

Cultural Diplomacy of The Arbaeen Pilgrimage Rite; Dimensions and Strategies

Hadi Ghiasi*

PhD Student in Culture and Communication, Faculty of Islamic Education and Culture and Communication,
Imam Sadegh (AS) University, Tehran, Iran

Mohammadreza Borzoei

Assistant Professor of Culture and Communication, Faculty of Islamic Education and Culture and
Communication, Imam Sadegh (AS) University, Tehran, Iran

Omid Nasiri

M.Sc. Student of Islamic Studies, Quranic Sciences and Hadith, Faculty of Theology, Islamic Studies and
Guidance, Imam Sadegh (AS) University, Tehran, Iran

Received: 15, June, 2020

Accepted: 05, October, 2020

Abstract

The Arbaeen Pilgrimage Rite is one of the symbols of modern civilization for Muslims. The question of this research is what are the dimensions and strategies of using cultural elements in Arbaeen pilgrimage diplomacy? In answer to this question, the method of data collection as a library and their analysis based on the method of content analysis have been used. According to the results of this study, the four main and comprehensive topics that have been analyzed related to the content of written sources are: "Definition of Cultural Diplomacy of Arbaeen Pilgrimage", "Components of Arbaeen Pilgrimage Discourse", "Actors of Cultural Diplomacy of Arbaeen Pilgrimage" and "Strategies of Cultural Diplomacy of Arbaeen Pilgrimage". ». Diplomacy can be defined as the art of presenting the correct image of oneself to another, and cultural diplomacy can be defined as the use of cultural elements in presenting the correct image of oneself to the people of the world. The cultural diplomacy of the Arbaeen pilgrimage is the use of cultural elements in presenting the correct picture of the Arbaeen pilgrimage to the people of the world. The results of this study show that introducing the components of Ashura culture and using its components for regional and global convergence, accurate knowledge of the audience in the Shiite world, Islamic world and other cultural fields of the world and increase investment in the field. New communication and information technologies are among the most important strategies of cultural diplomacy of Arbaeen pilgrimage.

Key words: Arbaeen Pilgrimage, Walking Ritual, Diplomacy, Cultural Diplomacy, Theme Analysis.

* **Corresponding Author:** hadi.ghiasi@gmail.com

دیپلماسی فرهنگی آیین پیاده‌روی زیارت اربعین؛ ابعاد و راهبردها

هادی غیائی*

دانشجو دکترا فرهنگ و ارتباطات، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران

محمد رضا برزویی

استادیار فرهنگ و ارتباطات دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران

امید نصیری

دانشجوی کارشناسی ارشد معارف اسلامی و علوم قرآن و حدیث دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد دانشگاه امام صادق (ع)،

تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۶ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۷/۱۴

چکیده

آیین پیاده روی زیارت اربعین یکی از نمادهای تمدن ساز عصر حاضر برای مسلمانان به شمار می آید. استفاده از دیپلماسی فرهنگی از ملزومات تمدن سازی این پدیده تمدنی محسوب می‌گردد. موضوع این نوشتار، بررسی زیارت اربعین از منظر دیپلماسی فرهنگی است. سؤال این پژوهش عبارت است از این که ابعاد و راهبردهای استفاده از عناصر فرهنگی در دیپلماسی زیارت اربعین چیست؟ در پاسخ به این سؤال از روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و تحلیل آن‌ها مبتنی بر روش تحلیل مضمون استفاده شده است. بر اساس نتایج این پژوهش چهار مضمون اصلی و فراگیری که از تحلیل مضمون منابع کتبی مرتبط به دست آمده، عبارتند از: «تعریف دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین»، «مؤلفه‌های گفتمان زیارت اربعین»، «بازیگران دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» و «راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین». دیپلماسی را می‌توان به فن ارائه تصویر صحیح از خود برای دیگری و دیپلماسی فرهنگی را به استفاده از عناصر فرهنگی در ارائه تصویر صحیح از خود برای مردم جهان تعریف کرد. دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین عبارت است از: استفاده از عناصر فرهنگی در ارائه تصویر صحیح از زیارت اربعین به مردم جهان. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد معرفی مؤلفه‌های فرهنگ عاشورایی و بهره‌گیری از مؤلفه‌های آن برای همگرایی منطقه‌ای و جهانی، شناخت دقیق مخاطبان در سطح جهان تشیع، جهان اسلام و دیگر حوزه‌های فرهنگی جهان و افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات از مهم‌ترین راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین محسوب می‌گردد.

واژگان کلیدی: زیارت اربعین، آیین پیاده روی، دیپلماسی، دیپلماسی فرهنگی، تحلیل مضمون.



DOI: 10.22080/jpir.2020.2951

* نویسنده مسئول: hadi.ghiasi@gmail.com

صفحات: ۲۴۷-۲۲۱

مقدمه

زیارت مکان‌های مقدس یکی از پدیده‌های اجتماعی جوامع مختلف در طول تاریخ بوده است. بعد عینی زیارت به‌عنوان واقعیتی دینی، دارای وجهی نهادی است. نهادمندی زیارت حاصل انجام مکرر عمل زیارت در چارچوب آداب و احکام شرعی زیارت است (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۳). لذا در فرهنگ شیعی، زیارت به‌مثابه یک‌نهاد موردبررسی قرار گرفته است؛ یعنی زیارت مجموعه‌ای از دانش‌ها و تلویحاً دستورهایی است که اندیشه و عمل زائر را در راستای هدفی متعالی تنظیم می‌کند؛ ولی متأسفانه ظرفیت‌های این نهاد مانند بیشتر نهادهایی که به‌عنوان دستاورد تمدنی ایران اسلامی محسوب می‌شوند، مورد غفلت واقع شده است. در نگاه عمومی شیعیان، زیارت تنها تکریم و گرامیداشت مدفن پیشوایان معصوم است، زیارت عاشورا برای تبرک خوانده می‌شود و برگرد قبر مطهر امام رضا(ع) برای شفای بیماری‌های جسمی و آمرزش گناهان طواف می‌کنند و بدین گونه در نهاد پویا و ارزشمند زیارت، تحریفی اساسی پدید آمده است. بارونق یافتن و گسترش زیارت اربعین در سال‌های اخیر، این دیدگاه اشتباه تا حدودی اصلاح گردیده است اما هنوز جا دارد که با استفاده از ابزار گوناگون، پرده از ظرفیت‌های عظیم پدیده زیارت برداشته شود. یکی از این ابزارها، دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین است. اربعین در کنار تمام ویژگی‌های دیگرش می‌تواند به‌مثابه منبع عظیمی از قدرت نرم و قدرت اجتماعی برای جهان اسلام به‌طور کل و مخصوصاً شیعیان باشد. این مهم می‌تواند بهتر از مفهوم مرسوم منافع ملی عمل کند و تعریف بهتری از منافع را ارائه دهد که تمامی ملت‌هایی را که بخشی از پدیده اربعین هستند، دربرمی‌گیرد (خانی، ۱۳۹۶: ۲۸).

دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین با ابزار گوناگون فرهنگی و ارتباطی و با تکیه بر ظرفیت‌های عظیم این زیارت چون معنویت محوری، تنوع جاذبه‌های معنوی، داشتن امتداد تاریخی، مردمی بودن، بستر روابط میان فرهنگی بودن، بهره‌مندی از تنوع علمی، فرهنگی و محیطی می‌تواند در سطح منطقه‌ای و جهانی، کانون ترویج سبک زندگی اسلامی، منشأ پرورش نسلی مؤمن و انقلابی، سنگر مقابله با تهاجم فرهنگی، جلوه‌گاه تصویری جذاب و باعزت از تشیع و قبله‌گاه الهام‌بخش منتظران موعود جهانی باشند. این نوشتار پس از تبیین مفاهیم اصلی به ابعاد و راهبردهای استفاده از ساختارها و ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی زیارت اربعین می‌پردازد.

