

## دوگانه زائر - سیاح در تجربه زیسته سه نسل: مورد مطالعه: کارکنان دانشگاه شهیدبهشتی

سید سالار اجتهدنژاد کاشانی<sup>۱</sup>، نسرین السادات قوامی<sup>۲</sup>

(تاریخ دریافت ۹۰/۱۲/۱۵، تاریخ پذیرش ۹۱/۷/۲۴)

### چکیده

مقاله حاضر به بررسی جامعه‌شناختی تمایزهای نظری میان دو مفهوم زیارت و سیاحت به‌عنوان دو نوع کنش اجتماعی و دو مفهوم دارای قرابت با سبک‌های متمایز زندگی می‌پردازد و دو پدیده زائر و سیاح را به‌عنوان دو هویت گفتمانی مورد مطالعه قرار می‌دهد و بر این اساس به جستجوی این تمایز در تجربیات سه نسل از کارمندان دانشگاه شهید بهشتی می‌پردازد و می‌کوشد تفاوت‌های نسلی موجود در تجربه زیسته این سه نسل را درخصوص زیارت و سیاحت آشکار سازد. برای گردآوری اطلاعات در این پژوهش از تکنیک مصاحبه عمیق استفاده شده و به این منظور با ۱۵ نفر از کارمندان سه نسل این دانشگاه مصاحبه‌هایی انجام گرفته است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که کاهشی محسوس در گرایش نسل سوم پاسخگویان به مقوله زیارت در مقایسه با نسل‌های اول و دوم حاصل شده است. همچنین در ذهنیت‌های پاسخگویان 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.

**واژگان کلیدی:** جامعه‌شناسی گردشگری مذهبی، سیاحت، زیارت، سبک زندگی، تفاوت نسلی، هویت گفتمانی.

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس؛ نویسنده مسئول salar.kashani@modares.ac.ir  
۲. کارشناس ارشد مطالعات زنان دانشگاه تهران Ghavami.nasrin@gmail.com

### بیان مسئله

جهانگردی واژه‌ای است فارسی که به معنای گردیدن به دور جهان است. جهانگرد به مفهوم جهان‌گردنده و «آنکه در اقطار عالم بسیار سفر کند» آمده است (دهخدا، ۱۳۲۵: ۱۱). واژه جهانگردی و جهانگرد در واقع فارسی‌شده سیاحت و سیاح است و جهانگرد کسی است که زیاد سفر می‌کند (محلای، ۱۳۸۸: ۵۱).

توریسم<sup>۱</sup> - که واژه‌ای فرانسوی است - به معنای مسافرت و طی مسافت به جایی دور از محل دائم زندگی و رفتن به جایی برای خشنودی و لذت‌بردن به کار رفته است (همان: ۵۳). چنین به نظر می‌رسد که واژه توریسم بیشتر بار معنایی لذت‌بردن و تفنن داشته است، چنان‌که راثول بلانشار می‌گوید: «توریسم یعنی مسافرت به منظور بهره‌برداری از مناظر زیبای کشور یا ناحیه‌ای که مورد بازدید قرار می‌گیرد» (محلای، ۱۳۸۸: ۳)، در مقابل، زیارت با نیت دینی معنوی همراه است.

واژه زیارت در فارسی به معنای دیدار کردن با شخصی بزرگ، بازدید کردن و رفتن به آرامگاه و قبور امامان و اشخاص مقدس تعریف شده است (معین، ۱۳۸۶: ۱۷۶۷). زیارت اگرچه در اصل به معنای قصد کردن و ملاقات کردن است، در معنای اصطلاحی متداول آن، به هرگونه دیدار و ملاقاتی زیارت اطلاق نمی‌شود. زیارت ملاقات با اشخاص و دیدار از اماکنی است که از نظر زیارت‌کنندگان دارای احترام، شرافت، برتری و خارق‌العادگی هستند<sup>۲</sup> (تقی‌زاده داور، ۱۳۸۰: ۵۹).

دو مفهوم «زائر» و «سیاح» از دیرباز در فرهنگ و زبان ایرانیان رایج بوده و واجد ویژگی‌های ارزشی - معنایی متفاوت بوده است. این مقاله درصدد است با نگاهی جامعه‌شناختی به بررسی دقیق‌تر این دو مفهوم بپردازد و بر تمایزات جامعه‌شناختی آن‌ها تأکید کند. این بررسی نظری- مفهومی زمینه مناسبی را برای پرداختن به مسئله اصلی مطالعه پیش رو فراهم خواهد کرد: جایگاه زیارت و سیاحت در تجربه زیسته افراد چگونه است؟ نسل‌های مختلف چگونه به این دو پدیده می‌نگرند و به کدام یک گرایش بیشتری دارند؟ هرگونه بررسی علمی و برنامه‌ریزی عملی مستلزم شناخت تمایزهای عینی و نظری این دو مفهوم با یکدیگر خواهد بود.

### پیشینه تجربی

در بررسی ادبیات تجربی موضوع مورد مطالعه و مباحث مربوط به گردشگری به نظر می‌رسد این موضوع عمده‌تاً در حوزه‌های اقتصاد و جغرافیا مورد بررسی و واکاوی قرار گرفته است و از این منظر نیز غالباً توسعه و مدیریت مقاصد گردشگری مورد توجه بوده است.

۱. در این مقاله واژگان سیاح، گردشگر و توریست (tourist) در یک معنا به کار رفته‌اند.

۲. به نظر می‌رسد مفهوم گردشگری مذهبی، اعم از زیارت بوده و انواع دیگری از سفر مذهبی را نیز در برمی‌گیرد.

تاجزاده نمین و قضاریان (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «فرآیند و عوامل مؤثر در شکل‌گیری انگاره مقصد گردشگری» برآن‌اند که انگاره از یک مقصد گردشگری دارای نقش و تأثیر مهمی در فرآیند تصمیم‌گیری، انتخاب مقصد و رفتار گردشگر است. آن‌ها در جستجوی عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری انگاره گردشگر از مقصد، قبل از بازدید و پس از بازدید، بوده‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، شکل‌گیری انگاره متأثر از ادراکات ناشی از منابع اطلاعاتی و ویژگی‌های شخصی گردشگر شامل سن، میزان تحصیلات و انگیزه‌های روانی و همچنین ویژگی‌های مقصد است (تاجزاده نمین و قضاریان، ۱۳۸۹: ۱۶۷-۱۳۹).

کلانتری و فرهادی (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «جوانان و مصرف گردشگری» این‌گونه استدلال می‌کنند که مطالعه گردشگری جوانان جدا از سایر رفتارهای جوانان و خرده‌فرهنگ جوانی میسر نیست. این مقاله از این منظر فرهنگ جوانان را از دریچه مصرف قابل بررسی می‌داند و بر همین قیاس، گردشگری جوانان را مصرف زمان، مکان و نشانه ارزیابی می‌کند. با این رویکرد، پس از مرور مباحث نظری و دسته‌بندی‌های موجود، جوانان و مؤلفه‌های گردشگری آن‌ها را مورد کاوش قرار می‌دهد. بر اساس این پژوهش گردشگری جوانان باتوجه به شاخصه‌های فرهنگ جوانی قابل فهم است. فرهنگ جوانی نیز بر اعمال توریستی مبتنی و متکی است. در نتیجه فهم گردشگری جوانان بر مبنای مؤلفه‌های خرده‌فرهنگ جوانی، که خود با رویکرد مصرف قابل بررسی است، امکان‌پذیر است. بر اساس نتایج این مقاله، جوان امروز در رفتارهای خود قائل به رویه‌های توریستی یعنی تجربه تازگی‌ها، فرار از فشار همسان‌سازی فرهنگی داخل، مصرف نشانه‌ها از طریق گردشگری مجازی و واقعی، جستجوی هویت و کنجکاوای درباره مؤلفه‌های فرهنگی جوانان سایر کشورهاست (کلانتری و فرهادی، ۱۳۸۷: ۱۹۱-۱۵۹).

مؤمنی و همکاران (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان‌شهر مشهد»، در پی آن بوده‌اند که چگونه می‌توان ضمن برخورداری از منافع حاصل از گردشگری مذهبی - فرهنگی این شهر، از میزان اثرات سوء آن کاست و از پایداری شهر و منطقه بهره‌مند شد (مؤمنی و همکاران، ۱۳۸۷: ۳۸-۱۳).

## مبانی و چارچوب مفهومی

### ۱. زیارت و سیاحت به‌عنوان دو نوع کنش اجتماعی

ماکس وبر کنش‌های اجتماعی را به چهار دسته تقسیم کرد: کنش عقلانی معطوف به هدف، کنش عقلانی معطوف به ارزش، کنش سنتی و کنش عاطفی (وبر، ۱۹۴۷). زیارت از دیدگاه جامعه‌شناسی،

کنشی معطوف به ارزش و هدف آن دست‌یافتن به رستگاری و تقرب به خداوند و معصومین است (بهروان، ۱۳۸۰: ۱۰۲). زائر سختی راه و هزینه سفر را به جان می‌خرد تا به هدفی ارزشمند دست یابد. این هدف از دیدگاه عقلانیت ابزاری واجد سود مادی برای زائر نیست. او هدفی را می‌جوید که آن را برتر و والاتر از سود و لذت می‌پندارد.

