

Understanding the Lived Experiences of Participants in Mourning Rituals: An Interpretive Phenomenological Approach*

Mohammad Abbaszadeh¹

Sakineh Heydarpour Marand²

Ebrahim Mohammadpour³



1. Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Theology and Islamic Studies, University of Tabriz, Tabriz, Iran (**Corresponding Author**). aabbaszadeh@tabrizu.ac.ir.

2. PhD Candidate in Economic and Development Sociology, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. s.heydarpour@gmail.com

3. PhD in Economic and Development Sociology, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. e.mohammadpour70@gmail.com

Abstract

The mourning rituals of Muharram, as a ritual dimension of Islam, have long held special significance and legitimacy. Considering the changes brought by modern life in contemporary Iran, transformations in mourning rituals can also be observed. To better understand these changes, this study explores the phenomenological understanding of the lived experiences of participants in mourning rituals. Deep interviews were conducted with 21 participants in mourning gatherings (hey'at) in the city of Marand, using a purposive sampling method until theoretical saturation was reached. Using an interpretive phenomenological approach and the analysis method of Diekmann et al., ten semantic clusters emerged, including: the role of worldly utility belief (cohesion and meaning-making

* Abbaszadeh, M., Heydarpour Marand, S., & Mohammadpour, E. (2025). Understanding the lived experiences of participants in mourning rituals: An interpretive phenomenological approach. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 181-212.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70997.2125>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/02/03 • **Revised:** 2025/09/22 • **Accepted:** 2025/10/21 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



functions of transcendent utility belief), religious socialization, commercialization of mourning rituals, hyper-reality in rituals, and misalignment between form and content. The findings indicate that, due to the prominence of worldly utility belief and participants' shift toward personal needs and individual benefits, the commercialization of mourning rituals has increased, and signs of ritualization in mourning practices are observable.

Keywords

Mourning rituals, lived experience, interpretive phenomenology, commercialization, ritualization.

فهم تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری؛

با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری*

محمد عباس‌زاده^۱ سکینه حیدرپور مرند^۲ ابراهیم محمدپور^۳

۱. استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده دانشکده الهیات و علوم اسلامی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).

aabasazadeh@tabrizu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

s.heydarpour@gmail.com

۳. دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

e.mohammadpour70@gmail.com



چکیده

عزاداری محرم از منظر مناسکی اسلام از دیرباز دارای اهمیت و اعتبار ویژه‌ای بوده است. با توجه به تغییراتی که در دوران معاصر، متناسب با زندگی مدرن در ایران رخ داده، می‌توان تغییراتی را نیز در مناسک عزاداری رصد کرد. لذا برای درک بهتر این تغییرات، در این پژوهش، فهم پدیدارشناختی تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری مدنظر قرار گرفته و در قالب تکنیک مصاحبه عمیق با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری شهر مرند به شیوه‌ای هدفمند و با ملاک اشباع نظری انجام پذیرفت. با بهره‌گیری از روش پدیدارشناسی تفسیری و شیوه تحلیل دیکلمن و همکاران، ۱۰ خوشه معنایی پدیدار شدند که می‌توان به مقولاتی هم چون فایده‌باوری این جهانی (کارکرد انسجام‌بخشی و کارکرد

* عباس‌زاده، محمد، حیدرپور مرند، سکینه، محمدپور، ابراهیم. (۱۴۰۴) فهم تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیات‌های عزاداری؛ با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۱۸۱-۲۱۲.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70997.2125>

▣ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

▣ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۶/۳۱ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



معنابخشی فایده‌باوری فرا این جهانی)، جامعه‌پذیری مذهبی، کالایی‌شدن مناسک عزاداری، فزون واقعیت در مناسک عزاداری و عدم همخوانی فرم و محتوا و.. اشاره کرد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که با توجه به پررنگ‌بودن فایده‌باوری این جهانی و سوق پیدا کردن مشارکت‌کنندگان به سمت احساس نیاز شخصی و منافع فردی بیشتر، کالایی‌شدن عزاداری نمود بیشتری پیدا کرده و نشانه‌هایی از آیینی‌سازی در مناسک عزاداری قابل رویت است.

کلیدواژه‌ها

مناسک عزاداری، تجربه زیسته، پدیدارشناسی تفسیری، کالایی‌شدن، آیینی‌سازی.

مقدمه

مطالعه امر دینی در ایران از جمله حوزه‌های جامعه‌شناختی است که به توجه ویژه‌ای نیاز دارد. نقش تعیین‌کننده دین در کلیه شئون فردی و اجتماعی ایرانیان در طول تاریخ، اهمیت بررسی تحولات در عرصه دینی را به خوبی نشان می‌دهد. البته آنچه در اینجا مدنظر است. رفتارهای دینی شامل مجموعه‌ای از اعمال است که در ارتباط با باورها و اعتقادات دینی صورت می‌گیرند. این اعمال، که اغلب به شکل مراسم و آیین‌های خاص تکرار می‌شوند، به مثابه مناسک یا آیین‌های عبادی شناخته می‌شوند (مظاهری، ۱۳۹۰، ص ۲۷۰). این مناسک ریشه در باورها، نیازها و گرایش‌های دینی افراد وابسته به هر مذهب دارند و به صورت آیین‌ها، نمادها، جشن‌ها و مراسم سوگواری تجلی پیدا می‌کنند (منتظرالقائم و کشاورز، ۱۳۹۶، ص ۳۸). یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های این مناسک، عزاداری است. دورکیم در تحلیل مناسک عزاداری، آن را نوعی مراسم جمعی تلقی می‌کند که در شرکت‌کنندگان حالتی از «هیجان و شور غیرعادی» ایجاد می‌کند. این مراسم نشان‌دهنده احساسات اجتماعی و عواطفی است که فرد در برابر آن به وظایف خود عمل می‌کند (کاهیرده و بهار، ۱۳۸۹، ص ۱۶۱). در دین اسلام یکی از مهم‌ترین مناسک جمعی، مناسک عزاداری محرم است که اکثریت مؤمنان شیعی در آن شرکت می‌کنند و هیئت‌های عزاداری هم در نقش جماعت مناسکی دینی یکی از مهم‌ترین عرصه‌های دین‌ورزی مؤمنان است این مناسک، که تحت تأثیر فرهنگ و تحولات اجتماعی در دوره‌های مختلف تاریخی دچار تغییراتی شده‌اند، در اشکال متنوعی بروز یافته‌اند. تغییراتی که در دوران معاصر و با توجه به مقتضیات زندگی مدرن در این آیین‌ها ایجاد شده، زمینه‌ساز مطالعاتی با رویکرد انتقادی و آسیب‌شناسانه در حوزه دین و اجتماع شده است. تامل در نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در ایران، از جمله مطالعه بهرام‌نژاد و محدثی (۱۳۹۶)، فیاض و رحمانی (۱۳۸۵)، گیویان (۱۳۸۵)، فراستخواه (۱۳۸۶) و خدای (۱۳۹۳) که در آن تبیین علل اجتماعی وقوع چنین تغییر و تحولاتی مطمع نظر قرار گرفته حاکی از آن است که دینداری در حوزه مناسک عزاداری می‌تواند به امری

مسئله‌مند تبدیل و این گونه استنباط می‌شود که طی دو سه دهه اخیر آیین‌های دینی - تحت تأثیر فرهنگ متحول شده در جهان و زندگی روزمره فرهنگی نوپدید جامعه ایرانی - درگیر دگرگونی‌های گسترده‌ای شده‌اند. لذا فهم و درک این تحولات از طریق تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان لازم به نظر می‌رسد چرا که عدم اهتمام به این مهم می‌تواند عواقبی را در جامعه به‌ویژه در عرصه کنش دینی داشته باشد که مهم‌ترین پیامد آن می‌تواند فاصله گرفتن کنشگران دینی از اصول و دستورات ارائه شده در متون دینی و ایجاد ذائقه دینداری خاص در بین عزاداران باشد. از این رو با رویکردی پدیدارشناسانه و پیش از هر گونه پیش داوری یا تحمیل چهارچوب پیشینی، سعی شده است تا بسترها و شیوه‌های تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری از خلال روایت‌های آزاد خود آنها نقل و بیان گردد تا تغییرات و تحولات احتمالی ایجاد شده در مناسک عزاداری ظهور و بروز یابند. بنابراین هدف این پژوهش، شناخت برداشت مشارکت‌کنندگان از عزاداری است و در ادامه درصدد است که عوامل و شرایط تأثیرگذار بر شکل‌گیری تجارب زیسته آنها را نیز شناسایی نماید.

