

Identification of cultural strategies to transform the holy shrines into a cultural quarter

Faezeh Taghipour, Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities, Isfahan Islamic Azad University (Khorasgan), Isfahan, Iran. (Corresponding Author). f.taghipour@khuisf.ac.ir

Mehdi Esnaasharan, PhD in Media Management, Isfahan Islamic Azad University (Khorasgan) esnaashar@gmail.com

Abstract

The current research, with a qualitative approach, seeks to identify cultural strategies to transform the holy shrines into a cultural quarter. To collect information from the documentary method and after studying the theoretical topics and previous researches in the field of research, to study the upstream documents such as the country's 20-year vision document, the vision document of the Awqaf organization and charitable affairs in the horizon of 1404 AH, the strategic document of holy shrines, general policies Resistance economy, the general policies of the system, the constitution and endowment law were discussed and after interviewing 25 professors, experts and managers of holy shrines using Maxqda software and through the method of theme analysis and theme network drawing, the number of 136 basic themes and 23 organizing themes were extracted, which were presented in 8 categories of pilgrim-oriented, communication, hosting, environmental, literary, event, media and artistic strategies.

Keywords

Cultural Strategies, Holy Shrines, Cultural Quarter, Theme Analysis.



شناسایی راهبردهای فرهنگی جهت تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی

فائزه تقی پور^۱، مهدی اثنی عشران^۲

چکیده

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی به دنبال شناسایی راهبردهای فرهنگی جهت تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش اسنادی و بعد از مطالعه مباحث نظری و تحقیقات پیشین در حوزه پژوهش به مطالعه اسناد بالادستی از جمله، سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، سند چشم‌انداز سازمان اوقاف و امور خیریه در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، سند راهبردی بقاع متبرکه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های کلی نظام، قانون اساسی و قانون اوقاف پرداخته شد و پس از مصاحبه با ۲۵ نفر از اساتید، کارشناسان و مدیران بقاع متبرکه با استفاده از نرم‌افزار Maxqda و از طریق روش تحلیل مضمون و ترسیم شبکه مضامین، تعداد ۱۳۶ مضمون پایه و ۲۳ مضمون سازمان دهنده استخراج گردید که در ۸ دسته راهبردهای زائر محور، ارتباطی، میزبانی، محیطی، ادبی، رویدادی، رسانه‌ای و هنری ارائه شد.

واژگان کلیدی:

راهبردهای فرهنگی، بقاع متبرکه، قطب فرهنگی، تحلیل مضمون.

مقدمه

خداوند در قرآن مجید به شیوه‌های گوناگون سفارش به رعایت حقوق اهل بیت کرده است آن گونه که درباره لزوم احترام به اهل بیت و دوست داشتن آنان، می‌فرماید: «ای رسول ما بگو من اجر رسالت خود را جز این نمی‌خواهم که محبت مرا در حق خویشاوندانم رعایت کنید»^۱. خداوند در قرآن جایگاه بسیار ممتازی برای اهل بیت قرار داده است. یکی از موارد گران قدر اهل بیت (ع) امامزادگان هستند که در سراسر جهان اسلام پراکنده می‌باشند و مسلمانان همواره به آنان احترام کرده‌اند. وجود امامزادگان حلقه پربار معنویت اسلامی است رشته ناگسستنی که روح حیات طیبه را به جامعه تزریق می‌کند، دوستی اهل بیت که همان دوستی خداست در ارتباط و نیایش با این بزرگواران رقم می‌خورد. هم‌اکنون مزار بسیاری از امامزادگان در ایران است و ایرانیان نیز به پاسداشت این امامزادگان همت گمارده و مقابر آنان مورد توجه دوست داران اهل بیت (ع) قرار گرفته و کانونی برای گسترش فرهنگ اسلام و تشیع در ایران گردیده است. این امامزادگان در طول تاریخ در رشد و گسترش تمدن و هنر اسلامی تأثیر فراوان داشتند. در سال‌های اخیر برای قطب فرهنگی شدن امامزادگان و بقاع متبرکه تلاش‌های وسیعی صورت گرفته تا جایی که روز ۵ ذی‌القعدة توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی به‌عنوان روز بزرگداشت و تکریم امامزادگان نام‌گذاری گردید.

طبق آمار رسمی سازمان اوقاف و امور خیریه بیش از ۸۰۰۰ بقعه متبرکه در ایران وجود دارد، وجود چنین کثرتی بیانگر پتانسیل و ظرفیت بالایی است. بقاع متبرکه می‌توانند کارکردهای متفاوتی داشته باشند، ولی به دلایل مختلف 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. بسیاری از ساکنان شهرها، نام و مکان نزدیک‌ترین امامزاده‌ی محل سکونت خود را نمی‌دانند. حال آنکه این بقاع با توجه به ظرفیت‌ها و کارکردهای متنوع خود می‌توانند مرجع رفع بسیاری از نیازهای فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی مخاطبین و جامعه خود باشد. به‌رغم تلاش‌های صورت گرفته توسط سازمان‌های ذی‌ربط من جمله سازمان اوقاف، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری از ظرفیت گردشگری مذهبی این اماکن متبرکه استفاده صحیح نمی‌گردد.

۱. ذَلِكَ الَّذِي يُبَيِّرُ اللَّهُ عِبَادَهُ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ، قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ، وَمَن يَقْتَرِفْ حَسَنَةً نَّدِدْ لَهُ فِيهَا حَسَنًا، إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ شَكُورٌ (شوری، ۲۳).

هم‌اکنون سازمان اوقاف به‌عنوان متولی بقاع متبرکه با چالش‌های فراوانی در رسانه‌ها روبه‌روست. تصویری که امروزه در بسیاری از رسانه‌ها در مورد بقاع متبرکه دیده می‌شود وجود شبهات فراوان در مورد موثق بودن یا قطعی السند بودن و کثرت آن‌هاست و این موضوع می‌تواند مانع مهمی در مسیر تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی باشد. همچنین مشکلی مانند دفن اموات نیز مانع بزرگی در این روند می‌باشد که رسانه‌ها با استفاده از قدرت فرهنگ‌سازی خود می‌توانند بر این مشکلات فائق آیند. لذا این سازمان به اهمیت نقش رسانه‌ها در گسترش فرهنگ وقف و تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی واقف گشته و در چند سال اخیر اقداماتی ازجمله برگزاری سالانه همایش وقف و رسانه و همچنین حمایت از تولیدات رسانه‌ای اعم از سریال و فیلم داشته است، اما تمام این اقدامات هرچند که ممکن است دارای نتایج مقطعی و زودگذر باشد، بدون پشتوانه علمی، پژوهشی و تحقیقاتی، نمی‌تواند به سرمنزل مقصود برسد. لذا محقق به دنبال این است که پژوهش پیش‌رو، نه تنها جهت بقاع متبرکه بلکه برای سایر مراکز فرهنگی همگون و اماکن متبرکه و مقدس مانند مسجد، حسینه، کلیسا و سایر مراکز فرهنگی و فرهنگسرا نیز مفید و مورد بهره‌برداری مخاطبان قرار گیرد.

