

## Conceptualization and design of cultural pole model with emphasis on blessed monuments based on classical foundation data theory

Mahdi Esnaasharan<sup>1</sup>

Faezeh Taqipour<sup>2</sup>

### Abstract

The purpose of this research is to conceptualize and design the cultural pole model with emphasis on blessed monuments. To achieve this goal, the qualitative identification method based on the data-derived theory method and in the data analysis stage, (open, central, selective coding) was used using the classical model. In this regard, by studying special documents and in-depth and semi-structured interviews it was done by using theoretical sampling with managers of monuments, Owqaf Organization, as well as professors and culture reporters. The number of samples continued until the responses reached the saturation stage (a total of 16 interviews). In order to evaluate the reliability of the data, the criteria of the theory derived from the data including conformity, comprehensibility, generality and controllability were used. The main phenomenon of the research was called the transformation of the audience into a pilgrim and the tomb into a cultural pole. The concept of cultural hub has two objective and abstract dimensions, which objective dimension includes dimensions: financial, cultural, administrative, civil, media, educational and welfare facilities and the abstract dimension also includes the dimensions of originality, accountability, carrier, absorbing, effective, promoter, productive, axis and necessity.

**Keywords:** cultural pole, blessed monuments, pilgrimage, tourism, foundation data theory.

The first year|

Number Four|

Summer 2024|

---

1. Graduated with a PhD in media management. Responsible author.  
esnaashar@gmail.com

2. Associate Professor, Department of Communication and Business, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan).  
esnaashar@gmail.com

## صياغة وتصميم نموذج مفهوم القطب الثقافي مع التركيز على الاماكن المتبركة على أساس نظرية البيانات الاساسية التقليدية

مهدي اثنى عشران<sup>١</sup>  
فائزه تقى پور<sup>٢</sup>

### الخلاصة

الهدف من هذا البحث هو صياغة و تصميم نموذج مفهوم القطب الثقافي مع التركيز على الاماكن المتبركة. لتحقيق هذا الهدف تم استخدام أسلوب التحديد النوعي المعتمد على الأسلوب النظري المشتق من البيانات في مرحلة تحليل المعلومات (الترميز المفتوح، المحوري، الانتقائي) وباستخدام النموذج الكلاسيكي (التقليدي). في هذا الصدد، و من خلال دراسة الوثائق الأولية و المقابلات المتعمقة و شبه المنظمة باستخدام العينات النظرية و التي تم إجراؤها مع مديري الاماكن و هيئة الأوقاف، فضلا عن الأساتذة و المراسلين الثقافيين. استمر اخذ العينات حتى وصلت الإجابات إلى مرحلة التشبع (١٦ مقابلة). و من أجل تقييم موثوقية البيانات، تم استخدام معايير النظرية المشتقة من البيانات بما في ذلك التوافق و الشمولية و العمومية و إمكانية السيطرة. و كانت الظاهرة الرئيسية للبحث هي تحويل المخاطب الى زائر، المكان المتبرك إلى مركز ثقافي. إن مفهوم المحور الثقافي له بعدان موضوعي و مجرد، و يتضمن البعد الموضوعي أبعادا: مالية، ثقافية، إدارية، مدنية، و المرافق الإعلامية و التعليمية و الرفاهية و البعد المجرد كذلك و يشمل أبعاد الأصالة و الاستجابة و الناقل و الجاذبية و الفعالة و المروجة و الإنتاجية و المحور و الضرورة.

**الكلمات المفتاحية:** القطب الثقافي، المناطق المباركة، الزيارة، السياحة، نظرية البيانات الاساسية



فصل نامه  
علمي  
مطالعات  
بِقاع و  
امكان  
متبركه

١. حاصل على الدكتوراه في إدارة الإعلام  
esnaashar@gmail.com

٢. أستاذ مشارك، قسم الاتصالات والأعمال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة آزاد الإسلامية، فرع أصفهان (خواراسكان)  
esnaashar@gmail.com

## مفهوم‌سازی و طراحی مدل قطب فرهنگی با تأکید بر بقاع متبرکه بر اساس نظریه داده بنیاد کلاسیک

مقاله پژوهشی

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۵/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲

مهدی اثنی عشران<sup>۱</sup>  
فائزه تقی پور<sup>۲</sup>

### چکیده

هدف این تحقیق مفهوم‌سازی و طراحی مدل قطب فرهنگی با تأکید بر بقاع متبرکه است. برای دستیابی به این هدف از روش شناسایی کیفی مبتنی بر نظریه برخاسته از داده‌ها و در مرحله تجزیه و تحلیل اطلاعات از (کدگذاری باز، محوری، انتخابی) و با بهره‌گیری از مدل کلاسیک استفاده شد. در این راستا با مطالعه اسناد بالادستی و مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختاریافته با استفاده از نمونه‌گیری نظری، با مدیران بقاع، سازمان اوقاف و همچنین اساتید و خبرنگاران فرهنگ انجام شد. تعداد نمونه‌ها تا زمانی ادامه پیدا کرد که پاسخ‌ها به مرحله اشباع رسید (تعداد ۱۶ مصاحبه) برای ارزیابی قابل اتکا بودن داده‌ها، معیارهای نظریه برخاسته از داده شامل تطابق، فهم‌پذیری، عمومیت و کنترل‌پذیری استفاده گردید. پدیده اصلی تحقیق تبدیل مخاطب به زائر، بقعه به قطب فرهنگی نام گرفت. مفهوم قطب فرهنگی دارای دو بعد عینی و انتزاعی گردید که بعد عینی شامل ابعاد امکانات مالی، فرهنگی، مدیریتی، عمرانی، رسانه‌ای، آموزشی و رفاهی و بعد انتزاعی نیز شامل ابعاد اصالت، پاسخگویی، حامل، جاذب، مؤثر، مروج، مولد، محور و ضرورت است.

**کلیدواژه‌ها:** قطب فرهنگی، بقاع متبرکه، زیارت، گردشگری، نظریه داده بنیاد



## ۱. ضرورت و بیان مسئله

بقاع متبرکه مدفن امامزادگان، از اماکن و نمادهای مذهبی شیعیان محسوب می‌گردد، همچنین فرهنگ و مذهب دارای روابط پیوسته و منسجمی هستند، مذهب یکی از مؤلفه‌های فرهنگ است، حال آنکه از منظر اسلام شناسان، مذهب خود فرهنگ‌ساز است، آغاز رسالت پیامبر و ظهور اسلام مبدأ و منشأ یکی از بزرگ‌ترین تحولات تاریخ تمدن بشری است. تحولی که در پی آن تغییرات فرهنگی بسیاری ایجاد شد، سرزمین‌های بسیاری فتح گردید، افراد کثیری به اسلام گرویدند. ایران و ایرانیان از این قاعده مستثنی نبودند. علاقه ایرانیان به خاندان اهل بیت و همزمان هم‌زمان ظلم و ستم خلفای بنی‌امیه و بنی‌عباس بر ایرانیان باعث انزجار بیشتر ایرانیان از این دستگاه‌ها و گرایش به خاندان اهل بیت بود؛ از این‌رو در طی سالیان متمادی، امامزادگان به دلیل علاقه و استقبال ایرانیان و همچنین وجود مضجع شریف امام هشتم علی بن موسی‌الرضا (علیه‌السلام) و نیز به جهت فرار از ظلم و ستم خلفا و نجات جان خود و خانواده، برای هجرت ایران را انتخاب می‌کردند. به همین دلیل هم‌اکنون مرقد بسیاری از آنان در سراسر کشور وجود دارد که محلی برای زیارت مسلمانان است و از آنان با نام بقاع متبرکه یاد می‌شود. بقاع متبرکه تحت تولید سازمان اوقاف و امور خیریه قرار دارد که تعداد آن‌ها بیش از هشت هزار بقعه است، وجود چنین کثرتی بیانگر ظرفیت بالایی است. بقاع متبرکه می‌توانند کارکردهای متفاوتی داشته باشند؛ ولی به دلایل مختلف مدیریتی و فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، عمرانی از توان بالقوه آن‌ها استفاده نمی‌گردد، بعضاً این اماکن صرفاً جهت زیارت و اگر در مسیرهای جاده‌ای قرار داشته باشند برای استراحت بین‌راهی استفاده می‌گردند؛ به همین دلایل و هم‌چنین تأکیدات مقام معظم رهبری، هم‌اکنون سازمان اوقاف تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی را یکی از اهداف مهم خود قرار داده است و می‌کوشد این مهم را به نحو احسن انجام دهد. سؤال اصلی که در اینجا مفهوم قطب فرهنگی چیست و این مفهوم چه ابعادی دارد؟

## ۲. مبانی نظری

قطب و قطب فرهنگی: قطب در فرهنگ فارسی در معانی مختلفی به کار می‌رود. عمید (۱۳۸۹) برای قطب چهار معنی را ذکر می‌نماید: ۱. ملاک و مدار چیزی؛ ۲. بزرگ و مهتر قوم؛ ۳. در جغرافیا به هر یک از طرفین محور کره زمین که آن‌ها را قطب شمال و قطب جنوب می‌گویند؛ ۴. جزء رسانای یک دستگاه که جریان برق از آن خارج یا به آن وارد می‌شود.