نتایج پژوهشی که در سال ۱۳۸۰ در میان زائران مرقد امام رضا (ع) به انجام رسیده، نشان می‌دهد که از نگاه زائران آرامش روحی، حضور قلب و توسل به خدا، نزدیکی به خدا، احساس آموزش گناهان و اموری از این قبیل، در جریان زیارت بیشتر مورد توجه بوده و بیشتر برآورده شده‌اند (همان، ۱۳۸۰: ۱۰۰).

همه موارد برشمرده شده، حائز نوعی بار ارزشی هستند که آن‌ها را به امور معنوی - اخروی پیوند می‌دهد. اما در مقابل، کنش سیاح معقول و معطوف به هدف است. در صنعت گردشگری امروز، مسافرت برای تفریح و سرگرمی در کانون توجه قرار گرفته است. در سرزمین‌ها و کشورهایایی که پذیرای گردشگران هستند، انبوه مسافران تفریحی دیده می‌شوند که وقت خود را به شرکت در بازی‌های سرگرم‌کننده، استفاده از ابزارها و مکان‌های تفریحی، عکس‌گرفتن، خرید سوغات و... صرف می‌کنند، روزهای چندی را در این مکان‌ها به سر می‌برند و بدین ترتیب خستگی را از جسم و روح خود می‌زدایند (محلانی، ۱۳۸۸: ۷۳).

اما گردشگری بجز سرگرمی و تفریح می‌تواند با انگیزه اقتصادی و به قصد تجارت و بازرگانی نیز انجام شود. انسان‌ها از دیرباز به سفر با هدف تجارت اشتغال داشته‌اند و امروزه نیز در سطح جهان مسافرت برای شرکت در گردهمایی‌های اقتصادی و بازرگانی بسیار متداول است (همان: ۷۳).

ماجرای جوی، کسب تجربه، آشنایی با فرهنگ‌ها و زیست‌بوم‌های مختلف، گردهم‌آیی و دیدار با دوستان و آشنایان، شرکت در رویدادهای ورزشی و هنری و... از دیگر انگیزه‌ها و اهداف سیاحت هستند. ویژگی مشترک همه این موارد آن است که فرد سیاح به منظور دستیابی به لذت یا سود بیشتر قدم در راه سفر می‌گذارد و سیاحت را آغاز می‌کند. پس سیاحت کنشی عقلانی و معطوف به هدف است. سیاح با نگاهی عقلانی اهداف را برمی‌گزیند و با همان نگاه عقلانی بهترین ابزارها و وسائل رسیدن به این اهداف را انتخاب می‌کند.

## ۲. زیارت و سیاحت، مفاهیم برآمده از دو سبک زندگی

بوردیو سبک زندگی را فعالیت‌های نظام‌مندی می‌داند که از ذوق و سلیقه فرد ناشی می‌شوند و بیشتر جنبه عینی و خارجی دارند و در عین حال به صورت نمادین به فرد هویت می‌بخشند و میان اقشار مختلف اجتماعی تمایز ایجاد می‌کنند. معنا یا به عبارتی ارزش‌های این فعالیت‌ها از

موقعیت‌های آن در نظام تضادها و ارتباطها اخذ می‌شود (بورديو، ۱۹۸۴: ۱۷۶-۱۷۳). او سبک را چنین توصیف می‌کند: «سبک و شیوه بیشترین توانایی را برای بیان ویژگی‌هایی دارد که همه دنیای فعالیت‌ها را در خود خلاصه کرده است، مانند یک معادله که یک منحنی در آن خلاصه شده است» (همان: ۲۸۵). وی در جای دیگر می‌گوید: «سبک زندگی دارایی‌هایی است که به وسیله آن اشغال‌کنندگان موقعیت‌های مختلف، خود را با قصد تمایز یا بدون قصد آن از دیگران متمایز می‌کنند (همان: ۲۴۹؛ مهدوی‌کنی، ۱۳۸۶: ۲۰۷).

فاضلی (۱۳۸۴) سبک زندگی را عبارت از طیف رفتاری‌ای می‌داند که «اصلی انسجام‌بخش بر آن حاکم است و عرصه‌ای از زندگی را تحت پوشش دارد و در میان گروهی از افراد جامعه قابل مشاهده است و الزاماً برای همگان قابل تشخیص نیست. نکته مهم این است که سبک زندگی حول محور مصرف سامان می‌یابد. به عبارتی، فعالیت‌های مربوط به سبک زندگی اساساً از جنس مصرف هستند و البته کاملاً مشخص است که معنایی گسترده از مصرف مدنظر است» (فاضلی، ۱۳۸۴: ۳۱). سبک‌های زندگی حول مجموعه‌ای منسجم از اصول اخلاقی و زیباشناختی یا مجموعه‌ای از نیروهای ناشی از سن، درآمد، جنسیت یا حتی جغرافیا سامان می‌یابد (همان، ۱۳۸۴: ۳۰).

برلسون و استینر مؤلفه‌های سبک زندگی را در اوقات فراغت و ذوقیات و نحوه مصرف پول می‌جویند؛ مواردی مثل رسیدگی به وضع ظاهری و لباس، آداب معاشرت، سلیقه زیباشناختی، سرگرمی‌ها (اعم از تفریحی و ورزشی از قایق‌سواری و چوگان گرفته تا تنیس و بولینگ) (مهدوی‌کنی، ۱۳۸۶: ۲۱۲).

مطالعه سبک‌های زندگی تا حد زیادی مستلزم کاوش در اوقات فراغت مردمان و فعالیت‌های فراغتی آنان است. در جهان معاصر یکی از مهم‌ترین بخش‌های فراغت مردم در سفر و جهانگردی می‌گذرد و امروز گردشگری و صنایع مربوط به آن گسترده‌ترین و مهم‌ترین فعالیت مردم را در هنگام فراغت میان‌مدت و درازمدت تشکیل می‌دهد (محلای، ۱۳۸۸: ۱۴).

می‌توان گفت نوع و کیفیت سفری که افراد رهسپار آن می‌شوند، در قالب سبک‌های زندگی آنان معنادار است. به همین ترتیب، هریک از مفاهیم زیارت و سیاحت نیز قرابت و نزدیکی بیشتری با برخی سبک‌های زندگی دارند.

تقی آزادارمکی (۱۳۸۶) معتقد است سبک‌های زندگی در ایران تا حد زیادی متأثر از خانواده، دین، نوع زندگی شهری و نوع مصرف هستند. این سبک‌ها زیست سایه‌وار در کنار و درون نظام خانوادگی و دینی دارند. برخی از سبک‌های زندگی ایرانیان سازوکار دینی دارند و برخی دیگر ساختار خانوادگی. همچنین بعضی از سبک‌های زندگی فراطبقاتی و برخی دیگر متعلق به گروه‌های

اجتماعی خاص است. او برای مثال به شیوه‌های مختلف گذران اوقات فراغت در ایران اشاره می‌کند و آن را نتیجه وجود سبک‌های مختلف زندگی در جامعه می‌داند (آزادارمکی، ۱۳۸۶: ۳۲-۳۱). نعمت‌الله فاضلی (۱۳۸۶) به طور مبسوط به سفرهای زیارتی به‌عنوان بخشی از سبک زندگی روستایی ایرانیان اشاره کرده است. او در این خصوص می‌نویسد: روستاییان به‌ندرت می‌توانستند در طول عمر خود بیش از دو یا سه نوبت سفر کنند، در این شرایط تنها مورد استثنا سفرهای زیارتی به مکه، کربلا، مشهد و دیگر اماکن مقدس است. القابی که به زائران پس از بازگشت آن‌ها از سفر داده می‌شد، نقش اجتماعی جدیدی برای آن‌ها تعریف می‌کرد. این القاب شامل حاجی، مشهدی و کربلایی بود که موقعیت اجتماعی جدیدی برای آن‌ها تعریف می‌کرد و متناسب با این موقعیت، مجموعه‌ای از انتظارات نقشی واقعی و آرمانی وجود داشت (فاضلی، ۱۳۸۶: ۱۱۵-۱۱۶).

زیارت در سبک زندگی زائر با دیگر ابعاد سبک زندگی وی هماهنگی دارد. زیارت با مناسک ویژه‌ای همراه است و در اوقات خاص و مناسبت‌های مذهبی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. زائر پس از بازگشت از زیارت در خرده‌فرهنگ خود از منزلت اجتماعی بالاتری برخوردار می‌شود و القاب ارزشمند تازه‌ای به او نسبت داده می‌شود.