ضرورت پرداختن به این موضوع را می‌توان در جغرافیای وسیع و پراکندگی بقاع در سراسر کشور، تنوع زائرین از قومیت‌ها و فرهنگ‌های مختلف در تمامی رده‌های سنی، کثرت شیعیان در ایران و جمعیت بیش از نود درصدی آنان که بالغ‌بر هفتاد میلیون می‌باشد و لذا طیف وسیع مشتاقان اهل بیت، وابستگی معنوی و اعتقادات و باورهای مذهبی آنان، دستورات شرع و دین مبین اسلام در خصوص زیارت، فرهنگ اوقات فراغت و سرگرمی، دریافت حس آرامش توسط زائر با حضور در این اماکن، وجود جاذبه‌های گردشگری فرهنگی و مذهبی من جمله معماری سنتی و تاریخی ایرانی، اسلامی بقاع، درآمد پایدار این اماکن از طریق موقوفات وابسته به آن و فرهنگ نذر و نذورات عامه مردم، فعالیت گسترده خیرین در این حوزه و بسیاری از موارد دیگر برشمرد. لذا توجه به چنین ظرفیتی و تبدیل آن به قطب‌های فرهنگی انتظاری است که با توجه به پتانسیل، پراکندگی، محبوبیت و قدرت جذب، اعتماد، بودجه و بسیاری از عوامل مثبت دیگر، به‌جا و به‌حق می‌باشد.

با توجه به مباحث مطرح‌شده، مسئله پژوهش حاضر، شناسایی راهبردهای فرهنگی جهت تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی است. هر پژوهشی به دنبال هدفی خاص

است که بر اساس ویژگی‌های نهفته در آن مسئله اصلی پژوهش رقم می‌خورد. هر پژوهشی به دنبال هدفی خاص است که بر اساس ویژگی‌های نهفته در آن مسئله اصلی پژوهش رقم می‌خورد؛ بنابراین هدف این پژوهش شناسایی راهبردهای فرهنگی تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی است. مطابق با هدف یاد شده، پژوهش حاضر قصد دارد به پرسش زیر پاسخ دهد:

راهبردهای فرهنگی تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی کدام است؟

نتایج پژوهش می‌تواند رهنمودهایی مفید جهت ارتقای محیط بقاع متبرکه باشد و دستورالعملی برای سازمان اوقاف، وزارت میراث، گردشگری و صنایع دستی و ... ارائه نماید.

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 مستثنا نبودند، هم‌زمان ظلم و ستم خلفای بنی‌امیه و بنی‌عباس بر ایرانیان باعث انزجار بیشتر ایرانیان از این دستگاه‌ها و گرایش به خاندان اهل بیت بود، لذا در طی سالیان متمادی، امامزادگان به دلیل علاقه و استقبال ایرانیان 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 هم اکنون 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 می‌باشد، بقاع متبرکه مدفن امامزادگان، از اماکن و نمادهای مذهبی شیعیان محسوب می‌گردد، 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.

آداب و مناسک اسلامی به‌ویژه شیعی، از ابعاد مختلف جامعه‌شناسی و روان‌شناسی دینی قابل توجه و تبیین است. از دیرباز، شیعیان با پیشینه و فرهنگ غنی خود در میان سایر مذاهب اسلامی، متمایز بوده‌اند. این فرهنگ به موازات نکات مشترک فراوان، بنا بر جغرافیای تاریخی و قومی بهره‌مند از وجوه خاص است. یکی از وجوه مشترک شیعیان، وجود مقابر و مشاهد متبرکه امام زادگان و زیارت ایشان در اقصا نقاط جهان اسلام است. بنا بر نص کتب تراجم و رجال اهل سنت در احوالات ائمه حدیث،

«اهتمام به توسل و زیارت مشاهد متبرکه» در طول تاریخ رایج و متداول بوده است و عموم مسلمانان از شیعه و سنی، با استناد به آیات، احادیث و روایات متعدد، بر مشروعیت امر زیارت اتفاق نظر دارند (غلامی، ۱۳۷۶: ۱۰۵).

دین و مذهب همراه با زبان، ارزش‌ها، باورها، قوانین، سنن و علوم، یکی از مهم‌ترین عناصر فرهنگی جامعه را تشکیل می‌دهند که از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شوند. زیارت، اعتقاد، باور و هنجاری رایج در تمامی فرهنگ‌ها و در میان شیعه، با اعتقاد به اصل امامت و منزلت اهل‌البیت (ع) بارزتر است. از همان قرون نخستین اسلامی، پراکندگی و توزیع وسیع جغرافیایی اماکن متبرکه شیعه، به‌ویژه مشاهد خاندان پیامبر (ص) از شرق تا غرب قلمرو اسلامی، توسعه فرهنگ شیعی و ارادت به اهل‌البیت (ع) را در پی داشته است. دوستی این خاندان، سنگ بنای تشیع در تمامی فرق آن بوده است. مظلومیت علویان در برابر ظلم حکام اموی و عباسی دیگر دلیل نفوذ آنان در میان مردم و توسعه تشیع بود (جعفریان، ۱۳۷۵: ۸۷). امام زادگان بیشترین پراکندگی و توزیع را در جغرافیای تاریخی و دینی جهان اسلام و تشیع دارند به‌نحوی که در بسیاری از مواقع، جوامع شیعه به نام این اماکن شناخته می‌شوند.

پیشینه پژوهش

در بررسی مطالعات قبلی مرتبط با موضوع پژوهش، مولایی (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان تبیین ابعاد و راهبردهای ارتقای معنویت در شهرهای زیارتی با تأکید بر بقاع متبرکه، عنوان نمود معنویت اسلامی به‌عنوان یکی از حالات روحی و روانی انسان‌ها است. یافته‌های پژوهش بر چهار راهبرد: طراحی ارسن زیارتی، توجه بر بافت پیرامون بقاع متبرکه، حفاظت مناظر ارسن 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 فضاسازی و برنامه‌ریزی برای انجام مراسمات مناسب با شرایط سنی ازجمله مهم‌ترین راهکارهای تقویت و ارتقاء بعد تربیتی بقاع متبرکه تقرب به خدا تقویت روحیه امید در فرد و جامعه امنیت روانی

فرد و جامعه ازجمله آثار تربیتی حضور افراد در بقاع متبرکه و زیارت امامزادگان است. همپیان و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان راهبردهای توسعه بقاع متبرکه با روش توصیفی پیمایشی و استفاده از دو ماتریس 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 بارویش مطالعه اسنادی و تحلیل درون‌متنی انجام شد و پس از واکاوی مفهوم قدرت نرم و فرایند جامعه‌پذیری و به‌صورت خاص کارگزاران جامعه‌پذیری به این مسئله پرداخته است که چگونه از این کارگزاران می‌تواند به‌عنوان عوامل زمینه‌ساز در جهت تبدیل امامزادگان به مراکزی 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 به‌سوی 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 جرم‌های مطهر و امام زادگان و بقاع متبرکه و اماکن مقدس مقصدی مناسب برای گردشگران مذهبی می‌باشد. هدف این پژوهش بررسی نقش اماکن مذهبی- زیارتی (امام‌زاده‌ها)، خصوصاً نقش و تأثیر امام‌زاده محسن (امام‌زاده کوه) (ع) 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 می‌باشد. یکی از این امام‌زاده‌ها، امام‌زاده محسن (ع) است که می‌تواند به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری استان همدان باشد. زکریا و فدایی نژاد در پژوهشی با عنوان بازخوانی رویکرد بازآفرینی فرهنگ- مبنا در ساخت شهر خلاق (تدوین چارچوب تحلیلی بازآفرینی قطب خلاق و فرهنگی) در سال ۱۳۹۸ با روش کیفی و مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای، اصول و معیارهای بازآفرینی فرهنگی در شهر خلاق از طریق ایجاد قطب فرهنگی را احصاء و به نتیجه رسیدند که باوجود مخالفت‌ها و پیامدهای غیرمنتظره، راهکارهایی نظیر رونق اقتصاد فرهنگی، افزایش تسهیلات و ارتقای گردشگری به

سرزندگی اجتماعی فضاهای عمومی و مشارکت شهروندان در توانمندسازی خودشان منجر خواهد شد.