چهارچوب مفهومی

از آنجا که رویکرد این پژوهش، رویکردی پدیدارشناسانه است، لذا توجه به نظریات پدیدارشناسی و ارتباط آن با دین نیز ضرورت دارد. هوسرل^۱ یکی از موثرترین فرد در شکل‌گیری پدیدارشناسی است و بعدها این روش از سوی فلاسفه مختلف به کار گرفته شد. وی نشان می‌دهد که وقتی هر گونه‌ای از معنا به بیان درمی‌آید، کنش خاصی از آگاهی رخ می‌دهد. در واقع تأکید بر قصدیت^۲، از یک طرف متضمن آن است که همه معناها از طریق کنش‌های آگاهی انسانی تقویم می‌شوند و لذا بر نقش فعال سوژه در صورت‌بندی هر جنبه معناداری از جهان اصرار می‌ورزد. هم‌چنین نظریه قصدیت اشاره

1. Husserl

2. Intentionality

دارد به این که جهان معنایی را که آگاهی آشکار می‌سازد از قبل در خود دارد. اگزیستانسیالیست‌ها آشکار این راه حل فلسفی را که پدیدارشناسی فراهم آورده بود پذیرفتند. در ارتباط با پدیدارشناسی دینی هم باید عنوان کرد که با اینکه هوسرل خود روش پدیدارشناسی را در حوزه دین به کار نبرده است اما با دوم مفهوم در پراتز گذاردن (اپوخه^۱)، شهوت ذات^۲ که از سوی وی ارائه گردید، به مانند نقطه آغازین معرفت‌شناختی مناسب برای مطالعه پدیدارشناختی دین محسوب گردید. انتقاداتی که در خصوص رهیافت کلاسیک پدیدارشناسی به دین انجام گرفت، نهایتاً منجر به ظهور پدیدارشناسی هرمنوتیک دین گردید. این رهیافت نیز با وجود آن که از بستر پدیدارشناسی هوسرل برخاسته است ولی دعوی ترک آن داشته و بر نقش تاویل در تمام جنبه‌های زندگی تاکید می‌ورزد. این روش عمدتاً دستاورد تاملات هایدگر است، گرچه او نیز مانند هوسرل هرگز در حوزه دین از آن بهره نگرفته است ولی تأثیرات آن بر دین پژوهان غیرقابل اغماض است (خاتمی، ۱۳۸۲، ص ۸۱). در واقع، پروژه فلسفی هایدگر آشکار ساختن تجربه مستقیم و معنادار جهان است. وی با استفاده از روش پدیدارشناسی به بررسی زندگی اصیل پرداخته و بر آن است که این زندگی در یک روش دینی قابل تجربه است (علمی، ۱۳۸۸، ص ۵۲). هایدگر^۳ نیز پدیدارشناسی هوسرل را به صورت ترکیبی از تحلیل اگزیستانسیال و هستی‌شناسی عمیق درآورد. در حالی که هوسرل به فهم هستی‌ها یا پدیده توجه دارد و پدیدارشناسی را علم توصیفی در نظر می‌گیرد، هایدگر یک فیلسوف مفسر است که بر «دازاین»^۴ تاکید دارد و پدیدارشناسی را در تفکر فلسفی خود تعریف می‌کند و مانند سارتر، پدیدارشناسی و فلسفه اگزیستانس را به هم در می‌آمیزد (جمادی، ۱۳۸۵، صص ۲۲-۱۷). در اندیشه هایدگر در باب دین و الوهیت، با گونه‌ای خاص از کلام منتسب به ساحت معنویت مواجهه هستیم و در واقع نقطه عزیمت هایدگر

-
1. Epoch
 2. Eidetic
 3. Heidegger
 4. Dasein

به ساحت امر قدسی، پرسش هستی^۱ است و تحلیل هستی‌شناختی دازاین به درک هر چه بهتر تجربه مواجهه با امر الوهی در نقش یکی از انگزستانسیالیست‌های دازاین کمک می‌کند (یزدانی و پاک‌نهاد، ۱۹۴، صص ۴۳-۴۱). مرلو پونتی^۲ هم بحث ادراک^۳ را در قالب پدیدارشناسی دنبال کرد. تمرکز اندیشه مرلو - پونتی نیز بر درک ماهیت زیسته و متجسم خودآگاهی و ادراک انسان است. سهم روشنفکرانه مرلو پونتی تا حدودی گسترش نسخه هوسرلی پدیدارشناسی و تمرکز بر مفاهیم تجسم^۴ و ادراک بود. در واقع از طریق تجربه زیسته است که ما دانشی از این جهان کسب می‌کنیم و فعالیت‌های بدن در این جهان، تجربه زیسته ما را برمی سازد (دیل و بیل، ۱۳۹۱، صص ۱۵۲-۱۵۴). نظریه مرلوپونتی در ارتباط با دین را بدین گونه می‌توان تفسیر کرد که ما دین را چیزی بدانیم که به‌طور مادی و از طریق بدن تجربه شود نه با نگاه پارادیمی دکارتی به دین که تمایل دارد تا دین را چیزی بدانند که عمدتاً با باورهای فرد یا ذهن خودآگاه سروکار دارد (دیل و بیل، ۱۳۹۱، ص ۱۵۵).

مرور پیشینه پژوهشی

سوارت^۵ (۲۰۱۷) پژوهشی با هدف کمک به توسعه یک چارچوب مفهومی مناسب برای توسعه تفسیر تجربی عمیق از نحوه و میزان ارزش‌گذاری مناسک مذهبی در جایگاه منبع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در زمینه آفریقای جنوبی انجام داد. قرشی^۶ (۲۰۱۷) نیز به این مسئله توجه کرده که کالایی شدن چه تأثیری در مناسک دینی (حج) و تجربیات زائران دارد و معتقد است که برای این زائران، حج کالایی شده است. حسین (۲۰۱۸) نیز با استفاده از رویکردی پدیدارشناختی به تحلیل انگیزه‌ها و تجربیات زائران

1. Sein frage

2. Merleau- ponty. M

3. Perception

4. embodiment

5. Swart

6. Qurashi

پیاده در سفر کربلای معلی (عراق) در زیارت اربعین می‌پردازد و نشان می‌دهد که انگیزه‌های زائر پیاده اربعین ناشی از شعائر همیشگی جامعه شیعه و توجه به جامعه (امت) است. علی‌های^۱ (۲۰۱۹) نیز با استفاده از بررسی قوم‌نگاری مراسم راهپیمایی محرم در ادینبورگ، نشان می‌دهد که چگونه راهپیمایی احساس تداوم سنت در غرب را فراهم می‌کند. از پژوهش ارشد و مسعود^۲ (۲۰۱۹) با عنوان «تحلیل گفتمان در مورد اهمیت مناسک در جامعه‌پذیری دینی» می‌توان چنین استنباط کرد که آیین‌ها نقش بسیار مهمی در اجتماعی‌شدن دارند و نقش کارگزاران آموزش غیررسمی را در جامعه‌ای ایفا می‌کنند. هم‌چنین بوکوزی^۳ (۲۰۱۹) نیز سعی دارد که با استفاده از صنعت فرهنگ آدورنو، پدیده کاتولیک انجیلی را تحلیل کند که به روش خود سعی در استانداردسازی و توزیع فرهنگ کاتولیک دارد. چارلز^۴ و همکارانش (۲۰۲۰) نیز به این نکته اشاره دارد که یکی از کارکردهای کلیدی مناسک دینی می‌تواند افزایش پیوند اجتماعی باشد و دی‌وال و ون‌تونگرن^۵ (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر آیین و جامعه بر رفتار مصرف‌کننده در میان اعمال مذهبی می‌پردازد و معتقدند که طرحواره‌های مذهبی^۶، پایدار هستند و تغییر آنها بسیار دشوار است.