در نقطه مقابل نیز، سیاحت هماهنگ با دیگر ویژگی‌های سبک زندگی سیاح است. سیاحت برای سیاح وسیله‌ای برای کسب لذت بیشتر از زمان فراغتش است. ارزش سیاحت در زمان‌های خاص یا مناسبت‌های ملی و مذهبی افزون‌تر نمی‌شود یا از آن کاسته نمی‌گردد. سیاحت برخلاف زیارت مستلزم به‌کاربردن مناسک خاصی نیست. فرد سیاح ممکن است به‌دلیل نمایش ویژگی‌های زندگی فراغتی خود در سیاحت، موقعیت اقتصادی اجتماعی خویش را تثبیت کند، اما عمل سیاحت، به لحاظ کیفیت ارزشی که به آن نسبت داده می‌شود، با عمل زیارت قابل مقایسه نیست.

### ۳. زیارت، سیاحت و تفاوت‌های نسلی

سبک زندگی می‌تواند در مواردی حامل ویژگی‌های مرتبط با ترجیحات و تعلقات تمایزبخش یک نسل باشد. به عبارت دیگر، در برخی موارد، نوعی سبک زندگی در نسلی خاص تجلی می‌یابد و در میان آن نسل عمومیت پیدا می‌کند.

در ادبیات جامعه‌شناسی دهه‌های اخیر، مسئله تفاوت و تراجم نسل‌ها به‌عنوان یکی از عمده‌ترین پدیده‌های جامعه جدید در کنار تفاوت طبقاتی و تفاوت قومی و نژادی شکل گرفته است. جوانی در کنار پیری و کودکی تا حدود زیادی توضیح‌دهنده روند تحولات اجتماعی و فرهنگی جامعه است. هر قدر جامعه توسعه می‌یابد و در روند نوسازی قرار می‌گیرد بر تفاوت نسل‌ها افزوده می‌شود (آزادارمکی، ۱۳۸۷: ۱۹۱).

به این ترتیب، می‌توان گفت ممکن است یک نسل علائق، امیال، گرایش‌ها، رفتارها و به طور کلی سبک زندگی متفاوتی نسبت به نسل‌های قبل یا بعد از خود داشته باشد. افراد جوان در شرایط جدید با داشتن علاقه به گذران اوقات فراغت در خارج از خانه، مسافرت با دوستان، میل به روابط دوستانه، مشاغل جدید و بالارفتن سواد با نسل پیر و میان‌سال تفاوت دارند (همان: ۱۹۳).

تفاوت‌های نسلی در زمینه سبک زندگی تا حد زیادی در نحوه گذران اوقات فراغت هر نسل قابل مشاهده است. در شرایط کنونی، برخی از جوانان برای خود آداب و رسوم، ارزش‌ها و هنجارهای خاصی دارند که منشأ رفتارهای متمایز آن‌ها شده است. پس همان‌گونه که فرهنگ و الگوهای زندگی هر جامعه با جوامع دیگر فرق می‌کند، این فرهنگ‌ها و الگوها از نسلی به نسل دیگر نیز متفاوت می‌شوند (دانایی، ۱۳۸۸: ۹۸).

به نظر می‌رسد سبک زندگی نسل جوان ایران ظرف سال‌های اخیر تا حدودی از نسل‌های پیش از خود فاصله گرفته و اکنون نسل‌ها از سبک‌های زندگی متمایزی پیروی می‌کنند (منادی، ۱۳۸۶؛ چیت‌ساز قمی، ۱۳۸۶؛ آزادارمکی، زند و خزایی، ۱۳۷۹؛ حقیقیان و غفاری، ۱۳۸۹؛ دانایی، ۱۳۸۸؛ داریاپور، ۱۳۸۶؛ احمدی و حامد، ۱۳۹۰).

تفاوت در گرایش‌ها، علائق و سبک زندگی جوانان با نسل پیش از خود، طبعاً بر گرایش آن‌ها به سمت مقوله‌های زیارت و سیاحت نیز اثرگذار است. چنان‌که نتایج پیمایش آزادارمکی در شهر تهران نشان می‌دهد، «رفتن به مسافرت به‌عنوان تفریح و گردش در میان نسل جوان افزایش یافته ولی رفتن به مسافرت برای زیارت و دیدار اقوام کاهش یافته است» (آزادارمکی، ۱۳۸۷: ۱۹۴).

#### ۴. زائر و سیاح؛ هویت‌های گفتمانی

نظریه‌های گفتمان مدعی‌اند که معنای همه پدیده‌ها و مفاهیم محصول گفتمان‌هاست؛ بنابراین، گفتمان‌ها به واقعیت معنا می‌دهند و جهان اجتماعی در نتیجه همین فرآیند معنابخشی ساخته می‌شود و تغییر می‌کند؛ به عبارت دیگر، در این نظریه زبان صرفاً گذرگاه انتقال اطلاعات و بازنمایی صرف واقعیت نیست، بلکه ماشینی است که جهان اجتماعی را می‌سازد و معنادار می‌کند. هویت‌ها و روابط اجتماعی نیز محصول زبان و گفتمان‌ها هستند؛ و تغییر در گفتمان، تغییر در جهان اجتماعی را به همراه خواهد داشت و نزاع گفتمانی به تغییر و بازتولید واقعیت اجتماعی منجر می‌شود. همچنین این نظریه بر تاریخی و فرهنگی بودن هویت و دانش انسانی تأکید می‌کند (حسینی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۲).

محمدحسین پاپلی یزدی (۱۳۸۲) با استفاده از آموزه‌های نظری میشل فوکو به تبارشناسی مفهوم سفر و گردشگری پرداخته است. او بر آن است که در عصر سنت، جهانگردی به مفهوم رنج

سفر بردن، شناخت، آگاهی از افق‌های اسطوره‌ای، دین‌باوری، زیارت و ماوراءالطبیعه است. هرچند که نباید انگیزه‌های دیگر مانند تجارت و آموزش را نیز دست‌کم گرفت. در عصر سنت، سرمایه‌داری جایی در جهانگردی ندارد (پاپلی یزدی، ۱۳۸۲: ۲۸ و ۲۹). اما در عصر مدرن گردشگری نتیجه مدرنیته است؛ فرار از زندگی ماشینی، گذران اوقات فراغت، سفر، تجربه، تفریح، لذت بردن، آسایش‌طلبی و برتری‌جویی است. گردشگری مدرن پناه بردن به لذت‌های جسمانی و سودجویی است (همان: ۳۲ و ۳۳). این انگیزه‌ها بیانگر گرایش‌های غالب برای جهانگردی در جوامع سنتی و مدرن و حاکی از تفاوت ذهنی و مفهومی سفر در دو دوره مذکور است.

زیارت و سیاحت کردارهای گفتمانی مبتنی بر اپیستمه‌ها<sup>۱</sup> یا صورت‌بندی‌های دانایی متفاوت هستند. اپیستمه مجموعه روابطی است که در یک عصر تاریخی به کردارهای گفتمانی موجد دانش‌ها، علوم و نظام‌های فکری وحدت می‌بخشد (دریفوس، ۱۳۷۹: ۱۷).

لاکلاو و موفه گفتمان را به‌عنوان یکی از مفاهیم اساسی نظریه خود به‌کار بسته‌اند. این دو متفکر نظریه خود را با استفاده از سنت مارکسیستی بخصوص اندیشه‌های گرامشی و ساختارگرایی آلتوسر و پساساختارگرایی دریدا و فوکو اولین بار در کتاب *هژمونی و استراتژی سوسیالیستی* در سال ۱۹۸۵ بسط دادند (لاکلاو و موفه، ۱۹۸۵).

از نگاه لاکلاو و موفه مفصل‌بندی<sup>۲</sup> هر عملی است که میان عناصر پراکنده ارتباط برقرار کند، به نحوی که هویت و معنای این عناصر در نتیجه این عمل اصلاح و تعدیل شود (همان: ۱۰۵). گفتمان<sup>۳</sup> کلیت ساختاردهی شده‌ای است که از عمل مفصل‌بندی حاصل می‌شود. گفتمان‌ها از مجموعه‌ای از اصطلاحات تشکیل می‌شوند که به شیوه‌ای معنادار به هم مرتبط شده‌اند؛ در واقع، گفتمان‌ها صورت‌بندی مجموعه‌ای از کدها، اشیا، افراد و... هستند که درباره یک دال کلیدی جایابی شده و هویت خویش را در برابر مجموعه‌ای از غیریت‌ها به دست می‌آورند. گفتمان‌ها تصور و فهم ما از واقعیت و جهان را شکل می‌دهند. بنابراین، معنا و فهم انسان از واقعیت همواره گفتمانی و لذا نسبی است. همچنین گفتمان از این منظر تمام قلمرو زندگی اجتماعی را دربرمی‌گیرد. لاکلاو و موفه تمایز حوزه گفتمانی و غیرگفتمانی را که در نظریه فوکو و بسیاری از اندیشمندان دیگر وجود دارد مردود می‌شمارند و بر گفتمانی بودن تمام حوزه‌های اجتماعی تأکید می‌کنند (حسینی‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۹).