حبیبی سی سرا (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.

جلیلیان (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی و تبیین بقاع متبرکه استان ایلام و نقش فرهنگی - اجتماعی آن‌ها» نشان داده مردم شیعه‌مذهب استان ایلام نذورات خود را به صندوق امام زادگان اهدا نموده و از وقف اموال خود به بارگاه مقدس اماکن مذهبی استقبال می‌نمایند و برای دفن اموات خود در جوار این بقاع از یکدیگر سبقت می‌گیرند و در زمان گرفتاری‌ها و مشکلات و حل و فصل اختلافات قومی و قبیله‌ای به بارگاه آنان رجوع می‌کنند و در بعضی موارد نیز شورای حل اختلاف آن منطقه در گوشه‌ای از صحن امامزاده فعالیت می‌نماید.

اصغری (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان «بررسی کارکرد فرهنگی امامزاده میر زین‌العابدین شهر ورزنه» اشاره می‌کند که گرایش‌های مردم به واسطه انگیزه‌های درونی و معنوی و احترام فوق‌العاده آن‌ها به امامزادگان، سبب‌ساز حضور پررنگ و چشمگیر این اماکن اسلامی در حیات معنوی و فرهنگی شهر شده و میزان شناخت مردم از معارف دینی و شیعی و تأثیرپذیری آن‌ها از بزرگان دین را دوچندان کرده است. در تحقیق کشتی آرا و همکاران (۱۳۹۲) با عنوان «کارکردهای فرهنگی و اقتصادی موقوفات امامزادگان» عنوان گردیده مردم برای کسب ثواب در حد توانایی خود اموالی را برای امامزادگان وقف کنند. اختصاص وقف به مشاهد شریفه به‌ویژه مرقد امامان معصوم و امامزادگان در گسترش تشیع نیز بی‌تأثیر نخواهد بود؛ زیرا با قوی‌تر شدن بنیان اقتصادی آنان، توانایشان در جهت تبلیغ و اشاعه فرهنگ تشیع از طریق برگزاری مراسم مذهبی، افزون خواهد شد. صنیعی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای که با عنوان ارزیابی عناصر ساختاری معماری در انتقال پیام‌های مذهبی به مخاطب به این نتیجه رسید که ساختار معماری مذهبی بقاع، خود انتقال‌دهنده پیام مذهبی به مخاطب می‌باشد. رضی و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیقی بقاع متبرکه را سنگرهای فرهنگی در جبهه‌های

جنگ نرم می‌دانند و محمدپور و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان راهکارهای عملی تبدیل حرم حضرت بی‌بی حکیمه (س) به قطب فرهنگی راهکارهایی همچون: ایجاد مسیر مناسب، زیباسازی محیطی معنوی، محل مناسب برای اسکان زائرین، ایجاد امکانات رفاهی مناسب، حمایت رسانه‌ها خصوصاً صداوسیما، تلفیق امامزاده بی‌بی حکیمه (س) با حوزه علمیه، مسئولین مناسب، برگزاری برنامه‌های فرهنگی و عبادی متنوع را جهت تبدیل آستانه به قطب فرهنگی عنوان می‌کند.

در تحقیقات خارجی میرزا و سرافراز (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان «ماهیت زیارتگاه‌ها در بخش روستایی پنجاب پاکستان: مطالعه موردی زیارتگاه‌ها در باریلا شریف، گجرات پاکستان» نقش زیارتگاه‌ها را برآوردن نیازهای روحی و معنوی زائران مهم دانسته و همچنین برگزاری مناسبات و مراسم مذهبی و اعتقادات مردمان در دادن نذورات مختلف نقدی و غیر نقدی پیشکشی به امامزاده را عاملی برای جذب مردم بیان کرده است.

در پژوهش عبدالهی (۲۰۱۳) با عنوان نقش امامزاده «بی‌بی هیبت باکو در حفظ و تداوم اعتقادات اسلامی مردم جمهوری آذربایجان در دوره شوروی» نشان داد از آنجاکه در دوره حاکمیت ۷۰ ساله نظام کمونیستی در شوروی، مسلمانان ساکن شوروی از دسترسی به جهان خارج و ارتباط با برادران دینی خود و دسترسی به اماکن و تعلیمات مذهبی محروم بودند، وجود نشانه‌ها و علائمی از اهل بیت عصمت و طهارت، در حفظ روحیه دینی مردم مسلمان منطقه و امکان مقاومت آن‌ها در برابر سیل افکار الحادی و سیاست‌های دولت شوروی اهمیت زیادی داشت و امامزاده بی‌بی هیبت به دلیل تقدس و احترام و شهرتی که در بین مردم محل داشت این وظیفه را به‌خوبی به‌جای آورد.

دهقی و عابدی (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان «نقش علمی، فرهنگی و سیاسی سادات و امام‌زادگان در افغانستان» نشان می‌دهد از جمله شاخصه‌های عملکرد و نقش سادات و امام‌زادگان در حوزه‌های فقهی، کلامی، عرفانی، ادبی هنری و حماسه‌آفرینی سیاسی است.

ایبک آبادی و همکاران (۲۰۱۳) در تحقیقی با عنوان نقش و جایگاه بقعه متبرکه میر سید علی همدانی در ایجاد وحدت اجتماعی مسلمانان تاجیکستان و ایران به کارکردهای متنوع این بقعه در جاذبه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و رفاهی اشاره نمود به این نتیجه رسید که این زیارتگاه نه‌تنها موجب آرامش روحی و روانی زائران

داخلی است بلکه بسیاری از زائران خارجی همچنین نظری داشته است. ضمن اینکه پیوند ناگسستنی مردم با این زیارتگاه و حفظ روحیه دین‌مداری انسجام درونی و یکپارچگی گروه‌های قومی و مذهبی منطقه به‌ویژه مسلمانان ایرانی و تاجیک را بیش از پیش نمایان کرده است.

آتپاوا^۱ (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان زیارتگاه‌ها در قرقیزستان: آداب و عادات‌ها به بررسی کلمه مزار در قرقیزستان می‌پردازد و به این نتیجه می‌رسد که بسیاری از مسلمانان در قرقیزستان تفاوت بین سنت‌های قومی و هنجارهای اسلامی را نمی‌بینند و این شیوه‌ها را در زندگی معنوی روزانه خود متحد می‌کنند.

نجفی و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «دل‌بستگی‌های عمومی به مکان‌های مذهبی که مطالعه موردی اختصاص مکان به مساجد در مالزی بود نشان دادند دل‌بستگی به مکان‌های مذهبی یک رابطه عاطفی است که بین افراد و محیط‌های دینی آن‌ها ایجاد می‌شود».