ناحیه فرهنگی شهرها، به علت قدمت تاریخی و وجود عناصر باارزش تاریخی، موقعیت مناسب ارتباطی، قرارگیری بازار اصلی شهر و قلب تپنده اقتصادی آن دارای ارزش و جایگاه منحصره فردی در ساختار فضایی-کارکردی شهر است (Ratlu، ۲۰۱۳). در شهرهای خلاق، ارتباط مستقیمی بین امکانات و دارایی‌های شهری در جذب سرمایه‌های اجتماعی- انسانی خلاق در زمینه اقتصاد شهری به وجود می‌آید، به‌گونه‌ای که با استفاده از این سرمایه‌های خلاق می‌توان رشد و توسعه شهری را پیش‌بینی کرد (Florida، ۲۰۱۲).

امروزه در مباحث علمی به‌طور گسترده به پدیده قطب‌های فرهنگی و خلاق و بررسی این

محدوده‌ها پرداخته می‌شود، از مرکز تاریخی شهر، سایت‌های میراث صنعتی، جوامع و شهرک‌ها تا مراکز خرید فرهنگی، رسانه‌های دیجیتال و شهر دانش‌ها (Evans, ۲۰۰۹). به‌طور کلی می‌توان گفت قطب‌های فرهنگی با پنج معیار طبقه‌بندی می‌شوند: ۱. فعالیت‌های فرهنگی صورت گرفته هماهنگ با یکدیگر یا مصرف‌کننده؛ ۲. نحوه تأمین منابع مالی دولتی یا خصوصی مبتنی بر بازار آزاد؛ ۳. میزان مداخله (محیط‌هایی با فرهنگ بسته که تغییر در آن‌ها سخت ممکن است یا فضاهای باز شهری که با جذب اقتصاد خارجی با هویت فرهنگی متفاوت همراه است)؛ ۴. رویکرد سازمانی (برنامه‌ریزی بالا به پایین یا الهام گرفته از مردم)؛ ۵. جایگاه شهری (محدوده‌های میراث فرهنگی در مرکز شهر یا محدوده‌های حاشیه فضاهای سنتی) (Landy, ۲۰۰۸).

### ۳. بقاع متبرکه

مکان‌های زیارتی مهم‌ترین پایگاه ترسیم و تنظیم حرکت تاریخ در آینده بشریت است و به‌عنوان مرکز ثقل و کانون اصلی تحولات جهانی و مدیریت فرهنگی بشریت، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های خود را آشکار خواهد ساخت (موسوی و نیلی، ۱۳۹۲). دورکهایم قویاً این واقعیت را مورد تأکید قرار می‌دهد که ادیان هرگز فقط یک موضوع اعتقادی نیستند. همه ادیان متضمن اعمال تشریفاتی و شعاعی منظمی هستند که در آن گروهی از مؤمنان گرد هم می‌آیند. در مراسم تشریفاتی جمعی، حس همبستگی گروهی تأیید و تقویت می‌شود. تشریفات افراد را از امور مربوط به زندگی اجتماعی نامقدس دور کرده به قلمرویی متعالی وارد می‌کند، که در آن اعضای گروه خود را در ارتباط با نیروهای عالی‌تر احساس می‌کنند (توسلی، ۱۳۸۰).

بقاع متبرکه از جمله مکان‌های زیارتی است که مدفن امامزادگان‌اند، مزار امامزادگان در سراسر ایران، از کانون‌های معنوی اسلام به شمار می‌روند. امروزه این بقاع، مأمن هزاران انسانی هستند که نه در لحظات بیم و امید بلکه در اوقات فراغت خود به این زیارتگاه‌ها و اماکن متبرکه می‌روند. مردم ایران با توجه به سابقه طولانی در فرهنگ و تمدن، بیش از هر ملت دیگری به روح اسلام توجه داشته‌اند و توجه آن‌ها به خاندان رسالت، بیش از سایرین بوده است. به همین دلیل، تشیع با فرهنگ ایرانی پیوندی وثیق دارند؛ چراکه فقط این خاندان می‌توانستند به بسیاری از پرسش‌های واقعی روح و نیاز آنان پاسخ دهند. با توجه به علاقه شیعیان به دفن شدن در کنار این مزارها، این اماکن متبرکه روزه‌روز گسترده‌تر می‌شوند به‌گونه‌ای که اغلب به‌عنوان نمادی برای تمایلات سیاسی-مذهبی شیعیان درآمده‌اند. همچنین هدایای فراوانی به شکل نذورات نقدی، املاک و موقوفات به این بقاع واگذار می‌شود که موجب استقلال و قدرت مالی این اماکن می‌گردد. افزایش جمعیت نیز عاملی است که بر تعداد زواری که به زیارت امامزاده‌ها می‌آیند، می‌افزاید. این فزونی، تأثیر مستقیمی بر زیارتگاه‌ها دارد و نقش آن‌ها را در زندگی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی جامعه هرروز پررنگ‌تر می‌سازد.

امامزادگان می‌توانند با حفظ کارکردهای فرهنگی خود حافظ، تولیدکننده و گسترش‌دهنده ارزش و هنجارهای فرهنگی اسلامی شده و ضمن احیای آداب‌ورسوم و نگهداری از اماکن تاریخی و فرهنگی به سبب معماری بی‌نظیر خود باعث افزایش گردشگر مذهبی می‌گردد. همچنین زیارت



امامزادگان نقش مهم و تعیین کننده‌ای در سلامت روانی افراد و بازسازی معنوی آنان دارد. بقاع متبرکه و امامزادگان مصداق بارز آثار فرهنگی و تاریخی هستند که خود نیز دارای آثار فرهنگی متعدد می‌باشند لذا ضمن حفظ و نگهداشت ابنیه این بقاع به عنوان اثر فرهنگی باید در جهت تقویت آثار فرهنگی آن نیز کوشید (اثنی عشران و تقی پور، ۱۳۹۶) بقاع متبرکه در ایران تحت تولید سازمان اوقاف و امور خیریه قرار دارد.

تعریف فرهنگ و فرهنگ شیعه: فرهنگ را می‌توان مجموعه اندیشه‌ها و هنجارهای متمایزکننده رفتار اعضای یک جامعه از رفتار جوامع دیگر دانست (عنایت، ۱۳۶۹: ۵۹). همچنین می‌توان فرهنگ را مجموعه رفتارهای اکتسابی و ویژگی اعتقادی اعضای یک جامعه معین تعریف کرده‌اند (کونن، ۱۳۸۶: ۵۶). در مطالعات فرهنگی، واژه عامه گاه معنا و مفهومی پست و در مفهومی جدیدتر، محبوبیت معنا می‌دهد. مفهوم جدید فرهنگ عامه یعنی فرهنگی که مردم آن را برای خودشان خلق کرده‌اند، متفاوت و در عین پیوند با گذشته، یک تأکید مدرن است (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴). فرهنگ عامه یا فولکلر، «به مطالعه زندگی توده عوام در کشورهای متمدن می‌پردازد؛ زیرا در مقابل ادبیات توده، فرهنگ رسمی و استادانه وجود دارد» قلمرو فرهنگ توده بسیار گسترده بوده و موارد متعددی مانند ادبیات توده (قصه‌ها، افسانه‌ها، آوازها، ترانه‌ها، مثل‌ها، معماها و مثلک‌ها)، اعتقادات، اوهام، اعتقادات، رسوم مذهبی و ملی و عادات مربوط به زندگی عمومی را نیز شامل می‌شود (هدایت، ۱۳۷۸: ۲۳۳).