1. Episteme
2. Articulation
3. Discourse



مفهوم دیگری که در این خصوص مورد اشاره لاکلائو و موفه قرار می‌گیرد، دال مرکزی<sup>۱</sup> است. دال مرکزی نشانه‌ای است که سایر نشانه‌ها در اطراف آن نظم می‌گیرند. هسته مرکزی منظومه گفتمانی را دال مرکزی تشکیل می‌دهد و جاذبه این هسته سایر نشانه‌ها را جذب می‌کند؛ مثلاً آزادی در لیبرالیسم یک دال مرکزی محسوب می‌شود و مفاهیمی چون دولت، فرد و برابری در سایه این دال و با توجه به آن معنا پیدا می‌کنند (همان: ۱۹۰).

دال مرکزی گفتمانی که زیارت بر آن مبتنی است، ایمان، اعتقاد و باور است و دال مرکزی گفتمان مربوط به گردشگری فردیت‌باوری، سود و لذت. زائر به‌خاطر ایمان به حقیقتی مقدس سفر می‌کند و گردشگر به منظور کسب لذت. زائر و سیاح هویت‌هایی هستند که در سایه گفتمان‌های متفاوت معنا می‌یابند.

در نظریه لاکلائو و موفه، هویت<sup>۲</sup> ثابت، دائمی و از پیش تعیین شده نیست. هویت‌ها را گفتمان‌ها ایجاد می‌کنند و شکل‌گیری گفتمان مقدم بر شکل‌گیری هویت‌هاست. بنابراین هویت‌ها گفتمانی‌اند و به عبارت بهتر هویت‌ها موقعیت‌هایی هستند که در درون گفتمان‌ها به فرد یا گروه اعطا می‌شوند (اسمیت، ۱۹۹۸: ۸۹).

زیگمونت باومن نیز در مقاله «از زائر تا توریست» در بحث از هویت در دوران معاصر، از کنایه یا استعاره زائر/سیاح استفاده می‌کند. او با توصیفی ظریف چنین عنوان می‌کند که برای زائر در همه زمان‌ها حقیقت در جایی دیگر است. همیشه تا جایگاه حقیقت فاصله‌ای هست. جایی که زائر اکنون حضور دارد، همان جایی نیست که باید باشد و همان جایی نیست که رؤیای بودن در آن را دارد. زائر در شهرها خیابان‌ها را پذیرفتنی‌تر از خانه‌ها می‌یابد. خانه‌ها فرد را به آسودن و آرام گرفتن وسوسه می‌کنند، به فراموش کردن مقصد؛ حتی خیابان‌ها در ذهن زائر می‌توانند گمراه‌کننده باشند و او را از راه راست منحرف کنند (باومن، ۱۹۹۶: ۲۰).

عمل زیارت کاری بیش از صرف رفتن است؛ زائر به سوی هدف و معنایی خاص راه می‌پیماید. زائر می‌تواند به پشت سر نگاه کند و ردپاهای برجمانده را همچون مسیری به سوی مقصد بنگرد و آن‌ها را چون پیشرفت در مسیری که به مقصد مقدس می‌انجامد بینگارد. مقصد، هدفی که زائر در سر دارد، به همه آنچه بی‌شکل است شکل می‌دهد، به همه اجزا کلیت و به همه عناصر گسسته، تداوم می‌بخشد. در یک کلام، مقصد مقدس به همه رفتارهای زائر و به همه آنچه در طول زیارت با آن سروکار دارد معنا می‌بخشد (همان: ۲۱ - ۲۲).

1. Nodal point

2. Identity

اما هدف گردشگر از سیاحت رسیدن به تجربه‌ای تازه است. گردشگری جستجوی آگاهانه و نظام‌مند تجربه‌های جدید و متفاوت است؛ تجربه‌ای همراه با لذت‌دوری از پدیده‌های آشنا و تکراری و قرارگرفتن در معرض پدیده‌هایی متفاوت و شیفته‌کننده. توریست‌ها می‌خواهند خود را در جذبۀ چیزهای غریب و نامأنوس غرق کنند. سیاحت به گردشگران حس دلپذیر لذت از پدیده‌های تازه را می‌بخشد. گردشگران به دنبال تجربه‌های تازه و غریبی هستند که مطابق انتظار آسیبی به آن‌ها نزند و ناخرسندشان نسازد. مکان‌هایی را که بیشتر گردشگران به آن‌ها تمایل دارند می‌توان با ویژگی‌هایی مثل شلوغی متظاهرانه آن‌ها و غرابت و نامأنوسی‌شان با زندگی روزمره و در عین حال با امنیت و رفاه فراوانشان بازشناخت. در جهان سیاحت و گردشگری، غربت و بیگانگی رام و اهلی‌شده است و هراس‌آور نیست. چنین جهانی فرمانبردار خواست و تمایلات و هوس‌های گردشگر است، جهانی سیال و منعطف که با امیال گردشگر شکل می‌یابد، جهانی که با هدف هیجان، لذت و سرگرمی ساخته و بازساخته می‌شود و جز این هدف دیگری برای توجیه و تصدیق وجود این جهان و وجود توریست در آن نمی‌توان یافت (همان: ۲۹ - ۳۰).

بنابراین، زائر و سیاح هویت‌هایی هستند برآمده از گفتمان‌های متفاوت. گفتمانی که به زائر همچون یک هویت معنا می‌بخشد، حول دال مرکزی ایمان، باور و اعتقاد مذهبی سامان یافته است و گفتمانی که به هویت سیاح یا گردشگر معنا می‌دهد، حول دال مرکزی لذت و منفعت فردی شکل گرفته است.

#### جمع‌بندی چارچوب مفهومی

با نگاهی جامعه‌شناختی به دو مفهوم زیارت و سیاحت، تمایزهای مفهومی آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت و بر این اساس دریافتیم که اولاً کردار زائر و سیاح در سطح کنش و از حیث معنایی که این دو به کنش خود می‌دهند، با هم متمایز است. کنش زائر نوعی کنش عقلانی معطوف به ارزش است و کنش سیاح از جمله کنش‌های عقلانی معطوف به هدف. ثانیاً هریک از مفاهیم زیارت و سیاحت با سبک‌های زندگی خاصی قرابت بیشتری دارند. ثالثاً این نکته مورد تأکید قرار گرفت که زائر و سیاح دو هویت گفتمانی برساخته‌شده در گفتمان‌های متفاوت هستند. بنابراین معانی و کردارهای گفتمانی مربوط به هریک از آن‌ها نیز متفاوت خواهد بود.

با توجه به تفاوت یا گسست‌های نسلی در ایران، که در بسیاری از موارد با سبک‌های متفاوت زندگی در نسل‌های متوالی همراه است، یکی از پرسش‌های پژوهش پیش رو آن است که دیدگاه و نگرش سه نسل مورد بررسی در خصوص زیارت و سیاحت چه تفاوت‌هایی دارد؟ پرسش دیگر آن است که کیفیت گرایش به زیارت و از سوی دیگر سیاحت در نگاه افرادی از نسل‌های مختلف چه

تغییراتی کرده است؟ بجز این پرسش‌ها، پژوهش حاضر درصدد است به شیوه‌ای اکتشافی دریابد که در ذهنیت و تجربیات افراد مورد بررسی، چه تمایزات یا پیوندهایی درخصوص دو مقوله زیارت و سیاحت قابل شناسایی است؟

### روش تحقیق

روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش روش کیفی با استفاده از تکنیک مصاحبه عمیق است. از آنجا که سنجش موضوعات موردنظر این مطالعه نیازمند بررسی ژرف‌نگرانه و اکتشافی دیدگاه‌ها، نگرش‌ها و انگیزه‌های افراد درخصوص مقوله‌های زیارت و سیاحت است، به نظر می‌رسد استفاده از تکنیک تفسیری مصاحبه عمیق برای جمع‌آوری داده‌ها با مسئله پژوهش مناسب است. برای دستیابی به این مقصود از مصاحبه انعطاف‌پذیر یا آزاد استفاده شده است؛ به نحوی که مؤلفه‌های اصلی مورد نظر (جدول ۲) از چارچوب مفهومی پژوهش استخراج شده و در مصاحبه‌ها به کار گرفته شده است.

با توجه به سؤالات پژوهش و تأکید بر سنجش تأثیرات متغیر نسل بر تجربیات و نگرش‌های افراد، ضروری به نظر می‌رسید که پاسخگویان حتی‌الامکان از نظر موقعیت اجتماعی، اقتصادی، تحصیلی و... در جایگاه‌های نسبتاً مشابهی قرار داشته باشند تا امکان کنترل سایر عوامل بجز متغیر سن و فاصله نسلی فراهم گردد. از این رو و با توجه به مسئله قابلیت و سهولت دسترسی به افراد اجتماع مورد مطالعه، درنهایت تعدادی از کارکنان دانشگاه شهیدبهشتی برای انجام پژوهش انتخاب شدند. کارمندان دانشگاه شهیدبهشتی با توجه به سطح تحصیلات و درآمد ماهانه در جایگاه‌های تقریباً مشابهی قرار می‌گیرند. برای شناسایی سه نسل متوالی از میان پاسخگویان، ۵ مصاحبه با افراد بالای ۴۵ سال، ۵ مصاحبه با کارکنان ۳۵ تا ۴۵ سال و ۵ مصاحبه با افراد زیر ۳۵ سال به انجام رسیده است. همه پاسخگویان دارای مدرک لیسانس و متأهل بودند و باوجود آنکه نتایج حاصل فاقد قابلیت تعمیم هستند، برای تقریب نسبت جنسی کارمندان زن و مرد، در هر گروه سنی با سه مرد و دو زن مصاحبه شده است.

### یافته‌های پژوهش

ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان پژوهش به شرح زیر است:

جدول ۱. ویژگی‌های پاسخگویان

نسل سوم			نسل دوم			نسل اول		
شماره	سن	جنس	شماره	سن	جنس	شماره	سن	جنس
۱	۵۷	مرد	۱	۳۶	مرد	۱	۲۹	مرد
۲	۵۶	مرد	۲	۴۶	مرد	۲	۳۳	مرد
۳	۵۰	مرد	۳	۴۲	مرد	۳	۳۱	مرد
۴	۴۹	زن	۴	۳۹	زن	۴	۲۸	زن
۵	۴۷	زن	۵	۴۰	زن	۵	۳۰	زن

مؤلفه‌های ذیل در مصاحبه‌های صورت‌گرفته با پاسخگویان مورد سنجش قرار گرفته است:

جدول ۲. مؤلفه‌های پژوهش

موضوعات	پرسش‌های اصلی
خودپنداره مذهبی	مقیدبودن به مناسک مذهبی مقیدبودن به اخلاقیات دینی خودپنداره فرد به‌عنوان یک فرد مذهبی یا غیرمذهبی
نحوه گذران اوقات فراغت	فعالیت‌هایی که افراد ترجیح می‌دهند در اوقات فراغتشان بیشتر به آن‌ها بپردازند.
تجربیات	نسبت سفرهای زیارتی به سیاحتی در زندگی فرد ویژگی‌های مقصد سفرهای زیارتی و سیاحتی (داخل یا خارج کشور) همراهان فرد در سفرهای زیارتی و سیاحتی تفاوت احساسات و افکار حین سفرهای زیارتی و سیاحتی تفاوت وضع روحی روانی فرد بعد از سفرهای زیارتی و سیاحتی همراهان و همسفران سفرهای زیارتی و سیاحتی ویژگی‌های گذران اوقات در سفرهای زیارتی و سیاحتی
تمایلات فعلی	گرایش به سفر زیارتی یا سیاحتی در حال حاضر گرایش به سفرهای زیارتی خارج از کشور در مقایسه با سفرهای داخلی تمایل به سفر زیارتی و سیاحتی با خانواده یا دوستان ترجیح سفر زیارتی و سیاحتی در موقعیت‌های زمانی خاص
مناسک	تفاوت یا تشابه رسوم و آداب قبل از سفر، حین سفر و بعد از سفرهای زیارتی و سیاحتی
انگیزه‌ها	تفاوت یا تشابه انگیزه‌های محرک سفرهای زیارتی و سیاحتی

### خودپنداره مذهبی

از آنجا که زیارت بر پایه باورها و آداب مذهبی شکل می‌گیرد، در ابتدا به بررسی نگرش پاسخگویان به شخصیت خویش در زمینه پایبندی و باور به آموزه‌ها و مناسک مذهبی پرداخته شد. پاسخگویان نسل اول عمدتاً خود را فردی مذهبی می‌دانستند. سه نفر از افراد متعلق به این نسل خود را به طور کامل پایبند به اجرای همه مناسک و اعتقاد به همه باورهای دینی دانسته‌اند، اما دو نفر باقی‌مانده اولویت خود را اعتقاد به باورهای دینی دانسته‌اند و اشاره کرده‌اند که ممکن است به همه مناسک مذهبی نیز پایبندی محکم نداشته باشند. به همین ترتیب، در میان پاسخگویان نسل دوم، سه نفر اظهار کرده‌اند که به طور کامل به انجام مناسک اسلامی مقید هستند و دو نفر اشاره کرده‌اند که خود را فردی مذهبی می‌دانند، اما اولویت را به باورهای مذهبی می‌دهند و حساسیت خیلی زیادی به انجام همه مناسک مذهبی ندارند.

در نسل سوم تنوع بیشتری در خودپنداره مذهبی افراد مشاهده می‌شود. به این ترتیب که در این گروه دو نفر خود را افراد مذهبی به شمار نمی‌آورند و از میان سه پاسخگوی باقی‌مانده نیز تنها یک پاسخگو خود را مکلف به اجرای کلیه دستورالعمل‌ها و مناسک دینی می‌داند و دو نفر دیگر بیشتر بر باورهای قلبی و شخصی بودن ذهنیات دینی خود تأکید داشته‌اند. برای مثال پاسخگوی شماره ۴ از نسل سوم می‌گوید: «من خودم را فردی معتقد و دین‌دار می‌دانم اما دین‌دار با تعریف خودم. به نظر من اصل دین‌داری اعتقاد به یک سری باورها و اصول اخلاقی است. شاید مثل خیلی‌ها به انجام همه دستورالعمل‌های مذهبی مقید نباشم، اما سعی می‌کنم افکار و رفتارهایم را متناسب با این اصول اخلاقی تنظیم کنم». در میان بیشتر پاسخگویان نسل سوم این پژوهش به نظر می‌رسد که دین‌جنبه فردی و شخصی پیدا کرده و از اهمیت مناسک مذهبی در ذهن افراد کاسته شده است. در عین حال، تنها در این نسل است که بخشی از پاسخگویان اکنون خود را فردی دارای حساسیت‌های مذهبی تلقی نمی‌کنند، اما در گذشته و در سنین نوجوانی خود را فردی مذهبی می‌دانسته‌اند.

### نحوه گذران اوقات فراغت

همچنان که گفته شد، سبک زندگی افراد و نسل‌ها بیشتر در الگوهای مصرف و به‌ویژه در نحوه گذران اوقات فراغت آنان متجلی می‌شود. در این پژوهش به منظور فهم مناسبات سبک زندگی نسل‌های مورد مطالعه و نگرش و تجربه آن‌ها در خصوص زیارت و سیاحت، به سنجش نحوه گذران اوقات فراغت پاسخگویان پرداخته شده است.

ویژگی غالب گذران اوقات فراغت افراد متعلق به نسل اول، سپری کردن بیشتر اوقات فراغت با اعضای خانواده است. آن‌ها بیان کرده‌اند که اوقات فراغتشان را بیشتر به انجام فعالیت‌هایی مثل رفتن

به مهمانی‌های فAMILI، تعامل با فرزندان و نوه‌ها، تماشای تلویزیون و گوش‌دادن به رادیو و انجام فعالیت‌ها و مناسک مذهبی اختصاص می‌دهند. رفتن به پیک‌نیک، تماشای تلویزیون و شرکت در جلسات قرائت قرآن و ادعیه یا برنامه‌های هیئت‌های مذهبی نیز از جمله فعالیت‌هایی است که پاسخگویان متعلق به نسل دوم بیشتر اوقات فراغتشان را صرف آن‌ها می‌کنند.

فعالیت‌های فراغتی نسل سوم از تنوع بیشتری برخوردار است. تماشای تلویزیون و به‌ویژه مسابقات فوتبال، رفتن به سینما، ورزش‌های دسته‌جمعی، اینترنت‌گردی، گردش‌های دسته‌جمعی به همراه دوستان و همسالان، مطالعه کتاب و مجلات، تماشای فیلم‌های سینمایی خارجی در منزل و کوه‌پیمایی از جمله فعالیت‌های فراغتی نسل سوم پاسخگویان این پژوهش بوده است و همان‌طور که مشاهده می‌شود، نقش فعالیت‌های مذهبی و پرداختن به امور دینی در میان اعضای این نسل کم‌رنگ‌تر شده است.

### تجربیات زیارت و سیاحت

همه پاسخگویان سه نسل عنوان کرده‌اند که در طول زندگی خود هم تجربه سفر زیارتی و هم تجربه سفر سیاحتی داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان نسل سوم بیان کرده‌اند که بیشتر سفرهای زیارتی خود را در طول سال‌های قبل از مستقل شدن از خانواده پدری انجام داده‌اند و این سفرها بیشتر با همراهی خانواده یا از طریق اردوهای مدرسه صورت گرفته است.

تجربه میزان سفرهای زیارتی و سیاحتی در بین پاسخگویان نسل اول تقریباً برابر بوده است. در میان پاسخگویان نسل دوم این پژوهش به نظر می‌رسد میزان سفرهای زیارتی غلبه بیشتری داشته است. اما در میان نسل سوم مورد بررسی، میزان سفرهای سیاحتی آشکارا بیشتر بوده است و در میان پاسخگویان این نسل تنها یکی از پاسخگویان تعداد سفرهای زیارتی خود را بیشتر از سفرهای سیاحتی بیان کرده است.

با این حال نکته حائز اهمیت آن است که پاسخگویان نسل اول و دوم عمدتاً اظهار کرده‌اند که سفرهای سیاحتی آنان اغلب تحت تأثیر خانواده و تمایلات فرزندان به جنبه فراغتی سفرها صورت گرفته است. به همین دلیل به نظر می‌رسد که نسبت تقریباً مساوی سفرهای سیاحتی و زیارتی پاسخگویان نسل اول که فرزندان‌شان در سنین جوانی و نوجوانی بوده‌اند، تحت تأثیر این عامل قرار داشته است.

یکی دیگر از مؤلفه‌های مورد بررسی پژوهش، میزان سفرهای مذهبی به اماکن مقدس خارج از کشور بوده است. از آنجا که این‌گونه سفرها مستلزم صرف هزینه‌های اقتصادی و زمان بیشتری است، می‌تواند نشانگر اهمیت سفرهای مذهبی در میان پاسخگویان باشد. در میان نسل اول و دوم، اغلب پاسخگویان (بیش از نیمی از پاسخگویان در هر نسل) تجربه سفر به دست‌کم یکی از مکان‌های زیارتی

خارجی (مکه، کربلا) را داشته‌اند و در میان نسل سوم تنها یکی از پاسخگویان چنین تجربه‌ای داشته است. البته این مسئله می‌تواند ناشی از تفاوت سنی پاسخگویان و ثبات مالی و زمان تجربه بیشتر برای پاسخگویان نسل‌های پیشین باشد.

همراهان و همسفران یکی دیگر از مؤلفه‌هایی است که مورد سؤال قرار گرفته است. نسل اول مورد بررسی در این پژوهش سفرهای زیارتی خود را اغلب تنها یا همراه با خانواده خود تجربه کرده‌اند، اما سفرهای سیاحتی آن‌ها اغلب با همراهی خانواده صورت گرفته است. در میان همراهان پاسخگویان نسل دوم در سفرهای زیارتی، علاوه بر خانواده، دوستان و همکاران نیز نقش پررنگی داشته‌اند. اما در سفرهای سیاحتی این نسل، خانواده‌های پاسخگویان همراهان اصلی بوده‌اند. در میان نسل سوم، همان‌گونه که پیش از این اشاره شد، اغلب سفرهای مذهبی و زیارتی این نسل مربوط به دوران پیش از استقلال اقتصادی و اجتماعی آنان و تحت تأثیر همراهی با خانواده یا مدرسه بوده است.

درباره موقعیت‌های زمانی اختصاص داده‌شده به سفرهای سیاحتی و زیارتی با توجه به اینکه همه پاسخگویان شاغل بوده‌اند، اغلب دوران تعطیلات رسمی و اوقات فراغت خود را به سفر اختصاص داده‌اند و بسته به فصل، نوع و میزان تعطیلات، مقصد سفرهای خود را انتخاب کرده‌اند. با این حال، برخی پاسخگویان از نسل اول و دوم پژوهش حاضر اذعان نموده‌اند که حتی‌المقدور تلاش کرده‌اند مناسبت‌های مذهبی و موقعیت‌های زمانی خاص را به سفرهای زیارتی اختصاص دهند. اما این موضوع در میان اغلب پاسخگویان نسل سوم اهمیت ویژه‌ای نداشته است.

پاسخگوی شماره ۱ از نسل دوم پژوهش اظهار کرده است: «من خودم اصالتاً اهل خراسانم و ارادت ویژه‌ای به آقا امام رضا دارم و تا جایی که مشغله‌های روزمره زندگی و شرایط کاری اجازه بدهد، سعی می‌کنم مناسبت‌های مذهبی، بخصوص روزهای تولد و شهادت امام رضا، خودم را به مشهد و حرم حضرت برسانم».

### افکار و احساسات پاسخگویان در سفرهای سیاحتی و زیارتی

پاسخگویان متعلق به نسل‌های اول و دوم، افکار و احساسات خود را در تجربه سفرهای زیارتی خارج از کشور (سفر حج و کربلا) متفاوت با سایر سفرهای خود عنوان کرده‌اند. افرادی که از این دو نسل به سفر زیارتی خارجی رفته‌اند اظهار کرده‌اند که در طول این سفرها احساسات معنوی و مذهبی از جمله نزدیکی به خدا، آموزش گناهان و سبک‌باری روحی بر آن‌ها غالب بوده است.

در میان پاسخگویان متعلق به نسل سوم، تنها یکی از افراد به سفر زیارتی خارج از کشور رفته است. او در توصیف احساسات خود در این سفر گفته است: «زمانی که به سفر حج رفتیم، در یک دوره شک و دودلی نسبت به اعتقادات مذهبی‌ام بودم. می‌خواستم با رفتن به این سفر تردیدهایم را کنار

بگذارم. اما این سفر برای من تفاوت چندانی با سایر سفرهایی که رفته بودم نداشت و تجربه معنوی عمیقی در این سفر نداشتم».

بیشتر پاسخگویان متعلق به نسل سوم تجربیات، احساسات و افکار خود را در سفرهای زیارتی داخل کشور با سفرهای سیاحتی‌ای که داشته‌اند، مشابه بیان کرده‌اند. احساس آرامش، سرگرمی و لذت از جمله این احساسات بوده است. در میان پاسخگویان نسل‌های اول و دوم نیز اگرچه نفس عمل زیارت به آن‌ها احساسات مذهبی بخشیده است، معمولاً در سفرهای زیارتی داخلی برنامه‌های تفریحی و خرید نیز برای خود داشته‌اند که هنگام اشتغال به آن‌ها، احساس سرگرمی و شادی را تجربه کرده‌اند. به غیر از پاسخگوی شماره ۴ از نسل سوم، که بیان کرده بعد از بازگشت از سفر زیارتی خارجی تفاوت خاصی در احوال و روحیاتش پدیده نیامده است، سایر پاسخگویان (نسل‌های اول و دوم) که تجربه چنین سفرهای زیارتی‌ای داشته‌اند اظهار کرده‌اند که بعد از این سفرها احساس آرامش، سبکی و آرمزیده شدن گناهانشان را داشته‌اند.

### تجربه گذران اوقات در سفرهای سیاحتی و زیارتی

پاسخگویان هر سه نسل تجربه‌های مشابهی در زمینه گذران اوقات در سفرهای زیارتی خارج از کشور داشته‌اند. انجام اعمال مذهبی واجب و مستحب و عبادت مهم‌ترین فعالیت‌هایی بوده است که به گفته پاسخگویان، عمده اوقات سپری شده در تجربیات زیارتی آن‌ها را به خود اختصاص داده است. همچنین اغلب پاسخگویان سه نسل در زمینه سفرهای زیارتی داخل کشور اظهار کرده‌اند که در این سفرها بخش قابل توجهی از اوقاتشان را، به غیر از فعالیت‌های مربوط به زیارت، به اموری از قبیل خرید، سرزدن به مکان‌های دیدنی و گشت‌وگذار پرداخته‌اند. نحوه سپری کردن اوقات در سفرهای سیاحتی نیز در تجربه سه نسل مورد بررسی به کارهایی از قبیل خرید، استراحت در مکان‌های طبیعی، بازدید از نقاط دیدنی، گشت‌وگذار و فعالیت‌های سرگرم‌کننده محدود شده است.

### تمایلات پاسخگویان به زیارت و سیاحت

در مورد تمایلات و گرایش‌های فعلی پاسخگویان به سفرهای زیارتی یا سیاحتی، اغلب پاسخگویان نسل اول، گرایش بیشتر به سفرهای زیارتی بخصوص سفر حج تمتع را عنوان کرده‌اند. دو نفر از پاسخگویان این نسل به طور مشخص بستگی این مسئله با نزدیک شدن سنشان به دوران کهولت و ناتوانی را مورد تأکید قرار داده‌اند. یکی از پاسخگویان در این باره گفته است: «همیشه آرزوی زیارت خانه خدا، مخصوصاً اگر قسمت باشد حج واجب را داشته‌ام. وقت‌هایی که مریض می‌شوم، گاهی با



خودم فکر می‌کنم این‌ها نشانه پیری و علیل شدنم است و آخر حسرت حاجی شدن به دلم می‌ماند». با وجود این، پاسخگویان این نسل اغلب بیان کرده‌اند که در صورتی که موقعیت سفر خانوادگی همراه با فرزندان را داشته باشند، به‌خاطر آن‌ها سفرهای سیاحتی را در اولویت قرار می‌دهند و به گفته یکی از پاسخگویان: «سفرهای زیارتی معمولاً برای بچه‌ها خیلی جذاب نیست و به آن‌ها خوش نمی‌گذرد و به آن‌ها که باشد همه آخر هفته‌ها دوست دارند بروند شمال».

پاسخگویان نسل دوم پژوهش حاضر، غالباً تمایلشان به نوع سفر را تحت تأثیر شرایط روحی خود و مدت و بازه زمانی موجود برای سفر دانسته‌اند. گرایش به سفرهای زیارتی در این نسل نیز بالاتر از تمایل به سفر سیاحتی است، اما گرایش به سفرهای سیاحتی نیز برای فرار از زندگی روزمره و خستگی‌های ناشی از کار و زندگی برای این دسته از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. غالب پاسخگویان نسل سوم این پژوهش (بجز یک نفر)، سفرهای سیاحتی را اولویت اصلی (یا تنها اولویت) ذکر کرده‌اند.