مبانی نظری پژوهش

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 (کوئن، ۱۳۸۶: ۵۶). در مطالعات فرهنگی، واژه عامه‌گام معنا و مفهومی پست و در مفهومی جدیدتر، محبوبیت معنا می‌دهد. مفهوم جدید فرهنگ‌عامه یعنی فرهنگی که مردم آن را برای خودشان خلق کرده‌اند، متفاوت و در عین پیوند با گذشته، یک تأکید مدرن است (استریناتی، ۱۳۸۰: ۲۴). فرهنگ‌عامه 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، آوازه‌ها، ترانه‌ها، مثل‌ها، معماها و متلک‌ها)، اعتقادات، اوهام، اعتقادات، رسوم مذهبی و ملی و عادات مربوط به زندگی عمومی را نیز شامل می‌شود (هدایت، ۱۳۷۸: ۲۳۳).

ادیان و مذاهب آسمانی، گرچه بنیانی فرازمینی دارند اما به‌واسطه 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 علیهم‌السلام، 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، شکل دهی 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 به واسطه وجود امام زادگان و با استفاده از راهکارهای خاص شیعی، غنی و پربار شده است.

قطب و قطب فرهنگی

قطب در فرهنگ فارسی در معانی مختلفی بکار 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 منحصربه‌فردی در ساختار فضایی-کارکردی شهر است. (Ratiu, 2013) در شهرهای خلاق، ارتباط مستقیمی بین امکانات و دارایی‌های شهری در جذب سرمایه‌های اجتماعی- انسانی خلاق در زمینه اقتصاد شهری به وجود می‌آید، به گونه‌ای که با استفاده از این سرمایه‌های خلاق می‌توان رشد و توسعه شهری را پیش‌بینی کرد (Florida R. , 2012).

امروزه در مباحث آکادمیک 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, 2009).

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) (Landry, 2008).

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 شعاعری 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 روز به روز گسترده‌تر می‌شوند به گونه‌ای که اغلب به‌عنوان نمادی برای تمایلات سیاسی - مذهبی شیعیان در آمده‌اند. همچنین هدایای فراوانی به شکل نذورات نقدی، املاک و موقوفات به این بقاع و اگذار 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 هر روز پررنگ‌تر می‌سازد.

امامزادگان می‌توانند با حفظ کارکردهای فرهنگی خود حافظ، تولیدکننده و

گسترش دهنده ارزش و هنجارهای فرهنگی اسلامی شده و ضمن احیای آداب و رسوم و نگهداری از اماکن تاریخی و فرهنگی به سبب معماری بی نظیر خود باعث افزایش گردشگر مذهبی می گردد. همچنین زیارت امامزادگان نقش مهم و تعیین کننده ای 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 می باشند 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 تولیت سازمان اوقاف و امور خیریه قرار دارد.

راهبرد فرهنگی

همچون سایر مفاهیم علوم انسانی، تعریف روشنی درباره مفهوم راهبرد فرهنگی که مورد قبول تمامی یا حداقل بخش مهمی از کارشناسان باشد، وجود ندارد. با این وجود، بخش مهمی از عناصر تعاریف مختلفی که از فرهنگ راهبرد صورت گرفته اند، به هم نزدیک اند؛ بنابراین، می توان با شناخت عناصر مشترک تعاریف مختلف، به تعریف نسبتاً جامع و تا حدودی مانع از این مفهوم بسیار غنی و مؤثر در حوزه های عمومی، اجتماعی و فرهنگی دست یافت (ترابی و رضایی، ۱۳۹۰). راهبردهای فرهنگی باید منشا اثر در حوزه های مختلف از جمله اجتماعی، آموزش و پرورش، توریسم، بهداشت، اقتصاد و ... شود.

راهبرد فرهنگی نقشه ها و ترفندهای است که به طور نظام مند در حوزه فرهنگ جامعه باهدف ایجاد دگرگونی در نظام ارزش ها، هنجارها و الگوهای فرهنگی یا جایگزین نمودن الگوهای خاص و یا تثبیت و تحکیم آن ها به کار گرفته می شود. اصولاً راهبرد راهی است که برای تغییر وضعیت فعلی به یک وضعیت بهتر ابداع و انتخاب می شود. کار بردن کلمه راهبرد فرهنگی به معنای تمرکز اصلی بر تغییر وضعیت موجود فرهنگی است. فرآیندی شامل تعیین مأموریت، هدف های اساسی فرهنگی و تخصیص منابع ضروری برای دستیابی به هدف ها (عارفی، ۱۳۹۳: ۹۲). در استراتژی و راهبرد فرهنگی تمرکز به بعد فرهنگی جامعه از طریق استخدام ابزارهایی با ماهیتی جذاب، غیر محسوس و خوشایند از جمله رسانه، هنر، ادبیات و علم و ... است که قلوب، اذهان و اعتقادات جامعه را بدون اینکه حساسیتی برانگیزد تغییر می دهد (عارفی، ۱۳۹۳: ۸۱).

روش پژوهش

از آنجاکه هدف پژوهش شناسایی راهبردهای فرهنگی جهت تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی با رویکرد کیفی است؛ بنابراین این پژوهش از منظر هدف، کاربردی و از نظر شیوه اجرای پژوهش کیفی است. پژوهش کیفی گروهی از فنون تفسیری است که به دنبال توصیف، رمزگشایی، ترجمه و درک معانی و پدیده‌های محیط اجتماعی هستند (Lindlef, 2010)، به‌طورکلی روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش به دو دسته اسنادی و مصاحبه تقسیم شده است. در مرحله اسنادی، با استفاده از منابع و اسناد کتابخانه‌ای و پایگاه‌های اطلاعاتی، پژوهشگر به مباحث نظری پژوهش دست‌یافت. در این مرحله تلاش شد تا سایر پژوهش‌های حوزه فرهنگی بقاع متبرکه بررسی و تحلیل نظری شود تا به‌اندازه کافی آگاهی و شناخت لازم از زمینه‌ای فرهنگی بقاع در کتابخانه حاصل گردد و بدین‌وسیله اطلاعات موردنیاز برای انجام پژوهش به‌روز شود. دانش به‌دست‌آمده از بررسی ادبیات پژوهش به پژوهشگر کمک نمود که دانش خود را با آنچه در عالم واقع روی داده است، تطابق دهد و روزآمد کند. در مرحله دوم برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه عمیق استفاده شده است. مصاحبه یکی از مؤثرترین شیوه گردآوری داده است که در آن مصاحبه‌گر با بررسی عمیق تفکرات و علایق مصاحبه‌شوندگان، اطلاعات لازم را برای پژوهش جمع‌آوری می‌کند و سپس توصیف، تبیین یا توضیح می‌دهد.

تحلیل مضمون

«تحلیل مضمون»، فرایندی برای تحلیل اطلاعات کیفی به شمار می‌رود؛ بنابراین تحلیل مضمون فقط یک روش کیفی نیست؛ بلکه فرایندی است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی (اگر نگوییم همه روش‌های کیفی) به کار رود. همچنین این روش امکان تبدیل اطلاعات کیفی به کمی را فراهم می‌کند.

مراحل اجرای تحلیل مضمون

در جدول ۱، مراحل، گام‌ها و اقدامات اجرای روش تحلیل مضمون به ترتیب بیان شده است.