هرچند ادیان و مذاهب آسمانی، بنیانی فرازمینی دارند؛ اما به واسطه مخاطبان زمینی خود، در روندی تاریخی تغییر، تحول و دگرگونی را تجربه می‌کنند. به اذعان علما، الهام و مشروعیت گونه‌ای از تجربه‌های دینی مأخوذ و منبعث از مردم است. تجربیاتی که علما گاه به مخالفت با آن پرداخته، بدعت نامیده‌اند (برکی، ۱۳۸۹: ۱۱۸). این واکنش از سوی علمای اهل سنت نسبت به شیعیان حادثتر و شدیدتر بوده است؛ زیرا شیعیان در حالت عادی همواره در مظان اتهام بدعت دینی قرار داشتند و برپاداشتن بقاع متبرکه بر گرد مشاهد امامان و منسوبان ایشان، آن را تشدید می‌کرد. جوامع انسانی دارای فرهنگ دینی مخصوص خود هستند. شیعیان با اعتقادات، باورها و عادات خویش، فرهنگ دینی خود را دارند. در کنار فرهنگ مشترک امت اسلامی، جهان تشیع خود فرهنگی متمایز دارد که ویژگی‌ها و شاخص‌های آن در طول تاریخ قابل تشخیص و تمییز بوده است. توسل به ائمه معصومین، طلب شفاعت از ایشان و زیارت مشاهد و مقابر متبرکه امامان شیعه و منسوبان آن‌ها، به‌ویژه با تأکید بر جنبه فوق طبیعی امام، از شاخص‌ها و ویژگی‌های مهم فرهنگ شیعه است (مدرسی طباطبایی، ۱۳۸۹: ۴۲). با آنکه، قرآن کریم، سنت نبوی و سیره امامان معصوم علیهم السلام، شاکله اصلی این فرهنگ را تشکیل می‌دهند؛ اما باید گفت که بخش قابل توجهی از فرهنگ عامه شیعه، به واسطه وجود این اماکن، مراسم و مناسک و آداب و رسوم مذهبی و اجتماعی پیرامون آن شکل گرفته و غنی شده است. در نظر گرفتن وجه عامه برای این فرهنگ از آن‌رو است که جماعت اهل سنت، عموم شیعیان را دون پایه و متصف به ویژگی‌های دین و مذهب مردمی یا غیررسمی می‌دانستند. «از نظر علما، خطر دین عامیانه این بود که می‌توانست مرجعیت و اقتدار ایشان را به چالش بکشد و جشن‌ها و رفتارهای دینی عامیانه غالباً با اعمالی همراه می‌شدند که تخطی و تجاوز

از حدود شریعت را موجب می‌گردید و بدین ترتیب نظام شرعی و اخلاقی‌ای که مرجعیت و اقتدار علما بر آن استوار بود، تضعیف و متزلزل می‌شد» (برکی، ۱۳۸۹: ۱۲۷). تشیع نیز همواره دارای دو سطح عالی (رسمی) و میانه و پایین (غیررسمی و مردمی) فرهنگ بوده است؛ بدین معنی که چه در دوران پیش از تشکیل دولت صفوی و چه پس از آن، با آنکه دولت‌های شیعی مذهب سکان‌دار این فرهنگ بودند؛ اما مردم عادی با سازوکارها و مکانیسم‌های مخصوص به خود، همراه با انباشت سنن و تجارب تاریخی بازمانده از قرون و اعصار متمادی، در ظهور، شکل‌دهی و هدایت جریان عناصر داخلی این فرهنگ در ابعادی وسیع‌تر از حاکمیت شیعی نقش داشته‌اند. به‌رغم تمایزهای قومی و محلی، خطوط اصلی فرهنگ عامه شیعه: هویت، معارف، تاریخ، ادبیات و هنر به‌واسطه وجود امام زادگان و با استفاده از راهکارهای خاص شیعی، غنی و پربار شده است.

عناصر فرهنگی: فرهنگ مجموعه‌ای از باورها و پندارهای ارزشی است که در آداب و رسوم، زبان، ادبیات، مذهب و سایر میراث‌های فرهنگی تجلی می‌یابد و روی هم‌رفته بر خلق و خوی مردم اثر می‌گذارد. به عبارت دیگر فرهنگ، حقیقت و هویت معنوی ملت‌ها است که ساختار کیفی زندگی یک ملت را مشخص نموده به‌گونه‌ای که زندگی کمی و مادی او را تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ اما در تعریف فرهنگ اسلامی علاوه بر ویژگی‌های فوق، شاخص دیگری وجود دارد که آن را از سایر فرهنگ‌ها متمایز می‌نماید. در تعریف فرهنگ اسلامی گفته‌اند، فرهنگ اسلامی مجموعه‌ای از اعتقادات و اصول اسلامی آداب و رسوم، اخلاق و ارزش‌ها و قوانین است که از وحی سرچشمه گرفته شده است. بقاع متبرکه مکانی است که هنجارهای آن بر مبنای ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی شکل گرفته است.

### ۳. تحقیقات پیشین

از بررسی مطالعات قبلی مرتبط با موضوع پژوهش می‌توان به تحقیق، مولایی (۱۴۰۰) با عنوان «تبیین ابعاد و راهبردهای ارتقای معنویت در شهرهای زیارتی با تأکید بر بقاع متبرکه» اشاره نمود. او در این پژوهش عنوان نمود معنویت اسلامی به‌عنوان یکی از حالات روحی و روانی انسان‌ها است. یافته‌های پژوهش بر چهار راهبرد: طراحی آرسن زیارتی، توجه بر بافت پیرامون بقاع متبرکه، حفاظت مناظر آرسن زیارتی و توسعه فعالیت‌های اجتماعی و فرهنگی تأکید می‌کند. خارستانی (۱۴۰۰) نیز در پژوهشی با عنوان «تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی با تقویت و ارتقا جایگاه تربیتی آن‌ها» نشان داد فضای معنوی حاکم بر بقاع متبرکه، زائران را آماده پذیرش تربیت‌های اسلامی و معنوی می‌کند و برطرف کردن دغدغه‌های افراد جامعه می‌تواند انگیزه آن‌ها را برای حضور در این مراکز بیشتر کند. بهره‌گیری از مربیان توانمند و متخصص در بقاع متبرکه فضا سازی و برنامه‌ریزی برای انجام مراسم مناسب با شرایط سنی از جمله مهم‌ترین راهکارهای تقویت و ارتقاء بعد تربیتی بقاع متبرکه تقرب به خدا تقویت روحیه امید در فرد و جامعه امنیت روانی فرد و جامعه از جمله آثار تربیتی حضور افراد در بقاع متبرکه و زیارت امامزادگان است. همتیان و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «راهبردهای توسعه بقاع متبرکه با روش توصیفی پیمایشی و استفاده از



دوماتریس Swot و Qspm» به این نتیجه رسیدند که بقاع متبرکه از لحاظ موقعیت راهبردی، در منطقه SO قرار دارند، که از لحاظ عوامل درونی، دارای قوت و از لحاظ عوامل بیرونی دارای فرصت هستند.

میرعباسی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «امامزادگان بسترهای تولید قدرت نرم» که با روش مطالعه اسنادی و تحلیل درون‌متنی انجام شد و پس از واکاوی مفهوم قدرت نرم و فرایند جامعه‌پذیری و به صورت خاص کارگزاران جامعه‌پذیری به این مسئله پرداخته است که چگونه از این کارگزاران می‌تواند به عنوان عوامل زمینه‌ساز در جهت تبدیل امامزادگان به مراکز برای تولید قدرت نرم استفاده نمود.

شفیعی (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «نقش بقاع متبرکه در رونق گردشگری زیارتی با تأکید بر ترویج فرهنگ زیارت» که با روش کیفی در استان همدان انجام داد و یافته‌ها نشان داد که گردشگری مذهبی یکی از متداول‌ترین گونه‌های گردشگری در سراسر دنیا است. اماکن مذهبی- زیارتی و بقاع متبرکه به همراه جاذبه‌های مذهبی هر ساله گردشگران زیادی را به سوی خود جلب می‌کنند. اماکن زیارتی و گردشگری مذهبی می‌توانند رشد اقتصادی به همراه اشتغال و درآمدزایی را برای ساکنان منطقه فراهم آورند. کشور ایران به علت وجود حرم‌های مطهر و امام زادگان و بقاع متبرکه و اماکن مقدس مقصدی مناسب برای گردشگران مذهبی است. هدف این پژوهش بررسی نقش اماکن مذهبی- زیارتی (امام‌زاده‌ها)، خصوصاً نقش و تأثیر امام‌زاده محسن علیه السلام (امام‌زاده کوه) در رونق گردشگری مذهبی است. همدان گنج کشف‌شده‌ی گردشگری مذهبی در صورت معرفی جاذبه‌های زیارتی و مذهبی آن، گردشگران بسیاری را شیفته‌ی سفر به این دیار می‌کند. استان همدان دارای ۲۲۵ امام‌زاده و بقعه‌ی متبرکه است. یکی از این امام‌زاده‌ها، امام‌زاده محسن علیه السلام است که می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری استان همدان باشد. حبیبی سی‌سرا (۱۳۹۸) مقاله‌ای با عنوان «راهکارهای عملی تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی» با روش تحلیلی انجام داد و یافته‌ها نشان داد که استفاده از دست‌اندرکاران خوش‌نام و خوش‌خلق، ثبت لحظه‌های ماندگار در محیط بقاع، بهره‌گیری از رسانه برای تبلیغ، توسعه مرکز فرهنگ، دیانت و سلامت و راه‌اندازی کانون‌های آموزش مهارت‌های زندگی در بقاع متبرکه می‌تواند در تبدیل این محیط به قطب فرهنگی مؤثر باشد.

#### ۴. روش تحقیق

از آنجایی که هر تحقیق را می‌توان از سه حیث نتیجه، هدف و نوع داده مورد تجزیه و تحلیل قرارداد و براین اساس ترکیب‌های مختلف از لحاظ نتیجه هدف و نوع داده قابل تصور خواهد بود، این تحقیق از لحاظ نتیجه جزو تحقیقات توسعه‌ای قلمداد می‌گردد. از لحاظ هدف انجام این تحقیق جزء تحقیقات اکتشافی و بر این مبنای استراتژی تحقیق از نوع میدانی است. منظور از تحقیقات میدانی، تحقیقاتی است که موضوع مورد مطالعه در اختیار محقق قرار داشته باشد. اطلاق اصطلاح میدانی به مفهوم ارتباط مستقیم و رویارویی محقق با پدیده‌های مورد مطالعه است روش این تحقیق از نوع کیفی است؛ زیرا از داده‌های کیفی با استفاده از روش داده بنیاد یا گراند تئوری استفاده می‌شود.

روش داده بنیاد تنها روش تحقیق کیفی است که به طور هم‌زمان داده‌ها را گردآوری و تحلیل و سپس نظریه‌سازی می‌کند. این تحقیق به سه دلیل از راهبرد نظریه داده بنیاد تبعیت کرده است. اول سؤالات این تحقیق از چیستی و به دنبال مفهوم‌سازی است. دوم تحقیق حاضر داده‌های کیفی و اولیه را از مصاحبه‌شوندگان کسب می‌کند؛ لذا واقعیت‌های موجود در فرایند مفهوم‌سازی قطب فرهنگی را بازنمایی می‌کند و سوم تحقیقات تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی فقیر بوده و از قبل در این زمینه نظریه‌ای وجود ندارد. هر سه دلیل فوق جزء ویژگی راهبرد داده بنیاد محسوب می‌شود. علاوه بر این‌ها بنا به نظر اکثر جامعه‌شناسان مطالعات کمی پژوهاک واقعیت‌های موجود جامعه و سازمان‌ها نیست.

یکی از مهم‌ترین داده‌های مورد استفاده در این تحقیق، نظرات افراد نخبه و کارشناس است که در خلال جلسات مصاحبه، جمع‌آوری می‌شود. با توجه به انحصار اطلاعات به مصاحبه‌ها و پراکندگی آن و از طرفی دارا بودن مقولات زیاد باید برای تجزیه و تحلیل این داده‌ها و تبدیل آن‌ها به اطلاعات قابل استفاده در مدل از روشی استفاده شود که در عین جامع بودن توانایی مانور و انعطاف بالایی نیز داشته باشد؛ لذا از نظر زمینه‌ای یا مبنایی استفاده شده است.

| فلسفه            | نوع پژوهش                |                  |                | راهبرد پژوهش            | استراتژی تحقیق | روش گردآوری داده‌ها                                     | جامعه آماری                                  | روش نمونه‌گیری                       | حجم نمونه |
|------------------|--------------------------|------------------|----------------|-------------------------|----------------|---|--|--------------------------------------|-----------|
|                  | هدف                      | نتیجه            | رویکرد         |                         |                |   |  |                                      |           |
| تفسیری<br>نمادین | هدف<br>بنیادی<br>کاربردی | نتیجه<br>اکتشافی | رویکرد<br>کیفی | داده<br>بنیاد<br>کلاسیک | میدانی         | کتابخانه‌ای و<br>مصاحبه‌های<br>عمیق و نیمه<br>ساختارمند | مدیران بقاع<br>متبرکه و<br>متخصصین<br>فرهنگی | نظری تا<br>رسیدن<br>به نقطه<br>اشباع | ۱۶ نفر    |

در این مطالعه، با در نظر گرفتن هدف پژوهش در خصوص ارائه مدل، ناگزیر به جمع‌آوری داده‌ها از افراد فعال، مطلع و مرتبط در زمینه مدیریت بقاع و اساتید حوزه فرهنگ بود. در نمونه‌گیری نظری پژوهشگر ابتدا بر اساس قضاوت خود از بهترین منابع اطلاعاتی از قبیل مشاهده، مصاحبه یا منابع مکتوب، بهترین انتخاب‌ها را انجام می‌دهد و سپس به دنبال نمونه‌هایی می‌رود که تئوری ایجاد شده را کامل کنند. در تئوری زمینه‌ای ابتدا نمونه‌گیری به صورت آسان آغاز می‌شود و سپس به صورت هدفمند در جهت حداکثر تفاوت برای مفاهیم ایجاد شده حرکت می‌کند؛ از این رو محقق نیز با توجه به بررسی هر مصاحبه و اطلاعات جمع‌آوری شده برای انتخاب فرد بعدی با توجه به سؤالات و خلأهای موجود شناسایی را انجام و دعوت به مصاحبه می‌نمود و در صورت پذیرفته شدن قرار ملاقات منعقد می‌گردید.

در پژوهش حاضر در دور اول مصاحبه با کارشناسان و مدیران اوقاف، تعداد ۱۶ مصاحبه انجام شد که از مصاحبه‌ی سیزدهم مفهوم جدیدی از داده‌ها به دست نیامد. در این مرحله نمای کلی از مدل ارائه گردید، با وجود این با راهنمایی محقق برای اطمینان از حصول اشباع نظری، سه مصاحبه



دیگر نیز به اجرا درآمد و با توجه به اینکه هیچ مفهوم و طبقه‌ی جدیدی پس از مصاحبه سیزدهم، از داده‌ها به دست نیامد، اشباع نظری حاصل شد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات: در این تحقیق از روش کدگذاری داده‌ها از نوع باز، محوری و انتخابی و نظری استفاده شد که در ادامه شرح داده می‌شود.