در ارتباط با پژوهش‌های صورت گرفته در داخل کشور نیز می‌توان به پژوهش تاج‌بخش (۱۳۹۹) اشاره کرد که با توجه مدل سنج‌شناسی تجربه گروه‌های دینی واخ، به سه بعد فکری (بصیرت‌افزایی و...)، بعد عملی (سبک‌نوین‌عزاداری، جامعه‌پذیری دینی و...) و در بعد اجتماعی (ارتقای سرمایه اجتماعی، ایجاد پیوندهای فرانسلی و...) اشاره دارد. خدای (۱۳۹۳) نیز با بررسی برخی از بازنمودها و آیین‌های مذهبی معتقد است که اهمیت یافتن فزاینده پدیده فردی‌شدن در هر سه سطح باور، آیین و رفتارهای

1. Alibhai

2. Arshad & Masood

3. Boccuzzi

4. Charles

5. DeWall & Van Tongeren

6. religious schemas

روزمه و به موازات پویش فردیت یافتگی در متن زندگی اجتماعی در عرصه دینی، ذهنیت دینی، سیالیت فزاینده‌ای پیدا می‌کند. فراستخواه (۱۳۸۶) در تحقیقی با تکنیک مشاهده مشارکتی و مصاحبه، نشان می‌دهد که مناسک دینی نیز از نفوذ روندهای امروزی دنیوی شدن، پلورالیزه شدن، اقتضایی شدن و حتی کالایی شدن برکنار نیستند و فضای چند تکه‌ای و بریکولاژی‌هایی از دین و غیردین پدیدار شده و به شناسایی دینداری پسامدرن بریکولاژی می‌پردازد. فیاض و رحمانی (۱۳۸۵) نیز با استفاده روش مشاهده مشارکتی، معتقدند که با ظهور پدیده جدیدی مانند هیئت‌های پاپ، نقش روحانیون در حال کمرنگ شدن، رفتارهای فردگرایانه و غیرنخبه‌گرایانه در حال رشد و هنجارها در سبک مداحی و انتخاب مکان در حال شکستن بوده است و نوعی صنعت فرهنگ در گفتمان کربلا شکل گرفته و کالایی شدن تولیدات و ایجاد بازار بزرگی از محصولات این نوع سبک را در پی داشته است. گیویان (۱۳۸۵) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیده که آیین‌ها زمینه‌ای برای بروز فرهنگ عامه‌پسند شده و در آنها رعایت هنجارهای اجتماعی به نفع هنجارشکنی کم رنگ‌تر می‌شود و احياناً جنبه سرگرمی به خود می‌گیرند. بهرام‌نژاد و محدثی (۱۳۹۶) نیز در مطالعه‌ای روند تغییرات مناسکی را تحت عنوان کارناوالی شدن مراسم عزاداری توضیح داده و با بررسی برخی هیأت‌های عزاداری در شهر تهران، از آغاز کارناوالی شدن عزاداری عاشورا سخن گفته‌اند.

روش‌شناسی

در این پژوهش، محقق با روش مطالعه کیفی و پیروی از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری درصدد برآمده که به تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری دست یابد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل کلیه افرادی هستند که در سال ۱۴۰۰ در هیئت‌های مذهبی شهر مرند مشارکت فعال و در مناسک عزاداری شرکت داشته‌اند. در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری، با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان فعال در هیئت‌های عزاداری شهر مرند با لحاظ قاعده حداکثر تنوع

تا رسیدن به اشباع نظری مصاحبه صورت گرفت. به‌طوری‌که از این تعداد مصاحبه شونده، ۱۲ نفر مرد و ۹ نفر زن بوده‌اند. بالاترین سن مصاحبه‌شوندگان ۷۹ سال و پایین‌ترین آن ۳۰ سال بود. ۲ نفر مجرد و ۱۹ نفر متأهل بودند که با توجه به رده سنی این امر طبیعی می‌نماید. سطح تحصیلات مصاحبه‌شوندگان نیز بین سطح ابتدایی تا سطح دکتری در نوسان بود. هم‌چنین بالاترین مدت عضویت در بین مصاحبه‌شوندگان ۶۵ سال و پایین‌ترین مدت عضویت ۷ سال بوده که در سمت‌های مختلفی همچون امور مالی، امور فرهنگی، مداح، رجزخوان، وعاظ، متولی، سخنران و مبلغ مذهبی در هیئت‌های مختلف شهر فعالیت داشتند. هر مصاحبه بین ۲۰ تا ۷۰ دقیقه بود و پس از ضبط و پیاده‌سازی مکتوب بر اساس روش دیکلمن^۱ و همکاران (۱۹۸۹) تجزیه و تحلیل شدند. حاصل این مرحله، ۳۴ زیرمقوله بود که بر اساس تجربیات زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری استخراج گردید. در مرحله بعد درون مایه‌های استخراج شده که با گزیده‌هایی از متن مصاحبه‌ها همراهی می‌کرد - بررسی شدند و یافته‌ها در قالب ۱۰ درون مایه اصلی مشخص گردید. برای قابلیت اعتماد یافته‌ها، اقداماتی از جمله در داخل پیرامون قرار دادن پیش فرض‌های محقق، حداکثر نوسان در انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش و هم‌چنین ارائه یافته‌ها به برخی از افراد مورد مطالعه به منظور سنجش و اعتبار یافته‌ها استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در ارتباط با این سؤال که عزاداری را چه معنا می‌کنید؟ اغلب مصاحبه‌شوندگان از دیدگاه کارکردی به این سؤال پاسخ داده‌اند. رویکرد کارکردی به دین، با نام دورکیم گره خورده است. هری آلپرت^۲، چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم این‌گونه بیان می‌کند: نیروهای اجتماعی انضباط‌بخش، انسجام‌بخش، حیات‌بخش و

1. Dikelman

2. Alpert.H

خوشبختی بخش بندی (کوزر، ۱۳۸۲، ص ۲۰۰). وبر و کارکردگرایان نوینی هم چون دیویس^۱، یینگر^۲ و ادی^۳، هم توجه خاصی به کارکرد معنا بخشی دین معطوف داشته و معتقدند که دین فراهم آورنده معنا در برابر جهانی است که پیوسته گرایش به بی معنایی دارد (علمی و چنگی آشتیانی، ۱۳۹۲، ص ۷). زیر مقولات «تطهیر گناه» و «هدایت و رستگاری» در ذیل مقوله «فایده باوری فرا این جهانی عزاداری» قرار گرفت و در ارتباط با فایده باوری این جهانی در بعد فردی مقوله «کارکرد معنا بخشی» و در بعد اجتماعی مقوله «کارکرد انسجام بخشی» عزاداری مدنظر قرار گرفت:

جدول ۱- جدول تجربیات زیسته در ارتباط با برداشت مصاحبه شوندگان از عزاداری

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
	تطهیر گناه	اشک ریختن و پاک شدن گناه
		توبه و جلای روح
		ثواب اخروی
فایده باوری فرا این جهانی	هدایت و رستگاری	بی احترامی به والدین / مشارکت و هدایت
		چشم و هم چشمی / مشارکت و هدایت
		مواظبت در رفتار و کردار
		مشارکت با پوشش نامناسب و امید به رستگاری
		مشارکت با نیات متعدد اما امید به رستگاری
	پیوند بین نسلی و انتقال فرهنگ عاشورایی	زنده نگه داشتن یاد امام حسین
		جاودانگی قیام و انتقال آن از گذشتگان
		پیروی از راه امام حسین
		قدردانی نسل معاصر از امام حسین

1. David
 2. Yinger
 3. Odi

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
کارکرد انسجام بخشی	ارتقای سرمایه اجتماعی	پیگیری احوال دوستان
		رفع کدورت‌ها
		دیدار دوستان
		ایجاد انس و الفت
		رفع مشکل اقتصادی
		کمک به فقرا و نیازمندان
		همیاری و حل مشکلات محله
	کسب منزلت و اعتبار اجتماعی	کسب اعتبار اجتماعی
		کسب اعتماد دیگران
		عدم جسارت در حضور فرد
		به دست آوردن احترام
کارکرد معنا بخشی	تعقیب حاجات	رفع تنهایی
		شفای دست شکسته
		درمان افسردگی
		سفینه نجات هم راحت، هم وسیع و هم سریع
		بیمه عمر
		بچه دار شدن
		درمان سرطان
		التیام مرگ فرزندان
	آرامش بخشی	آرامش به دلیل انتخاب راه امام حسین
		آرامش از طریق گریه برای امام حسین
	مناسک در خدمت تولید احساس عشق / مستی /	وجود مستی
		لذت بخش بودن