۱. پیشینه پژوهش

با توجه به این که مطالعات زیارت سابقه درخشانی ندارد و بارونق گرفتن پیاده‌روی میلیونی اربعین در چند سال اخیر مورد توجه بیشتر قرار گرفته است، کاوش در ابعاد مختلف زیارت اربعین در ابتدای راه خود قرار دارد. در رابطه با مسئله این پژوهش نیز تحقیقات مرتبط اندکی صورت پذیرفته است که در ادامه می‌آید. ستوده (۱۳۸۷) در مقاله «جهانی‌شدن و همگرایی کشورهای اسلامی» به تشریح همگرایی کشورهای اسلامی در عصر جهانی‌شدن می‌پردازد و دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای را مهم‌ترین ابزار همگرایی کشورهای اسلامی در شرایط جهانی‌شدن می‌داند. ایشان ابتدا با غیر امکان‌پذیر دانستن مطالعه تحولات بین‌المللی در عصر فرا صنعت و فرا اطلاعات، بدون توجه به فرآیندهای جهانی‌شدن یا جهانی‌سازی، جهانی‌شدن را باعث نفوذپذیری مرزها، تحول در هویت‌های ملی و افزایش روابط فراملی می‌داند. سپس با ارائه تعاریفی از جهانی‌شدن، منطقه‌گرایی، سازمان منطقه‌ای و تعاملات منطقه‌ای و با اشاره به لزوم همگرایی کشورهای اسلامی در شرایط جهانی‌شدن، تشکیل سازمان منطقه‌ای برای پاسخگویی به نیاز کشورهای اسلامی در عصر جهانی‌شدن را کافی نمی‌داند. ستوده معتقد است: دیپلماسی منطقه‌ای راه‌حل همگرایی منطقه‌ای کشورهای اسلامی است. از نظر ایشان همگرایی کشورهای اسلامی بیش از هر چیز نیازمند ایستارها و تصاویر ذهنی مشترک، مثبت و واقعی است که این امر دیپلماسی همه‌جانبه منطقه‌ای خصوصاً از طریق فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی نوین را طلب می‌کند.

پریوش (۱۳۹۶) در مقاله «همگرایی جهانی و راهکارهای وصول به آن از طریق گسترش فرهنگ اربعین»، یکی از پدیده‌هایی که می‌تواند همگرایی جهانی به‌ویژه در جهان اسلام را به دنبال داشته باشد، گسترش فرهنگ اربعین می‌داند؛ چراکه همبستگی، عطوفت، مهربانی و یکی شدن که مهم‌ترین صفات اربعین است می‌تواند این مراسم را به یک قدرت نرم تبدیل کند که نقش اساسی در همگرایی جهانی داشته باشد. ایشان مهم‌ترین راهکارهای وصول به این همگرایی جهانی را استکبارستیزی، گسترش فرهنگ ایثار و شهادت و تقویت دیپلماسی فرهنگی عنوان می‌کند.

بشیر (۱۳۹۶) در مقاله «جهانی‌سازی راهپیمایی اربعین: سیاست‌ها و راهبردها» حرکت اربعین را در شرایط کنونی جهانی در راستای قیام حسینی در صدد بازنمایی، بازتولید و تثبیت سه دیدگاه شیعی، اسلامی و انسانی قیام عاشورا عنوان می‌کند که می‌تواند افق جدیدی را برای تشیع انقلابی،

اسلام‌گرایی واقعی و انسان‌محوری عدالت‌خواه بازگشایی نماید. امری که نجات انسانیت نیز در آن نهفته است.

خانی (۱۳۹۶) در مقاله «زیارت اربعین به‌مثابه قدرت نرم جهان اسلام» فرضیه خود را بر این پایه استوار می‌کند که زیارت اربعین در زمره اندک مراسمی است که بزرگداشت آن در جوامع اسلامی نه تنها شیعیان که حتی اهل سنت و پیروان سایر ادیان را در گرامیداشت اهداف قیام امام حسین (ع) گردهم می‌آورد. همبستگی، هماهنگی، مهربانی، عطوفت، گذشت، همدلی، همدردی، مهمان‌نوازی و ایجاد حس «ما بودن»، راهپیمایی اربعین را به یک منبع عظیم قدرت نرم برای جهان اسلام به‌طور عام و جهان تشیع به‌طور خاص تبدیل می‌کند که می‌تواند به‌عنوان یک سازوکار مؤثر برای حرکت به‌سوی همگرایی در جهان اسلامی مورد استفاده قرار بگیرد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود تأکید بر استفاده از ظرفیت اربعین در حرکت به سوی جهانی‌سازی اسلام و همگرایی منطقه‌ای و جهانی و همچنین استفاده از ساز و کار فرهنگی و رسانه‌ای در امر همگرایی و تأکید بر دیپلماسی فرهنگی از نکات مورد توجه در این پژوهش‌هاست که در نوشتار حاضر نیز مورد تأکید است.

۲. چارچوب مفهومی و روش پژوهش

۲-۱. زیارت اربعین

آیین پیاده روی زیارت اربعین از جمله مناسک مهم در فرهنگ شیعی محسوب می‌شود. آنچه باعث ایجاد هویتی مشترک حول آن ارزش‌ها گشته، برگزاری این مناسک است. از منظر نظریه‌پردازان غربی و همچنین دورکهایم، مناسک اجتماعی شامل دو کارویژه هویتی و آموزشی هستند که منجر به انتقال ارزش‌ها به مخاطبان می‌گردد (محمدی سیرت، ۱۳۹۵: ۴۴).

از منظر اسلامی، علاوه بر مناسک فردی، مناسک جمعی ویژه‌ای نیز در نظر گرفته شده است؛ مانند حج، نماز جمعه، نماز اعیاد، نماز جماعت و... همچنین در ادبیات اسلامی مطالب فراوانی درباره «تعظیم شعائر الهی» وجود دارد. لسان‌العرب «شعائر» را جمع «شعیره» و به معنای «کل ما جعل علماً لطاعة الله عز وجل» تعریف کرده است. (ابن منظور، ۱۴۱۴: ۴۱۴) مقام معظم رهبری در

این باره می‌فرمایند: «اصلاً بنای شعائر بر تظاهر و بر نشان دادن و بر مطرح کردن و جلو چشم نگهداشتن است» (آیت الله خامنه‌ای، ۱۳۸۴/۶/۸)

زیارت یکی از آیین‌های دینی با کارکردهای مختلف اجتماعی چون هویت بخشی، نمادسازی، تعاون و تعامل فرهنگی و اجتماعی و ... است (زمانی، ۱۳۹۱: ۱۲۰). پیاده روی اربعین در چند سال اخیر وجهه جهانی به خود گرفته و میلیون‌ها زائر از کشورهای مختلف در ایام اربعین حسینی، خود را پیاده یا سواره به کربلا می‌رسانند. به تعبیر رهبر معظم انقلاب؛ پیاده روی اربعین دیگر جزو شعائر الهی محسوب می‌شود: «این افرادی که این راه را پیمودند [پیاده‌روی اربعین] و این حرکت مؤمنانه را و عاشقانه را انجام می‌دهند، واقعاً در حال انجام حسنه هستند. این یک شعار عظیم است، لا تُجَلِّوْا شَعَائِرَ اللَّهِ، این بلاشک جزو شعائرالله است.» (آیت الله خامنه‌ای، ۱۳۹۴/۹/۹)

بنابراین زیارت اربعین حسینی در تاریخ معاصر از یک منسک شیعی فراتر رفته است و هرساله انسان‌های مختلف از فرهنگ‌های متفاوت با دین، زبان، رنگ و نژادهای گوناگون را با جاذبه‌ای مغناطیسی به سمت خود می‌کشاند. «حضور اهل سنت و مسیحیان و علمای آنان در این راهپیمایی و حتی اسلام آوردن آنان صحنه‌ای است که به‌وضوح در این سال‌ها شاهد آن هستیم. در جریان عاشورا نیز از آنجاکه موضوع از صرف یک پدیده سنتی فراتر رفت و تبدیل به مسئله انتخاب بهشت و دوزخ شد، شاهد تنوع مسیحی، عثمانی و اموی اصحاب سیدالشهدا علیه‌السلام هستیم. در جریان ظهور نیز بر اساس همان آیه پیشین و روایات ذیل آن می‌دانیم که پیوستن به امام، صرفاً در دایره شیعیان رسمی محصور نمی‌ماند و اصحاب امام از ادیان و مذاهب گوناگون و در سطحی جهانی ظهور خواهند کرد. این همان حقیقت است که در جریان قیامت مبنی بر عدم کفایت دین ظاهری برای رستگاری و رجوع یوم‌الحساب و دیگر مواضع قیامت به باطن و حقایق انسان‌ها بدان معتقدیم (همایون، ۱۳۹۶: ۱۰۳).»

امروزه اربعین تنها یک راهپیمایی معنوی و یا صرفاً زیارت جمعی حسین بن علی علیه‌السلام نیست بلکه مدلی متفاوت از نظام مناسبات انسانی در مقابل الگوی سکولار و دنیوی شده غربی است. این تجربه‌ای در حال ترقی و پیشرفت است که بر منابع دینی و سنن بومی ساخته شده است و از فرهنگ مدرن غرب هیچ رنگ و بویی نگرفته است. «اربعین که یک پدیده کاملاً انسانی و اسلامی است نه یک پدیده تمدنی به معنای civilization بلکه ظهور یک امت نوین اسلامی است

که مدل نظام‌مند آن را می‌توان برای بشر امروز تبیین و آن را در ویتترین جوامع انسانی برجسته کرده و بر آن محاجه کرد (بابایی، حبیب‌الله، ۱۳۹۶: ۷۷)»

اربعین را می‌توان در دولایه حقیقی و اعتباری آن مورد مطالعه قرارداد. در بعد حقیقی آن به روح، حقیقت و بعد معنوی زیارت اربعین توجه می‌شود. تحلیل بعد حقیقی زیارت اربعین در دو سطح فردی و اجتماعی امکان‌پذیر است. در سطح فردی به رابطه فرد با امام و سلوک فردی زائر در زیارت پرداخته می‌شود و در سطح اجتماعی از حرکت انبیا در طول تاریخ و برنامه کلان الهی برای زندگی بشریت که همان تجلی انسان کامل در زمین است، سخن به میان می‌آید و بر رابطه امت با امام و تلاش بر اطاعت هر چه بیشتر جهت اتصال هر چه بهتر امت به امام تأکید می‌شود. در لایه اعتباری زیارت اربعین اما با توجه به نظامات اجتماعی مختلف زندگی بشر، زیارت اربعین از منظر علوم مختلف اجتماعی چون مردم‌شناسی، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، ارتباطات و ... تحلیل می‌گردد.

از منظر دپلماسی که موضوع این نوشتار است، توجه به بعد بین‌المللی و میان فرهنگی زیارت اربعین در عصر پیش رو امری ضروری به نظر می‌رسد. متولیان نهاد زیارت می‌توانند در عرصه دپلماسی با ارائه تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های لازم خصوصاً از طریق سازوکارهای فرهنگی و رسانه‌ای، در ایجاد قدرت منطقه‌ای و جهانی تشیع، ترویج و تعمیق معارف و آموزه‌های اصیل اسلامی، همگرایی و وحدت امت اسلامی و زدودن تصویر نامناسب و غیرواقعی که برخی از کشورهای غربی با تبلیغات گسترده خود علیه اسلام و مکتب تشیع ترسیم کرده‌اند، گام مؤثری بردارد.

۲-۲. دپلماسی فرهنگی

دولت‌ها بر اساس هویت ملی که در چارچوبی فرهنگی ساخته می‌شود، منافع ملی خود را مشخص و برآورد می‌کنند (Chafetz, 1999: IX). برای درک مضمون اصلی سیاست خارجی یک کشور می‌توان اضافه بر فرمول‌بندی‌های مبتنی بر مفهوم منافع ملی، از طریق شناخت هویت ملی و با رجوع به ارزش‌ها و هنجارهای آن کشور، شناخت خود را کامل کرد (Saul, 1994: 11-13). شکل‌گیری سیاست خارجی گاه متأثر از نقش توأمان هویت و منافع ملی و گاه برآیندی از تعارض این دو مؤلفه است (Krause, 1996: 43-44)؛ بنابراین با تحول در چارچوب فرهنگی می‌توان هویت ملی و به دنبال آن سیاست خارجی کشورها را به نفع خود تغییر داد. این مسئله

بر اهمیت دیپلماسی فرهنگی دلالت دارد. میلتن کامی نگز، دیپلماسی فرهنگی را به مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات به‌منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها (Cummings, 2003: 71) تعریف می‌کند. دیپلماسی فرهنگی عبارت است از «تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیرگذاری بر مردم دیگر کشورها و تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ میان ملت‌ها به‌منظور تقویت تفاهم متقابل» (خانی، ۱۳۸۴: ۱۸۴). دیپلماسی فرهنگی با بهره‌گیری از ابزارهایی از سنخ تمدن‌ماجرای یک هویت، فرهنگ، تمدن یا تکرار برای اصحاب سایر فرهنگ‌ها و تمدن‌ها روایت می‌کند و همچنین فرهنگ و ارتباطات می‌تواند گسترده‌تر از دولت، رویکرد و خصلت کلی ملت‌ها باشد. بنابراین ما از تعامل دولت‌ها و ملت‌ها در ایجاد یک گفتمان از خود برای ایجاد ادبیات فرهنگی-اجتماعی هستیم که بر پایه زبان، تفاهم و اشتراک معنا با همدیگر مبتنی است (بشیر، ۱۳۹۵: ۸۱)؛ به بیان دیگر دیپلماسی فرهنگی معنا و مفهوم حقیقی خود را زمانی می‌یابد که ملتی به جهت آنکه غنای نهفته در فرهنگ و تمدن خود را انتقال داده و به وسیله ابزارهایی از همان سنخ به تبیین آن به سایر ملل بپردازد.

استفاده از فرهنگ و به خدمت گرفتن ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی در مقایسه با سایر ابزارها و اهرم‌های رایج در روابط بین‌الملل دارای مزایای بسیاری است که مهم‌ترین آنها را می‌توان به شرح زیر برشمرد: ۱. مواجه شدن با مقاومت کمتر در جوامع و کشورهای مقصد از کلیدی‌ترین مزایای دیپلماسی فرهنگی محسوب می‌شود. یکی از مهم‌ترین علل ناکامی دولت‌ها در رسیدن به اهداف سیاست خارجی‌شان در سایر کشورها مقاومت‌هایی است که در کشورهای مورد نظر در مقابل پیاده شدن آنها صورت می‌گیرد. از آنجا که فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در بسیاری از موارد، ضمیر ناخودآگاه مخاطبان خود را هدف قرار می‌دهد و با لطافت و ظرافت غیرمشهودی بر لایه‌های عمیق اذهان ایشان تأثیر می‌گذارد، لذا در مقایسه با سایر ابزارهای شایع در دیپلماسی، دیپلماسی فرهنگی با سهولت بیشتری در لایه‌های زیرین جامعه و با عمق بیشتری رسوخ می‌کند و بر جای می‌ماند. ۲. عاری بودن دیپلماسی فرهنگی از لحنی خصمانه و آمرانه در کنار جذابیت بیشتر و «نامحسوس بودن اعمال آن» و در نتیجه، هدف قرار دادن ذهن و روح مخاطبان خود از دیگر مزایای آن است. دیپلماسی آن‌گاه که با هدف تسخیر اذهان و قلوب مردمان سایر جوامع طراحی و اعمال می‌شود، نباید با یک تلقی خصمانه، منفی و سلطه‌طلبانه در ذهن مخاطبان همراه باشد. مخاطب قرار دادن

جوامع و کشورهای دیگر، چه در سطح دولتها و چه در سطح ملتها، آن گاه که با ابزار قهرآمیز و لحنی آمرانه صورت گیرد، هرچند که ضمانتهای اجرای خود را نیز در کنار داشته باشد، با مقاومت در هر دو سطح روبه‌رو می‌گردد و سرانجام منجر به صرف هزینه بیشتر و مقبولیت و کارایی کمتر می‌شود. ۳. در دیپلماسی فرهنگی، فرصت بهتری برای حضور جدی‌تر و مجال بیشتری برای ایفای نقش مؤثرتر توسط بازیگران غیررسمی، نهادهای مدنی و اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی مهیا می‌شود و این به نوبه خود بر گستره حوزه مانور و دامنه تأثیرگذاری دیپلماسی فرهنگی در مقایسه با دیپلماسی کلاسیک سنتی می‌افزاید. ۴. دیپلماسی فرهنگی بیشتر به دنبال کشف، تعریف و ترویج ارزشها و منافع مشترک و جهان‌شمول و سپس، تأمین منافع ملی در چارچوب این ارزشها و منافع مشترک است. ۵. دیپلماسی فرهنگی می‌تواند به منزله فتح بابی برای مفاهیم بیشتر و بهتر میان کشورها به کار گرفته شود و به مرور زمان منجر به پایه‌ریزی روابط عمیق و پایدار فرهنگی میان کشورها شود و این تعمیق حتی می‌تواند به حوزه‌های سیاسی و امنیتی هم تسری یابد. ۶. و سرانجام، دیپلماسی فرهنگی می‌تواند خلاقانه‌تر، انعطاف‌پذیرتر و حتی فرصت‌طلبانه‌تر از دیپلماسی کلاسیک و سنتی در بسیاری از حوزه‌ها طراحی و اجرا شود. با این توصیفات، دیپلماسی فرهنگی می‌تواند عرصه ظهور همه ظرفیتهای بالقوه و قابلیت‌های تاریخی، علمی و هنری یک کشور در حوزه‌هایی از قبیل ادبیات، شعر، سینما، موسیقی و سایر زیرشاخه‌های فرهنگ و هنر شود (خانی، ۱۳۸۴: ۲۰۹).

۲-۳. روش پژوهش

در تقسیم‌بندی تحقیقات بر مبنای هدف، تحقیقات به دو نوع کاربردی و بنیادی تقسیم می‌گردد. تحقیقات بنیادی خود بر دو نوع تجربی و نظری است. در تحقیقات بنیادی نظری، اطلاعات و مواد اولیه تحلیل به روش کتابخانه‌ای گردآوری شده و سپس به روش‌های مختلف استدلال مورد تجزیه و تحلیل عقلانی قرار گرفته و نتیجه‌گیری می‌شود. این پژوهش از نوع بنیادی و نظری است. روش این پژوهش کتابخانه‌ای و رویکرد آن توصیفی و تحلیلی است. «تحقیق توصیفی آنچه را که هست توصیف می‌کند و به شرایط یا روابط موجود، فرآیندهای جاری، آثار مشهود و روندهای در حال گسترش توجه دارد(خاکی، ۱۳۹۰: ۸۹)». روش تحلیل داده در این پژوهش تحلیل مضمون است. روش‌های مختلفی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هر کدام روش و روند خاص خود را دنبال می‌کند.

تحلیل مضمون دارای سه مرحله است: الف- توصیف و تجزیه متن، ب- تفسیر و تشریح متن و ج- ایجاد یکپارچگی در متن. (Attride-Stirling, 2001: 109).

پس از فیش برداری از منابع، فیش‌ها وارد نرم افزار Maxqda شدند تا کدگذاری شوند. پس از سه مرحله کدگذاری، الگوی نهایی تحلیل مضمون مشخص شد. در جدول زیر نمونه ای از تحلیل مضمون گزاره‌های این پژوهش در نرم افزار Maxqda مشخص است.

Code	Segment
<p>راهبردهای ناظر به مخاطبان/راهبردهای انسانی/ راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>در یک بررسی کلی، با توجه به اهمیت استفاده از عناصر و ابزار فرهنگی سازگار با ذائقه فرهنگی مخاطبان در ساختار مختلف فرهنگی به علت تحقق دیپلماسی فرهنگی موفق، این امکان وجود دارد تا گرایش‌های فرهنگی بخش‌های مختلف جغرافیایی جهان را به دسته‌بندی‌های مختلف تقسیم بندی کرد و راهبردهای دیپلماسی اثرگذار بر چنین مناطقی را بر اساس گرایش‌های فرهنگی آن‌ها به نحو صحیحی به کار گرفت. (صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹)</p>
<p>راهبردهای ناظر به کارگزاران/ راهبرد های انسانی/ راهبرد های دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>در دسته‌بندی دیگر، راهبردهای انسانی دیپلماسی فرهنگی شامل مواردی همچون زیارت اربعین ناظر به بازیگران، کارگزاری‌های کنش‌مند و کنشگر و کارگزاران در دیپلماسی زیارت اربعین است. باید توجه داشت که دیپلماسی کارآمد مستلزم و نیازمند بازیگران و کارگزاران، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی حرفه‌ای است که این کارگزاران باید آموزش لازم را دیده باشند و شناخت مناسبی از فرهنگ، سیاست، اقتصاد و مکتب تشیع و جامعه مورد نظر داشته باشند. ثانیاً ایمان به ماهیت و اهمیت قدرت فرهنگی و نرم زیارت نیز لازمه کار است. ثالثاً ایمان و تعهد به نقش توسعه دیپلماسی برخاسته از منابع قدرت فرهنگی و نرم مکتب تشیع از موارد حائز اهمیت است. رابعاً هماهنگی، همکاری و هم‌افزایی کارگزاری‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در قالب</p>

	<p>ساختاری یکدست در سطح منطقه‌ای و جهانی از مستلزمات کار است. (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۰).</p>
<p>مراکز آموزشی پژوهشی / راهبردهای ساختاری / راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>نهاد علم متولی تقویت بعد معرفتی بشر در طول تاریخ بوده است. حوزه آموزش و پژوهش در عصر حاضر اشکال جدیدی به خود گرفته و با انواع سازوکارها افکار و ذهنیت انس آن‌ها را جهت‌دهی می‌کند که الزامات خاص خود را می‌طلبد. «ملت‌ها باید اقدامات لازم برای تشکیل شبکه‌های ارتباطی غیرامنیتی با اهداف علمی - آموزشی را انجام دهند. این شبکه‌ها قادرند تا به کمک مبادلات علمی و تکنیکی پیشرفته تحقیقاتی در علوم کاربردی، بسترهای وابستگی به وجود آورند. (عراقی، ۱۳۹۴)».</p>
<p>سازمانهای فرهنگی / راهبردهای ساختاری / راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>سازمان‌های مختلفی در کشورها متولی امر فرهنگ می‌باشند که هر یک از آن‌ها در قبال زیارت اربعین می‌توانند نقش‌آفرینی خود را داشته باشند. با توجه به این که کشورهای اسلامی اهدافی فرهنگی را باید دنبال نمایند «سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی نقش مهمی را در برنامه ریزی و اجرای سیاست‌های فرهنگی نظام به عهده دارند» (جعفری، ۱۳۹۱)</p>
<p>رسانه / راهبردهای ساختاری / راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>. افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و استفاده از سایر دیپلماسی که قسمتی از ساختار دولت الکترونیک و همچنین در یک کشور، جزئی از کلیت ساختار دولت مجازی است (مرادی، ۱۳۸۳)</p>
<p>گردشگری / راهبردهای ساختاری / راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین</p>	<p>آموزش مبانی امت اسلامی و اخوت و ولایت بین مسلمین به دیپلمات‌ها، تأکید بر تعارف، تعامل، تبادل، تعاون، همدلی و درک و گفت‌وگو بین انسان‌ها با فرهنگ‌های مختلف (جعفری، ۱۳۹۲)</p>
<p>عتبات مقدسه و حوزه‌های علمیه / راهبردهای ساختاری / راهبردهای</p>	<p>عتبات مقدسه به‌عنوان سازمان‌های شیعی متولی زیارت و حوزه‌های علمیه به‌عنوان سازمان‌های شیعی متولی علوم</p>

دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین	اسلامی از مهم‌ترین بسترها و کانون‌های تبلیغ و دعوت اسلامی به حساب می‌آیند. «یکی از نقش‌های اساسی حوزه های علمیه از گذشته دور؛ به عبارتی از بدو شکل گیری آن، رسالت تبلیغی آن است» (آیت الله خامنه ای، ۱۳۸۶/۹/۲۷).
------------------------------	--

آخرین گام در تحلیل مضمون، تدوین گزارش است. در این بخش، تدوین گزارش نهایی پژوهش انجام می‌شود. هدف نهایی از نوشتن تحلیل مضمون این است که روایت کامل و پیچیده موجود در داده‌ها به نحوی گفته شود که خواننده در خصوص صلاحیت تحلیل پژوهشگر قانع گردد. در مرحله نهایی، نتیجه گیری های همه شبکه‌ها، همراه با نظریه‌های مرتبط با آن‌ها، به نحو مختصر، برای توضیح مضامین، الگوها، مفاهیم، ساختارهای برجسته به دست آمده از متن مورد استفاده قرار می‌گیرد. بررسی مجدد سؤالات پژوهش و بررسی ارتباطات پنهان به جهت پاسخگویی به سؤالات اصلی و رسیدن به هدف نهایی پژوهش است. (Attride-Stirling, 2001: 113).

در این پژوهش پس از بررسی داده‌ها و انجام مراحل روش‌شناختی، به دلیل رعایت اختصار تنها به گزارش مضامین نهایی یعنی زیارت اربعین، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین و راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین پرداخته می‌شود و در نهایت با استفاده از ابزارهای مفهومی به دست آمده الزامات همگرایی در طریق در زیارت در سطح تمدنی آن مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

۳. یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل مضمون اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توان چهار مضمون اصلی و سازمان دهنده برای مضمون محوری و فراگیر «دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» شناسایی کرد. مضامین پایه مربوط به مضمون سازمان دهنده «تبيين دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» عبارتند از: «پیام‌های زیارت اربعین»، «ابزارهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» و «مخاطبان دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین». مضامین پایه مربوط به مضمون سازمان دهنده «مؤلفه‌های گفتمان زیارت اربعین» عبارتند از: «مؤلفه‌های جهانی»، «مؤلفه‌های اسلامی» و «مؤلفه‌های شیعی». همچنین مضامین پایه مربوط به مضمون سازمان دهنده «بازیگران دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین»

عبارتند از: «عتبات مقدسه و سازمان‌های بین‌المللی»، «مراکز آموزشی و پژوهشی»، «نخبگان و علما و شخصیت‌های برجسته»، «رسانه‌ها و مراکز مربوط به فناوری ارتباطات و اطلاعات» و «نهادهای و سازمان‌های فرهنگی ارتباطی». در نهایت مضامین پایه‌ی مربوط به مضمون سازمان دهنده «راهبردهای دپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» عبارتند از: «راهبردهای انسانی»، «راهبردهای ساختاری» و «راهبردهای گفتمانی» (شکل شماره (۱)).



شکل شماره (۱). دپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

۳-۱. تبیین دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

اگر دیپلماسی را به فن ترسیم و ارائه تصویر صحیح از خود برای دیگری و دیپلماسی فرهنگی را به استفاده از عناصر فرهنگی برای ارائه تصویر صحیح تعریف کنیم، آنگاه دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین به استفاده از سازه‌های فرهنگی در ترسیم و ارائه تصویر صحیح از زیارت اربعین به دیگران تعریف می‌شود. عناصر دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین بدین صورت قابل ترسیم است (شکل شماره (۲):



شکل شماره (۲). عناصر دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

اهداف اصلی دیپلماسی فرهنگی، ایجاد تصویری مطلوب در ذهن سایر ملل از هویت خویش، اثرگذاری و نقش داشتن در قالب‌دهی به هویت سایرین است. این اهداف در عین وابستگی دارای سلسله مراتب هستند؛ بدین معنا که نخست باید در اذهان دیگران صورت خوبی از هویت خود شکل داد سپس به دنبال ایجاد نفوذ بر آن‌ها باشد و سرانجام در صورت دادن به هویت آن‌ها ایفای نقش کرد. لذا اهداف اصلی دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین شامل موارد زیر است:

- شکل‌دهی تصویری مناسب از هویت اسلامی و فرهنگ شیعی
- تغییر نگاه منفی جهانیان در قبال اسلام و تشیع.
- تکامل هویت جهانیان به جهت وصول به ارزش‌های اسلامی (کشاورز و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۹)

اما دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین می‌تواند با ارائه تصویر صحیح از زیارت اربعین و دنبال کردن چشم‌اندازی مشخص، خلأهای جهان اسلام و موانع راه تمدن‌سازی اسلامی در جهان معاصر را کنار بزند. لذا اهداف زیر را نیز می‌توان برای این حرکت مقدس متصور بود:

- ایجاد قدرت: بهره‌مندی جهان اسلام از کانون‌های معتبر برای ایجاد قدرت، ایدئولوژی برون‌گرا که قابلیت طرح خود را در گستره جهانی دارد، سهم قابل توجه در شبکه ارتباطات جهانی به دلیل توان تولید معنا، قلمرو جغرافیای فرهنگی وسیع که در بردارنده جمعیتی بالا است و موقعیت ژئوپلیتیک حساس و تأثیرگذار در نظام جهانی.

- انسان‌سازی: محقق ساختن آرمان‌های تمدن اسلامی از طریق نشر منظومه زیست موحدانه مبتنی بر معارف قرآن کریم و اهل بیت (علیهم‌السلام)، تربیت تمدن محور در جهت کادر سازی برای آینده جهان اسلام و پرورش نسلی مؤمن، انقلابی، بصیر، دانشمند و کارآزموده و ارائه الگویی تعمیم‌پذیر از کودک و نوجوان و جوان موفق مسلمان به دنیای امروز، مقابله با چالش‌های فکری و تهاجم فرهنگی و اسلام‌هراسی و شیعه‌هراسی و نیز همکاری و تبادل تجربیات در این زمینه.

- همگرایی: تعامل و تبادل فرهنگی در تمامی زمینه‌ها برای گسترش و بهبود روابط در کشورهای اسلامی و جهان تشیع و حرکت به سمت امت اسلامی، تعمیق تبادلات علمی و پژوهشی در جهت احیا و بازنشر میراث جهان‌شمول تمدن اسلامی با رویکرد پاسخگویی به اقشار متنوع مخاطبان و استفاده از فناوری‌های روزآمد و بسیج تمامی مسلمانان برای محافظت از اماکن مقدس.

- ترویج و تعمیق معارف اصیل دینی: حل مشکلات امت اسلامی، ترویج معارف دین، قرآن و اهل بیت، زمینه‌سازی برای حضور حداکثری دلدادگان، عاشقان و مسلمانان و خلق بهترین تجربه‌ها در جهت معرفت‌افزایی زائران، ترویج سبک زندگی اسلامی، اسوه قرار دادن ائمه اطهار علیهم‌السلام، تسهیل و ترغیب امر زیارت و تعمیق معارف دینی، توسعه عزت و قدرت و درنهایت تشکیل جبهه مشترک با اهداف مشترک در مقابل چالش‌های پیش روی جهان اسلام.

از آنجاکه پیام‌های زیارت اربعین جهانی است مخاطبان دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین را می‌توان تمامی حوزه‌های فرهنگی سراسر جهان تلقی کرد که برای سهولت بیشتر می‌توان آن‌ها را به مخاطبان حوزه‌های فرهنگی جهانی، اسلامی و شیعی تقسیم کرد (شکل شماره (۳)).



شکل شماره (۳). حوزه‌های فرهنگی مخاطبان دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

۳-۲. مؤلفه‌های گفتمان زیارت اربعین

دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین در واقع بازنمایی، بازتولید و تثبیت مؤلفه‌های قیام عاشورا برای همه مردم جهان هست. «مؤلفه‌های گفتمان زیارت اربعین همان مؤلفه‌های قیام حسینی است. قیام امام حسین ع، قیامی شیعی- اسلامی و انسانی است. شیعی از این منظر است که بازتولید گفتمان «ولایت محوری»، «امامت پذیری» و «اهل بیت خواهی» است که روح تشیع است. اسلامی نیز این دیدگاه است که به دنبال «انحراف ستیزی»، «تثبیت سنت‌های الهی» و «ظلم‌ستیزی» و بازگشت به هویت اسلام واقعی است و انسانی از این جهت است که درصدد «نجات دهی انسانیت»، «عدالت محوری» و «حاکمیت الهی» در سطح جهانی است (بشیر، ۱۳۹۶: ۹۴)».

پیام و تصویری که زیارت اربعین ترسیم می‌کند در خود معانی بسیاری نهفته دارد: اگر تمدن حقیقی را تمدن مهدوی و یگانه راه رسیدن به آن را اتصال به امام در بعد فردی و اجتماعی بدانیم، آنگاه زیارت اربعین راهبردی‌ترین عنصر تمدن ساز در جامعه پیشاظهار خواهد بود. اگر تمدن فعلی را پویایی بیگانه‌کننده و موتور محرک آن را خود بنیادی و هوی پرستی بدانیم، آنگاه زیارت اربعین از راهبردی‌ترین عناصر تمدن سوز در زمانه فعلی خواهد بود. اگر سرمایه فرهنگی را مهم‌ترین سرمایه پیشرفت تمدنی تلقی کنیم، زیارت اربعین با پویایی و تبادل فرهنگی عظیمی که در درون خود دارد، گسترده‌ترین نهاد تولیدکننده سرمایه فرهنگی خواهد بود. اگر جغرافیای فرهنگی شیعی را ظرف ظهور تمدن اصیل اسلامی بدانیم، زیارت اربعین مهم‌ترین عنصر شکل‌دهنده و حرارت

بخش آن خواهد بود. اگر مشارکت مردمی را مهم‌ترین سرمایه اجتماعی تلقی کنیم، زیارت اربعین با حضور عظیم میزبانان عراقی، باشکوه‌ترین جلوه‌گاه سرمایه اجتماعی است. اگر دیپلماسی فرهنگی را مهم‌ترین راهبرد در ارتباطات میان فرهنگی محسوب کنیم، زیارت اربعین با ظرفیت میان فرهنگی عظیم خود، مهم‌ترین بستر دیپلماسی فرهنگی خواهد بود. اگر قدرت نرم را تعیین‌کننده قدرت نهایی در تمدن آینده بدانیم و اعتبار منبع را اصلی‌ترین شرط قدرت نرم، آنگاه زیارت اربعین معتبرترین منبع قدرت نرم خواهد بود. اگر شروع تمدن مهدوی را حرکتی عاشورایی جهت انتقام از دشمنان حسین علیه‌السلام بدانیم و زیارت اربعین را حفظ پیام عاشورا، آنگاه زیارت اربعین مهم‌ترین نماد تمدن مهدوی خواهد بود. اگر تنوع فرهنگی را مهم‌ترین لازمه پویایی تمدنی و تکثر فرهنگی را لازمه تبادل فرهنگی بدانیم، زیارت اربعین مهم‌ترین جلوه‌گاه پویایی و تبادل فرهنگی است. اگر وحدت و همگرایی را اصلی‌ترین راهبرد تقویت هویت تمدنی بدانیم و حب الحسین علیه‌السلام را تأثیرگذارترین عامل انسجام بخش، آنگاه زیارت اربعین قوی‌ترین عنصر حیات‌بخش تمدنی است.

۳-۳. بازیگران دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

بازیگران عرصه دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین شامل تمامی کنشگران، سازمان‌ها و نهادهایی می‌شود که به هر طریقی مسئولیت گسترش ارزش‌های اسلامی را عهده‌دارند؛ از سازمان‌های فرهنگی در کشور ایران و آستان‌ها و عتبات مقدسه جهان تشیع تا نخبگان، علما و تریبون دارهای جهان اسلام و آزادی خواهان سراسر عالم. این بازیگران را می‌توان در شکل شماره (۴) مشاهده نمود.