کدگذاری باز: فرایند تحلیل داده‌ها با کدگذاری باز آغاز می‌شود. کدگذاری باز (فرایندی تحلیلی است که با آن مفهوم‌ها شناسایی و ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها در داده‌ها کشف می‌شود) (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۱۲۳) اساساً، محقق در کدگذاری باز به دنبال نام‌گذاری وقایع یا چیزهای مشاهده‌شده در داده‌ها و تمرکز بر فهم مشخصه‌هایی هستند که موجب منحصربه‌فرد شدن این وقایع شده‌اند. به‌طور کلی در مرحله کدگذاری‌ها تعداد ۷۹۱ کد باز اولیه، ۴۲ مقوله مطابق جدول (۲-۳) شناخته شد. کدگذاری باز پس از استخراج مفاهیم از اسناد بالادستی و جلسات نخبگانی وقف و بقاع و سپس مصاحبه و مکتوب کردن آن‌ها با نرم‌افزار مکس کیودا<sup>۱</sup> صورت گرفت. پژوهشگر هر متن و مصاحبه را چندین بار بررسی کرد. در این تحقیق، واحد تحلیل پاراگراف بوده است. این بدان معناست که متن مصاحبه‌ها ابتدا پیاده شده و پس از حذف گفته‌های نامرتب با موضوع تحقیق، اطلاعات در قالب دهه‌ها پاراگراف دسته‌بندی شده و پاراگراف‌هایی که موضوع مشابه داشتند در کنار یکدیگر قرار گرفتند. به عبارتی دیگر تمامی گفته‌های پیاده شده از جلسات مصاحبه تک‌تک مورد بررسی قرار گرفته و مفاهیم از دل سخنان بیرون کشیده شده‌اند. در این مرحله، مفاهیم پس از نام‌گذاری اولیه توسط محقق، پس از صرف روزها و ساعت‌ها، با نظر استاد راهنما و ویرایش شده‌اند و تلاش شد تا از مفاهیم فضای عملیاتی بقاع فاصله گرفته و به فضای علمی نزدیک‌تر شود. نام‌گذاری مقولات نیز به همین روش انجام شده است.

مقوله‌هایی که در مراحل ابتدایی مورد تجزیه و تحلیل واقع شدند، دیدگاه‌ها، تفکرات و ایده‌هایی را در ذهن محقق ایجاد کردند که سوالات و مصاحبه‌های بعدی را مطرح کند. با انجام این مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها محقق دیدگاه و درک عمیق‌تری در رابطه با تجربه مصاحبه‌شوندگان به دست آورد. سپس بین مقوله‌ها ویژگی‌های شناسایی شده در مرحله اولیه کدگذاری باز، حرکت رفت و برگشتی انجام شد. مفاهیم جدید که در مصاحبه‌های جدید شناسایی شدند به مقوله‌های شناسایی شده اضافه شدند تا زمانی که مقوله‌ها به حد اشباع تئوریک رسیده‌اند. در ادامه با نظر استاد راهنما بعضی از مقوله‌ها تغییر نام پیدا کردند و ارتباط بین مقوله‌ها و مقوله‌های فرعی مختلف شکل گرفتند.

در این مرحله پرسش‌های پایه‌ای مانند چه زمانی؟ چرا؟ کجا؟ چگونه؟ چه اندازه؟ و غیره داده‌ها را تجزیه کرده‌اند. در این مرحله مفاهیم دارای ارزش علمی از متن گفته‌های افراد بیرون کشیده شده و برای هر کدام از آن‌ها یک نام اختصاص داده شده است. برای نام‌گذاری مقوله‌ها سه روش کلی وجود داشت: روش اول استفاده از مفاهیم در نظریه‌های موجود بود که به آن‌ها مفاهیم برخاسته از نوشته‌ها گفته می‌شود. روش دوم نام‌گذاری از سوی پژوهشگر و روش سوم استفاده از مفاهیمی است که مشارکت‌کنندگان در فرآیند تحقیق استفاده نموده‌اند. استراوس و کوربین این دسته را کدهای زنده (کد جنینی) نام‌گذاری کرده‌اند (از کیا و همکاران ۱۳۹۰).

کدگذاری محوری: هدف از کدگذاری محوری تلفیق داده‌هایی است که در مرحله کدگذاری باز، خرد شده‌اند. در کدگذاری محوری یکی از مقوله‌های کدگذاری باز به‌عنوان مقوله یا پدیده اصلی انتخاب می‌شود و در مراکز فرایند قرار می‌گیرد و سپس سایر مقوله‌ها (زیر مقوله‌ها) به آن ربط داده می‌شود. طبق نظر استراوس و کوربین (۱۹۹۸) پدیده اصلی عنوانی است که می‌توان به پاسخ به این پرسش‌ها که (اینجا چه در حال رخ دادن است؟) نسبت داد. محقق همگام جستجو برای یافتن پدیده اصلی، به دنبال الگوهای تکراری از رویدادها، اتفاقات، یا کنش‌ها/واکنش‌هایی که مشارکت‌کنندگان، در پاسخ به مشکلات و موقعیت‌های پیش رو از خود بروز می‌دهند؛ از این رو در این پژوهش فرایند تبدیل «مخاطب به زائر» و «بقعه به قطب فرهنگ» به‌عنوان پدیده اصلی شناخته شده و عمل ربط دادن مقوله‌ها به زیر مقوله‌ها در امتداد ویژگی‌ها و ابعاد مرتب بر آن صورت گرفته است. در ادامه این مرحله با طرح پرسش‌هایی که نوع رابطه بین مفاهیم را مشخص می‌کرد، مفاهیم مشابه کنار هم قرار داده شده و پس از تقسیم‌بندی تمامی مفاهیم در مقوله‌های اصلی راهبردهای اجرایی و همچنین پیام‌های ناشی از آن‌ها مشخص شده است. انجام این مرحله بسیار سخت، پیچیده و مستلزم صرف وقت‌های طولانی بود؛ ولی پس از حصول نتیجه و به ثمر رسیدن تحقیق بسیار دل‌چسب و امیدوارکننده بود.

کدگذاری انتخابی: اگرچه کدگذاری باز و محوری سنگ بنای نظریه را فراهم می‌سازند، این دو نوع کدگذاری قادر به ارائه چارچوبی بزرگ‌تر برای روابط موجود در یک نظریه کلی نیستند. در کدگذاری باز، محقق پیش از آنکه به تعیین نحوه تغییرات و نوسانات مقوله‌ها در قالب ابعاد مترتب بر آن‌ها بپردازد، درصد تولید مقوله‌ها و ویژگی‌های مترتب بر آن‌ها است. در کدگذاری محوری نیز، محقق به شکلی نظام‌یافته به دنبال توسعه مقوله‌ها و ربط دادن مقوله‌ها به زیر مقوله‌های مترتب بر آن‌ها است. کدگذاری انتخابی دو مرحله کدگذاری پیشین را با یکپارچه‌سازی و پالایش مقوله‌ها در چارچوبی نظری تکمیل می‌کند. در یکپارچه‌سازی، مقوله‌ها حول پدیده اصلی یا محوری سازمان‌دهی می‌شوند. به تعبیر استراوس و کوربین در این مرحله، مقوله اصلی باید همانند خورشیدی باشد که روابط منظمی با سیاراتش شکل می‌دهد. هنگامی که نظریه کلی آماده شد، محقق با حذف زوائد از مقوله‌ها و بسط مقوله‌هایی که تا پیش از این به‌خوبی به آن‌ها پرداخته‌اند بود، به پالایش نظریه دست زد. در ادامه این رویه کدگذاری، انسجام لازم برای توسعه نظریه داده بنیاد، به‌منظور طراحی مدل و مفهوم‌سازی قطب فرهنگی، فراهم شد. بعد از این مرحله مدل نهایی تحقیق ترسیم شده و در آن ارتباط مقوله هسته‌ای با سایر مقوله‌ها نشان داده شد.

یادداشت‌برداری: یادداشت‌ها در تمام مراحل تحقیق نوشته می‌شوند و ایده‌های محقق در مورد مفاهیم، ویژگی‌ها و چگونگی ارتباط آن‌ها با یکدیگرند. یادداشت‌ها فواید زیر را برای تولید نظریه دارند: ۱. ارتقا دادن داده‌ها به سطحی مفهومی؛ ۲. تدوین ویژگی‌های هر مقوله؛ ۳. ارائه فرضیه‌هایی در مورد چگونگی ارتباط بین مقوله‌ها و ویژگی‌ها؛ ۴. یکپارچه کردن این ارتباط‌ها (Glaser, ۱۹۷۸: ۸۴).

کدگذاری نظری: کدهای نظری، چگونگی ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر را مفهوم‌سازی می‌کنند. کدگذاری نظری معمولاً در زمان مرتب‌سازی و یکپارچه کردن یادداشت‌ها اتفاق می‌افتد. کدگذاری

باز و انتخابی، به دسته‌بندی، طبقه‌بندی و در واقع تکه‌تکه کردن داده‌ها می‌پردازد؛ اما در این مرحله و از طریق کدهای نظری، مفاهیم را به یکدیگر ارتباط می‌دهد.