مفاهیم	زیر مقولات	مقوله
عشق‌بودن امام حسین	دیوانگی / لذت	
دیوانگی		
خوش‌حال‌بودن	نشاط معنوی	
دوری از افسردگی		
صفای باطن و نشاط روح		
ایجاد نشاط دائمی		
احساس سبک‌شدن		
گرفتن نیرو برای زندگی کردن	انرژی بخش بودن	
شارژشدن و روحیه مضاعف پیدا کردن		
عدم احساس خستگی		

در خصوص این سؤال که چه عواملی باعث مشارکت مصاحبه‌شوندگان در این تجربه معنوی شده است، بسیاری از مصاحبه‌شدگان به کشش‌های فطری و اکتسابی به‌مثابه نقطه آغازین درگیری دینی خود اشاره کرده‌اند. این کشش‌ها در دو مقوله اصلی «اراده ملکوتی و قدسی» و «جامعه‌پذیری دینی» دسته‌بندی شده‌اند. به گفته شجاعی‌زندی (۱۳۹۱)، دیندارشدن از دو مسیر فطری و اکتسابی حاصل می‌شود و او معتقد است که علی‌رغم تفاوت‌های تأکیدی نظریات فطرت و اکتساب در مورد دو عنصر تقاضا و عرضه، این دو می‌توانند به‌طور همزمان با یکدیگر هماهنگ باشند. فرضیه تلفیق و دوگانگی فطرت و اکتساب بر این اصل استوار است که هر عرضه‌ای نیازمند تقاضا و تمایل در سوی دیگر است. بر این اساس، دیندارشدن هم به یک زمینه و کشش درونی در انسان نیاز دارد، هم مستلزم ارائه آموزه‌ها و احکام دینی است و هم به اقداماتی هدفمند از سوی دینداران پیشین و نهادها و مبلغان دینی برای جذب پیروان جدید وابسته است (شجاعی‌زندی، ۱۳۹۱، صص ۸۰-۸۲).

جدول ۲- جدول تجربیات زیسته در ارتباط با عوامل تاثیرگذار مشارکت در عزاداری

جامعه‌پذیری دینی	سرمايه دينی خانواده	شیردادن در نوازدی با ذکر نام امام حسین
		دعای آبا و اجداد برای حسینی شدن
		متبرک کردن دهان در نوازدی با تربت امام حسین
		اعلان عزا در خانه (پوشاندن لباس مشکی برای کودکان / ممنوعیت بگو بخند / نپختن غذا در شام غریبان برای همدری با اسرا روز عاشورا
		برپایی سفره حضرت ابوالفضل هر ساله در خانه
		برپایی هیئت و روضه در خانه
	میدان دین و تعامل با کارگزاران جامعه‌پذیری	تحصیل در مدارس مذهبی (مدرسه)
		حضور در مسجد و پای منبر علما (دیگران مهم)
		اجازه دادن به کودکان برای حضور در هیئت‌های عزاداری به تنهایی (خانواده)
		شرکت در روضه و مراسم عزاداری همراه با مادر بزرگ (خانواده)
		خواندن زیارت عاشورا در محافل دوستانه (گروه همسالان)
		زیستن در محلات مذهبی
		حضور در مراسم شبیه‌خوانی در روز عاشورا همراه با مادر (خانواده)
		حضور در مسجد و دوستی با بچه هیئتی‌ها (گروه همسالان)

اراده ملکوتی و قدسی	توفیق الهی	لایق نبودن بنده اما عنایت ارباب دعوت شدن و لیبیک به آن هدیه امام حسین وصل شدن
	امری فطری	حب امام حسین قبل از عالم خلقت ودیعه گذاشته شده در قلب انسان نیاز به معنویت در ذات انسان پیمان گرفتن در عالم ذر

کالایی شدن^۱ مناسک عزاداری

کالایی شدن دین، دین‌ورزی را به مثابه رفتاری در بازار مصرف تعبیر می‌شود (حمیدیه، ۱۳۸۹، ص ۱۹۲). نگرش به دین همانند کالای مصرفی، در بحبوحه تولید انبوه کالاهای دینی، فetiš شدن^۲ کالاهای دینی هم‌چون کالاهای مصرفی دیگر، به از دست رفتن هاله احترام‌آمیز و تبعیت از سازوکار بازار مصرف، دگردیسی می‌یابد (زروانی و حمیدی، ۱۳۸۹، ص ۹۱). برای نمونه در ارتباط با خرید و فروش کالای معنوی و ایجاد بازار مذهبی در مراسمات مربوط به عزاداری محرم نیز آقای ۷۹ ساله‌ای که بازاری است و از متولیان و مداحان قدیمی یکی از هیئت‌های سنتی است عنوان می‌کند که:

الان می‌بینی که سر اینکه چقد پول بگیرن چانه می‌زنن! مثلاً اینقد بدی میام هیئت مداحی می‌کنم. قدیم که ما مداحی می‌کردیم با اینکه سه چهار تا مداح در شهر بیشتر نبود اما اصلاً پول نمی‌گرفتیم اما الان بدون پول محاله بیاید مراسم امام حسین.

1. Commodification

۲. فetiš عبارت است از شیئی مادی که غالباً قابل حمل بوده و دارای قوه سحرانگیز نهانی است. فetišسم عبارت است از: آیین احترام، تقدس و استمداد از قوای مخفی و مستور در اشیای بی‌جان طبیعی.

در ارتباط با زیرمقوله «تنوع و تعدد آیین و نمایشی شدن آن» آقای ۶۰ ساله‌ای که دبیر بازنشسته و خودش از متولیان یکی از هیئت‌هاست، می‌گوید:

یه دهاتی رفته بودم که در یه ده کوچک در روز عاشورا چهار تا مراسم شبیه خوانی اجرا می‌کردند. طوری شده بود که صدای مراسم تغزیه‌ها با هم تداخل می‌کرد و اصلاً معلوم نبود که چی میگن!..... قدیم هم از اول محرم تا روز عاشورا در دسته‌ها عزاداران قمه در دست می‌گرفتند و روز عاشورا هم که مراسم قمه‌زنی بود، زن و بچه مردم می‌ترسیدن. الان هم که قمه ممنوع شده جدیداً به جای قمه، چماق به دست می‌گیرن یا حتی دیده‌ام که پولیکا هم دست گرفته‌ان....

صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ^۱

صنعت فرهنگ برای وضع مفهومی مکانیسمی به کار گرفته شده که طی آن نظام سلطه سعی دارد تا با بهره‌گیری از دستکاری نشانه‌های فرهنگی، منطق حساب‌شده روابط کالایی حاکم بر بازار را بر سطوح عالی انسانی مستولی کند. بدین ترتیب انسان‌ها حتی در لایه‌های ارتباطی و تراوایی بین‌ذهنی خویش هم دچار منطق حسابگری سود و نفع شخصی شوند (هاشیمان و بصیرتی، ۱۳۹۸، ص ۸۶). آدورنو در صحبت در مورد «صنعت فرهنگ» قصد دارد تا چگونگی استانداردشدن و توزیع فرهنگ به شکل کالایی را برجسته کند که در نهایت در خدمت تداوم وضعیت موجود است (Boccuzzi, 2019, p. 3). از طریق استانداردسازی تولید و توزیع، همه اشیای فرهنگی به وسیله‌ای برای رسیدن به یک هدف یعنی سود تبدیل می‌شوند که با اشکال «اصیل» فرهنگ که به خودی خود غایت هستند، متفاوت است (Boccuzzi, 2019, p. 3). تحلیل آدورنو از صنعت فرهنگ به فهم نقش صنعت مداحی در کالایی‌شدن مناسک عزاداری کمک می‌کند. چراکه پدیده مداح محوری به روش خود سعی در استانداردسازی و توزیع سبک مداحی

1. Culture Industry

عامه‌پسند دارد و نشان می‌دهد که با قدرت یافتن مداحان جایگاه واعظ به حاشیه رانده می‌شود. در ارتباط با زیرمقوله «غلبه عاطفه و احساس‌گرایی» و «پیدایش سبک مداحی عامه‌پسند»، آقای ۴۹ ساله‌ای که خودش هم در هیئت‌ها مداحی می‌کند، معتقد است:

یکی از مواردی که خودم با اون مواجه بودم بخصوص در حوزه مداحی، وارد شدن سبک‌های مداحی جدید بود که با ترفندی هم وارد شده و یکی از شبیخون‌های فرهنگی هم هس که متأسفانه سبک‌های اصیل مداحی تبدیل به مداحی با سبک ترانه‌های ترکی شد و نوحه از سبک دستگاه به سمت ترانه و آهنگ حرکت کرد و به‌صورت مبتذل مثلاً آهنگ قره گوز بوی بوی در مداحی وارد شد.

