

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران

محمد حسن شیخ‌الاسلامی^۱، علی شمس‌آبادی^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۴/۱۲

چکیده

دنیای جهانی شده امروز، با گذر از نظم وستفالیایی، انحصار ایفای نقش در عرصه بین‌الملل را از دستان دولت خارج ساخته است. از جمله عوامل غیردولتی مؤثر در صحنه بین‌المللی، اعتقادات دینی به‌طور اعم و مسأله زیارت به‌طور اخص است. تأثیر پدیده زیارت بر محیط سیاسی بین‌المللی ما را به سوی پدیده «دیپلماسی زیارت» راه می‌نماید. در این پژوهش، در صدیم با نگاهی توصیفی-تحلیلی و با تکیه بر منابع کتابخانه‌ای و رسانه‌ها، تعریفی نو و متناسب با عصر حاضر از دیپلماسی زیارت ارائه دهیم. پرسش اصلی بدین شرح است: «ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت، برای رشد قدرت نرم خود بهره‌بردار؟» برای رسیدن به پاسخ، از این فرضیه استفاده می‌کنیم: «دیپلماسی زیارت برای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند به‌عنوان ابزاری بسیار قوی برای اثرگذاری بر افکار عمومی جهان اسلام و به‌تبع دولت‌های این منطقه به‌کار رود». بر این مبنای، در مقاله حاضر ضمن مطالعه رابطه سیاست با زیارت، به بررسی چیستی «دیپلماسی زیارت» و ظرفیت‌های ایران در این حوزه می‌پردازیم. در انتها، ضمن ارائه تعریفی از دیپلماسی زیارت، درخواستیم یافت که با توجه به اهمیت یافتن دیپلماسی عمومی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی ملت‌ها، دیپلماسی زیارت می‌تواند به‌عنوان عامل مهمی در پیشبرد اهداف سیاست خارجی دولت عمل نماید.

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی زیارت، جهانی شدن، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی گردشگری، افکار عمومی

۱. (نویسنده مسئول)، استادیار دانشکده روابط بین‌الملل وزارت خارجه، ایران .. mhsheikh@gmail.com

۲. کارشناس ارشد دیپلماسی و سازمان‌های بین‌الملل دانشکده وزارت خارجه، ایران shamsabadia70@gmail.com

مقدمه

روند جهانی شدن، با تمام اختلافات بر سر معانی، در یک نقطه مورد اجماع همگان است و آن افزایش ارتباطات است. امروزه گستره، سرعت و عمق ارتباطات بسیار بیش از گذشته است. به موازات گسترش بیش از پیش ارتباطات، شاهد تحولات در بسیاری از عرصه‌ها از جمله دیپلماسی بوده‌ایم. اکنون دیپلماسی شاخه‌های متعددی پیدا کرده است؛ از دیپلماسی اجبار گرفته تا دیپلماسی دلار و دیپلماسی عمومی تا دیپلماسی مذهبی. این تحولات اگر درست درک شوند، می‌توان از آنها در راستای افزایش قدرت یک کشور بهره برد.

عقاید مذهبی و آداب اجتماعی، همواره نقشی بسیار پررنگ در زندگی آدمی، فارغ از جنسیت و ملیت و ... داشته‌اند. در تاریخ، دلیل زنده به‌گور کردن دختران، جنگ‌های خونین بسیار ذکر شده و یا حتی تحمل تمام مرارت‌های پیش آمده در کربلا، همه به‌خاطر تعهد به مذهب بوده است. در دنیای خارج از اسلام هم شاهدیم که سربازان جنگ‌های صلیبی هزاران کیلومتر را با مشقت‌های فراوان برای جنگ طی می‌کردند و دو قرن تمام می‌جنگیدند، تا اوامر بزرگان دین خود را اجرا کنند. این‌ها نشان از اهمیت دین در گذشته‌های دور حیات بشر دارند. غالباً تا سده هجدهم، پاسخ به تمامی نامنی‌های اجتماعی و ... از دین بر می‌آمد (کرث و همکاران، ۱۳۷۹: ۳۴۶).

اما از زمانی که غرب رنسانس پرست توانست با تکنولوژی خود اکثر نقاط دنیا را تسخیر کند، فرهنگ رنسانسی را نیز صادر کرد، به مرور فرهنگ غالب ملل؛ اگر نگوئیم بی‌دینی محض، دست‌کم بی‌فایده‌گی دخالت دین در حوزه‌های مختلف را پذیرفت و جماعات مذهبی، فسیل‌های اجتماعی تلقی شدند (همو: ۳۵۰) و هرگونه حرکتی به سمت مذهب، بنیادگرایی خطاب شد. نتیجه رشد جهانی شدن (به تعبیر امروزی) در یک کشور، شبیه‌تر شدن آن کشور به امریکا شد؛ چرا که هدایت این روند در اختیار امریکا بود (همانجا) و به همین دلیل «کیش امریکایی» بر دنیا حاکم گردید؛ کیش امریکایی که

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۳

نتیجه اباحیگری‌اش، افزایش نرخ تولد نوزادان نامشروع از ۳۵٪ در سال ۱۹۳۰ به بیش از ۵۰٪ در سال ۲۰۱۲ است (Dailymail, 2012). این تنها بخشی از فاصله گرفتن‌ها از دین، در جامعه رهبر جهانی شدن است. البته، منظور ما به هیچ عنوان این نیست که نمی‌توان از جهانی شدن تغییر مثبت را انتظار داشت؛ بلکه جهانی شدن شمشیری است که هم می‌توان با آن انسان کُشت و هم انسان کِشت؛ ولی تا به امروز جهانی شدن در بسیاری از ابعاد به نفع دین پیش نرفته است. پلورالیسم فرهنگی که امروزه شاهد آنیم گرچه مدارا را که در بسیاری از ادیان و فرهنگ‌ها امری پسندیده است، بالا برده؛ اما همزمان باعث تسامح و اغماض بیش از حد و سرایت بیماری‌های فرهنگی به جوامع شده و در کل رنگ دین انسان‌ها را کم کرده است؛ مثلاً طبق بررسی‌های انجام شده در میان بیش از ۲۵ هزار دانشجوی ایرانی در سال ۸۵ تنها ۱۳٫۲۵٪ بسیار مذهبی بوده‌اند، ۴۵٫۲۵٪ در حد معمول و ۴۱٫۵٪ در سطح کمی به مذهب اهمیت می‌داده‌اند (شجاعی‌زند و همکاران، ۱۳۸۵: ۶۳). فراتر از این، طبق گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس ۷۴٫۳٪ دانش‌آموزان دبیرستانی با جنس مخالف رابطه داشته‌اند (تابناک، ۱۳۹۳). این‌ها همه بیانگر فاصله‌گیری از مذهب در یکی از مذهبی‌ترین جوامع جهانی است؛ اما نباید یک‌طرفه به قضایا نگریست. هنوز بیش از ۶۰٪ مردم آمریکا با اطمینان کامل به وجود خدا اعتقاد دارند و ۲۰٪ با اطمینان کمتری (Pewforum, 2013)، ۸۴٪ مردم دنیا هنوز هم خود را پیرو دین می‌دانند (Zeya, 2014, state.gov). بنابراین، در عین حال که در این عصر بسیاری از ارزش‌های درون جوامع محافظه‌کاری چون ایران تحلیل رفته؛ اما هنوز برای گسترش افکار ارزشی و مذهبی، زمینه معرفی و پذیرش وجود دارد. به عبارت دیگر، جهانی شدن همزمان فاصله گرفتن از دین و نزدیکی به آن را تسهیل کرده است. در این رابطه می‌توان به سرعت در حمل و نقل و رشد مسافرت‌ها اشاره کرد. همان گونه که با بهبود شرایط حمل‌ونقل جهانی، سفر ایرانیان به ترکیه و تایلند زیاد شد، سفرها به مشهد و کربلا هم روند صعودی را طی کرد.

