او توضیح می‌دهد که چگونه تجارب زیارت ممکن است در قلمرو ملی، سیاسی و فرهنگی سرزمین زائر قرار گرفته یا گسترش یابد (موریس ۱۳۸۳: ۳۳۴). ترنر جماعت‌واره را به ترتیب به سه سطح مختلف - خودانگیخته، هنجاری و ایدئولوژیک - تقسیم می‌کند. سطح اول - جماعت‌واره وجودی یا خودانگیخته در رویارویی مستقیم با هویت‌های انسانی رخ می‌دهد. در این جماعت‌واره این موضوع مطرح می‌شود که بشریت یکدست، غیرسازمان‌یافته (بدون ساختار) است و گروه‌های آزاد که خود را به سبک‌های اجتماعی مختلف ابراز می‌کنند و همبستگی خود را از طریق احساس واحد و هماهنگی درونی‌شان نشان می‌دهند (ترنر، ۲۰۱۸: ۱۶۹). «جماعت‌واره خودجوش، سرشار از آثار لذت‌بخش و مطلوب است. زندگی در ساختار پر است از مشکلات عینی ... جماعت‌واره خودجوش نیرویی جادویی [نسبت به این مشکلات] دارد. ذهنیت در اینجا در حالت احساس نهایت قدرت است ... کنش ساختاری اگر هر از چند گاهی خود را در ورطه جماعت‌واره غوطه‌ور نکند، به سرعت مکانیکی و بی‌حاصل خواهد شد» (اسمیت، ۲۰۰۱: ۸۲ به نقل از رحمانی و کاظمی، ۱۳۹۰). سطح دوم، جماعت‌واره هنجاری کسانی هستند که برای زنده نگه داشتن و شکوفایی اعضای خود نیاز به بسیج و سازمان‌دهی منابع دارند. به دنبال تسلط اجتماعی در بین اعضا هستند تا در اهداف جمعی خود موفق شوند (ترنر، ۲۰۱۸: ۱۶۹). در این سطح همبستگی میان اعضای گروه و اهداف مشترک

مورد تأکید است. سطح سوم، جماعت‌واره ایدئولوژیک، شامل گروه‌های آرمان‌گرای مذهبی می‌شود که رهبران‌شان بهترین موقعیت را در این جماعت‌واره پیدا می‌کنند (همان). در این سطح زائران سعی در انتشار ایدئولوژی و ارزش‌ها خود در فضای آیین دارند.

با آغاز دهه نود محققان زیارت غالباً بر روی تجربیات فردی و شخصی زائران متمرکز شده‌اند. محققانی مانند اسمیت^۱ (۱۹۸۹، ۱۹۹۲)، کوهن^۲ (۱۹۹۲) گاتر^۳ (۲۰۰۶)، پُریا و باتلر^۴ (۲۰۰۳) و بسیاری دیگر شروع به بررسی بیشتر این جنبه‌ها کرده‌اند. باگذشت زمان، مطالعات از یک‌روند تدریجی، از تحقیق عناصر «خارجی» و «عام» به تحقیق فردی «تجربه درونی» تغییر می‌کند. همچنین تغییر از مشاهده زائر به عنوان یک پدیده کلی و جامع به تجزیه و تحلیل آن به عنوان یک فرد صورت می‌گیرد. مطالعات اخیر بر اهمیت آنچه خود زائران درباره زیارت‌شان می‌گویند، تأکید دارد. مطالعات جامعه‌شناختی و مخصوصاً مطالعات مردم‌شناسی، اهمیت این موضوع را در ادبیات فعلی مورد بحث قرار می‌دهند (بادون^۵ و روسمان^۶؛ ۲۰۰۴؛ ابرون^۷؛ ۱۹۹۹؛ فری^۸؛ ۱۹۹۸؛ ریدر^۹ و والتر^{۱۰}؛ ۱۹۹۳). در توجه به عوامل فردی و عناصر درونی در مطالعات زیارت آلن مورینیس با تأکید بر تجربه درونی افراد در زیارت بر این دیدگاه است که «سنخ‌شناسی درست از زیارت بر روی زائران، سفر و انگیزه‌های آنان تمرکز می‌کند، نه بر زیارتگاه‌های مقدس» (مورینیس، ۱۹۹۲: ۹-۱۰). زیارت علی‌رغم تجلیات بیرونی آن از قبیل مسافرت‌های گروهی، سفرهای مبتنی بر طلب بخشش و حرکت‌های دسته‌جمعی، در ابتدا به‌مثابه یک

-
1. Smith
 2. Cohen
 3. Gatrell
 4. Poria
 5. Butler
 6. Badone
 7. Roseman
 8. Ebron
 9. Frey
 10. Reader
 11. Walter

امر فردی و شخصی به نسبت اجتماعی بودن آن در نظر گرفته می‌شود (مورینیس، ۱۳۹۲). بر همین اساس مورینیس در پی این است که نشان دهد چرا برخی افراد از چشم‌انداز مقدس خودشان جذب مکان‌های زیارتی معینی می‌شوند. از این رو، او شش نوع اصلی زیارت را تشخیص می‌دهد: نیایشی^۱ (عبادی)، ابزاری^۲ (حاجت‌گرانه)، هنجاری^۳ (مناسکی)، اجباری (واجب)^۴، حیرانی^۵؛ آغازین^۶ استودارد (۱۹۹۷) نیز در ادامه همین رویکرد معتقد است انگیزه اولیه هر مسافری دینی است، اما به شکل جزئی‌تر ممکن است (۱) اظهار ارادت، (۲)، شکرگزاری (۳)، برآوردن نذر (۴) توبه و طلب مغفرت (۵) عمل به تکلیف و (۶) کسب ارزش و رستگاری باشد- مثال خواسته‌های اولیه پرطرفدار (زائران) شامل- صاحب فرزند شدن، در امان ماندن از بیماری، افزایش ثروت مادی، موفقیت در امتحانات، ازدواج شایسته و بسیاری از دیگر آرزوهای انسانی است (استودارد، ۱۹۹۷).

بررسی انگیزه‌های زیارت، یکی از موارد نگاه به عوامل فردی و عناصر درونی و نیز عوامل بیرونی و جمعی زیارت است. انگیزه مفهومی پیچیده است و هیچ پاسخ ساده و یا واحدی به سؤال اینکه مردم از چه چیزی انگیزه می‌گیرند وجود ندارد (بلک‌ول، ۲۰۱۰). باین حال انگیزه می‌تواند به‌عنوان نیروی محرکه‌ای که در همه انسان‌ها قرار دارد تعریف شود. این چیزی است که یک شخص را به ارتکاب عملی وادار می‌کند (مولینز، ۲۰۰۹: ۵۱۹-۴۷۹). زائران بدون انگیزه قادر به دستیابی به اهداف معنوی خود نخواهند بود. علاوه بر این، زمانی که افراد فعالیت‌هایشان را تغییر می‌دهند، انگیزه می‌تواند تغییر کند. برای مثال، از زائر بودن به یک گردشگر و برعکس، اغلب بدون اینکه افراد از این تغییر آگاه باشند.

-
1. devotional
 2. instrumental
 3. normative
 4. obligatory
 5. wandering
 6. initiatory
 7. Mullins

همچنین انگیزه، اینکه واضح باشد یا نه رفتار زائر را در شرایط مختلف تحت تأثیر قرار می دهد (بلکول، ۲۰۱۰). انگیزه زیارت پیچیده، چندوجهی و چندلایه است. دین انگیزه اصلی زیارت است. هرچند، انگیزه دینی یک مفهوم پیچیده با لایه های مختلف از معنا و بر باور فردی و زمینه اجتماعی وابسته است (همان). در تعریف انگیزه ها باید این نکته را در نظر داشت که انگیزه ها همان اهداف سفرند یا به عبارت دیگر اهداف غایات انگیزه ها و در طول آنها قرار دارند. با این تعریف باید میان انگیزه ها و اهداف سفر از یک سو و شرایط برانگیزاننده و تسهیلگر سفر از سوی دیگر تفاوت قائل شد.