جدول ۱. مراحل تحلیل مضمون

مرحله	گام	اقدام
تجزیه و توصیف متن	آشنایی با متن	- مکتوب کردن داده‌ها - مطالعه اولیه و مجدد داده‌ها - نوشتن ایده‌های اولیه
	ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری	- پیشنهاد چارچوب کدگذاری و تهیه قالب مضامین - تفکیک متن به بخش‌های کوچک‌تر - کدگذاری ویژگی‌های جالب داده
	جستجو و شناخت مضامین	- تطبیق کدها با قالب مضامین - استخراج مضامین از بخش‌های کد گذاشته متن - پالایش و بازبینی مضامین
تشریح و تفسیر متن	ترسیم شبکه مضامین	- بررسی و کنترل همخوانی مضامین با کدهای مستخرج - مرتب کردن مضامین - انتخاب مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر - ترسیم نقشه‌های مضامین - اصلاح و تأیید شبکه‌های مضامین
	تحلیل شبکه مضامین	- تعریف و نام‌گذاری مضامین - توصیف و توضیح شبکه مضامین
ترکیب و ادغام متن	تدوین گزارش	- تلخیص شبکه مضامین و بیان مختصر و صریح آن - استخراج نمونه‌های جالب داده - مرتبط کردن نتایج تحلیل با سؤالات تحقیق و مبانی نظری - نوشتن گزارش علمی و تخصصی از تحلیل‌ها

(عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۸)

کاربست روش پژوهش تحلیل مضمون در پژوهش جاری

در این قسمت، با توجه به مطالبی که در معرفی و مراحل تحلیل مضمون بیان شد، به اجرای این روش در پژوهش جاری پرداخته می‌شود.

گام اول: آشنایی با متن موردبررسی

این مرحله از پژوهش بر اساس مصاحبه با خبرگان و متون است. تحلیل مضمون پژوهش حاضر شامل ۲۵ مصاحبه با خبرگان این حوزه و مطالعه اسناد بالادستی ازجمله، سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور، سند چشم‌انداز سازمان اوقاف و امور خیریه در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، سند راهبردی بقاع متبرکه، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، سیاست‌های کلی نظام، قانون اساسی و قانون اوقاف است.

گام دوم: کدگذاری اولیه

در این گام، کدگذاری اولیه فیش‌ها انجام شد. برای هر فیش با توجه به مفاهیمی که در خود داشت، یک کد یا بیشتر اختصاص یافت و کدگذاری‌ها با نظرات اساتید جرح و تعدیل شد.

با توجه به اینکه متن کامل فیش‌های مستخرج از مصاحبه‌ها و اسناد مورد تحلیل، به علت طولانی بودن امکان درج در این مقاله را ندارد، لذا برای مثال نمونه‌ای از کدهای اولیه مستخرج از فیش‌ها در جدول شماره ۲ نمایش داده شده است.

جدول ۲. نمونه‌ای از کدهای اولیه (باز) مستخرج از فیش

نوع	متن کامل	کد باز
مصاحبه با کد ۲	بله به گونه‌ای که امامزاده را تحت الشعاع قرار ندهد خیلی هم خوب است. مثلاً پارک در کنار بقعه است و شخص در کنار زیارت تفریح نیز می‌کند و بچه‌ها دفعات بعد رغبت بیشتری برای آمدن به بقعه دارند.	ایجاد شهر بازی
مصاحبه با کد ۱۳	رسانه جزء لاینفک زندگی مردم است و رسانه بر روش و منش و کردار مردم اثرگذار است و حتی اوقات مردم را بیش از حد به سمت خود جلب می‌کند و می‌کشاند پس ما می‌توانیم از این بستری که فناوری و این حالت مدرنی که فعلاً در عصر ما ایجاد شده در این سمت و سو استفاده کنیم. قطعاً امامزاده‌ای که تعاملش با مردم صرف حضور در امامزاده نباشد و بتواند از مسائل روز استفاده کند و خدمات این گونه نیز برای مردم داشته باشد حال یا در گروه‌های خاص یا در وضعیت رسانه‌ای که می‌تواند برای مردم ایجاد کند آن تعالیمی که مردم قرار است در امامزاده داشته باشند را حتی در اوقات فراغت مردم هم ورود پیدا کند، قاعدتاً در وظیفه فرهنگی‌اش موفق‌تر خواهد بود و به نظر می‌رسد رسانه‌ها اگر منظور رسانه‌های رسمی و خبرنگاران و صداوسیما باشد که قطعاً اثرگذارند و اگر رسانه‌ای که به واسطه شبکه‌های مجازی به صورت خودجوش ایجاد شده را در نظر بگیریم که کنترلی هم روی آن نیست و مردم به واسطه وضعیت مدرنی که ایجاد شده فیلم و عکس و مطلب می‌گذارند، حال وقتی مردم را به این سمت سوق دهیم و امامزاده از ظرفیت این رسانه‌ها استفاده کند قاعدتاً تعالیم فرهنگی را بهتر می‌تواند داشته باشد و در این زمینه بهتر می‌تواند توفیق کسب کند.	استفاده از فناوری ارتباطی و دیجیتال برای غنا بخشی به اوقات فراغت نمایش آداب و سنن و مناسک بقاع در رسانه‌ها

نوع	متن کامل	کد باز
مصاحبه با کد ۱۷	نظریه‌ای از یک انسان‌شناس انگلیسی به نام راستکو فیسکی هست که به نظر مفید می‌آید. از نظر وی هر چیزی را که می‌خواهید در عین واقعیت بشکنید، باید ابتدا در ذهن بشکنید آنگاه خودبه‌خود در واقع نیز شکسته خواهد شد و بهترین وسیله برای این کار استفاده از لطایف و امثال و جوک‌ها هست. مثلاً می‌توان آرامش قلبی و معنوی و احساس امنیت در این مکان‌ها را در قالب داستان و بازی‌های رایانه‌ای به مخاطب القا کرد. مثلاً اینکه قهرمان یک داستان قبل از ورود به عرصه مبارزه، به امامزاده‌ای رفته و توسل پیدا کند.	القا آرامش با شعر و داستان
سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور	ایران در چشم‌انداز بیست‌ساله، کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل.	فعالیت‌های علمی
قانون اساسی	بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر.	لزوم رفع شبهات از طریق رسانه‌ها

گام سوم: جستجو و شناسایی مضامین

در این مرحله با مرور کدهای اولیه و تأمل و تفکر درباره آن‌ها، ۱۳۶ مضمون پایه استخراج گردید که در جدول ۳ مشهود است. این مضامین در جلسات متعدد هم‌اندیشی پژوهشگر با نخبگان و متخصصان فرهنگ و مدیران بقاع، نقد و جرح و تعدیل شده است.

گام چهارم: ترسیم شبکه مضامین

در این مرحله، با مراجعه به مضامین استخراج‌شده و بازبینی کلی آن‌ها بررسی شد که آیا با یکدیگر ارتباط و انسجام کافی دارند یا خیر.

گام پنجم و ششم: تحلیل شبکه مضامین و تدوین گزارش

مضامین پایه شامل کدها و نکات کلیدی متن است. با مطالعه کامل متن باید خردترین کدها شناسایی و به‌عنوان یک مضمون پایه انتخاب شود. مضامین سازمان دهنده شامل مضامین حاصل از ترکیب و تلخیص مضامین پایه است. کدهای پایه باید مرور و مفاهیم مشابه در کنار هم قرار گیرند. پژوهشگر با توجه به توان تشخیص و تسلط خود باید نام مناسبی برای هر دسته‌کد انتخاب کند. در این مرحله، پس از اتمام کدگذاری‌ها، ترسیم شبکه مضامین انجام می‌شود. در این پژوهش، محورهای مربوط به مضامین سازمان دهنده به شرح جدول ۳ به‌دست آمده است.