درواقع، از دهه ۱۹۵۰ که مسافرت جنبه جهانی به‌خود گرفت (نصراللهی، ۱۳۹۳: ۱۸)، سفر برای مقاصد غیردینی و همزمان برای انگیزه‌های مذهبی نیز رشد کرد و این رشد سفرهای مذهبی، باعث ورود واژه «گردشگری مذهبی» به مطالعات گردشگری و بین‌المللی شد. با توجه به اهمیت گردشگری مذهبی، آنچه در این مقاله در پی آنیم، رسیدن به پاسخ این سؤال است که جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت برای رشد قدرت نرم خود بهره‌برد؟ در پاسخ به این سؤال، نیاز است که سؤال‌های فرعی زیر را پاسخ دهیم: آیا ارتباطی میان سیاست و زیارت وجود دارد؟ دیپلماسی زیارت چیست؟ ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت کدامند و در ایران کدام یک از آنها وجود دارند؟ کدام بخش‌ها و با چه ابزاری می‌توانند بر دیپلماسی زیارت اثر بگذارند؟ پاسخ اثبات‌نشده (فرضیه) به سؤال اصلی این است که دیپلماسی زیارت برای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند به‌عنوان ابزاری بسیار قوی برای اثرگذاری بر افکار عمومی جهان اسلام و به‌تبع دولت‌های این منطقه به‌کار رود. نیک پیداست که مفروضات ما وجود ظرفیت‌های فراوان دیپلماسی زیارت در ایران است. همچنین، توان دیپلماسی زیارت در افزایش نفوذ دولت‌ها نیز مفروض دوم است.

پیشینه پژوهش

در زمینه ادبیات پژوهش باید اذعان نمود که بحث دیپلماسی زیارت علی‌رغم نام‌آشنا بودن، در مباحث آکادمیک تقریباً هیچ جایی نداشته است. غالباً مباحث مربوط به رابطه سیاست و زیارت بوده‌اند و در این زمینه کتاب *زائران و سیاست*؛ کشف قدرت زیارت موجود است. البته، در این کتاب به مباحث روز زیارت و سیاست توجه نشده و تمرکز آن بر دوره قرون وسطی است. در این کتاب، گونه‌های مختلف ارتباطات سیاسی و تأثیرات آن بر مکان‌های زیارتی بازبینی شده است (Pazos, 2016).

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۵

نوشته دیگری نیز با عنوان: *جهانی شدن اسلامی: زیارت، کاپیتالیزم، دموکراسی و دیپلماسی* نوشته بیانچی، با تمرکز بر سفر حج، اثرهای آن را در صحنه سیاست بین‌الملل و در ذهنیت مردم سایر نقاط جهان بررسی می‌کند. طبق این پژوهش، حج تا به امروز گاه ابزاری برای سیاست‌های عربستان و گاه نیز به ضرر سیاست‌های این کشور بوده است (Bianchi, 2013). بیانچی همچنین در کتاب دیگری به نام: *مهمانان خدا: زیارت و سیاست در جهان اسلام* اثرهای سفر حج بر شهروندان خارجی سایر کشورها و کوشش دولت‌ها برای کنترل این اثرها را شرح می‌دهد. در این نوشتار، به کوشش‌های صورت گرفته توسط دولت‌های اسلامی برای مدیریت مشترک فرایند حج جهت اثرگذاری بر ذهن حجاج نیز اشاراتی وجود دارد.

همچنین، جان کری، وزیر خارجه سابق امریکا نیز در مقاله‌ای به نام «مذهب و دیپلماسی» سعی کرده نشان دهد که عقاید و بزرگان مذهبی دنیا چگونه می‌توانند در مسائل جهانی برای صلح سازی وارد شوند. طبق نظر کری، «با گفتگوهای مذهبی و گسترش روحیه تسامح و تساهل، می‌توان به سوی صلح جهانی پیش رفت» (Kerry, Americanmagazin, 2015).

نوشتار دیگری که پیرامون این مسأله وجود دارد و شاید تنها موردی باشد که صراحتاً از دیپلماسی زیارت نام آورده است، یادداشتی به قلم اس. جی. جیلانی است که در آن دیپلماسی زیارت را «کاهش تنش روابط با زیارت مسئولان دولتی از اماکن مقدسه و دیدارهای حاشیه‌ای آن» می‌داند. البته، از دیدگاه مقاله مذکور، دیپلماسی زیارت مربوط به دولت‌هاست و خود زیارت تنها «ابزاری است برای آنکه فضای پردردسر رسمی سیاسی را کنار بزند» (Jilane, Saglobalaffairs, 2012).

روشن است که هیچ یک از تحقیقات حاضر، تصویر مشخصی از دیپلماسی زیارت نیاورده‌اند و نیز به اثرهای سیاسی زیارت اماکن مقدسه‌ای غیر از برخی مکان‌های مقدس

مسیحیان و کعبه اشاره‌ای نکرده‌اند. نوآوری پژوهش حاضر در کوشش برای ارائه تعریفی از مفهوم دیپلماسی زیارت و تمرکز بر اماکن مقدسه‌ای غیر از اماکنی است که تا به امروز به آنها توجه شده است. درواقع، سعی بر آن داریم تا علاوه بر رفع ضعف نسبی در تعریف دیپلماسی زیارت، وجوه آن و نحوه عملکرد آن را مبسوط‌تر مورد مذاقه قرار دهیم.

رابطه سیاست با زیارت

زیارت سفری مذهبی است؛ نوعی گردشگری با انگیزه‌های دینی که در آن گردشگر برای دستیابی به آرامش روحی و معنوی به اماکنی می‌رود که طبق آموزه‌های ادیان، مقدس شناخته می‌شوند. هندوهایی که برای پاک کردن روح خود به رود گنگ می‌روند، شیعیانی که به امید گره‌گشایی به مشهد سفر می‌کنند، مسیحیانی که به امید بخشش گناه به واتیکان مسافرت می‌کنند، همگی در طلب آرامشی معنوی بار سفر بسته‌اند. بر این مبنای گردشگری مذهبی از قدیم‌ترین شاخه‌های گردشگری محسوب می‌شود (Pourtaheri, 2012: 122). برخی با استناد به روندهایی که جامعه را از دین دور کرده، هرگونه ارتباط مذهب با دیپلماسی را انکار می‌کنند و به دنبال این اعتقاد، زیارت نیز در مباحث دیپلماتیک جایی نخواهد داشت. عمده این افراد، سکولارهایی هستند که دین و شعائر دینی را متعلق به کلیساها و مساجد و معابد می‌دانند و خواهان جدایی کامل سیاست از مذهب‌اند. البته، این بدان معنا نیست که افراد مذهبی خواهان جدایی مسأله دین و به تبع، زیارت از سیاست نیستند؛ بلکه گروهی از حامیان این فکر، مذهبی‌هایی هستند که معتقدند حیطه مذهب نباید به سیاست آلوده شود (Stempel, 2000: 17). بعضی هم، مانند بیانچی معتقدند سفرهای زیارتی باعث رشد تمایزات در جهان می‌شود (Bianchi, 2013: 1) از همین رو، به هیچ عنوان نباید سیاسی بشوند؛ اما عموماً تجربه نشان داده همان‌گونه که مذهب در قرن ۲۱، هم عامل رشد تضاد و هم رشد صلح بوده، زیارت به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری، هم می‌تواند

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۷

عامل تضاد و هم عامل صلح گردد (Keiswetter, 2013:7). به نظر می‌رسد تا به امروز زیارت دست‌کم در میان خود زائران باعث ایجاد رشد همبستگی شده باشد.

واقعیت این است که در جهان کنونی، شواهد زیادی دال بر ارتباط سیاست با مذهب و زیارت به چشم می‌خورد؛ حتی دیپلماسی غربی که تا کیدی بر نقش گروه‌های مذهبی نداشت، از سال ۲۰۱۴ با «تمرکز دستگاه دیپلماسی امریکا برای بهره‌برداری از گروه‌های مذهبی به‌عنوان ابزاری برای پیشبرد سیاست خارجی خود»، تغییر موضع داده است (Zeya, state.gov, 2014). طبق سند امنیت ملی آمریکا، «ارزش»‌ها نیز در کنار «امنیت» جزء منافع ملی آمریکا قلمداد شده‌اند (Keiswetter, 2013:8). بر مبنای همین دیدگاه تعدادی از امامان جماعت آمریکا را به اردوگاه آشویتس بردند و در نهایت نیز آنها متفقاً تعهد دادند برای مبارزه علیه جریان‌های ضد یهودی (مشخصاً در آن دوره محمود احمدی نژاد هلوکاست را به چالش می‌کشید) در داخل جوامع تحت رهبری خود همکاری کنند. پس از این همایش، کاخ سفید برنامه‌هایی برای حمایت از سفرهای مذهبی بین پیروان ادیان مختلف در دستورکار قرار داد (Zeya, state.gov, 2014). بنابراین، امریکا هم به این نتیجه رسیده که «عقاید مذهبی تغییردهنده دیدگاه عمومی و افراد متحول‌کننده جوامع است» (Kerry, Americanmagazine, 2015). پس نمی‌توان از کنار رفتن کامل مذهب در سیاست سخن گفت و نیاز است تا آثار زیارت بر سیاست و از سیاست را بازشناخت.

پازوس، نخستین نشانه‌های تاثیر زیارت و اماکن زیارتی بر سیاست را در دوره حضور مسلمانان در اروپا می‌بیند؛ زمانی که مسلمانان برای فشار بر مسیحیان فرانسه، سعی داشتند شهرهای مقدس کلیسای گلیکن را تسخیر کنند تا از این شهرها به‌عنوان اهرم فشاری علیه لشکرکشی‌های فرانسویان بهره ببرند (Pazos, 2016:25)؛ اما با توجه به اختلاف مشرکان و مسلمانان بر سر اداره شهر مکه و حفاظت از کعبه (سال‌ها پیش از رسیدن مسلمانان به اروپا)، دیدگاه پازوس چندان مورد تایید نیست. مورد دیگر از رابطه تاریخی

زیارت و سیاست در جنگ‌های صلیبی که دو سده به درازا کشید، به چشم می‌خورد. این جنگ‌ها تا حدودی رقابت برای کنترل شهرهای مقدس فلسطین بوده؛ زیرا تا مدت‌ها لشکریان اعزامی از اروپا برای جنگ با مسلمانان، «زئران مجاهد» خوانده می‌شدند (Pazos, 2016:55).

پس از شکست مسلمانان نیز در میان خود مسیحیان، مسأله زیارت داخلی در شهرهای مقدس خود اروپا، اذهان قدرت سیاسی بلامنازع غرب؛ یعنی کلیسای کاتولیک را به خود مشغول داشته است. کشیشان کاتولیک، ابتدا چندان با زیارت موافق نبودند؛ زیرا آن را برای اقتدار کلیسا مضر می‌دانستند و تنها پس از آن که سازمان‌هایی برای راهنمایی زائران ایجاد شد و به نوعی اثرهای آن به کنترل درآمد، اجازه جریان آزاد زائران را دادند (Bianchi, 2004:38).

امروزه، متعاقب رشد اباچیگری، اهمیت زیارت در جهان مسیحیت کاسته شده؛ ولی در جهان اسلام، چه در گذشته و چه در حال حاضر، هنوز جریان‌های سیاسی زیارت را مهم می‌شمارند؛ مثلاً «حج» از قرن‌ها قبل برای مسلمانان حائز اهمیت بوده و همواره کنترل این مراسم به دولت و قدرت مدیریت کننده، مشروعیت بخشیده است. به همین دلیل است که مثلاً در تاریخ می‌بینیم ابومسلم خراسانی برای دستیابی به کسوت امیرالحجاجی با خلافت عباسی دچار تنش می‌شود (Naeini, 2015:210). در نمونه دیگر، عثمانی بارها در خصومت با دولت صفوی، راه‌های کعبه را به روی ایرانیان بست. این امر در عصر کنونی نیز دیده می‌شود که تعطیلی سفر حج برای ایرانیان را، به دلیل سایه انداختن اختلافات سیاسی میان جمهوری اسلامی ایران و عربستان سعودی شاهد هستیم (سال ۶۶ و سال ۹۵).

در کل، از ۱۹۷۹ عربستان سعی کرده از حج به عنوان ابزاری برای تغییر سیاست‌های انقلابی ایران بهره‌برد و دقیقاً به دلیل ترس از عقاید انقلابی شهروندان ایرانی در سال

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۹

۲۰۱۰ کوشید سهمیه حجاج ایرانی را کم کند (Bianchi, 2013: 31). همزمان با این مسائل، ریاض در زمان حضور زوار در خاکش (که طبق گزارش العربیه در موسم حج تعداد آنها به بیش از ۲ میلیون نفر می‌رسد) (Alarabiya, 2014) می‌کوشد تصویری مثبت از خود در ذهن آنها بسازد و عقاید مذهبی خود را ترویج دهد (برای نمونه، می‌توان از توزیع کتب وهابیت در میان زوار شیعه یاد کرد). علاوه بر مطالب بالا که نمایانگر تاثیر زیارت خانه خدا از سیاست است، نباید فراموش کرد که برائت از مشرکین (از اعمال واجب حج) تاثیر این سفر زیارتی بر سیاست است. تصویری هم که شهروندان در ارتباط با یکدیگر نسبت به کشور هم می‌سازند (دیپلماسی شهروندی)، اثر دیگر حج بر سیاست است. در کنار این‌ها زوار خانه خدا نیز در برگشت به وطن، برخی تبعات را بر سیاست دولت‌ها تحمیل کرده‌اند؛ مثلاً در پاکستان حاجیان ضد آمریکایی‌ترند، یا در مالزی دولت سعی می‌کند از حج چون ابزاری برای تقویت خود در مقابل چینی‌ها و بنیادگرایی اسلامی بهره‌برد (حاجیان با تعصب بیشتر مانعی در مقابل رشد روزافزون قدرت چینی‌ها در داخل مالزی خواهند بود)، در ترکیه از آنجا که سفر حج با رشد انگیزه‌های مذهبی باعث ایجاد موج ضد سکولاریسم می‌شد، دولت‌های لائیک در گام اول سعی کردند این سفر را حذف کنند و وقتی که در این راه شکست خوردند، کوشیدند با نهادینه کردن آژانس‌های حج، بر زائران خانه خدا کنترل داشته باشند، در اندونزی سوهارتو در نهایت در کنار بازوان نظامی رژیم خود، قدرت مذهب را به رسمیت شناخت و برای جلب نظر افکار عمومی به زیارت کعبه رفت و حج را ملی اعلام کرد و آن را از نهادهای سنتی اسلام گرا ربود و بدین وسیله، قدرت «اسلام مدرنی» را که خود مطرح کرده بود، افزود (Bianchi, 2004).

این‌ها اثرهای زیارت کعبه بر سیاست بوده است؛ ولی نباید از تاثیرات سیاسی سایر اماکن مقدس غافل بود؛ مثلاً پیاده روی اربعین به سوی کربلا که حداقل سالیانه ۱۷ میلیون مسلمان را گردهم می‌آورد (BBC, 2014)، مولد قدرت سیاسی برای شیعیان جهان، اعتماد

به‌نفس عمومی تشیع در کشور مهم عراق، پیوستگی ملت‌های مختلف و توان مقابله با وهابیت است.

در مورد دیگر، می‌توان تاثیر زیارتگاه‌های صوفیان پاکستان بر دولت این کشور را بررسی کرد: مدیران این زیارتگاه‌ها و خود زیارت آن قدر بر شهروندان اثر داشته که اصولاً وزارت اوقاف برای نظارت دولت بر آن‌ها دایر شد و هنوز نیز به کار خود ادامه می‌دهد (Rehman, 2006:23).

نمونه آخر را می‌توان به معبد آمارناث در کشمیر اختصاص داد که موضوعی برای تنش سیاسی میان مسلمانان و هندوها و همزمان دولت محلی کشمیر و هندوستان شده است. دولت هند از زیارت این معبد به‌عنوان ابزاری برای اعمال سلطه خود بر خاک کشمیر سود می‌برد و با تبلیغات توانسته است در سال ۲۰۱۱، بالغ بر ۶۳۴ هزار نفر زائر را به این معبد بکشاند (Shah, 2015).

مطالب بالا مؤید رابطه محکم میان سیاست و زیارت است و بر نظر ویکتور ترنر صحنه می‌گذارد که معتقد است: «در بین آداب مذهبی، زیارت اثرگذارترین بر سیاست است» (Bianchi 2004:37). زیارت به‌خصوص در میان مسلمانان که دین آنها حوزه‌های وسیعی را پوشش می‌دهد، هم نوعی فعالیت سیاسی و هم اجتماعی تلقی می‌شود (Eickelman, 1990:3). پس تأثیرگذاری سیاست بر زیارت و تأثیرپذیری سیاست از زیارت را در جهان اسلام مشهودتر می‌توان دید.

چهارچوب نظری و چیستی دیپلماسی زیارت

در منابع محدود پیرامون موضوع مقاله، دیپلماسی زیارت چنین تعریف شده: «سفر غیر-رسمی و بدور از تشریفات مقامات دولتی به کشوری که روابط سیاسی تیره‌ای با آن دارند تا بدون تکلفات سیاسی و به‌بهانه زیارت یکی از اماکن مقدس، بتوانند مذاکره‌ای را ترتیب

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۵۱

دهند». نقطه عطف دیپلماسی زیارت بر مبنای این تعریف، سفر آصف علی زرداری در دوره تنش روابط با هند به مقبره خواجه معین‌الدین در آچمر هند محسوب می‌شود که در حاشیه این زیارت، دیدار زرداری با سیگ، باعث حل بسیاری از سوءتفاهم‌ها شد» (Jilane, Saglobalaffairs 2012). این نوع از دیپلماسی زیارت، دیپلماسی زیارت سنتی است و امروزه تعریف دیپلماسی زیارت با این عبارات، محدود کردن آن است. درحقیقت، طبق تعریف قدیمی از دیپلماسی زیارت، سفر زیارتی در حاشیه تصمیم دولتمردان برای بهبود روابط صورت می‌گیرد و زیارت بهانه‌ای بیش نیست. شاید بتوان سفر رئیس‌جمهور سابق ایران، آقای احمدی نژاد به زیارت خانه خدا و دیدار با مقامات عربستان را نیز نوعی از دیپلماسی زیارت سنتی توصیف کرد؛ اما نکته مشهود در این تعاریف، نگاه رئالیستیک محض در آن است. در واقع، در این نوع دیپلماسی طبق تعریف ارائه شده، تنها بازیگران و تصمیم‌گیرندگان دولتی نقش ایفا می‌کنند و جایی برای شهروندان باقی نمی‌ماند؛ ولی به‌نظر نمی‌رسد در عصری که مسیرهای دیگر دیپلماسی با جدیت تمام درحال فعالیت و رشد هستند، چنین تعریف سنتی و محدودی مناسب نباشد. در دیپلماسی‌های نو، اثرگذاری بازیگران دیگر؛ مخصوصاً افکار عمومی مورد تأکید قرار گرفته است. بر این مبنای، با توجه به اینکه زائر خارجی متعاقب اقامت در کشور دیگر و تغییرات ریز و درشت در جهان بینی خود، هنگام بازگشت به وطن، تأثیر فکری بر محیط اجتماعی می‌گذارد، می‌توان اثرگذاری بر افکار عمومی ملت‌های دیگر را از زیارت انتظار داشت. در واقع، می‌توان دیپلماسی را که امری مربوط به سیاست خارجی است، با مسأله زیارت پیوند زد.

زائر، بیشتر شهروندی است که به زیارت مکانی در خارج از کشور خود سفر می‌کند و تا زمانی که در آن کشور است، دولت میزبان فرصت دارد در ذهن شهروند میهمان تصویری مطلوب از خود و سیاست‌ها و جامعه‌اش ایجاد کند. این همان دیپلماسی زیارت است.

اگر قدرت نرم «توانایی تغییر فرد به‌گونه‌ای که آنی را بخواهد که ما می‌خواهیم» باشد (Nye,2008:3)، دیپلماسی زیارت درواقع، کسب قدرت نرم از طریق جذب و تاثیرگذاری بر افکار زائر خارجی خواهد بود.

محمد الیاس، رئیس سابق جماعت تبلیغ عربستان، اهمیت تبلیغات دینی برای حاجیان را به اندازه و یا حتی بیش از خود حج توصیف کرده (Eickelman,1990:8) و این تاییدی بر اهمیت تاثیر زیارت بر افکار عمومی است.

حال و با تکیه بر توضیحات بالا، کوشش می‌کنیم تا تعریفی آکادمیک از دیپلماسی زیارت ارائه دهیم. طبیعی است این تعریف نیز همانند سایر تعاریف در حیطه علوم انسانی از کمبودها و ابهام‌ها مصون نخواهد بود؛ اما سعی بر آن است تا حد امکان عناصر مورد اجماع در تعریف این پدیده سیاسی گنجانده شود.

دیپلماسی زیارت با ورود یک فرد از کشوری غیر به کشوری که در آن مکانی مذهبی واقع شده است، آغاز می‌گردد. پس از این جهت، شاخه‌ای از دیپلماسی گردشگری است. در تعریف دیپلماسی گردشگری آمده است: «تاثیر گردشگری در رفع سوء تفاهات تاریخی و ایجاد ارتباطات فرهنگی و صلح» (افضلی، ۱۳۹۲: ۱۰۹). البته، برخلاف این تعریف، شاهدیم که عمده مطالعات درخصوص دیپلماسی گردشگری، متمرکز بر سودآوری و ارزآوری این پدیده است. آنچه دیپلماسی زیارت به دیپلماسی گردشگری می‌افزاید، خارج کردن تمرکز مطالعات گردشگری از سود و اقتصاد محوری صرف است. درواقع، دیپلماسی زیارت شاخه‌ای از دیپلماسی گردشگری است که جنبه‌های مذهبی و به تبع سیاسی-معنوی سفر را برجسته می‌سازد و تنها درگیر ایجاد اشتغال و بالا بردن کیفیت هتل‌ها نیست. به بیان دیگر، دیپلماسی گردشگری عموماً در بحث انگیزه خنثی است و یا اقتصاد محور است؛ ولی دیپلماسی زیارت، انگیزه را از ارزش‌های مذهبی خالی نمی‌کند. شایسته است یادآور شویم که به تازگی کوشش‌هایی برای افزودن جلوه‌های مذهبی به

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۵۳

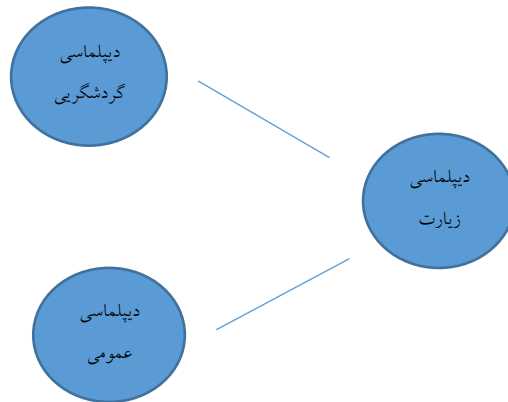
بحث گردشگری وجود داشته که از جمله آن می‌توان به تاکید بیشتر به اثرهای ذهنی این پدیده اشاره کرد (رضائی، ۱۳۹۳: ۱۷۳). به گفته میل، گردشگری به تمامی فعالیت‌ها و تأثیرات سفر بر توریسم اطلاق می‌شود (Mill & Morrison, 1992). مراد از تأثیرات سفر، تغییرات ذهنی و تولد جهان بینی‌های تازه است. البته، این توجه به تأثیرات ذهنی و معنوی گردشگری عمر و عمق چندانی ندارد و به همین دلیل شاهدیم در میان سیل کنفرانس‌ها در رابطه با توریسم، تنها از سال ۲۰۱۳، کنفرانس «گردشگری مذهبی برای توسعه پایدار» در ویتنام (شفیعا و صباغ پور، ۱۳۹۵: ۱۱۶) با نگاهی به تأثیرات فکری توریسم برگزار شد که حتی در این همایش، تمرکز بیشتر بر انگیزه‌های غیر معنوی سفر در مباحث گردشگری قرار داشت و عملاً بیشتر مقالات پذیرفته شده از دستاوردهای مالی سفرهای زیارتی سخن می‌گفتند.

با این اوصاف، گردشگری همچنان متمرکز بر مباحث اقتصادی است و هنوز رایج‌ترین نگاه به این پدیده در جهان معاصر، رویکرد اقتصاد محور است (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۴). بنابراین، نیاز است تا این نگاه سودمحور صرف در گردشگری متحول شده و انگیزه‌هایی غیر از کسب سود مادی، در میان مباحث گردشگری جا باز کنند. نگرستن به ارزآوری بحث گردشگری و تهی‌سازی آن از نگرش‌های سیاسی تنها، محروم کردن خود از ظرفیت‌های بزرگ برای ایفای نقش در ماورای مرزهاست. اصولاً اثری که یک گردشگر می‌تواند داشته باشد، تنها در اقتصاد کشور میزبان نیست؛ بلکه وی پتانسیل تبدیل شدن به سفیر کشور پذیرنده را داراست و اگر دولت‌ها بتوانند بر افکارگردشگران ورودی کار کنند، علاوه بر بالا بردن سطح رفاه و اشتغال داخلی، اهرم‌های فشار بیشتری در کشورهای خارجی برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود به دست خواهند آورد. از وقتی که گردشگر مذهبی (زائر) خارجی وارد کشور می‌شود، نوبت آن می‌رسد که دستگاه‌های تبلیغاتی میزبان در راستای ایجاد اثرهای ذهنی مطلوب وارد عمل شده و فاز

دیپلماسی عمومی را کلید بزنند. حال متوجه پیوند دیپلماسی عمومی یا «ترویج و اشاعه ارزش‌های یک کشور» (Tuncer,2009:134) با زیارت می‌شویم. دیپلماسی عمومی که شش ضلعی معروف آن یکی از معیارهای سنجش قدرت نرم است، قطعاً با سفرهای زیارتی مرتبط است. به بیان دیگر، با حضور زائر خارجی، چهار ضلع از این شش ضلع متاثر می‌شوند (گردشگری، مردم، سیاست داخلی و خارجی، فرهنگ و میراث). البته، نباید فراموش کرد که هنگام حضور زائر خارجی در خاک کشور میزبان، شهروندان دو طرف نیز بر هم اثر می‌گذارند و به تعبیری دیپلماسی شهروندی نیز وارد بحث می‌شود. دیپلماسی شهروندی به معنای «ایجاد فهم و همکاری میان مردم ملت‌های مختلف، از طریق برقراری ارتباط مستقیم و شخصی است» (Donald,2007:118). به بیان دیگر، زائر خارجی و شهروند میزبان، هر دو در تصویرسازی از وجهه ملی یکدیگر اثرگذار خواهند بود. پس دیپلماسی زیارت روابط تنگاتنگی هم با دیپلماسی شهروندی دارد.



بر مبنای اطلاعات فوق، می‌توان دیپلماسی زیارت را در دنیای امروز متفاوت با قبل، این گونه تعریف کرد: نقطه اتصال دیپلماسی عمومی و دیپلماسی گردشگری برای خارجیانی که با هدف زیارت اماکن مذهبی به کشور بیگانه سفر می‌کنند.



ظرفیت‌ها و اثرهای دیپلماسی زیارت

ظرفیت دیپلماسی زیارت به منابعی اشاره دارد که باعث جذب زائر به سوی ما می‌شود. نخستین و مهم‌ترین ظرفیت موردنیاز برای دیپلماسی زیارت، مکانی مذهبی و زیارتی است و پس از آن و با درجه کمتری از اهمیت، عوامل دیگری نظیر امنیت، امکانات مناسب، هزینه‌های پایین، برخورد گرم شهروندان با خارجی‌ها و برخورد ماموران دولتی به شکل مطلوب قرار دارند. مورد اول، در واقع شرط لازم است و موارد بعدی، مشوق‌هایی است که تصویری مثبت در ذهن زائر خارجی می‌سازند تا او این تصویر را به‌عنوان سوغات به کشور خود ببرد و آن را به دیگران منتقل کند. البته، عده‌ای معتقدند که مهم‌ترین عامل در بالارفتن میزان گردشگری مذهبی و به‌تبع، اعمال دیپلماسی زیارت، وجود امنیت است (Pishahangifard, 2011: 54)؛ اما نگارندگان این مقاله چنین می‌اندیشند که علی‌رغم اهمیت امنیت در انتخاب مقصد گردشگری توریست‌ها، دست‌کم در میان مسلمانان و به خصوص شیعیان، پایه‌ای‌ترین عنصر، همان وجود اماکن مقدس است؛ مثلاً شاهدیم علی‌رغم توهین‌ها و حتی هتک حرمت دو زائر ایرانی در عربستان و کشته شدن خیل عظیمی از زوار در این کشور، همچنان بسیاری خواهان سفر به عربستان هستند، یا علی‌رغم ناامنی‌ها

در عراق شاهدیم که چه تعداد از زائران مشتاق سفر به کربلا، نجف و سامرا هستند. مسلماً وجود سایر شرایط، باعث رونق دیپلماسی زیارت و ورود تعداد بیشتری از زوار می‌شود؛ اما اصل دیپلماسی زیارت وابسته به وجود خود زیارتگاه است. البته، این تنها یک طرف قضیه است و ظرفیت دیگر دیپلماسی زیارت در شهروندان دو طرف نهفته است. برای نمونه، اگر کشور ایران بتواند با برنامه‌ریزی کاری کند که شهروندان زائر آن در عربستان و عراق، رفتارهای مناسبی از خود بروز دهند، باعث شکل‌گیری تصویری مثبت در ذهن شهروندان میزبان می‌شود. این قضیه می‌تواند به عکس هم باشد و شهروندان ایرانی چهره‌ای از یک شهروند و میزبانی مهمان نواز از خود ارائه کنند. دیپلماسی زیارت در این بخش با دیپلماسی شهروندی قرابت پیدا می‌کند که با کاربست آن، می‌توان در جهت ارتقای جایگاه دیپلماسی مسیر دو کشور پیش رفت. البته، در کل زوار بیشتر اثر می‌پذیرند تا اثر بگذارند.

امروزه که به اعتقاد بسیاری از نظریه‌پردازان، گردشگران مدرن، بیشتر از قبل با اهداف معنوی سفر می‌کنند (شفیعا و صباغ پور، ۱۳۹۵: ۱۰۹)، بستر مناسب‌تری برای شاخه زیارت دیپلماسی فراهم آمده است. طی سه دهه اخیر، توریسم زیارتی، رشدی چشمگیر داشته و تنها محدود به سرزمین‌های اسلامی نمانده؛ بلکه سایر ادیان از قبیل مسیحیت و بودائی را نیز شامل می‌شود (Issac, 2016: Chapter 9) پس می‌توان گفت که ظرفیت عمل در حیطه دیپلماسی زیارت، سیر صعودی خود را طی می‌کند.