نگارش نظریه، طراحی مدل و مفهوم‌سازی قطب فرهنگی: مفهوم قطب فرهنگی مجهول و ناشناخته بوده و تعریف علمی دقیقی برای آن وجود ندارد؛ از این رو با توجه به هدف پژوهش و روش داده بنیاد، محقق در طول مسیر پژوهش و مصاحبه با شرکت‌کنندگان درباره این مفهوم سؤالاتی را طبق روش پژوهش مطرح و به صورت جداگانه در نرم‌افزار مکس کیودا کدگذاری و دسته‌بندی کرد. مفاهیم را می‌توان به راه‌های مختلف طبقه‌بندی کرد. یکی از طبقه‌بندی‌های معروف مفاهیم طبقه‌بندی گانیه<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) است. او مفاهیم را در دودسته عینی و انتزاعی قرار داده است. مفاهیم عینی اشیاء واقعی و کیفیت‌های قابل مشاهده آن‌ها را شامل می‌شوند، مانند کتاب، صدلی، میز، اتومبیل (نمونه‌های اشیاء واقعی) و سیاه گرد، زبر (نمونه‌های کیفیت اشیاء واقعی). منظور از این نام‌گذاری آن است که این‌گونه مفاهیم دارای مصداق‌های عینی هستند؛ یعنی موارد و مثال‌های آن‌ها را می‌توان مشاهده کرد؛ مثلاً صدلی، میز، اتومبیل؛ یا سیاهی، گردی و زبری به طور آشکار قابل مشاهده هستند؛ یعنی جنبه عینی دارند. مفاهیم انتزاعی به طور عینی قابل مشاهده نیستند و باید آن‌ها را از راه تعریفشان یاد گرفت. به همین دلیل، نام دیگری که گانیه به این‌گونه مفاهیم داده مفهوم تعریفی است. نمونه این مفاهیم عبارت‌اند از: مفاهیم فیزیکی جرم و دما، مفاهیم زبانی فاعل و مفعول و مفاهیم ریاضی جذر و توان. دلیل اینکه این‌گونه مفاهیم را انتزاعی یا تعریفی می‌گویند این است که مصداق‌ها یا مثال‌های آن‌ها را نمی‌توان به طور عینی مشاهده کرد و وجود آن‌ها به نوعی تعریف وابسته است (سیف، ۱۳۸۴: ۶۷). به همین منظور جهت مفهوم‌سازی قطب فرهنگی با استفاده از روش داده بنیاد، از مجموع ۱۶ مصاحبه انجام‌شده مفاهیم استخراج و در قالب دو بعد عینی و انتزاعی دسته‌بندی گردید.

### جدول (۱) ابعاد و مقوله‌های تبیین مفهوم قطب فرهنگی

| مقوله‌ها | مفاهیم | ابعاد   |
|----------|--------|---------|
| ۷        | ۵۱     | عینی    |
| ۹        | ۷۸     | انتزاعی |
| ۱۶       | ۱۲۹    | جمع     |

در مرحله اول که کدگذاری باز است تعداد ۱۲۹ کد جنینی استخراج و در قالب ۱۶ مقوله دسته‌بندی گردید؛ کدگذاری محوری مرحله دوم تجزیه و تحلیل در نظریه‌پردازی داده بنیاد است. هدف از این مرحله برقراری رابط بین مقوله‌های تولیدشده در مرحله کدگذاری باز است. این کار به نظریه‌پرداز کمک می‌کند تا فرایند نظریه را به سهولت انجام دهد. اساس فرایند ارتباط دهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از مقولات قرار دارد که در این قسمت از پژوهش بر تبیین مفهوم قطب قرار گرفت. همان‌گونه که گفته شد، هدف نظریه‌پردازی بنیادی، تولید نظریه است نه توصیف

صرف پدیده‌ها. برای تبدیل تحلیل‌ها به نظریه، مقوله‌ها باید به‌طور منظم به یکدیگر مربوط شوند. کدگذاری انتخابی بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری مرحله اصلی نظریه‌پردازی است. به این ترتیب که طبق محوری را به شکل نظام‌مند به دیگر طبقه‌ها ربط داده و آن روابط را در چارچوب یک روایت ارائه کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند اصلاح می‌کند. در این مرحله پژوهش‌گر برحسب فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه، یا چارچوب مدل را به صورت روایتی عرضه می‌کند یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیمی نظریه نهایی را نشان می‌دهد (دانایی‌فرد و اسلامی، ۱۳۹۰: ۶۷)؛ درنهایت در دو بعد عینی و انتزاعی کدهای احصا شده گزینش گردیدند.

### جدول (۲) بعد عینی تبیین مفهوم قطب فرهنگی

| بعد عینی  |                 |
|---|-----------------|
| مفهوم   | مقوله           |
| متکی بر منابع اقتصادی و مالی پایدار             | امکانات مالی    |
| امکانات مالی                                    |                 |
| عدم محدودیت به نماز                             | امکانات فرهنگی  |
| حضور نخبگان و مسئولین در قطب                    |                 |
| اهتمام به مناسک (نماز اول وقت، قرائت قرآن و...) |                 |
| تمرکز نگاه‌ها به قطب هنگام رخداد وقایع          |                 |
| قطب، کانون گردهمایی                             |                 |
| انجام فعالیت فرهنگی به صورت متمرکز در قطب       |                 |
| انجام فعالیت‌های فرهنگی                         |                 |
| مکانی جهت سوگواری                               |                 |
| مکانی جهت زیارت                                 |                 |
| محلی برای عبادت                                 |                 |
| برگزاری مناسبات                                 |                 |
| تشکیل اجتماعات مردمی                            | امکانات مدیریتی |
| ارتباط با سایر مراکز فرهنگی و آموزشی            |                 |
| دارای مدیریت توسعه‌یافته                        |                 |
| منابع انسانی ممتاز                              |                 |
| دارای مجوزهای مربوطه                            |                 |
| ضرورت حفظ زیبایی و آراستگی قطب                  |                 |

| بعد عینی  |                  |
|---|------------------|
| مفهوم   | مقوله            |
| کادر متخصص  | امکانات مدیریتی  |
| هماهنگ بودن سایر نهادی فرهنگی با آن                   |                  |
| باز بودن یکسره  |                  |
| ضرورت حفظ کالبد و بیکره سنتی قطب (به‌ویژه قطب تاریخی) | امکانات عمرانی   |
| توجه به سبک سنتی معماری بر ساخت قطب                   |                  |
| توجه به سبک‌های نوین معماری در ساخت قطب               |                  |
| دارای فضای مناسب                                      |                  |
| معماری جذاب   |                  |
| تناسب فضایی   |                  |
| وسعت مناسب  |                  |
| استفاده از فناوری‌های مدرن برای مدیران قطب            | امکانات رسانه‌ای |
| مجهز به فناوری‌های شایسته روز                         |                  |
| سالن کنفرانس  |                  |
| سالن تئاتر  |                  |
| سالن نمایش  |                  |
| سینما   |                  |
| اینترنت   |                  |
| مهارت آموز  | امکانات آموزشی   |
| ضرورت آموزش‌های شهروندی اسلامی                        |                  |
| ضرورت آموزش سبک زندگی دینی                            |                  |
| آموزش مهارت‌های ارتباطی و تعاملات فرهنگی مردم         |                  |
| کلاس‌های آموزشی                                       |                  |
| کتابخانه  |                  |
| داشتن فضاهای آموزشی                                   | امکانات رفاهی    |
| هتل   |                  |
| ورزشگاه   |                  |
| ارائه‌دهنده بهترین خدمات به فرهنگ جویان               |                  |
| سرویس بهداشتی مجهز                                    |                  |
| پارکینگ   |                  |



فصل نامه  
علمی  
مطالعات  
بـقاع و  
امـاکن  
مـتـبرکـه

| بعد عینی             |               |
|----------------------|---------------|
| مفهوم                | مقوله         |
| پایگاه‌های کمک‌رسانی | امکانات رفاهی |
| پایگاه‌های امداد     |               |

### جدول (۳) بعد انتزاعی تبیین مفهوم قطب فرهنگی

| بعد انتزاعی   |        |
|---|--------|
| مفهوم   | مقوله  |
| فعال در جهت مواجهه با حرکت‌های جبهه معارض فرهنگی                | ضرورت  |
| بی‌اعتمادی به حاکمیت  |        |
| اعتقاد به نقش معرفتی و بصیرت‌افزایی قطب                         |        |
| اعتقاد به قطب جهت ایفای نقش‌های نوین متناسب با زمان             |        |
| تمایل به رسیدن به عدالت فرهنگی از راه قطب                       |        |
| توقع حاکمیت از قطب برای تلاش در جهت وحدت حوزه دانشگاه           |        |
| اختلاف سلیقه و ذائقه بانیان و خیرین با ارزش‌های مختلف           |        |
| اختلاف فکری بین روحانی و مردم                                   |        |
| گسست ارزشی بین نسلی   |        |
| دارای فاخرترین برنامه‌های فرهنگی در سطح منطقه                   |        |
| عدم قیاس  | اصالت  |
| عدم تعمیم خصوصیات   |        |
| آشنایی با میراث فرهنگی ایرانی اسلامی                            |        |
| توجه به آرایه‌های ظاهری و معنوی در قطب                          |        |
| توجه به جلوه‌های بصری نمادهای معماری اسلامی                     |        |
| توجه به معنای نمادها و اشیای قطب                                | پاسخگو |
| چالش‌های بین دین و مذهب ناب با دین و مذهب عامه (مخلوط با خرافه) |        |
| تمایل مردم و جوانان به طرف مشورت قرار گرفتن (مشورت کردن)        |        |
| ضرورت پاسخگویی به نیازهای مردم به‌ویژه نسل جوان                 |        |
| پیچیده‌تر شدن شبهات   |        |
| سیراب‌کننده گروه‌های مختلف انسانی                               |        |
| توجه به خواسته‌ها و انتظارات اقشار مختلف (به‌ویژه توان‌خواهان)  |        |



| بعد انتزاعی  |        |
|--|--------|
| مفهوم  | مقوله  |
| توقع از قطب برای حضور در تصمیم‌گیری‌های فرهنگی             | پاسخگو |
| انتظار جامعه از قطب برای پاسخگویی به نیازهای گسترده فرهنگی |        |
| توقع مردم از جنبه‌های معنوی، انقلابی، تعلیمی و ارتباطی     | حامل   |
| حامل پیام  |        |
| رسانه بودن   | جاذب   |
| جذب‌کننده عناصر میانه به جبهه‌ی فرهنگی انقلاب              |        |
| ارادت مردم به مکان   |        |
| جذب افراد  | مؤثر   |
| آشنایی با فرهنگ محرم و مهدویت                              |        |
| اثرگذار  |        |
| ضرورت اثربخشی و کارایی قطب در فعالیت‌های فرهنگی            | مروج   |
| نیاز به تعمیق باورهای مذهبی مردم به‌ویژه جوانان            |        |
| گسترش‌دهنده و تعمیق‌بخش معرفت و بصیرت دینی و فضایل اخلاقی  |        |
| فعالیت اجتماعی   |        |
| هدایت‌گر جریان‌های فرهنگی                                  |        |
| افزایش نشاط و فرح در بین مردم                              |        |
| تعمیق انس با نماز و قرآن و ...                             |        |
| ضرورت تعمیق فرهنگ عاشورا و مهدویت                          |        |
| انتظار از قطب برای توسعه جنبش نرم‌افزاری و تولید علم       |        |
| ضرورت ترویج باورهای انقلابی از طریق قطب                    |        |
| مروج و نمایانگر اندیشه‌ها و آرمان‌های امام و رهبری         |        |
| جهت‌دهنده آداب و رسوم ملی بر اساس آموزه‌های دینی           |        |
| مؤثر در احیا و ترویج                                       |        |
| ارمغان آور امنیت فرهنگی و اجتماعی                          |        |
| مروج کالاهای فرهنگی  |        |
| جریان‌ساز فرهنگی   |        |
| تربیت و تولید نیروی انسانی                                 |        |
| رویکردی جهانی - محلی                                       | محور   |
| نمایش نقطه‌ای برجسته                                       |        |

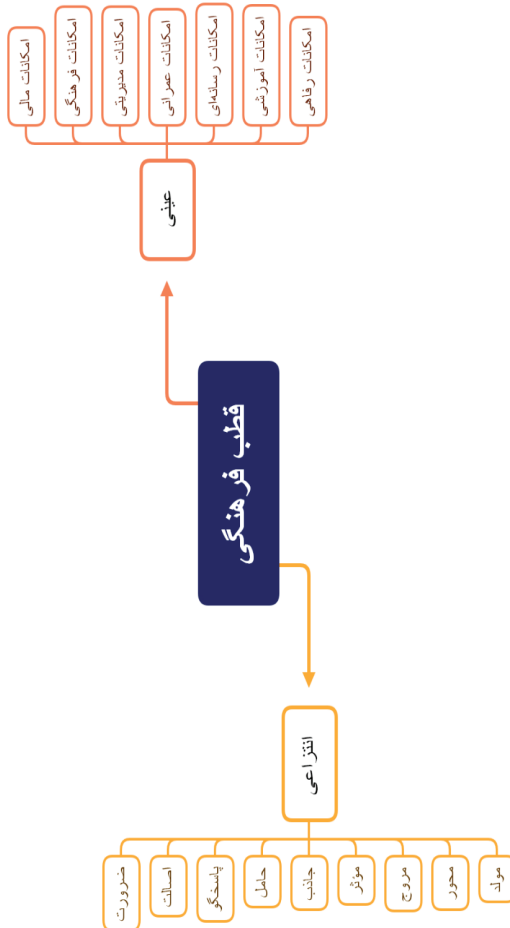
### بعد انتزاعی

| مفهوم  | مقوله |
|--|-------|
| اعتقاد به قطب به عنوان کانون فعالیت‌های معنوی و دنیوی          | محور  |
| انتظار جامعه از کانون تنویر افکار عمومی                        |       |
| اعتقاد به قطب به عنوان کانون فعالیت‌های معنوی                  |       |
| حضور قطب در تمامی عرصه‌های زندگی (از دواج، نشاط، غم‌دیدگان)    |       |
| مرکز تجمع و ارتباط نیروهای جبهه انقلاب در جهت هماهنگی و انسجام |       |
| متعلق به همه مردم  |       |
| محور بودن  |       |
| کانون نگاه‌ها  |       |
| فعالیت سیاسی   |       |
| غنی‌سازی اوقات فراغت   | مولد  |
| پوشاننده لباس فرهنگی به مناسبت‌ها                              |       |
| میل به ایجاد سرمایه‌های اجتماعی مذهبی و سنتی                   |       |
| الگوی برگزاری جشن‌ها و مراسم‌های مذهبی                         |       |
| آرامش‌بخش و سرشار از معنویت بر اساس معماری اسلامی ایرانی       |       |
| هویت‌ساز   |       |
| ایجاد جریان اقتصادی مبتنی بر تولیدات فرهنگی                    |       |
| ایجاد رغبت در افراد جهت آموزش دیدن در این فضا                  |       |
| فرهنگ‌ساز  |       |
| فرهنگ مقاومت   |       |
| فرهنگ ایستادگی   |       |
| فرهنگ تظلم خواهی   |       |
| الگوساز  |       |
| منبع فرهنگی  |       |
| چشمه‌ای فرهنگی   |       |
| تولید محتوا  |       |
| ایجادکننده موج فرهنگی  |       |
| نقش‌آفرین  |       |

## نتیجه گیری

مقاله حاضر سعی نمود قطب فرهنگی را مفهوم‌سازی نموده و با ارائه مدلی برخاسته از نظریه داده بنیاد کلاسیک ابعاد آن را اکتشاف و نظریه‌ای ایجاد نماید؛ زیرا از خصوصیات یک نظریه داده بنیاد کلاسیک قدرت مفهوم‌سازی آن است. در این مطالعه بسیار تلاش نمودیم تا بدون پیش‌دوری اجازه دهیم که مقوله اصلی و سایر مقوله‌ها ظاهر شوند و مفاهیم با داده‌ها تناسب پیدا کنند.