در ارتباط با زیر مقوله «مداح محوری» و «تغییر نقش و جایگاه واعظ و مداح» هم آقای ۴۲ ساله‌ای که معمم است و در هیئت‌های مذهبی با نقش واعظ حضور می‌یابد، می‌چنین می‌گوید:

قدیم عزاداری‌ها با نماز شروع می‌شد بعد منبر بود و مداح بعنوان پامنبر محسوب می‌شد. یعنی بعد یه ساعت سخنرانی ده دقیقه مداحی صورت می‌گرفت. الان در هیئت‌ها منبر که نیس اگه هم باشه برعکس شده منبر شده پای عزاداری و مداحی میگن حاج آقا شما صحبت رو شروع کن مردم جمع بشن بعد مداحی شروع بشه و مردم سینه بززن و گریه کنن.

عزاداری در نقش ابزار قدرت هیئت‌های مذهبی

در تعریف قدرت گفته‌اند که «رابطه‌ای الزام‌آور بین دو گروه حاکم و فرمانبردار است که در چهارچوب دسته نخست گروه دوم را تابع و مطیع اراده خود می‌کند و فرمانبرداران نیز اطاعت از حاکمان را حق و مشروع تلقی می‌کنند (مقصودی و علی‌پور، ۱۳۹۰، ص ۹۰). در این میان آیین‌ها و مناسک نظام‌هایی از ارزش‌ها هستند که در جان و

روح جامعه رسوخ کرده است و به باورها و اعتقادات دینی و ارزشی آن جامعه تبدیل شده‌اند لذا می‌توانند به‌مانند ابزارهایی برای اعمال قدرت یا برقراری نظم یا همبستگی اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند (مقصودی و علی‌پور، ۱۳۹۰، صص ۹۴-۹۲). در ارتباط با زیرمقوله «توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی» آقای ۶۵ ساله‌ای که دبیر بازنشسته است و در هیئت‌ها سخنرانی می‌کند عنوان می‌کند که:

هیئت خودشو محق میدونه که خیابون ببندند تا عزاداری تمام بشه فکر میکنن چون در سایه مقام والایی چون امام حسین عزاداری میکنن پس محق هستن می‌تونن راهو ببندند یا پرچم و بنر رو هر جایی که اراده کنند بزنن حتی اگه مردم هم اذیت بشن.

فزون‌واقعیت^۱ در مناسک عزاداری

فزون واقعیت یا حادواقعیت اصطلاحی است که توسط بودریار^۲ به کار رفته است و با تأثیرات بازتولید فرهنگ انبوه مرتبط است و نشان می‌دهد یک شیء، رویداد و تجربه‌ای که به این ترتیب بازتولید شده جایگزین اصلی آن می‌شود یا بر آن ترجیح داده می‌شود: این که کپی «واقعی‌تر از واقعی است» (Akhavan et al, 2018, p. 98). در ارتباط با «بدل جای اصل را گرفتن» خانم ۴۱ ساله که کارمند حوزه علمیه است معتقد است که بدل جای اصل را گرفته و نماز واجب جایش را به مستحباتی مانند عزاداری داده است:

همین شبیه‌خوانی‌ها رو می‌بینید، دغدغه اول امام حسین نماز اول وقت بود، اما می‌بینی که تا ساعت ۵ عصر نمایش طول می‌کشه. طرف نماز ظهرش هم قضا میشه اما براش مهم نیست. ده شب قبل هم تمرین می‌کنن تا ساعت دو تا سه نصف شب اونجا هم نماز صبحش قضا میشه. خب این فرد می‌خواهد تو عزاداری امام حسین چیکار کنه؟ این چه حسین چی بوده آخه.

1. Hyper- reality

2. Baudrillard.J

و یا خانم ۳۱ ساله مجردی که دکتری حوزوی دارد تجربه حضور خودش را در یک روضه خانگی بیان می‌کند:

یه زمانی که به روضه می‌رفتم می‌دیدم که تو مجلس امام حسین لباسای زرق و برق دار و باز می‌پوشن. گرچه سیاه‌پوش بودن اما در واقع حرمت عزاداری را حفظ نمی‌کردن. این جور لباسا و حتی زرق و برق خانه‌ها هم ذهن آدمو از عزاداری منحرف می‌کنه.

عدم همخوانی فرم و محتوای مناسک عزاداری

زیمل در نظریه جامعه‌شناسی صوری^۱ خود سعی در بازسازی مفهوم «فرم» و «محتوا» دارد. زیمل از یک سو قائل به دیالکتیک بین فرم و محتوا است که مثال آشکار این دیالکتیک زیملی را می‌توان در مقوله دین‌داری و دین مشاهده کرد. از سوی دیگر از چرخش دیالکتیکی فرم و محتوا سخن می‌گویید و معتقد است آنچه از یک نظر فرم است، از جنبه‌ای دیگر، می‌تواند محتوا باشد و برعکس (محمدی و حاضری، ۱۳۹۵، صص ۱۲۹-۱۲۸). در ارتباط با «تاکید فرم به جای محتوا» آقای ۴۳ ساله و دبیر ورزش می‌گوید که:

یادمه با بچه‌هیئتی‌ها نشسته بودیم و در مورد همین عزاداری امام حسین صحبت می‌کردیم و در مورد اینکه حضرت سجاد فرزند امام حسین یا برادرش به توافق نرسیدیم! با اینکه در کل مراسمات عزاداری شرکت می‌کنیم اما هیچ شناخت و بینشی پیدا نمی‌کنیم. با اینکه شناخت نداریم ولی عزاداری میریم. بیشتر افراد بخاطر خودشان میرن نه بخاطر امام حسین. خودمو مثال بزمن من وقتی تو هیئتم بیشتر دوست دارم یک نوحه‌خوان صدای قشنگی داشته باشه و نوحه حزن‌انگیز و سوزناکی رو بشنوم و از اون لذت ببرم بدون اون که بدونم محتوای اون چیه یا صحبت‌هاش در من تاثیری داشته باشه.

1. Formal Sociology

جدول ۴- جدول مقولات استخراج شده از تفسیر تجربیات زیسته مشارکت کنندگان

زیاد شدن تعداد روضه‌ها	تنوع و تعدد آیین	کالایی شدن مناسک عزاداری
زیاد شدن هیئت و دسته‌های سینه‌زنی		
زیاد شدن مراسم شبیه‌خوانی روز عاشورا		
رغبت به دریافت پول برای عرضه مداحی	خرید و فروش کالای معنوی	
چانه‌زنی بر سر دریافت پول بیشتر		
افزایش تقاضا برای عرضه کالای معنوی (مداحی) از طرف هیئت‌ها		
گذاشتن گهواره در روضه‌های خانگی برای جمع‌آوری پول	ایجاد نوعی بازار مذهبی	
مبلغ احسان (پول) تعیین کننده کیفیت و تعداد صلوات و فاتحه در دسته‌ها		
جمع‌آوری علنی پول برای خرید تجهیزات برای هیئت‌های عزاداری		
آویزان کردن پرچم حضرت ابوالفضل برای جمع‌آوری پول بیشتر		
برداشتن چماق یا چوب به مثابه نماد دسته شاه حسین گویان (تایید)	فروکاست امر قدسی به نمایش مذهبی (تبدیل آیین مذهبی به کالای جذاب و نمایشی)	
برداشتن چماق یا پولیکا برای جذابیت بیشتر (نقد)		
پوشیدن لباس متحدالشکل (مشکی پوشی)		
اعلان عزا و سیاه‌پوش کردن شهر	مذهبی شدن فضای عمومی به مثابه ویتترین هیئت‌ها	
ترجیح دادن میداین شهر برای عزاداری به جای حسینیه و مساجد		