منظور از اثرهای دیپلماسی زیارت، بازخورد سفر زیارتی بر زائران و کشورهای دو طرف است. از جمله این اثرها می‌توان به «بازسازی خانه» اشاره کرد که طبق آن زیارت باعث «تکانه فرهنگ‌ها»^۱ می‌شود؛ چون زائران از هر گوشه زمین، نه تنها افکار و عقاید خود را وارد زیارتگاه می‌کنند؛ بلکه خود نیز در آن جا دچار تغییر معنایی شده، با آن

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۵۷

تغییرات به زادگاه خویش بازگشته و در جهت تغییر زادگاه گام برمی‌دارند (Eade,2014:156). بر این مبنای زیارت یک «عمل مذهبی فعال» است که باعث تحولات روانی و اجتماعی می‌شود (Eade,2014:135). به همین دلیل است که عربستان سعی دارد با ارائه خدمات بهتر، نظر مثبت مسلمین را به خود جلب کند (Bianchi,2013:3) و نفوذ خود را در دنیای اسلام بگستراند. در این راه افزایش سهم زوار زن، شهرنشین و دانشگاهیان (اثرگذارترین قشر جوامع) و سهم ۸۰٪ زوار غیرعرب، باعث رشد اثرهای دیپلماسی زیارت عربستان شده است؛ اما در کل، عربستان در دیپلماسی زیارت موفق نبوده است؛ زیرا علی‌رغم تصورات اولیه هر زائر از سرزمین کعبه، وقتی انسان‌ها بدانجا پا می‌گذارند، «با برخوردهایی مواجه می‌شوند که «به مشروعیت سیاسی و پرستیژ مذهبی عربستان خدشه وارد می‌آورد» (Bianchi,2013:5). حاجیانی که از جوامع متمدن‌تر و آزادتر به کعبه می‌روند، سعودی را دولتی عقب مانده و سرکوبگر تلقی می‌کنند (Bianchi,2013:14).

علاوه بر نمونه عربستان، عراق نیز مثالی از ظرفیت فوق‌العاده دیپلماسی زیارت است. اصولاً به دلیل عقاید محکم تشیع به بحث زیارت و حضور شش معصوم از چهارده معصوم، این کشور به مهم‌ترین کشور از منظر دیپلماسی زیارت تبدیل شده است. حضور خیل عظیم شیعیان که گاه تعداد آنها تا ۲۰ میلیون نفر برآورد شده، حس همبستگی و اتحاد میان آنها را بالا می‌برد و همزمان مهمان‌نوازی شیعیان عراقی از زوار خارجی، باعث ایجاد ذهنیت مثبت در ذهن شهروندان بیگانه می‌گردد. این‌ها همه ظرفیت بسیار بالای در اختیار بغداد در حوزه دیپلماسی زیارت را نشان می‌دهد.

تأثیر دیگر زیارت بر تعمیق گسست‌ها یا تحکیم روابط است. برخی بر پتانسیل رقابتی و تضاد برانگیز این موضوع تمرکز دارند (Eade,2014:3) و برخی دیگر چنین می‌اندیشند که «در دنیای امروز که دنیای چند پارگی‌ها و جدا شدن‌هاست، زیارت می‌تواند

به عنوان عامل وحدت بخش عمل کند» (Pazos,2012:187). به عقیده نگارندگان این مقاله، اثر زیارت بر جامعه بشری، بیشتر تمایل به صلح سازی دارد تا تضاد؛ زیرا باعث رشد فراملی‌گرایی شده است. در اثبات این مدعا، شواهد بسیاری در دسترس است؛ مثلاً در نمونه‌ای در کرانه باختری زیارتگاه مشترکی (مسلمان و مسیحی) به نام مر الیاس، باعث نزدیکی جامعه مسیحیان و مسلمان بومی شد تا آنجا که مسیحیان خود را در مقابل اسرائیل کنار مسلمانان دیدند (Eade,2014:135). پس می‌توان نتیجه گرفت که هرچند دیپلماسی زیارت ممکن است در جهت تولید تضاد به‌کار گرفته شود (بزرگ‌ترین نمونه آن در دنیای امروز عربستان است)؛ اما تجربه نشان داده که بیشتر صلح ساخته است.

ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت ایران

جمهوری اسلامی ایران با پیام انقلابی خود انزوا را برنمی‌تابد و خواهان صدور اندیشه‌های خود به سایر کشورهاست. در واقع، فتح قلبی که امام خمینی منادی آن بود، با کمی مسامحه همان دیپلماسی عمومی موفقیت‌آمیز است. این مهم در کنار این واقعیت که پس از سقوط شوروی، نوعی بازشدگی در مناطق مختلف جهان؛ از جمله غرب آسیا به‌وقوع پیوسته و فضا برای ایفای نقش بازیگران منطقه‌ای چون ایران بازتر شده (سجادپور، ۱۳۹۴: ۱۰) ما را به سویی سوق می‌دهد که از ابزارهای لازم برای جذب افکار عمومی و شکل دادن به مسیر سیاست دولت‌های منطقه گام برداریم. در این راستا، دولت ایران می‌تواند با برنامه ریزی در دو بخش دیپلماسی عمومی و گردشگری مذهبی، دیپلماسی زیارت خود را تقویت نموده و ذهنیت شهروندان بسیاری را تحت تاثیر پیام‌های سیاسی خود قرار دهد. ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت در اختیار تهران؛ به‌خصوص برای شیعیان بسیار بالاست؛ زیرا ایران تنها کشوری است که امنیت را توأم با بیش از ۴۰۰۰ زیارتگاه از ادیان مختلف

(علویجه و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۲) در خود جای داده است. در ادامه، به بررسی مهم‌ترین زیارتگاه‌ها در خاک ایران می‌پردازیم:

۱. زیارتگاه‌های مسلمانان

۱-۱. حرم امام رضا(ع): امام هشتم شیعیان جهان و یکی از بزرگان جهان اسلام در شهر مشهد به خاک سپرده شده است. بزرگ‌ترین ظرفیت دیپلماسی زیارت برای ایران تا به امروز همین حرم بوده که به گفته رشیدیان، استاندار خراسان رضوی، تنها در سال ۱۳۹۴، دومیلیون زائر خارجی به خود جذب کرده است و هرساله بر این رقم افزوده می‌شود (رشیدیان، مهرنیوز، ۱۳۹۴). بنابر پژوهش‌های انجام شده، این استان به لحاظ دارا بودن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی (مجموعاً) اولین استان کشور نیست (مطابق برآوردها، خراسان رضوی از این منظر رتبه سوم را در ایران اسلامی دارد)؛ اما به خاطر وجود همین زیارتگاه، همواره در صدر مقاصد سفرهای گردشگران ایرانی و یا مسافران خارجی در ایران بوده است (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۳۱). این خود نشان‌دهنده وجود انگیزه‌های قوی مذهبی در انجام سفر است. عمده این زائران از کشور عراق هستند و با توجه به اهمیت بالای این کشور استراتژیک در سیاست خارجی تهران، جذب شهروندان این کشور و اعمال قدرت نرم بر آن‌ها که گاه تا ۲۰ شب اقامتشان به طول می‌انجامد (مراد زاده، جام جم آنلاین، ۱۳۹۴) و در یک کلام، اعمال دیپلماسی زیارت موفق نسبت به شهروندان عراقی، می‌تواند گامی مهم در جهت پیشبرد منافع ملی کشور محسوب شود.

۱-۲. حرم حضرت معصومه(س): این حرم که در شهر قم واقع شده، اگر اولین مرکز جهان تشیع نباشد، حداقل پس از نجف، دومین مرکز علمی این مذهب است. با وجود حوزه‌های علمیه غنی و فراوان در این شهر که باعث رواج زبان عربی در آن شده، می‌توان انتظار اعمال دیپلماسی زیارت غنی‌تری را در این شهر داشت.

موارد ذکر شده، تنها اماکن مقدس موجود شیعه در ایران نیست؛ بلکه هزاران امامزاده در این کشور وجود دارد که انگیزه پیروان اسلام برای سفر به آن را می‌افزاید. از این میان، شاهچراغ و شاه عبدالعظیم حسنی بیش از همه شناخته شده‌اند. ذکر این نکته لازم است که علاوه بر امامزاده‌ها، آرامگاه‌های پیامبران مورد احترام سایر ادیان نیز در خاک جمهوری اسلامی ایران وجود دارند.

۲. زیارتگاه‌های مسیحیان

مسیحیان یکی از اقلیت‌های مهم جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند و دین آنها در قانون اساسی به رسمیت شناخته شده است. با توجه به آنکه این دین بیش از همه ادیان در دنیا پیرو دارد (WIN Gallup, 2012: 16)، استفاده از زیارتگاه‌های مسیحی در داخل کشور به‌عنوان عامل جذب شهروندان خارجی، پتانسیل بالایی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی موفق فراهم می‌آورد.

قره کلیسا: این کلیسا که مقبره یکی از حواریون حضرت عیسی (ع) (طاطائوس) نیز هست، از قدیم‌ترین و یا شاید قدیم‌ترین کلیسای دنیا باشد. این کلیسا به ثبت آثار یونسکو نیز رسیده و در نزدیکی شهر چالدران قرار دارد (فرارو، ۱۳۹۳). موسم اصلی زیارت این کلیسا از اول تا سوم مرداد است که مسیحیان زیادی از سرتاسر ایران و تا حد کمتری از کشورهای خارجی همسایه در آن حضور به هم می‌رسانند. نظر به بقعه طاطائوس و قدمت تاریخی این کلیسا، توان جذب بالقوه آن محدود به شهروندان مسیحی ایران نیست؛ بلکه پتانسیل جذب همه مسیحیان دنیا را داراست. بنابراین، می‌توان با تبلیغات گسترده، در گام اول شهروندان خارجی مسیحی را به این خطه کشاند و در گام بعدی، با استفاده از دیپلماسی عمومی چهره‌ای مثبت از ایران در ذهن آنها به تصویر کشید (اعمال دیپلماسی زیارت بر زائران مسیحی خارجی).

۳. زیارتگاه‌های یهودیان

از آن رو که یهودیت دین رسمی بزرگ‌ترین خصم ایران، رژیم صهیونیستی است، همواره سوء ظن‌هایی نسبت به وضعیت پیروان این دین در داخل خاک ایران به وجود آمده است. عموم شهروندان خارجی تصور می‌کنند که یهودیان در خاک ایران به شدت سرکوب می‌شوند؛ اما واقعیت آن است که طبق گزارش نیویورک تایمز، ایران ۲۵ هزار شهروند یهودی دارد که این تعداد پس از یهودیان ساکن در فلسطین اشغالی، بزرگ‌ترین جامعه یهودی خاورمیانه است (Cohen, Nytimes, 2015). اگر بتوان از ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت در ایران استفاده کرد، شهروندان خارجی یهودی را به‌انگیزه زیارت به داخل ایران کشاند و واقعیت‌های رفتار با یهودیان در جامعه ایرانی را به آنها نشان داد. دیگر پروپاگاندهای رژیم صهیونیستی در مورد رفتار حکومت تهران با جامعه یهودی خود بی‌اثر خواهد شد. از میان زیارتگاه‌های یهودی در ایران، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱-۳. آرامگاه پیامبران بنی اسرائیل: برپایه برخی سایت‌های خبری، ۳۳ پیامبر در ایران مدفون هستند (خبرآنلاین، ۱۳۹۱) (البته، طبق بررسی‌های انجام شده توسط نگارنده، بسیاری از آنها مخدوش است؛ اما به احتمال زیاد دانیال نبی، خالد، لوط و جرجیس که اتفاقاً همه از پیامبران مهم بنی اسرائیل و یهودیان محسوب می‌شوند، در ایران مدفون هستند). متأسفانه ظرفیت‌های لازم برای پذیرایی از زوار خارجی در بسیاری از این بقعه‌ها وجود ندارد؛ برای نمونه، می‌توان به مقبره لوط نبی اشاره کرد که به مخروبه‌ای تبدیل شده است. باید ضمن فراهم کردن ظرفیت‌های گردشگری در شهرهایی که این پیامبران در آن مدفون هستند، تبلیغات در کشورهای خارجی برای معرفی این زیارتگاه‌ها صورت گیرد تا جذب گردشگر مذهبی صورت پذیرد.

۲-۳. آرامگاه استر و مردخای: دو فرد نامبرده کسانی هستند که لاقلاً به باور عمومی ایرانیان باعث قتل چندین هزار آریایی در دوره خشایارشا شده‌اند؛ اما به دلیل این که برای یهودیان

مورد احترام بوده‌اند، مقبره آنها حفظ و مورد احترام است. اگر بتوان یک شهروند خارجی یهودی را به ایران کشاند و او را به آرامگاه استر برد و برای او توضیح داد که علی‌رغم باور عمومی، قبر این دو برای احترام به ادیان سالم نگه داشته شده، مسلماً تأثیر شگرفی در ذهنیت آن شهروند نسبت به سیاست‌های داخلی دولت ایران در قبال اقلیت‌های مذهبی خواهد داشت.

جمع‌بندی مطالب این بخش، پاسخ به سؤال اصلی پژوهش است: «جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت برای رشد قدرت نرم خود بهره‌برد؟» با توجه به ظرفیت‌های بالای دیپلماسی زیارت در ایران که ذکر شد، دولت جمهوری اسلامی می‌تواند با بهره‌وری از این ابزار، جایگاه خود را در میان افکار عمومی خارجی بسیار بهبود بخشد و به مبارزه با چهره‌خشنی که رسانه‌های غربی از آن معرفی کرده‌اند^۱، برخیزد. در کل، افزایش سفرهای زیارتی با توجه به آنکه شعار جمهوری اسلامی ایران، مذهب‌گرایی (البته، نه از نوع بنیادگرایانه) است، در راستای سیاست خارجی این دولت است؛ بخصوص آنکه در میان شهروندان خارجی، رشد مذهب به معنای پیدا شدن تضاد با فرهنگ ماتریالیست غربی است و این تا حد زیادی تمایلات دولت ایران را برآورده می‌سازد. در این راه، تهران باید متوجه اهمیت بسیار بالای رسانه و تبلیغات باشد؛ چراکه «در گردشگری، رسانه حرف اول را می‌زند» (بشردوست، ۱۳۹۵)

نتیجه‌گیری

تأثیر شهروندان بر سیاست دولت افزون شده و بر همین اساس، دولت‌ها در صدد جلب افکار عمومی به سوی خود هستند و این یعنی اهمیت یافتن دیپلماسی عمومی. همزمان

۱. طبق سند دیپلماسی وزارت خارجه آمریکا، ایران در کنار سودان، کره، برمه و عربستان، جزو حکومت‌های سرکوبگر مذهبی شناخته شده است (Zeya, State.gov, 2014).

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۶۳

شاهدیم که گردشگری؛ به‌خصوص برای زیارت اماکن مقدس هم در حال رشد است. این یعنی اهمیت یافتن دیپلماسی گردشگری مذهبی. برخلاف نگاه اقتصاد محور به دیپلماسی گردشگری تا به امروز، دیپلماسی زیارت منادی یک تحول است که طبق آن، هدف از جذب گردشگر تنها کسب درآمد نیست؛ بلکه یک دولت درصدد آن خواهد بود تا با کار کردن روی ذهن گردشگر، از وی عنصری مبلغ برای سیاست‌های خود در کشورهای خارجی بسازد. پس اگر دولتی که زیارتگاه در آن واقع شده است، از فرصت به‌دست آمده استفاده کند و ذهنیت زائران خارجی را به نفع خود تغییر دهد، وارد حیطه دیپلماسی زیارت شده است. اگرچه پیش از این، دیپلماسی زیارت تنها محدود به دولتمردان بوده و برای بهبود روابط دولت‌ها تلقی می‌شده است، امروزه این مفهوم بیشتر متمرکز بر ایجاد رابطه مثبت بین ملت‌هاست. این شاخه از دیپلماسی، در واقع رنگ و بوی دیپلماسی عمومی را به دیپلماسی گردشگری افزوده و تاکید بیشتری بر اثرهای معنوی گردشگری دارد.

تهران می‌تواند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های عظیم دیپلماسی زیارت خود، با تبلیغات سنگین رسانه‌های غالب جهانی علیه خود مبارزه کند. البته، استفاده مثبت از دیپلماسی زیارت در انحصار ایران نیست؛ بلکه با توجه به غالبیت صلح سازی در عمل زیارت، می‌توان از دیپلماسی زیارت در راستای روابط حسنه میان تمامی ملت‌ها سود جست. در میان یک میلیارد و ۴۰۰ هزار گردشگر خارجی که ۵۰ میلیون آنها به خاورمیانه می‌آیند، بسیاری از آنها به قصد زیارت سفر خود را آغاز می‌کنند و این می‌تواند به‌عنوان ظرفیت صلح سازی عظیمی در پرتنش‌ترین منطقه جهان مدنظر قرار گیرد. با این اوصاف، جمهوری اسلامی ایران، به‌رغم دارا بودن پتانسیل بالای جذب گردشگر، چه از نوع مذهبی و چه غیر آن، از نظر کسب درآمد از ناحیه توریسم؛ حتی در میان ۱۰۰ کشور اول هم نیست و نیازمند بسیج کردن ارگان‌های مرتبط با این حوزه است تا بتواند آن طور که شایسته است از ظرفیت‌های توریسم خود استفاده کند.

منابع

افضلی، رسول، و سید عباس احمدی. (۱۳۹۲). دیپلماسی گردشگری و تاثیر آن بر همگرایی و همکاری میان کشورهای منطقه خلیج فارس، انجمن جغرافیای ایران. ۴۳(۱۲): ۱۰۵-۱۲۶.

بشردوست، محبوبه. (۱۳۹۵). سهم ایران از دیپلماسی گردشگری، روزنامه ایران، ۱۳۹۵/۷/۱۵.

تابناک (۱۳۹۳). آمار تکان دهنده مجلس از روابط جنسی در ایران، قابل دسترسی در <http://www.tabnak.ir/fa/news/423952>

خبرآنلاین. (۱۳۹۱). اسامی پیامبران خدا که در ایران مدفون‌اند، قابل دسترسی در <http://www.khabaronline.ir/detail/۲۲۳۳۸۷>

رشیدیان، علیرضا. (۱۳۹۴). افزایش زائران خارجی مشهد، قابل دسترسی در <http://www.mehrnews.com/news/۲۵۳۵۳۸۴>

رضایی، ناصر. (۱۳۹۳). تحلیل جایگاه دیپلماسی عمومی در گردشگری ایران، فصلنامه ژئوپلیتیک، ۲(۱۰): ۱۶۰-۱۸۸

سجادپور، کاظم. (۱۳۹۴). منطقه و سیاست بین‌الملل؛ قالب‌های کهن و واقعیت‌های نوین، فصلنامه روابط خارجی.

شجاعی‌زند، علی‌رضا، سارا شریعتی مزینانی و رامین حبیب‌زاده خطبه‌سرا. (۱۳۸۵). بررسی وضعیت دینداری در بین دانشجویان، مطالعات ملی ۲(۷): ۵۵-۸۰.

شفیعا، سعید؛ مهدیه صباغ پور. (۱۳۹۵). تبیین مفهوم معنویت در گردشگری با استفاده از تحلیل محتوا، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری.

کرت، جیمز و حمید بشیریه. (۱۳۷۹). مذهب و جهانی شدن. نقد و نظر ۴(۷): ۳۴۲-۳۵۴. فرارو. (۱۳۹۳). قره کلیسا، قابل دسترسی در

<http://fararu.com/fa/news/183019>

مراد زاده، فاطمه. (۱۳۹۴) آمار گردشگران خارجی مشهد در بوته نقد، قابل دسترسی در
<http://jamejamonline.ir/online/1919178848440401054>
نصراللهی، زهرا؛ ندا جهانبازی، طاهره ناصری (۱۳۹۳). رده بندی استان‌های کشور بر حسب
جاذبه های گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری.

- Alarabiya. (2014). This year Haj ,Available at
[:http://english.alarabiya.net/en/perspective/features/2014/10/19](http://english.alarabiya.net/en/perspective/features/2014/10/19)
- BBC. (2014). Shia pilgrims flock to Karbala for Arbaeen climax ,Available at
<http://www.bbc.com/news/world-middle-east-30462820>
- Bianchi, Robert. (2004). *Guests of God*. Oxford University.
- Bianchi, Robert R. (2013). *Islamic globalization , pilgrimage, capitalism, democracy and diplomacy*. world scientific.
- Cohen, Roger.(2015). Iran and American Jews, Available at
http://www.nytimes.com/2015/08/18/opinion/roger-cohen-iran-and-american-jews.html?_r=0
- Dailymail. (2012). The collapse of family life, Available at
<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2103235/Most-children-U-S-born-wedlock.html>
- Donald, Hohn. MC. (2007) . Citizen diplomacy in changing world. *Expolitical*.
- Eade, John. (2014). *Pilgrimage, Politics and Place-Making in Eastern Europe: Crossing the Borders*. Routledge.
- Eickelman, Dale. (1990). *Muslim Travellers: Pilgrimage, Migration, and the Religious Imagination*. University of California press.
- Jilane S.G. (2012) . pilgrimage diplomacy ,Available at
<http://www.saglobalaffairs.com/cover-stories/1194-pilgrimage-diplomacy.html>
- Keiswetter, Allen. (2013). *Diplomacy and Religion: Seeking Common Interests and Engagement in a Dynamically Changing and Turbulent World*. Brookings.
- Kerry, John. (2015). Religion and Diplomacy ,Available at
<http://americamagazine.org/issue/religion-and-diplomacy>
- Pew research center. (2013). Belief in God ,Available at
www.pewforum.org/religious-landscape-study/belief-in-god.
- Issac, Rami(2016).*The politics and Power of Tourism in Palestine*, Routledge.

- Mill, R. C. & A. M. Morrison, (1992), *The Tourism system: an introductory Text*, 2nded. Prentice Hall, New jersey.
- Naeini, Ahmad. (2015). Abumuslim Pilgrimage and His Last Efforts . *International journal of humanities and cultural studies*.
- Nye S. Joseph. (2008). Public diplomacy and soft power. *The annals of American academy of political and social science*, p 94- 109.
- Pazos. Anton. (2012). *Pilgrimages and politics, Rediscovering the power of the pilgrimages*. Routledge.
- Pazos, Anton(2016). *Pilgrims and Pilgrimages as Peace Makers in Christianity, Judaism and Islam*, Routledge.
- Pishahangifard,Zahra(2011). Tourism Security and Legality in Persian Gulf *Journal of the Persian Gulf*.
- Pourtaheri,Mehdi(2012). Impacts of Religious and Pilgrimage Tourism in Rural Areas: The Case of Iran, *Canadian Center of Science and Education*.
- Shah, Fahad (2015) . A Political pilgrimage in Kashmir. *Foreign Affairs*.
- Stempel ,D. John. (2000). Faith and Diplomacy in the International System. *Patterson School of Diplomacy and International Commerce*.
- Tuncer, H. (2009). Diplomasinin Evrimi: *Gizli Diplomasiden Kuresel diplomasiye*. Istanbul: Kaynak Yayinlary.
- Rehman,Uzma. (2006). Religion, Politics and Holy Shrines in Pakistan. *Tapir Akademisk*.
- WIN Gallup .(2012).”Global Index of Religion and Atheism”,redc.
- Zeya, Ozra. (2014). Religion and Diplomacy: A Transatlantic Dialogue, Available at <http://www.state.gov/j/drl/rls/rm/2014/226323.htm>