جدول ۳. مضامین سازمان دهنده

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
برنامه ریزی برای کودکان	ایجاد شهربازی آموزش معارف دینی به کودکان ارائه فهرستی از برنامه های تربیت دینی برای کودکان ایجاد محل های جذاب و مفرح برای نگهداری کودکان در بقعه جذب کودکان در بقاع توجه به بازی کودکان شروع بحث با کودکان از همان جایی که می خواهند فرهنگ سازی کودکان
بستر سازی برای جذب مخاطب	تأکید بر حسن خلق متولیان به عنوان بهترین تبلیغ برای بقاع قابلیت اجرای هم زمان چند برنامه فرهنگی در بقعه اجرای برنامه های نشاط هزینه برای ایجاد حال خوب ایجاد مراکز فرهنگی مردمی در بقاع متبرکه و اطلاع رسانی کلاس عقیدتی کلاس های علمی حلقه های معرفت رسانه های مکتوب دوره های تجاری سازی استفاده از تبلیغات چهره به چهره و اعزام مبلغ مذهبی فعالیت علمی
برنامه ریزی جهت اوقات فراغت	استفاده از فناوری ارتباطی و دیجیتال برای غنا بخشی به اوقات فراغت شهربازی برای کودکان برگزاری دوره های آموزش های عمومی برای دانش آموزان، مربیان، ایجاد کتابخانه های سیار برای گروه های سنی مختلف ارائه برنامه منسجم جهت پر کردن وقت زائر برنامه ریزی اوقات فراغت
اعزام مبلغ	رعایت حرمت عرفی بیان نرم مبلغین تأثیرات مثبت اعزام روحانی انتخاب هوشمندانه مبلغ توانمند

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
رفع شبهات افکار عمومی	جلوگیری از ورود اهل سنت به بقاع پاسخ گویی به شبهات در مراسم مذهبی به منظور خرافه زدایی و خردگرا رسانه‌ای هوشمند و هدفمند در راستای پاسخ به شبهات تلقی مردم از امامزادگان به عنوان ابزاری در اختیار حاکمیت پرهیز از مبالغه در باب امامزادگان در رسانه‌ها و بیان واقعیت جلوگیری از ترویج جریان‌های انحرافی از طریق اطلاع رسانی مقابله با شایعات بررسی شایعات و پاسخگویی به سؤالات مردم به استقبال شبهات رفتن لزوم رفع شبهات از طریق رسانه‌ها
واگذاری کارهای فرهنگی بقاع به مردم	واگذاری به بخش مردمی ارائه الگوهای برتر تعیین حدود سنی برای هیئت‌امنا حضور افراد اجرایی در هیئت‌امنا افراد آگاه و مطلع به مشکلات بقعه حضور افراد باسواد در هیئت‌امنا جذب نیروهای مدیریتی شایسته استفاده از تخصص افراد استفاده از نیروهای بازنشسته دغدغه مند محدوده سنی برای نیروی انسانی تأیید سلامت جسمی
توجه به منشأ نیاز فرهنگی	انجام کار فرهنگی با کیفیت، پرهیز از فعالیت صرف ارائه آمار قرار دادن اصل صداقت در کار فرهنگی تطابق فعالیت فرهنگی با فرهنگ منطقه فرهنگ‌سازی متناسب با نیاز امروز جامعه اخلاق به عنوان محور کار فرهنگی گسترش نمادهای فرهنگی در بقاع توجه به فرهنگ دینی جهت نهادهای سازی ارزش‌ها
برنامه‌ریزی جهت آداب و رسوم	شناخت ریشه‌های آداب و مراسم برگزاری جلسات هم‌اندیشی درباره آداب و کارکردهای زیارت ارتقا مراسم و آیین‌های مذهبی نمایش آداب و سنن و مناسک بقاع در رسانه‌ها پرهیز از آداب و رسوم تشریفاتی و غیرضروری احیا آداب و رسوم

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
ایجاد کانون هنری در بقاع	فعالیت‌های هنری کانون‌های هنری در بقعه
حفظ و تبیین جایگاه بقعه	تسهیل انجام آداب سایر ادیان در بقعه بیان ریشه‌های مذهبی برنامه‌ریزی جهت هیئت‌های مذهبی لحاظ نمودن شرع حفظ تقدس امامزادگان
مراقبت از محیط خارجی	مراقبت از کم‌رنگ نشدن بقعه به دلیل برجستگی سایر مراکز فرهنگی کنار آن راهبری فرهنگی اوقاف محوریت بقاع برای فعالیت‌های فرهنگی استفاده از تمام ظرفیت‌ها برنامه‌ریزی بقاع برای استفاده عموم سوق دادن فعالیت‌های فرهنگی به بقاع برون‌سپاری اجرای امور فرهنگی و رسانه‌ای در بقاع
استفاده از شعر و موسیقی	برگزاری مراسم با محوریت شعر القا آرامش با شعر و داستان ساخت موسیقی باهدف انتقال پیام جهت بقاع عدم استفاده از موسیقی نامشروع
استفاده از داستان و نقاشی	آموزش نماز با قصه تابلو نقاشی از بقاع به‌عنوان خلق پیام هنری و فرهنگی داستان‌سرایی از بقاع
برگزاری مسابقات هنری	برگزاری مسابقات نقاشی برگزاری مسابقات مجسمه‌سازی
برگزاری مراسم	حمایت از جشن‌ها و مراسم گوناگون ادارات مجلس عقد برگزاری مراسمات، جشن، جلسات در بقاع برگزاری جشن شکوفایی و تکلیف در بقاع
برگزاری مسابقات	برگزاری مسابقه با محوریت بقاع مسابقات کتاب‌خوانی با محوریت شناسایی امامزادگان

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
برگزاری اردو	اردوهای زیارتی نخبگان با اولویت جوانان اردوهای فرهنگی و تربیتی با اولویت جوانان اردوهای یکروزه برای بازدید از امامزادگان الگوسازی برای اردوهای مشابه اردوهای سالانه زیارتی برگزاری یادواره شهدا و اطلاع رسانی آن استفاده از ظرفیت خدمت رسانی بقاع در اردوها برگزاری مراسمات و اردو در بقاع
پکیج سازی برنامه فرهنگی	توزیع پک های اعتقادی اخلاقی برنامه ریزی جهت مدیران فرهنگی توزیع بسته های فرهنگی ارائه پک فرهنگی به زائران اجرای مستمر برنامه های فرهنگی در بقاع شاخص
استفاده از تئاتر	تئاتر با رویکرد فرهنگ زیارت برگزاری نمایش برگزاری برنامه تئاتر
ساخت فیلم و سریال	گزارش پنجاه و هفت ثانیه ای فیلم کوتاه به منظور معرفت افزایی فیلم های سینمایی با محوریت زیارت و نذر تیزر فیلم با موضوع آداب نذر معرفی سوژه به کارگردانان و تهیه کنندگان شناساندن بقاع از طریق فیلم ساخت سریال با محوریت بقاع فیلم کوتاه مستند سازی با محوریت بقاع متبرکه ساخت فیلم سینمایی با موضوع امامزادگان و بقاع تأثیر از سینما و اثرات آن
استفاده از هنرمندان	استفاده از هنرمندان استفاده از سلبریتی ها سوپرستارها

مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
استفاده از ظرفیت‌های حوزه تاریخ	شرح سرگذشت امامزاده مدفون معرفی قدمت تاریخی بقعه شناسایی ریشه‌های تاریخی استفاده از کارشناسان تاریخی معرفی تاریخ بقعه برای زائرین
استفاده از ظرفیت‌های حوزه معماری	هویت بخشی، بازآفرینی و روزآمدسازی معماری اسلامی-ایرانی به کارگیری روش‌های خاص و تلفیق مصالح جدید با معماری سنتی آشنایی با جلوه‌های ویژه هنر معماری در سطح ملی و بین‌المللی توسعه تعاملات و همکاری در شناساندن، اشاعه و عینیت بخشیدن به هنر شناساندن معماری عدم خدشه به معماری بقعه جذب گردشگر از طریق معرفی رسانه‌ای جذابیت‌های معماری تاریخی تناسب فرهنگ با هویت بخشی معماری اسلامی

ارائه راهبردها

با توجه به هدف این پژوهش که شناسایی راهبردهای فرهنگی تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی است، مضامین فراگیر را که مضامین عالی حاکم بر متن هستند با مضمون کلی «راهبردها» دسته‌بندی و در قالب کدگذاری نهایی با نظر استادان به صورت رفت و برگشتی جرح و تعدیل و اصلاح شد. حاصل تلاش به شرح و شبکه مضامین ذیل در هشت راهبرد زائر محور، ارتباطی، میزبانی، محیطی، ادبی، رویدادی، رسانه‌ای و هنری احصاء شد.

جدول ۴. مضامین فراگیر

مضامین سازمان دهنده	مضامین فراگیر
برنامه‌ریزی برای کودکان	راهبردهای زائر محور
بسترسازی برای جذب مخاطب	
برنامه‌ریزی جهت اوقات فراغت	

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده
راهبردهای ارتباطی	اعزام مبلغ
	رفع شبهات افکار عمومی
	واگذاری کارهای فرهنگی بقاع به مردم
راهبردهای میزبانی	توجه به منشأ نیاز فرهنگی
	برنامه ریزی جهت آداب و رسوم
راهبردهای محیطی	ایجاد کانون هنری در بقاع
	حفظ و تبیین جایگاه بقعه
	مراقبت از محیط خارجی
راهبردهای ادبی	استفاده از شعر و موسیقی
	استفاده از داستان و نقاشی
راهبردهای رویدادی	برگزاری مسابقات هنری
	برگزاری مراسم
	برگزاری مسابقات
	برگزاری اردو
	پکیج سازی برنامه فرهنگی
راهبردهای رسانه‌ای	استفاده از تئاتر
	ساخت فیلم و سریال
راهبردهای هنری	استفاده از هنرمندان
	استفاده از ظرفیت‌های حوزه تاریخ
	استفاده از ظرفیت‌های حوزه معماری

اعتمادپذیری پژوهش

بر طبق مطالب پیش گفته، اعتمادپذیری پژوهش‌های کیفی با پژوهش‌های کمی تفاوت دارد. اعتبار پذیری و تأیید پذیری به عنوان دو روش برای اعتمادپذیری پژوهش‌های کیفی بررسی خواهد شد.

الف) بررسی اعتبار پذیری

با استفاده از تکنیک کسب اطلاعات دقیق موازی نظیر نمایش و ارائه تحلیل‌های داده‌ای و نتایج آن به متخصصان امر و تکنیک خود بازبینی، تأیید شد که موضوع موردادعا به‌طور واقعی بررسی شده است.

ب) تأیید پذیری

در پژوهش کیفی این امر به معنای قدرت تحلیل و دقت داده‌ها و میزان تأیید آن‌ها است و رسیدن به تأیید پذیری طی جمع‌آوری و تحلیل داده در طول تحقیق، بررسی داده‌های خام، تفسیرها و پیشنهادها و یافته‌ها را می‌طلبد. در این پژوهش این اقدامات انجام شد و در صورت لزوم برای بررسی کیفیت یافته‌ها و تفسیرها و قضاوت درباره آن‌ها قابل ارائه است.

بحث و نتیجه گیری

امامزادگان یا بقاع متبرکه در طول تاریخ ایران همواره نقش و جایگاه اجتماعی قابل توجهی داشته‌اند و موردعلاقه مردم بوده‌اند، این علاقه و توجه و بذل سرمایه‌های مادی و معنوی، نه از باب منافع اقتصادی و اغراض مادی، بلکه بر مبنای کشش و علاقه‌ای قلبی بر اساس گرایش فطری مردم به مکاتب الهی بروز کرده است. چه بسا مردمی که با مشکلات و تنگناهای اقتصادی قرین بوده، اما در سرمایه گذاری برای مظاهر معنوی، ازجمله بناهای وابسته به مقدسات مذهبی، از هیچ گونه ایشاری فروگذار نکرده‌اند. لذا این دسته از مکان‌های زیارتی، از حالت مکان مذهبی صرف خارج شده و کارکردهای منحصر به فرد به خود گرفته‌اند که ابعاد اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... را در برمی گیرد، با توجه به ماهیت فرهنگی امامزادگان یکی از مهم‌ترین این ابعاد، بعد فرهنگی می‌باشد. ضمن آنکه این شمول نشان‌دهنده پتانسیل بالای بقاع متبرکه است و قابلیت تبدیل شدن آنان به اقطاب فرهنگی جامعه هستند... سازمان اوقاف و امور خیریه وظیفه دارد با تعامل با سایر سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مرتبط من جمله وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از ظرفیت‌های بالقوه این اماکن به نحو احسن استفاده

نموده و آن‌ها را بالفعل نماید. استخراج راهبردهای فرهنگی هشت‌گانه در این پژوهش کمک شایانی به تحقق قطب فرهنگی شدن بقاع خواهد نمود.

در این پژوهش توجه به میهمان یا زائر که همان مخاطب راهبردهای فرهنگی است در مضمون زائر محور شناسایی شده است. این راهبرد پژوهشگر را به مفهومی بنام «زائر مخاطب» سوق داد، مفهومی که نشان می‌دهد به دلیل ویژگی‌های معنوی بقاع، مخاطب پس از آشنایی مجذوب و به زائر تبدیل می‌گردد. این فرهنگ‌سازی با بسترسازی برای جذب زائر از طریق برنامه‌ریزی برای اوقات فراغت زائرین و همچنین برنامه‌ریزی برای گروه کودکان تأکید دارد. انجام این راهبرد بدون انجام راهبردهای ارتباطی میسر نبوده زیرا برای استقبال و جذب مخاطب زائر نیاز به امور تبلیغی من جمله اعزام مبلغ خوش فکر و بادانش و رفع شبهات و مسئولیت بخشی و سهیم نمودن مردم در انجام امور است. احصاء راهبردهای هنری از قدمت تاریخی و هنر معماری بسیاری از این اماکن نشأت گرفته است، زیرا بناهای مذهبی، همواره مورد احترام و توجه ملل و اقوام مختلف در طول تاریخ بوده است و به لحاظ همین اهمیت، پیوسته کامل‌ترین تجربه‌های هنری هنرمندان برجسته هر دوره تاریخی در خدمت معماری و تزیین نقوش به کاررفته در احداث چنین اماکنی بوده است.