پیشینه تجربی

مطالعات تجربی حوزه زیارت و پیاده روی اربعین در سال های اخیر بیشتر به بررسی «تجربه زیارت» و «ادراک زائران» پرداخته اند. از جمله مطالعات کیفی صورت گرفته در این زمینه رضوی زاده (۱۳۹۶) به واکاوی ادراک و تفسیر زائران از تجربه زیسته خود در سفر اربعین می پردازد. وی پس از تحلیل داده های کیفی خود سه دسته از مضامین را شناسایی و دلالت های عملی مرتبط با هر کدام را معرفی می کند. این مضامین شامل: ۱. تجربه تعلیق امر مادی؛ ۲. رنج مقدس؛ به مثابه مولد معنا؛ ۳. برانگیزانندگی عاطفی مناسک جمعی زیارت می شوند. گیویان و امین (۱۳۹۶) نیز در توضیح آیین پیاده روی اربعین از منظر زائران سه مفهوم نمایش عاشقانه، نمایش جهانی شیعیان و نمایش اقتدار شیعه و ایران را به عنوان ماهیت این آیین قلمداد می کند. همچنین مفاهیم زیارت و در ذیل آن کسب ثواب و تحصیل آرامش، آمادگی مهدوی، اعلان جهانی، هویت یابی و مقدمه ظهور را به عنوان کارکردهای این آیین از منظر زائران معرفی می کند. شراهی و ذوالفقارزاده کرمانی (۱۳۹۷) نیز در مطالعه دیگر به واکاوی ادراک زائران از میزبانان عراقی در اربعین پرداخته اند. آنها در یافته های خود به ذکر سه مقوله مرکزی سنت، برکت و محبت را به عنوان برداشتی که زائران از رفتار میزبانان عراقی دارند می پردازند.

همچنین از جمله مطالعات خارجی‌ای که تاکنون به بررسی آیین پیاده‌روی اربعین پرداخته‌اند می‌توان به مطالعه فرج حاتب حمدان اشاره کرد (۲۰۱۲) که به بررسی آیین‌های عزاداری شیعیان عراق از جمله عاشورا و زیارت پیاده‌روی اربعین پرداخته است. حسین مجتبی امه سلام (۲۰۱۸) نیز مطالعه‌ای با عنوان «مطالعه دیدارشناسانه زیارت پیاده اربعین در عراق» انجام داده است. وی در این پژوهش با مصاحبه ۲۸ زائر برخی از انگیزه‌های شرکت آنان در زیارت را ذکر می‌کند. در مجموع پژوهش‌هایی که تاکنون در موضوع زیارت و پیاده‌روی اربعین به انجام رسیده، اگرچه در بخش‌های مانند میدان یا روش مطالعه با مطالعه حاضر همسانی دارند و یا در برخی از این مطالعات اشاره‌هایی به انگیزه‌های زائران شده است مانند (گیویان و امین، ۱۳۹۶؛ امه سلام ۲۰۱۸) اما در هیچ‌کدام از این پژوهش‌ها، انگیزه‌های زائران ایرانی اختصاصاً مورد بررسی قرار نگرفته است.

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر به جهت ماهیت خاص میدان مطالعه که با انگیزه‌ها و احساسات کنشگران درون یک آیین سروکار دارد، یک روش کیفی و از سنخ مردم‌نگاری است؛ مردم‌نگاری به مطالعه مردم در محیط اجتماعی طبیعی با ابزارها و روش‌هایی که بتوان به معانی اجتماعی و فعالیت افراد دست پیدا کرد، گفته می‌شود. در این روش محقق مستقیماً در محیط و میدان مورد مطالعه مشارکت می‌کند (میردام، ۲۰۰۲: ۴ به نقل از محمدپور، ۱۳۹۲: ۲۱۲). همچنین روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه باز نیمه‌ساختاریافته و مشاهده مشارکتی است. انتخاب افراد مورد مصاحبه اگرچه در شرایط پیاده‌روی مبتنی موقعیت و توأم با محدودیت بوده؛ اما در گزینش نمونه‌ها سعی شد ملاک حداکثر تنوع زائران با ویژگی‌های ظاهری (سن، جنس، پوشش) متفاوت لحاظ شود. در روش «نمونه-گیری با حداکثر تغییرات»، محیط‌ها، فعالیت‌ها، رویدادها و افراد مطلع عمدتاً طوری انتخاب می‌شوند که وضعیت‌های هرچه متفاوت و متنوع‌تر را در دسترس پژوهشگر قرار دهند (ویمر و دومینیک، ۱۳۸۴: ۱۸۱). بر همین اساس در ۵۶

مصاحبه صورت گرفته، متغیرهای مختلف جنسیت، وضعیت تأهل، سن، تحصیلات، مبدأ سفر، تعداد دفعات شرکت در پیاده روی اربعین و نوع سفر ملاحظه شده است. مصاحبه ها در موقعیت پیاده روی و در شهرهای نجف و کربلا و عمدتاً در جاده نجف تا کربلا در حین پیاده روی یا موقع استراحت در موبکها انجام گرفته است. زمان انجام مطالعه در ایام اربعین در سال ۱۳۹۷ بوده است. به دلیل شرکت محقق در آیین پیاده روی و دارا بودن تجربه و شرایط همسان با زائران، مصاحبه ها در دل موقعیت کاملاً طبیعی به اجرا درآمده است.

جدول ۱. ویژگی های جمعیتی زائران مورد مصاحبه

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۳۴	۶۰
	زن	۲۲	۴۰
وضعیت تأهل	مجرد	۲۱	۳۸
	متاهل	۳۳	۵۹
	سایر	۲	۳
سن	۲۹-۱۵	۱۸	۳۲
	۴۵-۳۰	۲۶	۴۶
	۵۹-۴۵	۸	۱۵
	+۵۹	۴	۷
تحصیلات	بی سواد و ابتدایی	۵	۹
	راهنمایی و متوسطه	۸	۱۴
	دیپلم	۱۳	۲۳
	کاردانی و کارشناسی	۲۲	۴۰

۱۵	۸	کارشناسی ارشد و بالاتر	
۷۰	۳۹	شهر	مبداء سفر
۳۰	۱۷	روستا	
۳۲	۱۸	اولین بار	تعداد دفعات شرکت در پیاده‌روی اربعین
۲۳	۱۳	دو بار	
۱۶	۹	سه بار	
۱۱	۶	چهار بار	
۱۸	۱۰	پنج بار یا بیشتر	
۵	۳	انفرادی	نوع سفر
۵۲	۲۹	با خانواده	
۴۶	۲۶	با دوستان و همکاران	
۱۹,۵	۱۱	کاروانی	

یافته‌ها

شرکت‌کنندگان در پیاده‌روی اربعین با وجود حضور در یک آیین مشترک از انگیزه‌های متفاوتی برخوردارند. زائران معمولاً حامل مجموعه‌ای از انگیزه‌ها هستند؛ اما همیشه برخی از انگیزه‌ها بیشترین عامل برانگیزاننده و چاشنی اصلی حرکت آنان هستند. با استخراج مضامین مختلف از انگیزه زائران ایرانی این انگیزه‌ها در ذیل سه مقوله یا احساس کلی قرار می‌گیرند: «احساس نیاز»، «احساس تکلیف» و «احساس شور». در اینجا به بررسی این سه مؤلفه و زیرمجموعه آن‌ها که شامل انگیزه‌های فردی و اجتماعی می‌شود، می‌پردازیم.

۱- نیاز: اولین مؤلفه‌ای که زائران را برای حضور در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین ترغیب می‌کند، «احساس نیاز» است. نیازهای مادی و معنوی‌ای که زائران در زندگی خود احساس می‌کنند، موجب می‌شود تا آنان با انگیزه‌های فردی در پیاده‌روی اربعین حضور یابند. انگیزه‌های فردی نوعاً «انگیزه‌های درونی» اند که

بیانگر نیازمندی زائران هستند. به نظر می‌رسد بیشتر زائران ایرانی از این طیف‌اند. آنها اگرچه به صورت ضمنی حامل معانی سیاسی و اجتماعی هستند اما به صورت ارادی و آگاهانه انگیزه‌های فردی را دنبال می‌کنند. مهم‌ترین انگیزه‌های فردی زائران ایرانی به‌قرار زیر است:

۱-۱. زیارت کربلا: رفتن به زیارت کربلا یکی اهداف عمرانیه و آرزوی هر فرد شیعه در طول زندگی‌اش است. معمولاً هر شیعه‌ای دوست دارد که در طول عمر خود حداقل یک‌بار هم که شده زیارت کربلا را تجربه کند. زیارت در ایام اربعین به دلایلی همچون وجود شرایط برانگیزاننده مانند حضور دوستان و آشنایان فرد زائر، فراهم بودن امکانات اسکان و پذیرایی و مقرون‌به‌صرفه بودن بیشتر صورت می‌گیرد.

(زائر ۲۳ ساله و دانشجو): «پیش خودم گفتم اگه امسال نیام کربلا دیگه شاید تا چند سال موقعیتش پیش نیاد اینجوری همراه با دوستانم بشه بیام. ضمن اینکه هزینه سفرمون هم خیلی کمتره».