	(عرضه کنندگان کالای معنوی)	
آوردن تجهیزات (آلات موسیقی) برای افزایش تماشاچیان	فشاردگی جمعیت (متقاضیان کالای مذهبی) نشانه و جاهت عزاداری	
رقابت هیئت‌ها برای افزایش دادن جمعیت		
برتری دسته عزاداری منسوب به حاکمیت نسبت به دیگر دسته‌ها		
بستن میادین و خیابان‌ها و محقق دانستن خود برای مقام امام حسین	توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی	
زدن پرچم‌ها و بنرها در هر جایی که اراده کنند تسری دادن اعلان عزا به قبل از محرم و تا آخر صفر		
رقابت هیئت‌ها با هدف افزایش تعداد مشارکت کنندگان		تبدیل عزاداری به آیین مشروعیت‌ساز و ابزار قدرت
رقابت هیئت‌ها با هدف نامدار کردن هیئت و دسته سینه‌زنی محله یا ده یا شهر خود		
رقابت ریش سفیدان هیئت‌ها به منظور خودنمایی و منیت	رقابت متولیان هیئت‌ها برای ابراز وجود هیئت خود	
رقابت متولیان هیئت‌ها برای آوردن فلان مداح مشهور		
رقابت هیئت‌ها برای جمع‌آوری پول بیشتر		
مدح زیبایی ظاهری اهل بیت		ظهور صنعت
توجه به عشق زمینی و مجازی	غلبه عاطفه و	مداحی در نقش

یک صنعت فرهنگ	احساس‌گرایی بر عقل‌گرایی	تمرکز بر عطش و تشنگی قیام عاشورا هیجان‌آفرینی کاذب مداح (استشمام بوی حضرت رقیه)
	پیدایش سبک مداحی عامه‌پسند	خواندن نوحه به سبک ترانه‌های ترکیه‌ای یا آذری وارد کردن شور به مداحی (حسین حسین گفتن با ریتم تند)
	ارتقای منزلت مداحان (مداح محوری)	عدم اقبال مردم به سخنران و استقبال از مداحی و مداحان یک‌بعدی شدن عزاداری و پررنگ کردن مداحی با هدف گریاندن مردم
	حالت تقابلی پیدا کردن وجه تعاملی منبر و مداحی	جابه‌جاشدن جای منبر و پامنبری (مداحی) انتظار وعاظ برای دعوت رسمی از آنها به هیئت‌ها و میدان‌داری مداحان
	عزاداری فراتر از یک آیین مذهبی	چندبعدی دانستن آن (جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، سیاسی و دین‌شناسی و.... پیک کامل و جامع بودن (معنوی، اجتماعی، سیاسی و....
فزون واقعیت در مناسک عزاداری	بدل جای اصل را گرفتن	انجام تجربه معنوی به قیمت تخلف از قانون عزاداری امام حسین به مثابه عروسی (تایید روی آوری به تجهیزات مدرن) سبک شمردن امر واجب (نماز) به منظور انجام امر مستحب (عزاداری) پوشیدن لباس فاخر و دور از شأن امام حسین در عزاداری‌ها

مشارکت در عزاداری با نیت غیرمعنوی (جلب توجه / پیدا کردن کیس برای ازدواج)		
توجه به ریتم و ضرباهنگ نوحه به جای محتوای آن	تاکید بر فرم و شکل عزاداری به جای محتوی	عدم هم خوانی فرم و محتوا (غم نامه فرهنگ عزاداری)
عدم کسب شناخت، بینش و غفلت از محتوا		
استفاده گسترده از طبل و سنج/ بلندگو و باند (ابزار آلات موسیقی)	تنوع ابژه های عزاداری	
استفاده گسترده از پرچم ها / بنر / عکس (نمادهای عزاداری)		
جایگزین شدن میکروفن به جای صدای طبیعی مداح	برتری یافتن وجه زیباشناسانه عزاداری	
ورود آلات موسیقی (مدرن) به جای سنج و زنجیر و طبل (سنتی)		
جایگزینی عکس های هنری به جای متن		
ظهور چندین امام حسین به جای امام حسین واقعی	تکثر و تعدد امام حسین	
امام حسین واقعی و بدلی		
امام حسین ساده زیست و امام حسین پولدار		
غلبه شور حسینی بر شعور حسینی	سطحی شدن و فقدان عمق	
تبدیل مناسک عزاداری به مجالس درویشان و صوفیان (شورزنی)		
حرکت از باطن به سمت ظاهر		

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه که در این پژوهش نمود یافته و در قالب کارکرد معنویت‌بخشی به دین به آن

اشاره شد، این نکته است که مشارکت‌کنندگان سعی در معنابخشیدن به جهان زندگی خویش دارند و این معنابخشی از منظر آنها به پوچی نمی‌انجامد و از طریق مشارکت در مناسک عزاداری به تطهیر خود از احساس گناه می‌پردازند یا به نجات و رستگاری می‌اندیشند که مرتبط به عادت‌واره‌های ذهنی آنان است و از سوی دیگر عزاداری را به تعبیر مرلوپونی به مثابه ادراک متجسم و بدن‌مند درک و تفسیر می‌کنند و در واقع با اصالت‌بخشیدن به تن است که بر جدایی میان امر جسمانی و امر ذهنی فائق می‌آیند که در اشاره به مواردی همچون تعقیب حاجات، شفاعت‌بخشی، نجات از بیماری و... این امر هویداست. هم‌چنین به واسطه شرکت در عزاداری، منزلت و اعتبار اجتماعی در جامعه کسب کرده و ضمن گرد هم آمدن‌ها، سرمایه اجتماعی خود را افزایش می‌دهند و از طریق پیوندهای بین نسلی موجبات توالی، استمرار و انتقال فرهنگ عاشورایی را از نسلی به نسل دیگر فراهم می‌سازند که همگی این یافته‌ها با نتایج پژوهش تاج‌بخش (۱۳۹۹) و فراستخواه (۱۳۸۶) که در آن به کارکردهای مورد انتظار از مراسم عزاداری اشاره شده، مطابقت دارند. هم‌چنین با استناد به روندهای شکل‌گیری دینداری شجاعی زند (۱۳۹۱) می‌توان گفت که گرایش به مناسک عزاداری از مسیر فطرت و مسیر اکتساب رخ می‌دهد که منطبق بر مقولات «اراده قدسی» و «جامعه‌پذیری دینی» استخراج شده از این پژوهش است. بر طبق تئوری جامعه‌پذیری، کارگزاران جامعه‌پذیری نقش اساسی در تحقق اهداف فرهنگی جامعه دارند که در این پژوهش هم آنچه نمود یافته است انتقال فرهنگ عاشورایی است که از طریق فرایند جامعه‌پذیری و توسط کارگزاران آن یعنی خانواده، گروه همسالان و.. از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود که این یافته پژوهش با یافته‌های پژوهش ارشد و مسعود (۲۰۱۹) هم‌همخوانی دارد. از دیگر یافته‌های پژوهش که از تفسیر تجارب زیسته دینی مشارکت‌کنندگان در عزاداری به دست آمده است این نکته است که عزاداری محرم به سمت کالایی‌شدن سوق یافته است. در واقع فایده‌باوری اساس دین و معنویت کالایی شده است و این ویژگی عقل‌بازاری، بر تحصیل حداکثر فایده محسوس و این جهانی تاکید دارد (حمیدیه، ۱۳۸۹، صص ۲۰۴-۱۹۲).

تاکید مصاحبه‌شوندگان به فایده‌باوری این جهانی عزاداری نیز گویای این واقعیت است. هم‌چنین توجه به فایده و نفع شخصی در تجربه دینی منجر به کالاشدگی آن می‌شود که در یافته‌های تحقیق به آن پرداخته شد. در تحلیل آنچه در حال وقوع است می‌توان از نظریه آستانگی آیین ترنر و درک وی از رابطه جماعت‌وارگی^۱ و مرحله آستانگی با امر قدسی بهره گرفت. ترنر معتقد است که مرحله آستانه‌ای یعنی جایی که جماعت‌وارگی در آن ظهور می‌یابد، واجد ارزش اخلاقی و مذهبی است (رحمانی و کاظمی، ۱۳۹۰، ص ۱۵۷). لذا می‌توان گفت که هیئت‌های عزاداری در جایگاه یکی از مهم‌ترین اجتماعات مناسکی در جامعه ایران، تبلور جماعت هیئتی هستند. از آنجایی که، کریستین بل (۱۹۹۲) هدف آیینی کردن را کل بخشی به جامعه منطبق با الگوهای روابط قدرت تجویز شده در آیین‌ها قلمداد می‌کند می‌توان گفت که گسترش روزافزون مکان‌ها و ابژه‌های آیینی که در مورد آیین عزاداری عاشورایی تقریباً کل جامعه را در بر می‌گیرد، گسترش مشارکت شمار افزون‌تری از اعضای جامعه در آیین‌ها را در پی دارد و استراتژی آیینی کردن لاجرم به تقویت کارگزاران آیین می‌انجامد. این پژوهش با استخراج مقولاتی چون «عزاداری در نقش ابزار قدرت هیئت‌های مذهبی» و «صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ» به اهمیت یافتن جماعت هیئتی و افزایش قدرت آنها اشاره دارد. در این خصوص وقتی بحث از مداحان در میان باشد به گفتمان صنعت مداحی ختم می‌شود. در واقع مداحان در شرایط خاص به صورت ستاره‌های عامه‌پسند در می‌آیند که از سویی، افراد آیینی‌شده را نمایندگی می‌کنند و از سوی دیگر نقش الگو را برای پیروان خود ایفا می‌کنند. این یافته‌ها به‌نوعی نتایج پژوهش گیویان (۱۳۸۵) و فیاض و رحمانی (۱۳۸۵) را هم تایید می‌کند. هم‌چنین به تعبیر بوردیو، دین با ظهور میدان‌ها و اشکال متمایز سرمایه و هیئت حرفه‌ای که عهده‌دار توزیع کالاهای رستگاری‌اند ظاهر می‌شود که واجد نوعی رقابت درونی است (سپیدنامه و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۹۳). کالایی شدن وقتی نمود بیشتری پیدا می‌کند که عزاداری به‌مانند یک کالای