شکل شماره (۴). بازیگران دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

۳-۴. راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

با توجه به تحلیل مضمون اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توان ۳ مضمون اصلی و سازمان دهنده «راهبردهای انسانی»، «راهبردهای ساختاری» و «راهبردهای گفتمانی» برای مضمون محوری و فراگیر «راهبردهای دیپلماسی زیارت اربعین» شناسایی نمود. (شکل شماره (۵))



شکل شماره (۵). راهبردهای دیپلماسی زیارت اربعین

راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین

در ادامه به تشریح این راهبردها می‌پردازیم:

۳-۴-۱. راهبردهای انسانی

راهبردهای انسانی دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین را ذیل دودسته راهبردهای ناظر به مخاطبان در حوزه‌های فرهنگی مختلف و راهبردهای ناظر به کارگزاران و کنشگران این عرصه می‌توان مطرح کرد.

۳-۴-۱-۱. راهبردهای ناظر به مخاطبان

از آنجاکه پیام‌های زیارت اربعین، جهانی است؛ مخاطبان دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین را می‌توان در تمامی حوزه‌های فرهنگی سراسر جهان تعریف کرد که برای سهولت بیشتر می‌توان آن‌ها را به مخاطبان حوزه‌های فرهنگی جهانی، اسلامی و شیعی تقسیم می‌کنیم.

در یک بررسی کلی، با توجه به ضرورت استفاده از ابزار و عناصر فرهنگی مناسب با ذائقه فرهنگی مخاطبان در حوزه‌های مختلف فرهنگی جهت تحقق دیپلماسی فرهنگی موفق، گرایش‌های فرهنگی سرزمین‌ها و ملل گوناگون را می‌توان به چندین دسته تقسیم بندی کرد و راهکارهای دیپلماسی مؤثر بر این مناطق را بر اساس فرهنگ آن ملل به کار برد. این شیوه دسته بندی بر اساس شرایط کنونی قابل فرض است و نه بر اساس شیوه کلاسیکی آن:

- مناطق اروپا و آمریکا: این مناطق مدعی‌اند که برترین تمدن را دارا می‌باشند و پشتوانه آن را تکنولوژی و علم بیان می‌دارند. از این رو از یاد برده‌اند که خرد با مذهب در ارتباط است در صورتی که رشد این تمدن ریشه در ارزش کار در اندیشه مسیحیت پروتستان است. ولی حال فلسفه کهن یونان را به عنوان عامل برتری خود بیان می‌کند، اما به هر حال گفتگوی ادیان در این مناطق جایگاه ویژه ای دارد. بنابراین می‌توان بیان داشت که زبان تکنولوژی و علم، زبان تاثیرگذاری در این سرزمین‌هاست یا به عبارتی دیگر زبان تأثیرگذار در این مناطق، زبان بازگو کردن پیشرفت‌های علمی و تفاخر به وسیله آن می‌باشد. همچنین زبان و ادبیات امروز جهانی سیاست مثل، حقوق بشر، دموکراسی، حقوق زنان، تمدن‌ها، ادیان و دیپلماسی گفتگوی فرهنگ‌ها دارای اثر گذاری می‌باشد. از این رو باید تلاش گردد تا این مفاهیم بر مبنای مکتب تشیع و گفتمان زیارت ارائه شود.

- مناطق کشورهای آفریقایی: در این بخش از جهان این قابلیت وجود دارد تا اولاً از ظرفیت دیپلماسی ساخت روز جهانی (دموکراسی، حقوق بشر) بر اساس مبانی اسلامی و شیعی، وحدت ادیان و همچنین آگاهی بخشی در خصوص برعکس جلوه دادن واقعیت‌ها از طرف غرب و رسانه‌های غربی به جهت استثمار این سرزمین‌ها استفاده کرد.

- مناطق ملل شرق: این مناطق در دو دسته قابل تقسیم بندی هستند: الف) ملل جنوب شرق آسیا مانند مالزی، اندونزی و... که در این منطقه‌ها می‌توان از دیپلماسی آموزه‌های اسلامی و ادبیات نوین سیاست جهانی (دموکراسی، حقوق بشر) و علم و فناوری و بر مبنای مکتب اسلام و تشیع بهره‌برد. ب) ملل شرق مثل کره، ژاپن، چین و... که در این مناطق دیپلماسی علم و فناوری و دیپلماسی گفتگوی فرهنگ و تمدن‌ها برای اثربخشی قابل استفاده است (برگرفته از صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹).

- مناطق آسیای میانه و شبه‌قاره: با توجه به اشتراکات فراوان فرهنگی و تمدنی با کشورهای شیعی و همچنین با توجه به اثرگذاری کشورهای شیعی بر آن‌ها، می‌توان دو نوع دیپلماسی برای این مناطق تصور کرد: الف) در قسمت آسیای میانه از دیپلماسی زبان و ادبیات فارسی، فرهنگ و تمدن حوزه ایران قدیم و ارتباط گفتمان زیارت با دیپلماسی نوروز که از عظیم‌ترین اسطوره‌های ایران باستان در آسیای میانه است، می‌توان استفاده کرد. ب) در منطقه شبه‌قاره می‌توان از تمدن فرهنگ حوزه ایران باستان، دیپلماسی زبان فارسی، جاده ابریشم و تمدن اسلام به‌عنوان یکی از ریشه‌ها و بسترهای اثرگذار بر روابط در این مناطق بهره‌برد.

- مناطق کشورهای عربی (آفریقایی و آسیایی): در این قسمت از سرزمین‌های جهان بهره‌گیری از دیپلماسی قرآن کریم و تعالیم پیامبر اسلام و اهل بیت ایشان علیهم‌السلام خصوصاً حضرت اباعبدالله الحسین علیه‌السلام که از اشتراکات مهم است، قابل فرض است. البته این موارد باید محور همگرایی در این مناطق قرار گیرد. علاوه بر آن در این مناطق از میراث تمدن اسلامی و حافظه تاریخی مشترک نیز می‌توان بهره‌برد (برگرفته از صالحی امیری، محمدی، ۱۳۸۹: ۱۱۸).

۳-۴-۱-۲. راهبردهای ناظر به کارگزاران

در دسته‌بندی دیگر، راهبردهای انسانی دیپلماسی فرهنگی شامل مواردی همچون زیارت اربعین ناظر به بازیگران، کارگزاری‌های کنش‌مند و کنشگر و کارگزاران در دیپلماسی زیارت اربعین

است. باید توجه داشت که دیپلماسی کارآمد مستلزم و نیازمند بازیگران و کارگزاران اقتصادی، فرهنگی و سیاسی حرفه‌ای است که این کارگزاران باید آموزش لازم را دیده باشند و شناخت مناسبی از فرهنگ، سیاست، اقتصاد و مکتب تشیع و جامعه مورد نظر داشته باشند. ثانیاً؛ ایمان به ماهیت و اهمیت قدرت فرهنگی و نرم زیارت نیز لازمه کار است. ثالثاً؛ ایمان و تعهد به نقش توسعه دیپلماسی برخاسته از منابع قدرت فرهنگی و نرم مکتب تشیع از موارد حائز اهمیت است. رابعاً؛ هماهنگی، همکاری و هم‌افزایی کارگزاری‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در قالب ساختاری یکدست در سطح منطقه‌ای و جهانی از مستلزمات کار است (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۰: ۸۷).

۳-۴-۲. راهبردهای ساختاری

در روابط بین‌الملل بهره‌گیری از فرهنگ و نیز ساختار و سازوکارهای فرهنگی در دیپلماسی در مقایسه با دیگر راهکارهای مرسوم دارای مزیت‌های فراوانی است. قدرت دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین به اندازه قدرت متولیان نهادهای فرهنگی جهان اسلام و تشیع در انگاره سازی و خلاقیت‌های فرهنگی است؛ به‌نحوی که هر مقدار تنوع در این حوزه بیشتر باشد، دیپلماسی موفق‌تری را به نمایش خواهد گذاشت. بازیگران عرصه دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین شامل تمامی کنشگران، سازمان‌ها و نهادهایی می‌شوند که به هر طریقی مسئولیت گسترش فرهنگ و ارزش‌های اسلامی را عهده‌دار هستند. این بازیگران می‌توانند از ساختارها و بسترهایی چون مراکز آموزشی و پژوهشی، سازمان‌های فرهنگی، رسانه‌ها و گردشگری جهت پیشبرد اهداف دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین بهره ببرند. برای هر یک از این ساختارها می‌توان راهبردهایی ترسیم نمود:

۳-۴-۲-۱. مراکز آموزشی و پژوهشی

نهاد علم متولی تقویت بعد معرفتی بشر در طول تاریخ بوده است. حوزه آموزش و پژوهش در عصر حاضر اشکال جدیدی به خود گرفته و با انواع سازوکارها افکار و ذهنیت انسان‌ها را جهت‌دهی می‌کند که الزامات خاص خود را می‌طلبد. «ملت‌ها ناچارند نسبت به تشکیل شبکه‌های ارتباطی غیرامنیتی با اهداف علمی - آموزشی اقدام کنند. این شبکه‌ها می‌توانند با مبادلات علمی و تکنیکی پیشرفته تحقیقاتی در علوم کاربردی، زمینه‌های وابستگی و درک متقابل فرهنگی را ایجاد کنند(عراقی، ۱۳۹۴: ۹۸)». اتخاذ رویکرد تمدنی در رشته‌های مختلف علوم اجتماعی در

دانشگاه‌های جهان اسلام و اشتراک‌گذاری تولیدات آن‌ها در سطح بین‌المللی و جهان اسلام، تأسیس گروه‌ها و مراکز مطالعاتی برای ارتقای شناخت از اربعین، عاشورا، تشیع و نسبت آن با اقتضائات و مسائل روز جهان و همچنین شناخت فرهنگ دیگر کشورها به منظور انتقال صحیح معارف تشیع جهت همگرایی هر چه بیشتر، به‌ویژه با کشورهای همجوار، پژوهش و تدوین کتب در موضوعات اربعین و آینده جهان تشیع، اربعین و تمدن نوین اسلامی، اربعین و صلح جهانی، ایجاد اتحادیه‌ها و NGO های معلمان، اساتید، پژوهشگران و نخبگان علمی در سطح کشورهای حوزه تمدنی اسلام به منظور انتقال ظرفیت‌های فرهنگی اسلام و تشیع از مهم‌ترین راهبردهای دیپلماسی فرهنگی اربعین از طریق مراکز آموزشی و پژوهشی است.

۳-۲-۴-۲. سازمان‌های فرهنگی

سازمان‌های مختلفی در کشورها متولی امر فرهنگ می‌باشند که هر یک از آن‌ها در قبال زیارت اربعین می‌توانند نقش‌آفرینی خود را داشته باشند. با توجه به این که کشورهای اسلامی اهدافی فرهنگی را باید دنبال نمایند «سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی نقش مهمی را در برنامه ریزی و اجرای سیاست‌های فرهنگی نظام به عهده دارند» (جعفری، ۱۳۹۱: ۳۹). توجه به تحولات گسترده در عرصه فرهنگی در جهان، به‌ویژه در عرصه فناوری ارتباطات و اطلاعات و قانون‌گذاری لازم و به‌موقع، تدوین استراتژی فرهنگی کلان برای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین، تدوین استراتژی کلان نهادهای فرهنگی و نظارت در اجرا، آسیب‌شناسی فعالیت‌ها و نهادهای فرهنگی کشور، تلاش برای ایجاد ارتباط با محفل‌های علمی خارج به شیوه برگزاری همایش، تدوین کتاب، حضور در کنفرانس‌های بین‌المللی و...

۳-۲-۴-۳. رسانه‌ها

رسانه برجسته‌ترین ابزار تصویرسازی در دنیای امروز به حساب می‌آید و بی‌شک استفاده صحیح از آن می‌تواند در دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین نقشی اساسی ایفا کند. افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات و استفاده از سایر دیپلماسی که در یک کشور قسمتی از بدنه دولت الکترونیک است (مرادی، ۱۳۸۳: ۶۹)، برنامه‌سازی مشترک با شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌ای کشورهای حوزه فرهنگ شیعی و تمدن اسلامی با مؤلفه فرهنگ عاشورایی و مهدویت برای ایجاد همگرایی و نزدیکی و پویا کردن اشتراکات دینی، تاریخی، فرهنگی، مستندسازی با همکاری

آی سیسکو و اکو و همچنین رهبران ادیان الهی و با حضور نخبگان سیاسی - اجتماعی و فعالان فرهنگی رسانه‌ای دنیا از مهم‌ترین راهبردها است.

۳-۴-۲-۴. گردشگری

گردشگری مذهبی و سفرهای زیارتی به‌عنوان یکی از بسترهای فرهنگی مهم کشورها خصوصاً در جهان اسلام شناخته می‌شود که حرکت، پویایی، شناخت میان فرهنگی و نشاط معنوی از مهم‌ترین کارکردهای آن به حساب می‌آید. آموزش مبانی امت اسلامی و اخوت و ولایت بین مسلمین به دیپلمات‌ها، تأکید بر تعارف، تعامل، تبادل، تعاون، همدلی و درک و گفت‌وگو بین انسان‌ها با فرهنگ‌های مختلف (جعفری، ۱۳۹۲: ۵۸)، تأکید بر مشارکت مردم میزبان در پذیرایی از گردشگران و پرهیز از سازمان محوری در امر میزبانی، گسترش زیرساخت‌های خدماتی، حمل‌ونقل و جاده‌ای زیارت در حوزه تمدن اسلامی و جغرافیای فرهنگی تشیع از مهم‌ترین راهبردها در این عرصه است.

۳-۴-۲-۵. عتبات مقدسه و حوزه‌های علمیه

عتبات مقدسه به‌عنوان سازمان‌های شیعی متولی زیارت و حوزه‌های علمیه به‌عنوان سازمان‌های شیعی متولی علوم اسلامی از مهم‌ترین بسترها و کانون‌های تبلیغ و دعوت اسلامی به حساب می‌آیند. «یکی از نقش‌های اساسی حوزه‌های علمیه از گذشته دور، به عبارتی، از بدو شکل‌گیری آن، رسالت تبلیغی آن است» (آیت الله خامنه‌ای، ۱۳۸۶/۹/۲۷). ایجاد هماهنگی بین حوزه‌های علمیه کشورهای اسلامی برای تقویت و گسترش تبلیغات اسلامی و شیعی، ایجاد پژوهشکده‌های دینی مشترک در خصوص معارف ناب اسلامی نهفته در اربعین و عاشورا چون عزت، آزادگی، ظلم‌ستیزی و نفی نظام سلطه و...، حمایت مالی از گروه‌های مردمی و انجمن‌های فعال در عرصه بازتولید و بازنمایی معارف اربعین، ایجاد ارتباط صحیح بین جذابیت‌های معنوی عاشورا و اربعین با دلالت‌های حکومتی، سیاسی، اجتماعی و تمدنی حرکت عاشورا و اربعین از مهم‌ترین راهبردهای دپلماسی فرهنگی زیارت اربعین از طریق عتبات مقدسه و حوزه‌های علمیه است.

۳-۴-۳. راهبردهای گفتمانی

می‌توان ادعا کرد که در این همایش عظیم مردمی شاهد شکل‌گیری جامعه‌ای در مقیاس محدود (هم از لحاظ زمانی و مکانی) با تمام صفات و ویژگی‌های جامعه آرمانی اسلام می‌باشیم که شناخت این اوصاف و تأثیر آن در شکل‌دهی ارکان تمدن اسلامی (نظام تمایلات، اندیشه تمدنی و

سبک زندگی) بسیار راهگشا می‌باشد (جمالی، ۱۳۹۵: ۷۳). از این رو تصویری که در دیپلماسی زیارت ترسیم می‌شود، ذی ابعاد است. تمدنی و جامعه‌ساز است. عمیق و ماندگار است. جذاب و تأثیرگذار است. فطری و جهان‌فهم است. متقن و ریشه‌دار است. روشنی‌بخش و معرفت‌زاست. محکم و قدرت‌ساز است. اصیل و بیگانه‌زداست. محرک و پویا بخش است. لطیف و آرامش‌بخش است و در یک کلمه، الهی است. تصویری که در دیپلماسی زیارت ترسیم می‌شود مبتنی بر مبانی اسلامی و شیعی است. بر اساس جهان‌بینی شیعی و نوع نگاه اسلام ناب به فرد و جامعه است. دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین با ارائه این چنین تصویری، القائات ناشی از اسلام هراسی و شیعه‌هراسی را بی‌اثر خواهد نمود و به ایجاد امت واحد و حیات طیبه برای جامعه همبسته و هم‌پیکر بشری خواهد انجامید و سپهر آفرینش را بر مبانی توحیدی متحد خواهد ساخت. جهت تحقق این امر باید راهبردهایی اتخاذ گردد که هر چه بهتر معانی گفتمانی عاشورا از طریق منابع قدرت نرم زیارت اربعین با مخاطبان حوزه‌های فرهنگی مختلف به اشتراک گذاشته شود. تأکید بر آموزه‌های اصیل اسلام ناب محمدی (ص)، اولویت‌بندی مسائل مختلف دخیل در گفتمان عاشورا برای تبادل و انتقال، معرفی و برجسته‌سازی ظرفیت‌های جذاب معنوی و پیامدهای توأم با اقتدار و عزت سیاسی و تمدنی گفتمان عاشورا و اربعین، فراهم آوردن زمینه‌های وحدت میان مسلمانان بر اساس اصول مسلم اسلامی از مهم‌ترین راهبردها محسوب می‌شود.

۴. نتیجه‌گیری

زیارت اربعین یکی از نمادهای تمدن‌ساز عصر حاضر برای مسلمانان است. استفاده از دیپلماسی فرهنگی از ملزومات تمدن‌سازی این پدیده تمدنی محسوب می‌گردد. اگر دیپلماسی را به فن ترسیم و ارائه تصویر صحیح از خود برای دیگری و دیپلماسی فرهنگی را به استفاده از عناصر فرهنگی برای ارائه تصویر صحیح تعریف کنیم، آنگاه دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین به استفاده از سازه‌های فرهنگی در ترسیم و ارائه تصویر صحیح از زیارت اربعین به دیگران تعریف می‌شود. بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از تحلیل مضمون منابع مربوط، ۴ مضمون نهایی «تعریف دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین»، «مؤلفه‌های گفتمان زیارت اربعین»، «بازیگران دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» و «راهبردهای دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین» به‌عنوان مهم‌ترین مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین شناسایی شد. شناخت دقیق مخاطبان در سطح جهان تشیع، جهان اسلام و

سایر حوزه‌های فرهنگی جهان و ویژگی‌ها و مزیت‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هر یک از این سه لایه و آموزش مبانی امت اسلامی و اخوت و ولایت بین مسلمین به کارگزاران، از مهم‌ترین راهبردهای انسانی دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین می‌باشند.

مهم‌ترین راهبردهای ساختاری دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین عبارتست از: افزایش سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات، برنامه‌سازی مشترک با کشورهای حوزه فرهنگ شیعی و تمدن اسلامی برای ایجاد همگرایی و نزدیکی و پویا کردن اشتراکات دینی، تاریخی و فرهنگی، تلاش برای برقراری ارتباط با بخش‌های غیردولتی در امور پژوهشی دانشگاهی فرامرزی، بسترسازی برای گسترش گردشگری فرهنگی با تأکید بر ارتباطات میان فرهنگی در حوزه تمدن اسلامی و تمدن شیعی، ایجاد هماهنگی با حوزه‌های علمی دیگر کشورها برای تقویت و گسترش تبلیغات اسلامی و ایجاد پژوهشکده‌های دینی مشترک در خصوص آموزه‌های سیاسی و تمدنی عاشورا. تأکید بر آموزه‌های اصیل اسلام ناب محمدی(ص) خصوصاً توحید و ولایت، اولویت‌بندی مسائل مختلف دخیل در گفتمان عاشورا و اربعین برای تبادل و انتقال، پرهیز از طرح مفاهیم و تصاویر ناهماهنگ، شناسایی و معرفی مؤلفه‌های فرهنگ عاشورایی و بهره‌گیری از مؤلفه‌های آن برای همگرایی منطقه‌ای و جهانی، معرفی و برجسته‌سازی بزرگان شیعه یعنی پیامبر اسلام (ص) و اهل‌بیت ایشان (علیهم‌السلام) به‌خصوص حضرت اباعبدالله الحسین -علیه‌السلام- و اصحاب ایشان و گسترش اندیشه الهی و انسانی آن‌ها، تقویت و تعمیق زمینه‌های بحث و گفتگو با نخبگان جهان اسلام و مجامع و علمای ادیان الهی، آگاهی دادن به جهانیان نسبت به مبانی و اهداف عاشورا، اربعین و انقلاب اسلامی از مهم‌ترین راهبردهای گفتمانی دیپلماسی فرهنگی زیارت اربعین می‌باشند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

الف) منابع فارسی

- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴). *لسان العرب*، بیروت: دار صادر.
- بشیر، حسن (۱۳۹۵). *دیپلماسی فرهنگی: تعامل سیاست، فرهنگ و ارتباطات*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- بشیر، حسن (۱۳۹۶). «جهانی‌سازی راهپیمایی اربعین: سیاست‌ها و راهبردها»، *چکیده مقالات سومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- جعفری هفت‌خوانی، نادر (۱۳۹۲). *مدیریت گردشگری و وجهه‌ی ملی در جمهوری اسلامی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- پرویش، محسن (۱۳۹۶). «همگرایی جهانی و راه‌کارهای وصول به آن از طریق گسترش فرهنگ اربعین»، *چکیده مقالات سومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- جعفری هفت‌خوانی (۱۳۹۱). «منظومه فرهنگی؛ کاربرد استعاره منظومه شمسی برای ساماندهی سازمان های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، *دین و ارتباطات*، شماره ۴۱، صص ۳۷-۶۵.
- جعفری هفت‌خوانی، نادر (۱۳۹۲). *مدیریت گردشگری و وجهه‌ی ملی در جمهوری اسلامی*، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- جمالی، مصطفی (۱۳۹۵). «نقش اربعین در مهندسی تمدن اسلامی»، *مسجد و مهدویت*، ۲، صص ۲۷-۴۶.
- چکیده مقالات سومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین* (۱۳۹۶). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- خانی، محمدحسن (۱۳۸۴). *دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها*، دانش سیاسی، پاییز و زمستان.
- خانی، محمدحسن (۱۳۹۶). *آیین اربعین به مثابه منبع قدرت نرم جهان اسلام*، *مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین*، جلد ۴، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- خاکی، غلامرضا (۱۳۹۰). *روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی*، تهران: انتشارات بازتاب.
- دهقانی فیروزآبادی، سید جلال (۱۳۹۰). «الزامات دیپلماسی فرهنگی ایران»، *نشریه همشهری دیپلماتیک*، شماره ۵۸.
- زمانی، حسین (۱۳۹۲). *بازشناسی مفهوم زیارت*، تهران: انتشارات آوند رشد.
- ستوده، محمد (۱۳۸۷). «جهانی‌شدن و همگرایی کشورهای اسلامی»، *فصلنامه علوم سیاسی*، شماره ۴۲، صص ۷-۲۹.
- شیخ‌الاسلامی، محمدحسن و شمس‌آبادی، علی (۱۳۹۶). «چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران»، *فصلنامه تحقیقات سیاسی*، شماره ۳۱، صص ۱۴۱-۱۶۸.

صالحی امیری، سید رضا و محمدی، سعید (۱۳۸۹). **دپلماسی فرهنگی**، تهران: ققنوس.
عراقی، غلامرضا (۱۳۹۴). «نقش دپلماسی فرهنگی در صدور انقلاب اسلامی ایران»، **فصلنامه پژوهش های انقلاب اسلامی**، سال ۴، شماره ۱۴.

کشاوری، عباس؛ بیات، محسن و بخشنده، خاطره (۱۳۹۲). «دپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه؛ تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین»، **فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات**، شماره ۵۵
مجموعه مقالات و یادداشت‌های دومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین (۱۳۹۵). جلد ۳، قم: کتاب جمکران.

مجموعه مقالات و یادداشت‌های دومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین (۱۳۹۶). جلد ۴، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

مجموعه مقالات اربعین حسینی (۱۳۹۴). قم: انتشارات بین‌المللی المصطفی (ص).
محمدی سیرت، حسین (۱۳۹۵). «اربعین منسک اجتماعی در قواره‌ای تمدنی: ظرفیت‌ها و زیرسیستم های تمدنی»، **مسجد و مهدویت**، ۲، ۵-۲۶.

مرادی، حجت‌الله (۱۳۸۳). «اینترنت، عملیات روانی و پیش‌بینی رفتار»، **فصلنامه عملیات روانی**، سال دوم، شماره ۷.

مولانا، حمید (۱۳۸۴). **ارتباطات جهانی در حال گذار: پایان چندگونگی؟**، تهران: سروش.
همایون، محمدهادی (۱۳۸۴). **جهانگردی به‌عنوان یک ارتباط میان‌فرهنگی**، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).

یوسفی، علی؛ صدیق اورعی، غلامرضا؛ کهنسال، علیرضا و مکری زاده، فهیمه (۱۳۹۱). «پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا(ع)»، **مطالعات اجتماعی ایران**، دوره ششم، شماره ۳ و ۴.

ب) منابع انگلیسی

Attride-Stirling, J (2001). "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, Pp. 385-405.

Braun, V. & Clarke, V (2006), "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, Pp. 77-101.

Chafetz, Glenn (1999). *The Origins of National Interests*. London: Frank Cass.

Krause, Jill and Neil Renwick (1996). *Identities in International Relations*. London: Macmillan.

Patton, M. Q (1990). *Qualitative evaluation and research methods*, Thousand Oaks, CA: Sage.

Saul, John Ralston (1994). "Culture and Foreign Policy". typescript version. Available in: http://www.mediaawareness.ca/english/resources/articles /sovereignty_identity /culture_policy.cfm.