در مورد گرایش به سفرهای زیارتی خارجی، نسل اول و دوم عمدتاً به تمایل خود به این سفرها اشاره کرده‌اند؛ اما پاسخگویان نسل سوم، اغلب گرایش و میل چندانی به این مقوله نداشته‌اند و برخی از این دسته با وجود اعتقادات مذهبی، به وجود اولویت‌ها و برنامه‌های مهم‌تری در زندگی خود برای صرف هزینه و زمان لازم برای چنین سفرهایی اشاره کرده‌اند.

در مورد انتخاب همسفران برای هر یک از سفرهای زیارتی و سیاحتی، پاسخگویان نسل اول اغلب همراهی خانواده‌هایشان را برای هر دو نوع این سفرها ترجیح داده‌اند؛ اما به نظر می‌رسد گرایش به انتخاب همراهان متفاوتی برای هر یک از انواع سفر در بین پاسخگویان نسل دوم و سوم وجود دارد. پاسخگویان نسل دوم، اغلب برای سفرهای زیارتی تمایل به همراهی دوستان هم‌فکر و هم‌دل در این سفرها دارند، اما در سفرهای سیاحتی و تفریحی خود گرایش به هم‌سفری با خانواده‌هایشان را داشته‌اند. در میان نسل سوم پاسخگویان، آن‌ها که به سفرهای مذهبی اعتقاد و تمایل داشته‌اند، اغلب مایل بوده‌اند این سفرها را به تنهایی و در خلوت خود تجربه کنند؛ در حالی که برای سفرهای تفریحی، اغلب حضور و همراهی دوستان را ضروری دانسته‌اند.

درباره مؤلفه تمایل به انتخاب موقعیت‌های خاص زمانی و مناسبت‌های مذهبی برای اختصاص به سفرهای زیارتی، اغلب پاسخگویان نسل اول و دوم ترجیح داده‌اند این زمان‌ها را برای چنین سفرهایی انتخاب کنند، هر چند این نکته در اکثر موارد اهمیت جدی نداشته است و بیشتر در حد ترجیحات شخصی بوده است. این موضوع برای اغلب افراد در نسل سوم بی‌اهمیت و خالی از معنای خاص دینی است و این گروه تقدسی برای آن قائل نبوده‌اند.

### مناسک زیارت و سیاحت

در زمینه مناسک و آداب و رسوم که افراد در سفرهای خود به جا می‌آورند، تفاوت مهمی در نسل‌های مختلف مورد بررسی در این پژوهش به چشم نمی‌خورد. مناسک مد نظر این پژوهش شامل رسوم پیش از سفر، مراسم بدرقه، رفتارهای حین سفر و مراسم استقبال و پس از سفر است.

سفرهای سیاحتی و تفریحی که بیشتر پدیده‌ای مدرن و امروزی به شمار می‌آیند، از آداب و مراسم خاصی برخوردار نیستند و حداکثر در تهیه سوغاتی‌های کوچک برای بستگان و دوستان نزدیک جلوه‌گر می‌شوند که به نظر می‌رسد اهمیت و احساس وظیفه نسبت به ادای آن برای هریک از نسل‌های این پژوهش نسبت به نسل پیش از خود کمتر است.

اما سفرهای زیارتی از گذشته همواره از مراسم و مناسک ویژه‌ای برخوردار بوده است و بسیاری از آداب آن امروزه نیز اجرا می‌شود. این مراسم شامل ایجاد آمادگی روحانی پیش از سفر، طلب حلالیت از آشنایان دور و نزدیک، بخصوص در سفر حج، مراسم بدرقه زائر با حضور نزدیکان، به جا آوردن آداب، نمازها و ادعیه مخصوص مکان مذهبی، تهیه سوغاتی به‌عنوان تبرک برای اطرافیان، مراسم استقبال از زائر، دادن ولیمه به اطرافیان و دیدار و زیارت زائر است که برنامه ویژه‌ای را برای زائر از مدتی پیش از سفر تا مدتی بعد از آن تدارک می‌بیند.

البته این نکته حائز اهمیت است که به نظر می‌رسد این مراسم بسته به میزان سهولت دسترسی به اماکن مقدس متغیر است. برای مثال برخی از پاسخگویان نسل اول این پژوهش یادآوری کردند که برای نسل پیش از آن‌ها که شرایط سخت‌تری برای سفر وجود داشت، سفر مشهد نیز دارای بسیاری از این آداب بوده است، در حالی که امروزه یک سفر زیارتی سیاحتی محسوب می‌شود.

به این ترتیب، سفرهای مذهبی و زیارتی خارج از کشور که مستلزم صرف هزینه و زمان بیشتری است آداب بیشتری به همراه دارد و در بین این سفرها نیز سفر مکه و بخصوص حج تمتع، به دلیل وجود محدودیت‌های بیشتر، آداب بیشتری به همراه دارد و پای‌بندی بیشتری به آن‌ها برقرار است.

همان‌گونه که پیش از این گفته شد، درباره این مقوله تمایز چندانی میان نسل‌های مختلف این پژوهش وجود ندارد و همه کسانی که تجربه سفر زیارتی خارج از کشور را داشته‌اند، کمابیش مراسم مشابهی را پشت سر گذاشته‌اند. با این حال، به نظر می‌رسد معنا و مفهوم اجرای کامل آداب، در میان پاسخگویان نسل سوم چالش‌های ذهنی بیشتری به همراه دارد، هرچند که اذعان کرده‌اند احتمالاً در صورت قرارگرفتن در موقعیت چنین سفرهایی، احتمالاً خود را ملزم به اجرای بسیاری از این آداب می‌دانند.

### انگیزه‌های سفرهای سیاحتی و زیارتی

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که تفاوت‌هایی میان انگیزه‌های سفرهای سیاحتی، سفرهای زیارتی داخلی و سفرهای زیارتی خارجی به چشم می‌خورد. به طور کلی، انگیزه این دو نسل از سفرهای سیاحتی رفع خستگی ناشی از کار، دورشدن از زندگی عادی و امور روزمره، خرید، دیدار دوستان و اقوام، اختصاص زمان بیشتر به خانواده، آرامش و آشنایی با مکان‌ها و فرهنگ‌های جدید بوده است. بررسی انگیزه‌های این دو نسل نشان می‌دهد که آنان در سفرهای زیارتی داخل کشور نیز تاحدودی از همین انگیزه‌ها برخوردارند. اما در کنار این انگیزه‌ها به مواردی مثل ثواب اخروی و شرکت در فعالیت‌های مذهبی مربوط به زیارت نیز به‌عنوان انگیزه‌های سفرهای زیارتی داخل کشور اشاره کرده‌اند.

مطالعه انگیزه‌های این دو نسل از سفرهای زیارتی خارج کشور حاکی از آن است که در میان افراد این دو نسل و در این‌گونه سفرها، انگیزه‌های مذهبی و معنوی نقش پررنگ‌تری دارند. پاسخگوی شماره ۳ از نسل اول در این خصوص می‌گوید: «سفر حج یا زیارت امام حسین(ع) با بقیه سفرها فرق دارد. اگر بخوایم به این سفرها بروم، در درجه اول خود زیارت، نمازخواندن و عبادت کردن در این زیارتگاه‌هاست که مرا جذب می‌کند و در من این کشش را به وجود می‌آورد که به این سفرها بروم». در میان پاسخگویان متعلق به نسل سوم، تمایز قابل توجهی میان انگیزه‌های سفرهای سیاحتی و زیارتی مشاهده نمی‌شود. به طور کلی، عاملی که موجب تمایل آن‌ها به سفر می‌شود، سپری کردن اوقاتی خوش و لذت‌بخش در زمان فراغت در کنار خرید و بازدید از مکان‌های تفریحی و جذاب است.

### نتیجه‌گیری

تبیین صورت‌گرفته از دو مفهوم زیارت و سیاحت و دو هویت زائر و سیاح در بخش چارچوب نظری این پژوهش حاکی از آن بود که زیارت و سیاحت، جز آنکه دو نوع کنش مجزا هستند، هریک با سبک‌های زندگی متفاوتی قرابت دارند و در عین حال، زائر و سیاح هویت‌های گفتمانی برساخته‌شده در فضای دو گفتمان متفاوت هستند.

یافته‌های پژوهش نشان داد تمایزاتی میان نحوه گذران اوقات فراغت، که شاخصی برای الگوی سبک زندگی نسل‌هاست، میان سه نسل مورد بررسی به چشم می‌خورد. الگوهای گذران اوقات فراغت و در نتیجه سبک زندگی نسل‌های اول و دوم این مطالعه، شامل برخی کردارها و فعالیت‌های مذهبی است. این کردارها در نسل سوم کم‌رنگ‌تر هستند و تمایل کمتری به انجام آن‌ها وجود دارد. همچنین گرایش به زیارت در مقایسه با سیاحت، به طور کلی، در نسل‌های اول و دوم بیش از نسل سوم مشاهده

شد. به این ترتیب، به نظر می‌رسد الگوهای سبک زندگی نسل‌ها با گرایش آن‌ها به زیارت در مقایسه با سیاحت بی‌ارتباط نیست.