1. Communitas

دینی به کنشگران دینی عرضه می‌شود و یک رقابت درونی بین متولیان هیئت‌ها برای ابراز وجود خودشان شکل می‌گیرد چرا که میدان دین نیز مانند هر میدان دیگری به تعبیر بوردیویی در آن مبارزه برای انحصارطلبی یعنی کنترل میدان را می‌طلبد و از طرف دیگر با توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی به ابزاری برای اعمال قدرت و ابزار سلطه تبدیل می‌گردد و آیین عزاداری به آیینی مشروعیت‌ساز مبدل می‌گردد. هم‌چنین با استناد به یافته‌های پژوهش می‌تواند عنوان کرد که جماعت هیئتی با استفاده از ابزار قدرت و نفوذ هیئت‌ها سعی در مذهبی کردن فضای عمومی به مثابه ویتروینی برای خودشان عمل می‌کنند و در واقع با تنوع و تعدد آیین، ایجاد نوعی بازار مذهبی که در آن کالای معنوی خرید و فروش می‌گردد، عزاداری را از حالت یک امر قدسی به نمایشی مذهبی و یک کالای جذاب و نمایشی برای متقاضیان کالای معنوی تقلیل می‌دهند که پدیده کالایی شدن مناسک عزاداری به منصفه ظهور می‌رسد. در تحلیل این پدیده، به صحنه آمدن کنشگران دینی جدید نیز می‌توان اشاره کرد و نمونه بارز آن همین ارتقای منزلت مداحان و مداح محور شدن عزاداری‌ها و جابه‌جاشدن نقش منبری (واعظ) و پای منبری (مداحی) است و ظهور صنعت جدیدی به نام صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ در عرصه مناسک عزادای است که این صنعت فرهنگ به کالایی شدن زاینده صورت فرهنگی منجر می‌شود. هم‌چنین به استناد یافته‌های تحقیق می‌توان مقولاتی چون عدم هم‌خوانی فرم و محتوای عزادای و رسیدن به سطحیت و فقدان عمق، تبدیل شدن اصل به بدل و رخ دادن حاد واقعیت در عزاداری را بازتاب ویژگی‌هایی دینی پست‌مدرنی دانست. سطحیت و فقدان عمق ویژگی است که جیمسون^۱ بدان اشاره کرده است. هم‌چنین مفهوم حاد واقعیت بودریار که تاکید دارد تکثیر انگاره‌ها که مشخصه دوران پسامدرن است و در مناسک عزاداری هم نمود یافته است؛ بدین شکل که عموماً دین این گونه فهمیده می‌شود که دارد چیزی واقعاً واقعی را توصیف می‌کند، اما در اینجا در عزاداری محرم گویا واقعیتی که توصیف می‌شود به

1. Jameson. F

ادعای بودریار دیگر وجود ندارد و اصل جای بدل را گرفته است. این یافته‌ها، نتایج پژوهش فراستخواه (۱۳۸۶) را که عنوان می‌کند جامعه ایران به دنیای پسامدرن پرتاب شده است و آیین‌های دینی نیز تحت تأثیر محیط متحول، فضای چندتکه‌ای (بریکولاژی) که طرز ناب، سکولار، عرفی و مدرن را تجربه می‌کنند، را تایید می‌کند. یافته‌های این پژوهش، بیانگر آن است که کالایی‌شدن، آیینی‌سازی و رگه‌هایی از چرخش پست‌مدرنی در مناسک عزاداری نمود یافته است.

فهرست منابع

- بهرام نژاد، شعبان علی؛ محدثی گیلوایی، حسن. (۱۳۹۶). نظریه کارناوالی شدن عزاداری عاشورا. تهران: نسیم بیداری، (۷۸).
- تاج‌بخش، غلامرضا. (۱۳۹۹). فهم پدیدارشناسانه تجارب زیسته جوانان از حضور در هیئت عزاداری در محرم کرونایی. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان. ۱۰ (۲)، صص ۲۰۱-۲۲۲.
<http://doi.org/10.22059/jstmt.2021.310775.1398>
- جمادی، سیاوش. (۱۳۸۵). زمینه و زمانه پدیدارشناسی. تهران: انتشارات ققنوس.
- حمیدیه، بهزاد. (۱۳۸۹). بازخوانی انتقادی تحولات اخیر دین‌داری و معنویت‌گرایی. قبسات، ۱۵ (۵۶)، صص ۲۱۱-۱۸۶.
- خاتمی، محمود. (۱۳۸۲). پدیدارشناسی دین (چاپ اول). تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خدای، علیرضا. (۱۳۹۲). دلالت‌هایی بر روند فردی شدن امر دینی در ایران، مطالعه موردی جوانان شهر شیراز. مطالعات اجتماعی ایران، ۷ (۱)، صص ۵۹-۳۰.
<http://doi.org/20.1001.1.20083653.1392.7.1.2.1>
- دیل، ویلیام؛ تیموتی، بیل. (۱۳۹۱). نظریه برای پژوهش‌های دینی (مترجم: حمید پرنیان). تهران: انتشارات زمانه.
- رحمانی، جبار؛ کاظمی، علی. (۱۳۹۰). جماعت‌وارگی و جماعت‌هیتی. مطالعات جامعه‌شناختی، ۱۸ (۳۹)، صص ۱۶۵-۱۵۳.
- زروانی، مجتبی؛ حمیدی، بهزاد. (۱۳۸۹). اسلام و سه پارادایم دین‌داری. عقل و دین، ۱ (۲)، صص: ۹۷-۷۰.
- سپیدنامه، بهروز؛ فراستخواه، مقصود؛ رحمانی، جبار. (۱۳۹۸). خوانشی بوردیویی از جامعه‌شناسی دین با تأکید بر سه گانه: میدان، عادت‌واره دینی و سرمایه. توسعه اجتماعی، ۱۴ (۱)، صص
<http://doi.org/10.22055/qjssd.2019.15271> ۱۷۵-۲۰۸.

شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۹۱). روندهای شکل گیری دینداری. علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۹(۲)، صص ۷۷-۱۰۲.

<http://doi.org/10.22067/jss.v0i0.14124>

علمی، قربان. (۱۳۸۸). ساحت دینی در اندیشه هاید گر. پژوهش های فلسفی - کلامی، ۱۱(۴۲).

<http://doi.org/10.22091/pfk.2009.17>

علمی، قربان؛ چنگی آشتیانی، مریم. (۱۳۹۲). بررسی کارکرد معنابخشی دین در اندیشه علامه طباطبائی. انسان پژوهی دینی، ۱۰(۳۰)، صص ۲۵-۵.

فرستخواه، مقصود. (۱۳۸۶). نمایی از دین ورزیدن جوانان طبقه متوسط جدید شهری؛ خلاصه ای

از یک مطالعه موردی درباره مراسم دهه محرم در تهران. <https://farasatkah.blogspot.com>

فیاض، ابراهیم؛ رحمانی، جبار. (۱۳۸۵). مناسک عزاداری و گفتمان کربلا در دین ورزی اقشار فرودست شهری. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۶(۴)، صص ۸۰-۵۷.