زیارت کربلا، انگیزه اولیه و عمومی همه زائران و انگیزه اصلی اکثر زائرانی که اولین مسافرت خود به کربلا را تجربه می‌کنند، است. علاوه بر این زائرانی که اولین سفر اربعین خود را تجربه می‌کنند بیشتر از دیگران سخن از طلبیده شدن و در مواقعی سفر بدون برنامه‌ریزی قبلی می‌گویند.

(زائر ۲۷ ساله و اهل مشهد): «اصلاً فکر نمی‌کردم به این زودی بتونم بیام کربلا. ولی امام حسین (ع) طلبید و همه چیز خودش جور».

۱-۲. ثواب: در کنار انگیزه زیارت به شکل عام آن، زیارت در ایام اربعین به‌صورت ویژه نیز اهمیت دارد. کسب «ثواب پیاده‌روی» اربعین به شکل خاص انگیزه مهمی برای زائر است تا علاوه بر زیارت کربلا، پیاده‌روی در اربعین را نیز تجربه کند. همان‌گونه که در فرهنگ زیارت شیعه آمده برای زائری که با پای پیاده به زیارت کربلا می‌رود، اجر و ثواب بی‌شماری نوشته می‌شود (ابن‌قولویه، ۱۳۵۶ ق). همچنین «زیارت اربعین» به‌عنوان یکی از نشانه‌های مؤمن بر اساس

حدیث امام حسن عسکری (ع) دلیل دیگری است که موجب می‌شود زائر برای بهره‌مندی از ثواب زیارت اربعین مسیر کربلا را با پای پیاده طی کند. (زائر ۴۵ ساله و کارمند): «زیارت کربلا هر قدمش هزار حسنه دار. این فرصت‌ها همیشه برای آدم پیش نیامد من فقط می‌خواستم اسمم بین زائران امام حسین (ع) تو اربعین ثبت بشه، فیض و ثوابی از این سفر ببرم».

۳-۱. آشنایی و تجربه تازه: جاناتان سامپشن^۱ (۱۹۷۵) در سفرهای معاصر از تمایل به کنجکاوی و سفر به مکان‌های ناشناخته صحبت می‌کند. حتی زیارت مدرن نیز فرصت‌های زیادی را برای ماجراجویی فراهم می‌کند. زائرانی که اولین سفر اربعین خود را تجربه می‌کنند، معمولاً همان انگیزه اولیه یعنی زیارت کربلا را در ذهن دارند. دیده‌ها و شنیده‌ها از جمله خاطراتی که دیگران از سفر اربعین برای آن‌ها بازگو کرده‌اند و یا تبلیغات رسانه‌ها آن‌ها را ترغیب به سفر می‌کند. (خانم دانشجو که برای بار اول و به صورت تنهایی از خراسان در پیاده‌روی اربعین شرکت کرده): «یکی از آرزوهایم بود یکبار هم که شده پیام و فضای پیاده‌روی را از نزدیک درک کنم. وقتی که از تلویزیون می‌دیدم یا می‌شنیدم که همه رفتن حسرت اونا رو می‌خوردم».

۴-۱. دلبستگی و ارادت: برخی از زائران اگرچه در سفر اول برای زیارت یا کسب تجربه تازه در پیاده‌روی اربعین شرکت می‌کنند؛ اما این تجربه اولیه احتمالاً منجر به شیفتگی و دلبستگی آنان به پیاده‌روی اربعین و زیارت کربلا برای سفرهای بعد می‌شود. در این مواقع پیدایش تعلق عاطفی در زائر به صورت مستقل انگیزه‌ای برای پیاده‌روی است. تجربه سفر کربلا و پیاده‌روی اربعین نوعی تعلق عاطفی به امام حسین (ع) را در زائر پدید می‌آورد و او را به اینکه این تجربه را دوباره و یا چندباره تکرار کند، وابسته می‌کند. این شیفتگی تا جایی پیش می‌رود که با نرفتن نوعی حالت «فراق و دل‌تنگی» به سراغ زائر می‌آید.

(زائر ۲۱ ساله و دانشجو): «سه سال پیش اولین بار بود که برای پیاده روی اربعین اومدم، سال بعدش نتونستم برم، اما همش دلم می خواست اربعین اونجا باشم. هروقت تلویزیون تصاویر اربعین را نشون می داد گریه می گرفتم».

(زائر ۴۷ ساله؛ اهل اصفهان): «من چهار سال پشت سر هم اربعین میام کربلا، الآن چهار پنج ماه هست بیکارم. یه وام قرض الحسنه گرفتیم، خانمم هم یه قسمتی از طلاهاش را فروخت ... چند ماه پیش به خاطر مسائل گرونی و ارز و ویزا، صحبتش بود، گفتم اگه امسال نشد خانواده را بیارم مجردی بیام. یه حالتی دارم خونه که هستم تلویزیون را که می بینم می زنه به سرم. خانمم گفت ما را نمی بری حتماً خودت باید بری، دیگه موقعی که خواستیم گذرنامه ها را بدیم برای ویزا همه را دادیم و گفتیم توکل به خدا». مفهوم «عشق» زبان حال بسیاری از زائران دلبسته است.

(زائر ۳۵ ساله و کارمند): «فقط به عشق ارباب پیاده می ریم». در برخی مواقع دیگر این حس شیفتگی و دلبستگی شکلی فراق گونه و دلتنگی به زائر می دهد و پیاده روی رنجی است که باید برای رسیدن به محبوب آن را تجربه کرد. زائری که مسیر پیاده روی را با پای برهنه را طی می کرد و در حالتی که بغضش ترکیده و اشک هایش جاری بود، می گفت: «اومدم اینجا به خاطر احساس دلتنگیمیه، کسی را ندارم».

همچنین در مواقعی این دلبستگی با «احساس دین» زائر به امام (ع) همراه می شود و زائر برای عرض ارادت خود را مکلف به شرکت در پیاده روی می کند. (زائر تهرانی ۵۳ ساله که برای بار نهم در پیاده روی اربعین شرکت کرده): «حب الحسین اجنبی. این وظیفه شرعی که توی این راه شرکت کنیم. به خاطر تسلائی خاطر امام زمان و حضرت سیدالشهدا».

(زائر ۳۴ ساله از مازنداران): «راه امام حسین را دوست داریم حاجت را همه جا می شه گرفت. قدم برداشتن برای امام حسین حتی از حج واجب هم بالاتره اینکه از بزرگای ما رسیده که کسی که بتونه و نره به خودش ظلم کرده. حداقل یک دفعه را باید بیایی».

۵-۱. رشد و تزکیه: مسیر معنوی پیاده‌روی اربعین، برای بسیاری از زائران نوعی «سلوک معنوی» محسوب می‌شود. تحمل سختی سفر و رنجی که زائر بر جسم خود حمل می‌کند، تمرینی برای «رشد اخلاقی و معنوی» اوست.

(زائر چهل‌ساله): «توسل به امام حسین (ع) کوتاه‌ترین و سریع‌ترین مسیر، وقتی توی اربعین این همه آدم توجهشون به یک سمت و مطمئناً بین اون‌ها آدم خوب زیاده توجهات امام زمان (ع) به اون جمعیت یه جورایی خاصه و بهترین فرصت برای بهره‌مندی معنوی آدم.»

همچنین «پاک شدن از گناهان» و «شفاعت» از دیگر انگیزه‌های رشد و تزکیه زائران است. امید به شفاعت سرمایه‌گذاری آن جهانی‌ای برای زائر قلمداد می‌شود که او با پیشکش عمل پیاده‌روی و نثار کردن آن برای امام (ع) درصدد رشد وجودی خود برمی‌آید.

(زائر خانم، کارمند و اهل مشهد) به مسئله «شفاعت»، «تعجیل در ظهور» و «پاک شدن از گناهان» که هر سه در جهت رشد و تزکیه زائر است، به‌عنوان انگیزه سفر خود اشاره می‌کند: «انگیزه حضورم شفاعت آقا امام حسین (ع) و تعجیل در فرج آقا امام زمان و بعدشم پاک شدن از گناهان.»

۶-۱. نذر: نذر پیمانی است که فرد به‌وسیله آن، به‌قدرت روحانی نمادین و برتری، با پیشکش کردن شی یا عملی توسل می‌جوید. دین‌داران با نذر می‌توانند به شفای روحی و معنوی نائل آیند و دوباره دگرگون شوند، توبه کنند و رستگار شوند. نذر با ایجاد اتحاد اجتماعی و معنوی در میان افراد و اجتماع، موجب کاهش اضطراب و دغدغه‌های آنها می‌شود (دورکیم، ۱۳۸۶). نذر ملموس‌ترین و قابل رویت‌ترین عمل دینی در ایام اربعین است. از نذورات اجتماعی مانند نذر مالی (اطعام زائران) و یا جانی (خدمت به زائران) تا نذورات فردی مانند اعمال و اذکاری که زائران در طول مسیر پیاده‌روی اربعین انجام می‌دهد به‌وفور قابل مشاهده است. «سفر با پای پیاده» از جمله این نذورات فردی است. این نذر معمولاً یا بعد از برآورده شدن حاجت زائر یا قبل از آن انجام می‌شود. زائر نذر می‌کند، اگر حاجتش برآورده شود، مسیر کربلا را پیاده طی کند؛ در حالت دیگر

اینکه نذر می کند در صورت برآورده شدن حاجتش، سال بعد و یا سال های بعد در پیاده روی شرکت کند.

(زائر خانم ۳۲ ساله و اهل خوزستان): «من پارسال هم پیاده روی اومده بودم نذر کردم اگه حاجتم برآورده بشه امسال دوباره پیاده روی پیام»
(زائر ۳۴ ساله و اهل آذربایجان شرقی): «من کمر و زانو هام درد می کنن، سال گذشته تونستم بخشی از مسیر را پیاده پیام، امسال نذر کردم که انشا الله بتونم همه مسیر را پیاده برم...»

همچنین برخی از زائران برای پاسداشت امام جهت برآورده شدن نذر یا حاجت یا امید برآورده شدن آن، نذرهایی می کنند که مستلزم تحمل سختی بسیاری است.

(زائر ۴۴ ساله): «از مشهد پیاده با کاروان اومدم یکم ذی الحجه حرکت کردیم. کل مسیر از مشهد تا اینجا را پیاده اومدیم. خیلی سخت بود خیلی سخت. خانم سرطان داشت اوردمش تهران دکتر گفت که تا یک ماه دیگه بیشتر زنده نیست. رفتم مشهد متوسل شدم به امام رضا (ع) گفتم امام رضا من این چیزایی که دکترا می گن حالیم نیست، زخم را از تو می خوام برگشتم تهران خانم هیچ مریضی نداشت. نذر کردم از سال بعد هر سال پیاده پیام».

(زائر ۳۸ ساله و اهل اراک): «نذر کردم ده سال پیام پیاده روی اربعین. تنها اومدم بچه ها گفتن بیا باهم بریم گفتم نه می خوام خودم برم یه بار تنهایی بینم چه جوهر سختی و تنهایی و غریبی بکشم».

۷-۱. حاجت: آیین ها معمولاً بستری برای گشایش حاجت های افراد هستند. حاجت ها معمولاً یکی از بخش های اصلی سفر یک زائر را تشکیل می دهند. کمتر زائری وجود دارد که خالی از حاجت باشد. حاجت ها دو صورت دنیایی و آخرتی دارند. برخی از زائران زیارت کربلا و پیاده روی را به قصد برآورده شدن حاجت های خود انجام می دهند. فردی که حاجت دارد ممکن است جهت برآورده شدن آن نذر کند و یا اینکه نذری در میان نباشد. بیشتر حاجت های افراد

را مقاصد دنیایی مانند «مشکلات مادی»، «شفای بیماری» و «خواسته‌ها و آرزوها» در برمی‌گیرد.

(زائر ۳۷ ساله و اهل اصفهان): «بچه دومم را دکتر گفته بودن تالاسمی داره. خیلی خطریه نباید بیارینش زیارت. ولی توکل به خدا اوردیمش. الحمدلله الآن هم سالمه. اینجا خوب راهیه. اگه آدم دلش رو پاک کنه. من که حاجتم را گرفتم. هرکسی یه عقیده‌ای داره ولی ما که در این خونه را زدیم ناامید برنگشتیم».

۸-۱. خلأ معنویت و طلب آرامش: همان گونه که ذکر شد در مفهوم

فضای آستانه‌ای که ترنر از آن سخن می‌گوید و در زیارت‌ها درک می‌شود به موقعیتی اشاره دارد که مردم در فضایی بدون محدودیت‌های معمول که توسط ساختارهای اجتماعی تحمیل می‌شوند، قرار می‌گیرند. این فضا به مردم اجازه می‌دهد از وجود هرگونه نظم روزمره معمول و زندگی قاعده‌مند بیرون بیایند. این تجربه، مقررات تحمیل‌شده به وسیله انتظارات هنجاری، اجتماعی و فرهنگی را درهم می‌شکند (ترنر، ۱۹۶۹، ص. ۱۳۲). در زندگی امروزی به‌خصوص در فضای مدرن شهری که شکل غالب زندگی شده، تجربه معنوی روزانه و متوازن افراد برهم‌خورده است. به همین دلیل افراد خلأ معنوی بیشتری را در زندگی حس می‌کنند. مسافرت اربعین راهی برای جبران این احساس خلأ و قلب زنگار بسته است. کسب یک معنویت اثرگذار و متراکم که فرصت فاصله گرفتن چندروزه فرد از زندگی روزمره و رها شدن از الزامات و مشکلات زندگی فراهم می‌شود. فرد با رها شدن از زندگی خالی از اصالت، تکراری و تهی شده از معنا با شرکت پیاده‌روی اربعین امیدوار به یافتن آرامش و معنویت است.

(زائر ۴۷ ساله و کارمند): «یه خلأیی در خودم حس می‌کردم. احساس می‌کردم یک چیزی کم دارم. نیاز داشتم از این شرایط کاری و روزمره‌ای که دارم چند روزی جدا بشم. حس می‌کردم معنویت کم شده»

۹-۱. لذت و فراغت: سفر اربعین در کنار سختی‌های زیاد با جاذبه‌های

معنوی و مادی بسیاری توأم است. ماهیت سیال و رها از مناسک تکلیفی و هنجاری، مسافرت جمعی با دوستان و آشنایان، تجربه صحنه‌های جالب و

احساس برانگیز خدمت‌رسانی مردم و کودکان عراقی، تنوع زائران، عزاداری‌ها، موکب‌ها، پذیرایی‌ها، احساس آزادی و رهایی، مسافرت اربعین را برای زائر جذاب و دل‌نشین می‌کند. احساس لذت به‌عنوان یک احساس فرعی کم‌و بیش در همه زائران در آیین پیاده‌روی اربعین وجود دارد اما به‌خوی خود نیز می‌تواند یکی از انگیزه‌های اصلی و اولیه برخی از زائران باشد.

(زائر ۱۷ ساله و دانش‌آموز): «حقیقتش مسافرت اربعین به شور و لذتی داره. اینجا آدم احساس می‌کنه که خیلی آزاده، کسی نیست که بهت امر و نهی کنه و بگه چیکار کن».

با داشتن انگیزه لذت توجه زیادتری به جنبه‌های زیبایی‌شناختی سفر می‌شود و زائر تمهیدات بیشتری را جهت تخفیف تنش‌ها و رنج‌های آن می‌اندیشد. نوع مسافرت، کیفیت پیاده‌روی، کیفیت خوراک و اسکان، مراقبت از سلامتی از جمله مسائلی است که برای این زائران مهم‌تر است. برعکس برخی از زائرانی که می‌خواهند خود را به رنج سفر دچار و سختی‌های آن را بر خود حمل کنند. اهمیت سفر با انگیزه «کسب لذت» از پیاده‌روی و زیارت کردن تا جایی ادامه دارد که لحظات خوشی را برای زائر رقم زند؛ بنابراین زائر ممکن است صرفاً بخشی از مسیر را پیاده طی کند و آداب و مستحبات زیارت را به حداقل برساند.

(زائر ۳۶ ساله، اهل تهران و برنامه‌نویس): «تهران تا نجف را با هواپیما اومدیم. اینجا یه بخشی از مسیر را سوار ماشین شدیم، باید ببینیم اگر اذیت نشیم بقیه مسیر را هم پیاده می‌ریم ... ما از قبل توی کربلا خونه آشنایی را هماهنگ کردیم چون توی موکب‌ها امکانات اسکان ضعیفه. ... اینجا امکانات بهداشتی موکب‌ها خیلی ضعیفه، خیلی باید مراقب باشی که مریض نشی».

با دارا بودن چنین انگیزه‌ای پیاده‌روی و سفر در نهایت سیالیت خود صورت می‌گیرد؛ و فرد زائر در برخی از حالات، به یک گردشگر تبدیل می‌شود. با وجود این همچنان این افراد عنوان زائر را یدک می‌کشند و نمی‌توان آنان را به یک گردشگر خالی از احساس و تعلق معنوی تقلیل داد؛ اما در مقایسه با دیگر زائران غلظت جنبه‌های فراغت طلبانه سفر در آنان بیشتر است. برای این زائران

«زیارت آمیخته با سیاحت» است. در مسیر پیاده‌روی نجف تا کربلا زائر جوانی به همراه دوستش در بیرون یکی از موکب‌ها در حال مهیا کردن بساط قلیان بود و به گفته خودش «این تنها تفریح ما جوونا تو اینجاست».

۱۰-۱. یادآوری رنج: زائران بسیاری از مسیرهای زیارتی را برای یادآوری واقعه یا رویدادهای تاریخی که در آنجا رخ داده است، طی می‌کنند. زائران، زیارتگاه سانتیاگو در اسپانیا مسیر مشهور به راه جیمز را به یاد حرکت سنت جیمز (از حواریون حضرت عیسی (ع)) از فلسطین به اسپانیا می‌پیمایند. همچنین در ایتالیا معتقدان مسیحی با گذر از مسیرهای زیارتی شهر آسیسی راه-هایی که سنت فرانچسکو و سنت آنتونی از قدیسان بزرگ ایتالیا طی کرده‌اند را دنبال می‌کنند. بازسازی رنج و همذات‌پنداری با کاروان اسرای کربلا انگیزه برخی از زائران برای پیاده رفتن است. پیاده‌روی نمادی از حرکت کاروان اسرای کربلا و رنج‌های برده شده در این راه است. در اینجا زائر نیز با پیاده رفتن و «تحمل رنج مسیر» با «رنج اولیه اسطوره‌ای همذات‌پنداری» می‌کند. این عمل زائر ناشی از نوعی نیاز برای نزدیک شدن به ذوات مقدس و همسان‌شدن با آنان است.

(زائر ۴۳ ساله شغل آزاد): «پیاده‌روی به خاطر اینه که موقعی که امام حسین (ع) به شهادت رسید خانوادش را به اسارت بردن یه هم‌چین مسیری را مثلاً چهل روز کشوندن، اذیت کردن و با ضرب و شتم و شکنجه بردنشون این یه تصویری از اونه که ما مثلاً هم‌چین راهی را رفتیم و میریم. زائر امام حسین هم باید با خستگی و خاک و حالت رنجور باشه، امام حسین (ع) این جوری دوست داره».

در میان انگیزه‌های فردی انگیزه‌های زیارت کربلا، کسب ثواب، رشد و تزکیه، خلاء معنویت و طلب آرامش از انگیزه‌های اصلی اکثر زائرانند و از بیشترین فراوانی برخوردارند. دیگر انگیزه‌ها از جمله دلبستگی و ارادت، نذر و حاجت و یادآوری رنج نیز انگیزه اصلی برخی از زائرانند. انگیزه کسب تجربه تازه و لذت و فراغت به نسبت سایر انگیزه‌ها کمتر و فرعی‌تراند و معمولاً در کنار دیگر انگیزه‌ها قرار می‌گیرند.

۲- تکلیف: دومین مؤلفه حضور زائران «احساس تکلیف» آنان برای شرکت در پیاده‌روی اربعین است. حضور انبوه زائر از کشورهای مختلف جهان و جنبه بین-المللی یافتن پیاده‌روی اربعین موجب شده تا برخی زائران علاوه بر انگیزه‌های فردی و از سر نیاز با انگیزه‌های اجتماعی قدم در مسیر پیاده‌روی اربعین بگذارند. در انگیزه‌های اجتماعی زائر به قصد تأثیرگذاری در طی مسافرت و فضای پیاده-روی و تبلیغ و انتشار ارزش‌های خود برمی‌آید. در این شکل از انگیزه‌ها کم‌وبیش نوعی «احساس تکلیف» دینی و یا سیاسی وجود دارد و از این جهت اجتماعی است که در آن معمولاً یک «دیگری» یا «غیر» برای زائر تعریف می‌شود و او قصد رساندن پیام خود به آن «دیگری» و یا تأثیر در آن را دارد. مهم‌ترین این انگیزه‌ها در پیاده‌روی اربعین به‌قرار زیر است:

۱-۲. نمایش اقتدار دینی: یکی از انگیزه‌های مهم زائران، «نمایش عظمت و گستردگی حضور شیعیان» در ایام اربعین است. این اجتماع عظیم که در تاریخ تشیع امری بی‌سابقه است، نوعی حس اقتدار را در زائران پدید می‌آورد. به همین دلیل بسیاری از آنها با هیجان آمار جمعیت چندمیلیونی شیعیان در این ایام را توصیف می‌کنند. با وجود چنین انگیزه‌ای برخی از زائران حضور در پیاده-روی اربعین را نوعی احساس تکلیف و یاری کردن امام حسین (ع) قلمداد می‌کنند. معمولاً در زائران با چنین انگیزه‌ای، نموده‌های بیرونی بیشتر و نمادهای مشترک و عام مانند علم و پرچم که بر انسجام، هویت و وحدت تشیع دلالت دارند، بیشتر استفاده می‌شود.

(زائر ۲۲ ساله): «چون امسال عید با خانواده اومده بودم کربلا برای همین زیارت برای خود من موضوعیت نداشت؛ اما در خودم احساس تکلیف کردم، گفتم اگر من باشم و اون دنیا ازم بپرسند بگن تو که می‌تونستی چرا نرفتی؟ جوابی نداشتم... اربعین باعث اتحاد شیعیان می‌شه به‌خصوص جبهه مقاومتی که اخیراً در منطقه شکل گرفته».

بعد دیگر نمایش اقتدار دینی که در سطح کلی‌تر مطرح می‌شود، «نمایش وحدت جهان اسلام» است.

(زائر خانم ۵۰ ساله و دبیر بازنشسته): «هدفم از اومدن به پیاده‌روی وحدته، وحدت اسلام و حفظ خون شهدا. مردم وقتی که باهم همبستگی داشته باشن هیچ کسی نمی‌تونه هیچ غلطی بکنه». برای این دسته از زائران جلوه جهانی اربعین از اهمیت بالایی برخوردار است و انگیزه حضورشان انعکاس هرچه قوی‌تر این مانور عظیم اجتماعی در فضای جهانی و گسترش پیام و ندای اسلام واقعی به جهانیان است.

۲-۲. نمایش اقتدار سیاسی: برخی دیگر از زائران در ایام اربعین با انگیزه به نمایش درآوردن اقتدار سیاسی در اربعین حضور پیدا می‌کنند. این اقتدار اشکال مختلفی در درون خود دارد از جمله «اقتدار سیاسی جمهوری اسلامی»، «وحدت دو ملت ایران و عراق»، «گفتمان انقلاب اسلامی» و «جریان مقاومت منطقه». اشکال مختلف نمایش اقتدار سیاسی عموماً هم‌راستا باهم قرار می‌گیرند و زائران با چنین انگیزه‌ای به اشکال گوناگون این اقتدار را به نمایش می‌گذارند. حمل پرچم دو کشور ایران و عراق، عکس‌های رهبران دینی و سرداران نظامی مقاومت منطقه، شهدا به‌خصوص شهدای مدافع حرم. معمولاً ادبیات گفتاری مورداستفاده افراد با دو انگیزه اخیر برای توصیف پیاده‌روی اربعین عبارات توأم با بار ارزشی و ایدئولوژیک همچون «کنگره یا همایش جهانی»، «مانور اقتدار»، «راهپیمایی عظیم»، «رزمایش» و از این قبیل به‌جای «پیاده‌روی» است. (زائری که پرچم ایران را در طول مسیر پیاده‌روی با خود حمل می‌کرد): «این پرچم عزت دارد، موجب سربلندی و افتخار ماست، ...»

(زائر ۵۵ ساله اهل چابهار و کارمند کشتی‌رانی): «اربعین به همایش تاریخی به نماد مثل بلند کردن علم. امسال اتفاقاً سیاسی شد ما به مقدار شل شدید بعد گفتن گرونی هست و مردم امسال دیگه نمیان ما گفتیم باید بیاییم. اربعین آماده-سازیه دیگه مثل رفتن به باشگاه برای اینکه به روز، روز مسابقه است»

۲-۳. تبلیغ: برخی دیگر از زائران با انگیزه تبلیغ در پیاده‌روی اربعین شرکت می‌کنند. اربعین به دلیل حضور گسترده ایرانیان از طیف‌های مختلف فرصت مناسبی برای تبلیغ و افزودن بر «آگاهی دینی»، «سیاسی» یا «فرهنگی»

زائران است. این تبلیغات اغلب در اشکال فردی، گروهی و یا سازمانی صورت می گیرد و در برخی از مواقع به پشتوانه نهادهای دینی و رسمی انجام می شود. روحانیون، مداحان، دانشجویان، هنرمندان، مسئولان و متولیان دینی و فرهنگی جزء این دسته از زائران اند. هرچند که زائران عامه نیز در بسیاری از مواقع با انگیزه تبلیغ به انواع مختلف آن در مسیر پیاده روی اربعین حضور دارند و بدون واسطه نهاد یا سازمانی به تبلیغ می پردازند.

۴-۲. خدمت رسانی: یکی دیگر از انگیزه های اجتماعی زائران ایرانی در پیاده روی اربعین انگیزه خدمت رسانی به دیگر زائران است. در سال های اخیر نیاز به ارائه خدمات گسترده برای زائران انگیزه خدمت رسانی را نیز افزایش داده است. نیازی که موجب شده بسیاری از زائران خدمت به زائر را بر زیارت خود ترجیح داده و چند روز به شکل رایگان به زوار خدمت کنند. خدمت رسانی به اشکال مختلف خدمات رفاهی، پزشکی، اسکان و تغذیه صورت می گیرد. خدمت رسانی زائران ایرانی بیشتر به صورت گروهی و واسطه های هیئتی و سازمانی صورت می گیرد، هرچند که اشکال فردی خدمت رسانی نیز قابل مشاهده است. (زائر کارگر که به کمک شهرداری برای اولین بار به سفر کربلا آمده و مشغول خدمات رسانی به زائران است): «از خدا خواستیم بیایم اینجا به زائرها کمک کنیم، خاک پای زائرها باشیم».

۵-۲. آمادگی و زمینه سازی برای ظهور: یکی از انگیزه های مهم زائران در پیاده روی اربعین، انگیزه آمادگی و زمینه سازی ظهور است. اندیشه انتظار که ریشه در باورهای تاریخی شیعه دارد، به آسانی قابلیت انطباق با وقایع روز، جریانات و تحولات منطقه ای را پیدا می کند. ظهور غایی ترین انگیزه ای است که گستردگی آیین اربعین و موقعیت ممتاز تاریخی ای که این آیین برای شیعیان فراهم ساخته است را متجلی می کند. زیارت با انگیزه های ظهور علاوه بر انگیزه های اجتماعی، انگیزه های فردی را نیز در خود دارد: «دعا برای ظهور» و «زمینه سازی برای ظهور» و «تمرین برای جامعه مهدوی» با حضور در پیاده روی. زائر برای ظهور امام عصر در پیاده روی اربعین دعا می کند و از طرف دیگر این باور درونی

خود را با شعارها، رفتارها و نمادهای بیرونی تجلی می‌بخشد. همچنین علاوه بر عرفان کیفی که در آن زائر برای ظهور از درون به آماده‌سازی خود می‌پردازد، در عرفان کمی که تجلی بیرونی دارد مانند نذر صلوات، ختم قرآن یا نذر پیاده رفتن در جهت زمینه‌سازی ظهور گام برمی‌دارد. بسیاری از زائران اربعین در طی اظهارات خود با اشاره به اینکه پدیده اربعین به‌نوعی آمادگی و زمینه‌ساز ظهور است به احادیثی که در این زمینه آمده است، اشاره می‌کنند.

(زائر ۳۸ ساله اهل تهران و مهندس): «اعتقاد اینکه این حرکت پیاده‌روی اربعین مقدمه اصلی ظهوره. این انگیزه اصلیه منه. این پیاده‌روی صد در صد به دلایل مختلف منجر به ظهور می‌شه. روایت داریم که امام زمان (ع) وقتی ظهور می‌کنن خودشون را به‌عنوان صمصام منتقم معرفی می‌کنن یعنی منتقم خون امام حسین (ع). چرا امام حسین را اسم می‌برن؟ برای اینکه امام حسین (ع) شناخته‌شده‌تر از سایر ائمه در عالمه. حرکت اربعین بزرگ‌ترین تأثیری که در عالم برای شیعه داره شناساندن و بلند کردن اسم امام حسین (ع) و حرکت امام برای خود حرکت اربعین و خود این پیاده‌روی و نوع تشکیلات و کار تشکیلاتش دقیقاً مثال کوچیکی از جامعه بعد از ظهوره؛ اکثر حالات جامعه مهدوی را ما تو این سفر می‌بینیم؛ بنابراین پیاده‌روی اربعین تمرین جامعه مهدوی هست و اینکه بفهمیم قراره به چه جامعه‌ای برسیم».

انگیزه‌های اجتماعی معمولاً هم سو و در تلاقی یکدیگر قرار می‌گیرند و در بسیاری از مواقع نمی‌توان بین آنها تمیز قائل شد. همه انگیزه‌های اجتماعی به‌غیر از انگیزه خدمت‌رسانی با «برجسته‌سازی هویت» دینی و یا سیاسی همراه است. انگیزه خدمت‌رسانی نیز از طرفی انگیزه‌ای اجتماعی و از طرفی فردی است.

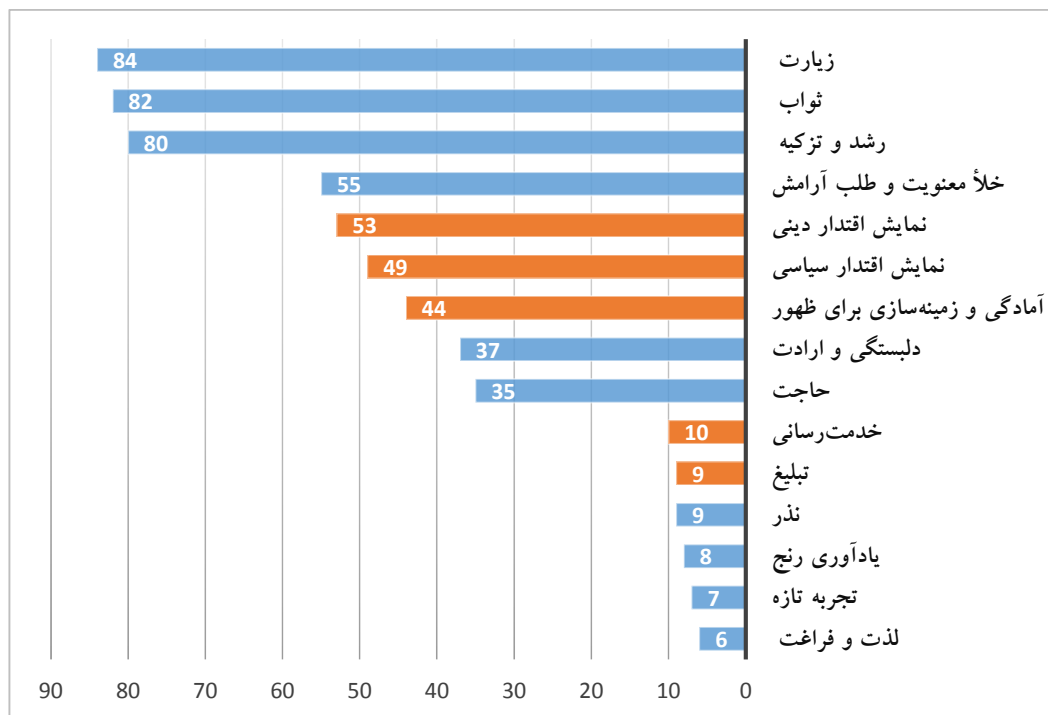
۳-شور: سومین مؤلفه‌ای که موجب حضور زائران ایرانی در پیاده‌روی اربعین می‌شود، شوری است که در نهاد این آیین وجود دارد. احساس شور یگانه احساس مشترک همه زائران در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین است. زائران در این فضا با هویت همسان و صورت‌های ناب انسانی با یکدیگر روبرو و صاحب یک عنوان و شناسنامه مشترک یعنی «زائرالحسین» می‌شوند. این فضای آستانه‌ای، احساس

شور را در کالبد این آیین می‌دمد و زائران روزها و ساعات خوشی را در این جماعت‌واره خودجوش سپری می‌کنند. آنان از لحظه‌های طلایی حضور خود در این آیین می‌گویند و تا مدت‌ها خاطرات سفر را برای دیگران نقل می‌کنند. حضور در یک متن سنتی و عربی با تجربه خدمت‌گذاری بی‌منت و ایثارگرانه مردم عراق، حضور گسترده زائران دلباخته از رنگ‌ها و ملت‌ها با پرچم‌ها و نمادهای مختلف، نواها و نجوایی که در طی مسیر به طور مداوم به گوش می‌رسد، حضور زائرانی که ذکرگویان و اشک‌ریزان این مسیر را طی می‌کنند تا به بارگاه ملکوتی مولای خود برسند. همه این‌ها فضای پیاده‌روی اربعین را به فضایی شورانگیز و آکنده از معنویت بدل می‌کند که قابل قیاس با هیچ فضا و مکانی دیگری نیست. این فضا حیات معنوی زائر را جلا می‌بخشد و او را برانگیخته می‌کند.

(زائر ۴۱ ساله اهل همدان): «امسال هفتمین سفری که الحمدالله اربعین مشرف می‌شوم. به نظرم بهترین حال سال من، سال کسانی که می‌بینم، در این سفره. بالینکه زخم هست، تاول هست، خستگی کوفتگی، گرسنگی سرما گرما همه این سختی‌ها هست، ولی هیچ‌وقت من بهتر از این سفر حالم خوب نیست، این قدر نشاط ندارم اینجا نشاطم در اوج خودش».

احساس شور در آیین پیاده‌روی اربعین مصداق جماعت‌واره خودانگیخته یا خودجوشی است که ترنر از آن سخن می‌گوید. در این حالت جماعت‌وارگی، زائران احساس قدرت و سرخوشی می‌کنند و در این‌که امکان دور شدن از مشکلات و رسیدن به خواسته‌ها و آرزوهای خود را دارند، ا‌خشنودند.

نمودار ۱. انگیزه‌های اصلی زائران ایرانی مصاحبه شده را نشان می‌دهد که به طور میانگین از یک تا سه انگیزه اصلی حضور خود در آیین پیاده‌روی اربعین را ذکر کرده‌اند.



نمودار ۱. توزیع درصدی زائران بر حسب انگیزه‌های اصلی شرکت در آیین پیاده- روی اربعین

جدول ۲. احساس و انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت کننده در آیین پیاده‌روی اربعین

احساس		انگیزه	
مقوله سطح سوم	مقوله سطح دوم	مقوله سطح اول	مفهوم
احساس شور	انگیزه‌های فردی مبتنی بر احساس نیاز (درونی)	نیاز معنوی	زیارت کربلا ثواب زیارت با پای پیاده، ثواب زیارت اربعین رشد اخلاقی و معنوی، بخشش گناهان، شفاعت، دعا برای ظهور
		نیاز مادی	جبران معنویت، طلب آرامش، فاصله گرفتن از مشکلات و تنش‌های زندگی
		(با جهت‌گیری معنوی)	دلنگی و فراق، عشق به امام حسین (ع) احساس دین به امام
		نیاز مادی	همزادپنداری با رنج اسرای کربلا، شبیه‌سازی رنج با پیاده‌روی
		(با جهت‌گیری معنوی)	نذر پیاده رفتن (قبل یا بعد از رفع مشکل) مشکلات مادی، شفای بیماری، خواسته‌ها و آرزوها
		نیاز مادی	آشنایی و ماجراجویی کسب لذت، زیارت آمیخته با سیاحت
		خدمت‌رسانی	خدمت به زائران
	انگیزه‌های اجتماعی مبتنی بر احساس تکلیف (بیرونی)	تکلیف	نمایش عظمت تشیع، نمایش عظمت جهان اسلام، نمایش وحدت مسلمانان
			نمایش اقتدار جمهوری اسلامی، نمایش وحدت دو ملت ایران و عراق، نمایش قدرت مقاومت منطقه، ترویج گفتمان انقلاب اسلامی
			زمینه‌سازی برای ظهور، تمرین برای جامعه مهدی
		تبلیغ دینی، تبلیغ سیاسی، تبلیغ فرهنگی	

نتیجه‌گیری

در این مقاله مهم‌ترین انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت کننده در آیین پیاده‌روی اربعین بررسی شد. زائران ایرانی عموماً به واسطه سه احساس «نیاز»، «شور» و «تکلیف» در آیین پیاده‌روی اربعین حضور می‌یابند. ترکیب و پیوند میان این احساسات موجب می‌شود که زائران هرآنچه از دین در عرصه فردی و اجتماعی انتظار دارند، در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین بیابند. پیاده‌روی اربعین هم‌زمان کلید حل نیازهای فردی زائران و مدینه فاضله آنان است. انگیزه‌های فردی، انگیزه‌هایی از سر نیازند. این نیازهای مختلف سر به سوی آستانی مشترک دارند. زائری

که از ساختار سرشار از مسئله و عاری از معنای زندگی روزمره، خود را به فضای آستانه‌ای می‌رساند در این جماعت‌واره سیال غوطه‌ور می‌شود. این جماعت‌واره که به تعبیر ترنر خصلتی خودانگیخته دارد، نیروی عظیمی را در اختیار زائران قرار می‌دهد. بدین وسیله زائر یا در پی ثواب زیارت می‌رود یا غرق در عبادت می‌شود، یا نذر و حاجت دارد، یا تشنه آرامش و معنویت است، یا سرسپرده امام می‌شود و خود را در حالات و سکنتات به آنها شبیه می‌کند یا تمنای ظهور امام عصر (عج) را دارد. وی در همه این حالات نیازمند است. فقر معنوی و مادی و چالش‌های زندگی، زائر نیازمند را برای تمسک به این نیروی ازلی به حضور در این آیین ترغیب می‌کند. قدرت مانا و اثرگذار سطح خودانگیخته آیین پیاده‌روی زیارت اربعین موجب تحول در زندگی فردی و اجتماعی زائران می‌شود. همان گونه که گیرتر می‌گوید آیین نوعی جهش است. مؤمنان در آیین دینی به درون امر قدسی جهش می‌کنند و از همین روست که پس از انجام دادن مناسک و بازگشت به زندگی عادی تغییر می‌کنند و به انسان‌های متفاوتی بدل می‌شوند (گیرتر، ۱۹۷۱: ۹۹). اما قدرت تأثیرگذاری آیین پیاده‌روی اربعین در بعد اجتماعی عرصه‌ای برای خدمت به دیگر زائران، تبلیغ، نمایش اقتدار دینی و سیاسی و تمنای جامعه‌ای آرمانی است. در اغلب این انگیزه‌ها وجود زائر آغشته به احساس تکلیفی است که او را به سمت اهداف جمعی می‌کشاند و با این جماعت‌واره‌های هنجاری و ایدئولوژیک همراه می‌کند. با بسیج نیروها و امکانات برای پیگیری اهداف مشترک و آرمان‌های مذهبی توسط زائران و گروه‌های مردمی و سازمانی در آیین پیاده‌روی اربعین جماعت‌واره‌هایی هنجاری و ایدئولوژیک شکل می‌گیرد. هرچند که مصداق مهم‌تر شکل‌گیری جماعت‌واره هنجاری را در ساختار جامعه‌عشیره محور عراقی می‌توان یافت که پیاده‌روی اربعین زمینه همبستگی و تجدید سنت و حیات این نظام اجتماعی است. اما سطحی از آن را نیز می‌توان در میان زائران ایرانی مشاهده کرد. اما در سطح جماعت‌واره ایدئولوژیک پیوند ادبیات مقاومت و ظهور با این آیین غالباً توسط زائران و کنشگران ایرانی توانسته بخشی از آرمان‌های مذهبی ایرانیان را در این آیین به نمایش در آورد.

به هر صورت، راز جذابیت پیاده روی اربعین در همین قابلیت خلق تنوع انگیزه و تراکم معناست که هر کس با هر سلیقه و نیازی را به سمت خود می کشاند. بر همین اساس آیین پیاده روی اربعین تا زمانی این جذابیت و تأثیرگذاری کنونی را دارد که پاسخ گوی نیازهای فردی و دغدغه های اجتماعی نیز باشد. بنیان آیین های زیارتی را عموماً خودانگیزگی درونی آن ها که احساس شور جمعی را به زائران منتقل می کند و از طرف دیگر نیاز زائران شکل می دهد. این دو عنصر جاذب و ایجابی اند و اولویت اول انتخاب اکثر زائران اند. احساس تکلیف و انگیزه اجتماعی، به نسبت انگیزه های فردی و دو احساس دیگر متأخر و سلبی محسوب می شود؛ بنابراین نمی توان انتظار داشت که عموم زائران در شرایط عادی نیازهای اولیه خود را بر انتظارات اجتماعی ترجیح دهند. در نسبت میان این عناصر چه در سطح سیاست گذاری و برنامه ریزی برای این آیین و چه در مقام پژوهش های علمی آنچه باید در نظر داشت توازن میان این سه عنصر است. توازنی که پایه آن شور و خودانگیزگی آیین است. این مستلزم توجه به حفظ اصالت و مدیریت مردمی آن است که خصلتی غیرمتمرکز دارد و خود را با بافت محلی و نیازهای زائران تنظیم می کند. انگیزه های اجتماعی و احساس تکلیف در پیوند با عنصر زیربنایی شور و انگیزه های نیاز محور زائران پایدار و همه گیر خواهد بود. احساس تکلیف به دلیل ماهیت هنجار گونه اش همواره اولویت جدی درصدی از زائران است. اگرچه بنای بسیاری از فعالیت ها و سیاست گذاری فرهنگی بر تقویت انگیزه های اجتماعی و معرفت افزایی زائران متمرکز است، اما اگر با برهم خوردن منطق خودانگیزخته و سیال سبب معنایی آنان از شور و نیاز تهی شود، کاهش اقبال زائران به آیین را در آینده در پی خواهد داشت.