## مدل مفهوم‌سازی قطب فرهنگی



فصل نامه  
علمی  
مطالعات  
بسیاسی و  
امکان  
متنبرکه

امامزادگان در طول تاریخ ایران همواره نقش و جایگاه اجتماعی قابل توجهی داشته‌اند. این دسته از مکان‌های زیارتی، از حالت مکان مذهبی صرف خارج شده و کارکردهای منحصر به فرد به خود گرفته‌اند. همه ادیان جهان علاوه بر باورها و اعتقادات مناسک و آداب خاصی نیز دارند که با انجام آن، دین برای مردم شکل واقعی و ملموس به خود می‌گیرد. انسان‌شناس آمریکایی، گیرتز، می‌نویسد: بدون شک مراسم مذهبی موقعیت‌های برجسته‌ای هستند که از طریق آن‌ها سمبل‌های مذهبی برای حفظ ایمان کوشش می‌کنند برای اکثریت مذهبی‌ها در هر جمعیتی، شرکت در اشکال مختلف مراسم موجب می‌شود علاوه بر مواجه شدن با یک جهان بینی، آن را به عنوان وجهی از شخصیت خود نهادینه سازند (مک لولین، ۱۱). این جملات مک لولین با صحبت یکی از مصاحبه‌شوندگان مبنی بر هویت‌ساز بودن بقعه تطابق دارد. وجود آنکه مناسک دینی، در ظاهر، مجموعه‌ای از رفتارها و اعمال فیزیکی را شکل می‌دهد؛ اما بی‌گمان، روحی در کالبد آن جاری است که اثرات معنوی و ذهنی دارد. همچنین ابعاد مفهومی قطب نیز با نظر زیمل همخوان است. زیمل فرهنگ را در دو بعد ذهنی و عینی بررسی می‌کند: فرهنگ ذهنی یا روح، باقی‌مانده سطح پرورش افراد و هدف تمام فرایندهای فرهنگی است و فرهنگ عینی که نشان‌دهنده قلمرو بیرونی و متشکل از چیزهای فرهیخته و پرورش یافته است (صالحی امیری، ۱۳۸۶).

همان‌طور که از مدل نهایی استنباط می‌شود قطب فرهنگی دارای دو بعد عینی و انتزاعی است که بعد انتزاعی یا نرم‌افزاری در ذهن مخاطب تشکیل می‌شود، مخاطبی که به‌عنوان مقوله اصلی در فرآیند مدل به زائر تبدیل می‌گردد و بعد عینی که می‌توان گفت به‌عنوان الزامات سخت‌افزاری بقعه است.

با توجه به مفهوم‌سازی ارائه شده در این مقاله و تحلیل کدهای باز محوری و گزینشی، می‌توان گفت که طراحی مدل قطب فرهنگی امری پیچیده و چندوجهی است که نیازمند در نظر گرفتن ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است.

مدل ارائه شده در این مقاله، با تمرکز بر زائر شدن مخاطب، گامی در جهت درک و تبیین این مفهوم پیچیده برداشته است. با این حال، برای تکمیل این مدل و ارائه تصویری جامع‌تر از قطب فرهنگی، نیاز به تحقیقات بیشتر و بررسی‌های عمیق‌تر در زمینه‌های مختلف مرتبط با فرهنگ، هنر، اقتصاد، سیاست و حکمرانی است.

### برخی از پیشنهادها برای تحقیقات آینده عبارت‌اند از:

- بررسی تطبیقی مدل ارائه شده در این مقاله با سایر مدل‌های موجود در حوزه قطب‌های فرهنگی.
  - تحلیل عمیق‌تر نقش عوامل اجتماعی و سیاسی در شکل‌گیری و تحول قطب‌های فرهنگی.
  - بررسی موردی قطب‌های فرهنگی در جوامع مختلف و مطالعه تطبیقی آن‌ها.
  - توسعه مدل‌های کمی برای اندازه‌گیری و تحلیل ابعاد مختلف قطب‌های فرهنگی.
- با انجام این تحقیقات، می‌توان به درک عمیق‌تر و جامع‌تر از مفهوم قطب فرهنگی و نقش آن در جوامع مختلف دست یافت.

## کتاب نامه

اثنی عشران، مهدی؛ تقی پور، فائزه، (۱۳۹۶)، «شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر مدیریت کارآمد بقاع متبرکه»، نشریه علمی **مرمت و معماری ایران** ۷ (۱۴)، صص ۷۵-۹۰  
 استریناتی، دومینیک (۱۳۸۰)، **مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه**، ترجمه ثریا پاک‌نظر، تهران: گام نو.

برکی جوناتان، پ، (۱۳۸۹)، **دین عامیانه**، ترجمه ابراهیم موسی پور؛ مقدمه‌ای بر پژوهش دین عامیانه. تهران: جوانه توس.

توسلی، غلامعلی (۱۳۸۰)، **جامعه‌شناسی دین**، تهران: انتشارات سخن.  
 خارستانی، اسماعیل، (۱۴۰۰)، «تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی و ارتقا جایگاه تربیتی آن‌ها»، **مجله معرفت**، سال ۱۰، شماره ۲۵۸، صص: ۸۹-۹۹.

دانایی‌فرد، حسن؛ اسلامی، آذر، (۱۳۹۰)، **کاربرد استراتژی پژوهشی نظریه داده بنیاد در عمل؛ ساخت نظریه بی‌تفاوتی سازمانی**، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.

سیف، علی اکبر، (۱۳۸۴)، **روانشناسی پرورشی**، تهران: آگاه.  
 شفیع، زهرا (۱۳۹۹). «نقش بقاع متبرکه در رونق گردشگری زیارتی با تأکید بر ترویج فرهنگ زیارت»، مجموعه مقالات **همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای توسعه بقاع متبرکه به قطب فرهنگی**.

صالحی امیری، رضا، (۱۳۸۶)، **مفاهیم و نظریه‌های فرهنگی**، چاپ اول. تهران: ققنوس.  
 عمید، حسن، (۱۳۸۹)، **فرهنگ فارسی عمید**، تهران: میلاد نور.

کوئن، بروس، (۱۳۸۴)، **درآمدی به جامعه‌شناسی**، ترجمه محسن ثلاثی. توتیا.  
 مدرسی طباطبایی، حسین، (۱۳۸۹)، **مکتب در فرایند تکامل، نظری بر تصور مبانی فکری تشیع در سه قرن نخستین**، ترجمه هاشم ایزدپناه. تهران: کویر.

موسوی، ستاره؛ نیلی، محمدرضا؛ (۱۳۹۲)، **بررسی جایگاه زیارت امامزادگان در مهندسی فرهنگی**، مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان، اصفهان: انتشارات اسوه.

مولایی، اصغر (۱۴۰۰). «تبیین ابعاد و راهبردهای ارتقای معنویت در شهرهای زیارتی با تأکید بر بقاع متبرکه»، فصل‌نامه **فرهنگ معماری و شهرسازی اسلامی**، سال ۶ شماره ۱، صص ۱۷۷-۱۹۳.  
 میرعباسی، حمید (۱۹۳۳). «امامزادگان بسترهای تولید قدرت نرم»، مجموعه مقالات **همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای توسعه بقاع متبرکه به قطب فرهنگی**.

هدایت، صالح، (۱۳۷۸)، **فرهنگ عامیانه مردم ایران**، تهران: چشمه.  
 همتیان، اسماعیل و دیگران (۱۳۹۹). «راهبردهای توسعه بقاع متبرکه با روش توصیفی پیمایشی و استفاده از دوماتریس Qspm و Swot»، مجموعه مقالات **همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای توسعه بقاع متبرکه به قطب فرهنگی**.

Evans, G, (2009), *From cultural quarters to creative clusters – creative spaces in the new city economy*, Stockholm: Institute of Urban History.

Florida, R, (2012), *The Rise of the Creative Class*, New York: Basic Books.

- Landry, C, (2008), *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, London: Routledge. doi:10.4324/9781849772945
- Ratiu, D, (2013), *Creative cities and/or sustainable cities: Discourses and practices*, *City Culture and Society* 4(3), 125–135. doi:10.1016/j.ccs.2013.04.002
- Strauss, A, & Corbin, J, (2008), *Basics of qualitative research*, tehran: Human Science & Cultural Studies Center Publication in Persian