همچنین یافته‌های این پژوهش حاکی از آن بود که نسل‌های اول و دوم، که گرایش بیشتری به زیارت داشتند، بیشتر از نسل سوم خود را افراد دین‌دار و مذهبی به شمار می‌آوردند. همان‌طور که گفته شد، به نظر می‌رسد صورت‌بندی‌های دانایی مذهبی / غیرمذهبی در ذهنیت افراد احتمالاً بر میزان گرایش آن‌ها به زیارت در برابر سیاحت تأثیرگذار است.

یکی از مسائل اصلی مورد توجه این پژوهش، تفاوت‌های نسلی موجود در میان مصاحبه‌شوندگان در خصوص زیارت و سیاحت بود. یافته‌ها نشان داد نسل اول و دوم پاسخگویان گرایش بیشتری به زیارت در مقابل سیاحت دارند و تفاوت چندانی از این حیث در میان آنان وجود ندارد. اما گرایش نسل سوم در این خصوص به طرز محسوسی با گرایش‌های دو نسل پیش از خود متفاوت است و به نظر می‌رسد که آن‌ها تمایل بیشتری به سیاحت دارند تا زیارت.

مطالعه تجربه زیسته سه نسل افراد مورد مطالعه در مورد تمایزهای ذهنی زیارت و سیاحت نیز نتایج جالب توجهی داشت. این مطالعه نشان داد که در ذهنیت اکثر پاسخگویان، چنان‌که در بخش چارچوب مفهومی شرح داده شد، تمایزی مفهومی میان انگیزه‌ها، اهداف، امیال، روحیات و دستاوردهای سیاحت و سفر زیارتی به خارج از کشور وجود دارد. سفر زیارتی به خارج از کشور، که مراد از آن در این پژوهش سفر به عربستان و عراق بوده است، در ذهن افراد تجربه و تمایلی روحانی، معنوی و مذهبی شمرده می‌شود؛ اما در مقابل، سیاحت بیشتر تجربه‌ای در جهت آرامش، لذت و سرگرمی تلقی می‌گردد.

به نظر می‌رسد در ذهنیت افراد مورد مطالعه این پژوهش، انگیزه‌ها، اهداف و تمایلات سفرهای زیارتی داخل کشور تا حد زیادی با سفر سیاحتی عجین شده است. بیشتر افراد مورد مطالعه اذعان کرده‌اند که تجربه و تمایل آنان در سفر به مکان‌های زیارتی داخل کشور، علاوه بر عوامل روحانی، معنوی و مذهبی، شامل انگیزه‌های سیاحتی همچون لذت، سرگرمی و آرامش نیز می‌شود.

به این ترتیب، زیارت مکان‌های مقدس داخل کشور، به‌نحوی به چارچوب مفهومی سیاحت نزدیک می‌شود. زیارت در این مورد یکی از اهداف و انگیزه‌های سفر دانسته می‌شود و در کنار سایر فعالیت‌های فراغتی گردشگران در طول سفر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر، می‌توان تاحدی از پیوستگی سیاحت و زیارت در تجربه این افراد سخن گفت. بدین ترتیب، الگوی سفرهای زیارتی داخل کشور تا حدود زیادی به گردشگری مذهبی به‌عنوان مفهومی عام‌تر از زیارت نزدیک می‌شود. این دستاورد می‌تواند چارچوب مفهومی این پژوهش را نیز اصلاح و تکمیل کند.

### منابع

- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۶) «الگوهای سبک زندگی در ایران»، در: حاجیان، ابراهیم، *الگوهای سبک زندگی ایرانیان*، ۳۵-۱۵، تهران: پژوهشکده مطالعات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- آزادارمکی، تقی (۱۳۸۷) *جامعه‌شناسی فرهنگ*، تهران: علم.
- آزادارمکی، تقی، مهناز زند و طاهره خزابی (۱۳۷۹) «بررسی تحولات اجتماعی و فرهنگی در طول سه نسل خانواده تهرانی با تأکید بر مقایسه مراسم، آداب و کارکردهای حمایتی»، *نامه علوم اجتماعی*، شماره ۱۶: ۳-۲۹.
- احمدی، یعقوب و حامد بیتا (۱۳۹۰) «سنجش وضعیت تفاوت نسل‌ها در ایزه‌های فرهنگی، اجتماعی، مطالعه موردی: شهر کرمانشاه»، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی دانشگاه اصفهان*، شماره ۲ (پیاپی ۴۲): ۱۸۵-۲۰۸.
- بهروان، حسین (۱۳۸۰) «جامعه‌شناسی زیارت با تأکید بر نیازهای زائران در حرم امام رضا علیه‌السلام»، *مشکوه*، شماره ۷۲ و ۷۳: ۸۷-۱۰۲.
- پاپلی بزدی، محمدحسین (۱۳۸۲) «گردشگری و تبارشناسی صورتبندی یک پدیده جغرافیایی»، *تحقیقات جغرافیایی*، شماره ۶۸: ۴۹-۲۴.
- تاج‌زاده نمین، ابوالفضل و گریگور قضاریان (۱۳۸۹) «فرآیند و عوامل مؤثر در شکل‌گیری انگاره مقصد گردشگری»، *فصلنامه مطالعات گردشگری*، شماره ۱۳: ۱۳۹-۱۶۷.
- تقی‌زاده داوری، محمود (۱۳۸۰) «نگاهی به جامعه‌شناسی زیارت»، *معرفت*، شماره ۴۵: ۶۱-۵۹.
- چیت‌ساز قمی، محمدجواد (۱۳۸۶) «بازشناسی مفاهیم نسل و شکاف نسلی»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۱: ۸۵-۱۱۲.
- حسینی‌زاده، سیدمحمدعلی (۱۳۸۳) «نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی»، *علوم سیاسی*، شماره ۲۸: ۱۸۱-۲۱۲.
- حقیقیان، منصور و عباس غفاری (۱۳۸۹) «بررسی علل شکاف نسل‌ها در بین دانش‌آموزان متوسطه شهر لامرد»، *علوم اجتماعی*، شماره ۸: ۱۷۳-۱۸۹.
- دارباپور، زهرا (۱۳۸۶) «ساختار ارزشی و مناسبات نسلی»، *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، شماره ۱: ۲۳-۱.
- دانایی، نسرين (۱۳۸۸) *تفاوت نسلی در ایران امروز*، تهران: قطره.
- دریغوس، هیوبرت و پل رابینو (۱۳۷۹) *میشل فوکو: فراسوی ساختگرایی و هرمنوتیک*، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نی.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۲۵) *لغتنامه دهخدا*، جلد ۱۹، تهران: دانشگاه تهران.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۴) «جامعه‌شناسی مصرف موسیقی»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، شماره ۴: ۲۷-۵۳.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۶) «تحول سبک زندگی روستایی در ایران»، در: حاجیان، ابراهیم، *الگوهای سبک زندگی ایرانیان*، ۱۰۱-۱۳۱، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.

- کلانتری، عبدالحسین و محمد فرهادی (۱۳۸۷) «جوانان و مصرف گردشگری»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره ۲: ۱۵۹ - ۱۹۱.
- مؤمنی، مصطفی، مظفر صرافی و محمد قاسمی خوزانی (۱۳۸۷) «ساختار و کارکرد گردشگری مذهبی - فرهنگی و ضرورت مدیریت یکپارچه در کلان شهر مشهد»، جغرافیا و توسعه، شماره ۱۱: ۱۳-۳۸.
- محلانی، صلاح‌الدین (۱۳۸۸) جستاری در هنگام فراغت: سفر و جهانگردی، تهران: دانشگاه شهیدبهشتی.
- معین، محمد (۱۳۸۶) فرهنگ معین، تهران: زرین.
- منادی، مرتضی (۱۳۸۶) «اوقات فراغت و چالش‌های جهانی شدن مقایسه دو نسل»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۸: ۱۳۱-۱۶۵.
- مهدوی کنی، محمدسعید (۱۳۸۶) «مفهوم سبک زندگی و گستره آن در علوم اجتماعی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۱: ۱۹۹ - ۲۳۰.
- Bauman, Z. (1996) "From Pilgrim to Tourist - or a Short History of Identity. In S. Hall, & P. D. Gay, *Questions of Cultural Identity*, London: Sage Publications: 18-37.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, London: Routledge & Keagan Paul.
- Laclau, E & C. Mouffe (1985) *Hegemony and Socialist Strategy*, London: Verso.
- Smith, A. M. (1998). *Laclau and Mouffe: The Radical Democratic Imaginary*, London: Routledge.
- Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organisation*, New York: Oxford University Press.