کتابنامه

- ابن قولویه، جعفر بن محمد (۱۳۵۶ ق). کامل الزیارات، به تصحیح عبدالحسین امینی، نجف اشرف: دار المرتضویه.
- اباذری، عبدالرحیم (۱۳۸۸). فرهنگ زیارت: فصلنامه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، تاریخی جلد: ۱ نویسنده: جمعی از نویسندگان، تهران: سازمان حج و زیارت.
- استراس، انسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۰). اصول و روش تحقیق کیفی: نظریه‌های مبنایی، رویه‌ها و روش‌ها، (ترجمه بیوک محمدی)، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، چاپ سوم، (تاریخ اصل اثر: ۱۹۹۸).
- گیویان، عبدالله، امین، محسن (۱۳۹۶). محبت و هویت در آینه نمایش جهانی اربعین مطالعه ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده‌روی اربعین از منظر ارتباطات آیینی. دین و ارتباطات. ۲۴(۲). ۱۶۷-۱۹۴.
- تهرانی، آقا بزرگ. (بی تا) طبقات اعلام الشیعه (نقباء البشر)، جلد ۱، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.
- تیموتی، دالن جی و آلسن، دانیل اچ (۱۳۹۲). گردشگری، دین و سفرهای مذهبی، (ترجمه قلی پور، محمد؛ مجیدی فر، احسان)، تهران: جامعه‌شناسان.
- خبرگزاری ابنا (۱۳۹۶، ۱۹ آبان). اینفوگرافی / آمار زائران ایرانی اربعین حسینی از سال ۹۰ تا ۹۶، برگرفته از: http://fa.abna24.com/news/۷۲۸۱۲۲_۹۶
- دورکیم، امیل (۱۳۸۶) صور بنیانی حیات دینی. (ترجمه باقر پرهام)، تهران: نشر مرکز.
- رحمانی، جبار، کاظمی، علی (۱۳۹۰). جماعت‌وارگی و جماعت‌هیأتی. مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق). ۱۸(۳۹): ۱۵۳-۱۶۵.
- رضوی‌زاده، ندا (۱۳۹۶). ادراک و تجربه زیسته زائران پیاده‌روی ایرانی در عراق (مورد مطالعه: پیاده‌روی اربعین آذر ۱۳۹۳- عراق). فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران ۶(۴). ۶۳۱-۵۹۵.
- شراهی، اسماعیل، ذوالفقارزاده، محمدمهدی (۱۳۹۸). واکاوی ادراک زائران از رفتار خادمان در اربعین: روایتی مردم‌شناختی از پدیده عظیم پیاده‌روی اربعین. دین و ارتباطات. ۲۶(۵۵)، ۱۱۵-۱۴۸.
- محمد پور، احمد (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی: ضد روش، جلد اول و دوم، تهران: جامعه‌شناسان.

- مختاری، رضا (۱۳۹۱). سیمای فرزندگان، قم: بوستان کتاب.
- مک لولین، شون (۱۳۸۳). دین مراسم مذهبی و فرهنگ، (مترجم افسانه نجاریان)، اهواز: نشر رسش.
- ویمر، راجر؛ دومینیک، جوزف (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی، (مترجم کاووس سید امامی)، تهران: انتشارات سروش.
- یوسفی، علی، صدیق اورعی، غلامرضا، کهنسال، علیرضا، مگری زاده، فهیمه (۱۳۹۲). پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا (ع) مجله مطالعات اجتماعی ایران. ۶(۳-۴): ۱۸۰-۱۹۸.

- Antz C (2012) Im guten Glauben – Spiritueller Tourismus als Reisemarkt der Zukunft? [In good faith – spiritual tourism as future travel market?]. In: Hopfinger H, Pechlaner H, Schön S and Antz C (eds.) Kulturfaktor Spiritualität und Tourismus, Göttingen: ESV, 225-252.
- Badone, E. & Roseman, S. R. (2004). Approaches to the Anthropology of Pilgrimage and Tourism. *Intersecting journeys: The anthropology of pilgrimage and tourism*, 1-23.
- Barber, R. (1991) *Pilgrimages*, Boydell Press, Woodridge, UK.
- Blackwell, R. (2010). Motivation for pilgrimage: using theory to explore motivations. *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, 22, 24-37.
- Brandon, S. G. F. gen. ed. (1970). *A dictionary of comparative religion*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Cohen, E. (1992a). Pilgrimage centres: Concentric and excentric. *Annals of Tourism Research*, 19(1), 33-50.
- Cohen, E. (1992b). Pilgrimage and tourism: Convergence and divergence. In A.
- Digance J (2003) pilgrimage at contested sites: *Annals of Tourism Research*, 30(1): 143-159.
- Ebadi, Mehdi (2015) "Forms of Pilgrimage at the Shrine of Khāled Nabi, Northeastern Iran," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*: Vol. 3: Iss. 1, Article 9. Available at: <https://arrow.dit.ie/ijrtp/vol3/iss1/9>.
- Ebron, Paulla A. (1999). Tourists as pilgrims: Commercial fashioning of transatlantic politics. *American Ethnologist*, 26, 910-932.
- Fernea, E. W. (1969). *Guests of the Sheik: An Ethnography of an Iraqi Village*.
- Frey, N. L. (1998). *Pilgrim stories: On and off the road to Santiago*. Berkeley: University of California Press.

- Gatrell, J. D. & Collins-Kreiner, N. (2006). Negotiated space: Tourists, pilgrims and the Baha'í terraced gardens in Haifa. *Geoforum*, 37, 765–778.
- Geertz, C. (1971). *Islam observed: Religious development in Morocco and Indonesia* (Vol. 37). University of Chicago press.
- Hamdan, F. H. (2012). *The Development of Iraqi Shi'a Mourning Rituals in Modern Iraq: The Ashurā Rituals and Visitation of Al-Arbain*. Arizona State University.
- Husein, U. M. (2018). A phenomenological study of Arbaeen foot pilgrimage in Iraq. *Tourism management perspectives*, 26, 9-19.
- Merriam, S. B. (2002) *qualitative research. Qualitative research in practice: Examples for discussion and analysis*, First Edition Jossey – Bass.
- Morinis (Ed.), *Sacred journeys: The anthropology of pilgrimage* (pp. 47–61). New York: Greenwood Press.
- Morinis, A. (1992). *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*. Westport C.T: Greenwood Press.
- Mullins, Laurie J. (2009). *Management and Organisational Behaviour*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Mustonen, Pekka. (2005). Volunteer Tourism – Postmodern Pilgrimage? *Journal of Tourism and Cultural Change* 3 (3): 160–75.
- Nolan, M. L. & Nolan, S. (1992). Religious sites as tourism attractions in Europe *Annals of Tourism Research*, 19, 68–78.
- pilgrimage and tourism*. Champaign: University of Illinois Press.
- Poria, Y. Butler, R. & Airey, D. (2003). The core of heritage tourism: Distinguishing heritage tourists from tourists in heritage places. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238–254.
- Reader, I. & Walter, T. (Eds). (1993). *Pilgrimage in popular culture*. London: The Macmillan Press.
- Smith, Philip (2001) *Cultural Theory: An Introduction*. Oxford: Blackwell .
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests—The anthropology of tourism*. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press
- Stoddard, R. (1997). *Defining and classifying pilgrimages*.
- Sumption, Jonathon (1975) *Pilgrimage: An Image of Medieval Religion*. London: Faber.
- Turner, V. & Turner, E. (1969). *The ritual process*. London: Routledge.
- Turner, V. W. & Turner, E. (2011). *Image and pilgrimage in Christian culture*. Columbia University Press.
- Turner, V. W. (1969). *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, Cornell Paperback Edition 1977. New York: Cornell University Press.
- WTO (2011) *Religio us Tourism in Asia and Pacific*. Spain: world tourism Organization.