این نقوش برای گردشگران جذابیت فراوانی دارد و آن‌ها را به سمت این اماکن می‌کشد؛ زیرا صنیعی (۱۳۹۲) نیز در پژوهش خود با عنوان ارزیابی عناصر ساختاری معماری در انتقال پیام‌های مذهبی به مخاطب به این نتیجه رسید که ساختار معماری مذهبی، خود انتقال‌دهنده پیام مذهبی به مخاطب می‌باشد؛ و پیام آن از لحاظ معنوی نیز آنان را تحت تأثیر قرار داده، چه‌بسا گردشگرانی که زائر همیشگی این آرامگاه‌ها شده‌اند، ضمن این که جذب گردشگر به اشتغال و اقتصاد و آبادانی محیط پیرامونی بقعه نیز خواهد افزود و سوخت لازم جهت انجام سیاست‌های فرهنگی را تأمین خواهد نمود. استفاده و انتخاب صحیح از توان رسانه که در راهبردهای رسانه‌ای شناسایی و باعث ایجاد و تثبیت ارزش و تغییر و تقویت نگرش زائر و مخاطب خواهد شد.

آنچه که در این پژوهش لازم است توصیه گردد استفاده ترکیبی از راهبردهای به‌دست‌آمده است زیرا همه راهبردها مانند زنجیر به‌هم پیوسته، وابستگی دارند و بعضاً لازم و ملزوم همدیگر هستند. برای مثال چنانچه فرآیند جذب مخاطب به‌درستی صورت نگیرد بعضی از راهبردها بالأخص راهبردهای رویدادی که تمرکز آن بر برگزاری مراسم فرهنگی ست بی‌ثمر خواهد بود.

منابع و مأخذ

- اثنی‌عشران، مهدی و تقی‌پور، فائزه (۱۳۹۶). «شناسایی عوامل فرهنگی مؤثر بر مدیریت کارآمد بقاع متبرکه»، نشریه علمی مرمت و معماری ایران ۷ (۱۴)، ۷۵-۹۰. [doi:10.1001.1.23453850.1396.7.14.1.7.90](https://doi.org/10.1001.1.23453850.1396.7.14.1.7.90)
- اصغری، پروین (۱۳۹۲). بررسی کارکرد فرهنگی امامزاده میر زین‌العابدین شهر ورزنه. مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان.
- ایبک‌آبادی، فاطمه، اسماعیل اف، اهل‌الدین و مولایی، محمد (۲۰۱۳). نقش و جایگاه بقعه متبرکه میر سیدعلی همدانی در ایجاد وحدت اجتماعی مسلمانان تاجیکستان و ایران. مجموعه مقالات حرمت حرم.
- تاجداری، پرویز (۱۳۶۹). روش‌های علمی تحقیق همراه با نظریه ارزشیابی. اصفهان: آتا.
- ترابی، قاسم، رضایی، علیرضا (۱۳۹۰). فرهنگ راهبردی جمهوری اسلامی ایران: زمینه‌های ایجابی، شاخص‌های اساسی. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی دین. تهران: انتشارات سخن.
- جعفریان، رسول (۱۳۷۶). تاریخ تشیع در ایران. قم: انصاریان.
- جلیلیان، قهرمان (۱۳۹۲). بررسی و تبیین بقاع متبرکه استان ایلام و نقش فرهنگی - اجتماعی آنها. مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان، اصفهان.
- خارستانی، اسماعیل (۱۴۰۰). تبدیل بقاع متبرکه به قطب فرهنگی و ارتقا جایگاه تربیتی آنها. معرفت.
- رضی، سپیده، رضی، مهدیه (۱۳۹۳). بقاع متبرکه، سنگرهای فرهنگی در جبهه‌های جنگ نرم. اولین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی ایران.
- سرمدی، زهره، بازگان، عباس، حجازی، الهه (۱۳۹۴). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگه.
- سورین، ورنر جوزف، تانکارد، جیمز (۱۳۹۶). نظریه‌های ارتباطات. (ع. دهقان، مترجم) تهران: دانشگاه تهران.
- شرف‌الدین، سیدحسین (۱۳۸۷). رسانه و دین. بازیابی از سامانه نشریات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی: <http://marifat.nashriyat.ir/node/571>
- صنّعی، ماندانا (۱۳۹۲). ارزیابی عناصر ساختاری معماری در انتقال پیام‌های مذهبی به مخاطب.
- عابدی‌جعفری، حسن، تسلیمی، محمدسعید، فقیهی، ابوالحسن، شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). «تحلیل مضمون‌ونشیکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی». اندیشه مدیریت راهبردی، ۲ (۱۰)، ۱۹۸-۱۵۱.
- عارفی، یوسف (۱۳۹۳). «راهبرد فرهنگی آمریکا و انجوها در افغانستان»، پژوهش‌های منطقه‌ای شماره ۱۲، ۷۵-۱۱۶. http://pma.journals.miu.ac.ir/article_html2269
- عبدالهی متقی، غفار. (۱۳۹۲). نقش امامزاده بی‌بی هیبت باکو در حفظ و تداوم اعتقادات اسلامی مردم جمهوری آذربایجان در دوره شوروی، مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان. اصفهان: اسوه.

- غلامی دهقی، علی، عابدی، سید محمد (۱۳۹۲). نقش علمی، فرهنگی و سیاسی سادات و امامزادگان در افغانستان. کنگره بین‌المللی امامزادگان.
- غیب غلامی، ح. (۱۳۷۶). بنای برقبور در مذاهب مختلف اسلامی به استناد قرآن و کتب معتبره فقهی و حدیثی اهل سنت. قم: الهادی.
- فریدمن، جان (۱۳۷۹). به سوی برنامه‌ریزی غیر اقلیدسی، (ن. برک‌پور، تدوین) مدیریت شهری، شماره ۲: ۱۹-۱۴.
- کشتی آرای، کیمیا، رئیسی، معصومه (۱۳۹۲). کارکردهای فرهنگی و اقتصادی موقوفات امامزادگان. مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان، اصفهان.
- محمدپور، فرشته، بهشت، اسماعیل (۱۳۹۳). راهکارهای عملی تبدیل حرم حضرت بی بی حکیمه (س) به قطب فرهنگی. مجموعه مقالات کنگره حضرت بی بی حکیمه (س).
- موسوی، ستاره، نیلی، محمدرضا (۱۳۹۲). بررسی جایگاه زیارت امامزادگان در مهندسی فرهنگی، مجموعه مقالات اولین کنگره بین‌المللی امامزادگان، اصفهان، انتشارات اسوه.
- مولائی، اصغر (۱۴۰۰). تبیین ابعاد و راهبردهای ارتقای معنویت در شهرهای زیارتی با تأکید بربقاع متبرکه. فرهنگ معماری و شهرسازی اسلامی.
- مهرداد، هرمز (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر: نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی. تهران: فاران.
- همتیان، اسماعیل، همتیان، اکرم (۱۳۹۹). راهبردهای توسعه بقاع متبرکه. همایش ملی چالش‌ها و راهکارهای توسعه بقاع متبرکه به قطب فرهنگی.
- aitpaeva, g. (2013). Pilgrimage to shrines in Kyrgyzstan: practices and debates. *the collection of articles of the international congress of imam's descendants*.
- 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
- Lindlef, T. R. (2010). *Qualitative Research Methods in Communication Sciences*. Tehran: Hamshahri.
- najafi, m. & Mohd Shariff, M. K. (2014). Public Attachment to Religious Places: A Study of Place Attachment to Mosques in Malaysia. *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering*, Vol:8 No:1.
- 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.
- Richard Florida.. (2012). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books
- sarfaraz, k. & sajid, m. r. (2011). the essence of shrines in rural pinjab: a case study of shrines at barilla sharif, Gujrat pakistan. *humanity & social sciences journal*, 6.
- Strauss, A. & Corbin, J. (2008). *Basics of qualitative research*. tehran: Human Science & Cultural Studies Center Publication(in Persian).