کاهیرده، نسیم؛ بهار، مهری. (۱۳۸۹). تحلیل گونه های گفتمانی متاثر از محتوای مناسک عاشورا (از خلال تحلیل گفتمان نشریات مرتبط با موضوع عاشورا). پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ۵(۵)، صص: ۱۷۴-۱۵۷.

کوزر، لوئیس. (۱۳۸۲). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی (مترجم: محسن ثلاثی، چاپ دهم). تهران: انتشارات علمی.

گیویان، عبدالله. (۱۳۸۵). آیین سازی و فرهنگ عامه پسند دینی، تاملی در برخی بازنمایی های بصری دینی و شیوه های جدید مداحی. انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۵(۵)، صص ۲۱۲-۱۷۹.

محمدی، نعیم؛ حاضری، علی محمد. (۱۳۹۵). تحلیل فرم و محتوای اندیشه روحانیون معاصر درباره نسبت دین و سیاست با تاکید بر نظریه زیمل. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۱(۴)، صص: ۱۵۲-۱۲۵.

مظاهری، محسن حسام. (۱۳۹۰). رسانه شیعه، جامعه شناسی آیین های سوگواری و هیئت های مذهبی در ایران؛ با تاکید بر دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی. تهران: بین الملل.

مقصودی، مجتبی؛ علی پور، جعفر. (۱۳۹۰). بررسی نمادها و آیین‌های مشروعیت بخش در برنامه‌های صدا و سیما با تاکید بر مناسک مذهبی. مطالعات روابط بین الملل، ۴(۱۴)، صص ۷۷-۱۱۶.

منتظر القائم، اصغر؛ کشاورز، زهرا السادات. (۱۳۹۶). بررسی تغییرات اجتماعی مراسم و مناسک عزاداری عاشورا در ایران. شیعه‌شناسی، ۱۵(۵۸)، صص ۷۲-۳۷.

هاشمیان، سید محمد حسین؛ بصیرتی، منیره. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی عزاداری از چشم انداز تحلیلی صنعت فرهنگ آدورنو و سیاست‌گذاری آن. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۷(۲۷)، صص ۱۰۶-۷۷. <http://doi.org/10.22081/jiss.2020.68465>

یزدانی، عباس؛ پاک نهاد، مهدی. (۱۳۹۴). پرسش از نسبت اخلاق و دین در اندیشه هایدگر. جستارهای فلسفه دین، ۴(۱)، صص ۵۶-۳۹.

Akhavan, B. & Asadi, F. & Gholamalipoor, P. (2018). Transformation of Hyper-reality in Contemporary America and its Effects on Political life of Islamic World. *Political studies of Islamic world*, 6(4), pp. 97-109.

Alibhai, F. S. (2019). Twelver shia in edinburgh: marking Muharram, mourning Husayn. *Contemporary Islam*, 13(3), pp. 325-348.

Arshad, M. R. & Masood, F. B. (2019). Discourse on the Significance of Rituals in Religious Socialization. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 9(2), pp. 194-211. <http://doi.org/10.32350/jitc.92.10>.

Bell, C. (1991). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford university press.

Boccuzzi, Francis. (2019). "A Commodified Faith: Theodor Adorno's Culture Industry and Evangelical Catholicism". *Masters Essays*.118.<https://collected.jcu.edu/mastersessays>

Charles, S., & van Mulukom, V., & Farias, M., & Brown, J. E., & Delmonte, R., & de Maraldi, E. & O, et al. (2020). Religious rituals increase social bonding and pain threshold. *PsyArXiv Preprints*, my4hs. <http://doi.org/10.31234/osf.io/my4hs>. <http://hdl.handle.net/21.11116/0000-0005-9ECA-6>

- DeWall C. N & Van Tongeren, D. R. (2021). No Longer Religious, but Still Spending Money Religiously: Religious Rituals and Community Influence Consumer Behavior among Religious Dones, *The International Journal for the Psychology of Religion*. <http://doi.org/10.1080/10508619.2020.1871558>
- Diekelmann, N. L., & Allen, D., & Tanner, C. A. (1989). *The NLN criteria for appraisal of baccalaureate programs: A critical hermeneutic analysis* (Vol. 15, No. 2253). ABRAMS.
- Hayaty, H. (2023). Urban Service Planning for Cities with Fluid Populations, Case Study: Mehran Borda City. *Journal of Urban Ecology Researches*, 14(32), pp. 147-164. <http://doi.org/10.30473/GRUP.2023.65926.2745>
<http://doi.org/10.1007/s11562-018-0432-z>
<http://doi.org/10.30479/PSIW.2018.1404>
- Husein, U. M. (2018). A phenomenological study of Arbreen foot pilgrimage in Iraq. *Tourism Management Perspectives*, 26, pp. 9-19. <http://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.015>
- Kalmykova, E. (2021). Faith Assimilated to Perception: the Embodied Perspective, *Sophia* 60, pp. 989-1007. <http://doi.org/10.1007/s11841-020-00764-x>
- Qurashi, J. (2017). Commodification of Islamic religious tourism: from spiritual to touristic experience. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(1), p. 9. <http://doi.org/10.21427/D7VC7D>
- Swart, I. (2017). Social Capital, Religious Social Capital and the Missing Element of Religious Ritual, *Religion and Theology*, 24(3-4), pp. 221-249. <http://doi.org/10.1163/15743012-02403008>.

Editorial Board

(Persian Alphabetical Order)

Nasrullah Aqajani

Assistant Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Karim Khan Mohammadi

Associate professor and head of the Educational Department for Cultural Studies and Relations, Baqir al-Olum University.

Mahmud Rajabi

Professor, Imam Khomeini Educational and Research Institute

Sayyed Abbas Salehi

Assistant Professor, Research Center For Civilization Islam, Islamic Science And Culture Academy

Hassan Ghaffari.far

Assistant Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Hossein Kachuyan

Associate Professor, School of Social Science, Tehran University

Nematollah Karamollahi

Associate Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Shamsullah Mariji

Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Reviewers of this Volume

Qasem Ebrahimipour, Khalil Amirizadeh, Mohammad Reza Anvari, Fazel Hesami, Hossein hajmohammadi, Sayyed Abbas Hosseini, Sayyed Mirsaleh Hosseini jebelli, Davood Rahimi Sajasi, Mohammad Alini, Hasan Ghafarifar, Mohsen Ghanbari Nik, Mortaza Mortazavi.



The Quarterly Journal of
Islam
and Social Studies

Vol. 13, No. 2, Summer 2025

49

Islamic Sciences and Culture Academy

www.isca.ac.ir

Manager in Charge:

Najaf Lakzaei

Editor in Chief:

Hamid Parsania

Executive Director:

Mohsen GHanbari Nik

Tel.: +98 25 31156909 • P.O. Box.: 37185/3688

Jiss.isca.ac.ir

www.jiss.isca.ac.ir

راهنمای اشتراک مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم



ضمن تشکر از حسن انتخاب شما

مرکز توزیع مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم عهده دار توزیع و اشتراک مجلات ذیل می باشد. لطفاً پس از انتخاب مجله مورد نظر، فرم ذیل را تکمیل کرده و به نشانی ارسال فرمایید.

فرم اشتراک

حوزه	فقه	نقد و نظر	آینه پژوهش	جستارهای فقهی و اصولی
یک سال اشتراک ریال ۲,۸۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰
پژوهشهای قرآنی	اسلام و مطالعات اجتماعی	مطالعات علوم قرآنی	جامعه مهدوی	اخلاق
یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰
نام پدر: میزان تحصیلات:		نام و نام خانوادگی: تاریخ تولد:		نام: نهاد: شرکت:
کد اشتراک قبل: پیش شماره: تلفن ثابت: تلفن همراه:		کد پستی: صندوق پستی: رایانامه:		نشانی: استان: شهرستان: خیابان: کوچه: پلاک:

هزینه های بسته بندی و ارسال به عنوان تخفیف محاسبه شده است.

قم، چهارراه شهدا، ابتدای خیابان معلم، نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
کد پستی: ۳۷۱۵۶-۱۶۴۳۹
تلفن: ۰۲۵-۳۱۱۵۱۱۶۲
شماره پیامک: ۳۰۰۲۷۰۲۵۰۰۰۰
رایانامه: magazine@isca.ac.ir

شماره حساب سیبایانک ملی ۰۱۰۹۱۴۶۰۶۱۰۰۵ نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی