

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت های ایران

محمد حسن شیخ الاسلامی^۱، علی شمس آبادی^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 بین الملل را از دستان دولت خارج ساخته است. از جمله عوامل غیردولتی موثر در صحنه بین المللی، اعتقادات دینی بطور اعم و مسئله زیارت بطور اخص است. تأثیر پدیده زیارت بر محیط سیاسی بین المللی ما را به سوی پدیده "دیپلماسی زیارت" راه می نماید. در این پژوهش در صددیم با نگاهی توصیفی- تحلیلی با تکیه بر منابع کتابخانه ای و رسانه ها، تعریفی نو و متناسب با عصر حاضر از "دیپلماسی زیارت" ارائه دهیم. پرسش اصلی بدین شرح است «ایران چگونه می تواند از ظرفیت های دیپلماسی زیارت برای رشد قدرت نرم خود بهره برد؟». برای رسیدن به پاسخ از این فرضیه استفاده می کنیم: «دیپلماسی زیارت برای جمهوری اسلامی ایران می تواند بعنوان ابزاری بسیار قوی جهت اثرگذاری بر افکار عمومی جهان اسلام و بتبع دولت های این منطقه بکار رود». بر این مبنا در مقاله حاضر ضمن مطالعه رابطه سیاست با زیارت، به بررسی چیستی "دیپلماسی زیارت" و ظرفیت های ایران در این حوزه می پردازیم. در انتها ضمن ارائه تعریفی از دیپلماسی زیارت، در خواهیم یافت که با توجه به اهمیت یافتن دیپلماسی عمومی و تاثیر گذاری بر افکار عمومی ملت ها، دیپلماسی زیارت می تواند به عنوان عامل مهمی در پیشبرد اهداف سیاست خارجی دولت عمل نماید.

واژه های کلیدی: دیپلماسی زیارت، جهانی شدن، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی گردشگری، افکار عمومی

۱. استادیار هیئت علمی دانشکده روابط بین الملل وزارت خارجه، ریاست دانشکده روابط بین الملل وزارت خارجه، دکتری روابط

بین الملل، ایران mhsheikh@gmail.com

۲. دانشجوی دانشکده وزارت خارجه رشته دیپلماسی و سازمان های بین المللی؛ دیپلماسی نوین و صلح و امنیت، 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 بوده ایم. اکنون دیپلماسی شاخه‌های متعددی پیدا کرده است، از دیپلماسی اجبار گرفته تا دیپلماسی دلار، از دیپلماسی عمومی گرفته 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 پر رنگ در زندگی آدمی، فارغ از جنسیت و ملیت و ... داشته‌اند. در تاریخ، دلیل زنده به گور کردن دختران، جنگ‌های خونین بسیار و یا حتی تحمل تمام مرارت‌های پیش آمده در کربلا، همه بخاطر 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 نا امنی‌های اجتماعی و ... از دین بر می‌آمد (جیمز 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 و به مرور فرهنگ غالب ملل اگر نگوئیم بی‌دینی محض، لا اقل بی‌فایده‌گی دخالت دین در حوزه‌های مختلف را پذیرفت. جماعات مذهبی فسیل‌های اجتماعی تلقی شدند (جیمز کرث، ۱۳۷۹: ۳۵۰) و هرگونه حرکتی به سمت مذهب، بنیادگرایی خطاب شد. نتیجه رشد جهانی شدن (به تعبیر امروزی) در یک

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۳

کشور، شبیه تر شدن آن کشور به امریکا شد چرا که هدایت این روند در اختیار امریکا بود (جیمز کرث ، ۱۳۷۹: ۳۵۰) و به همین دلیل "کیش امریکایی" بر دنیا حاکم گردید، کیش امریکایی که نتیجه اباحی گری اش افزایش نرخ تولد نوزادان نا مشروع از ۳۵٪ در سال ۱۹۳۰ به بیش از ۵۰٪ در سال ۲۰۱۲ است (Dailymail, 2012). این تنها بخشی از فاصله گرفتن ها از دین، در جامعه ی رهبر جهانی شدن است. البته منظور ما به هیچ عنوان این نیست که نمی توان از جهانی شدن تغییر مثبت را انتظار داشت بلکه جهانی شدن تیغی است که هم می توان 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 فرهنگ ها امری پسندیده است، بالا برده اما همزمان باعث تسامح و اغماض بیش از حد و سرایت بیماری های فرهنگی به جوامع شده و در کل رنگ دین انسان ها را کم کرده است. مثلا طبق بررسی های بعمل آمده در میان بیش از ۲۵ هزار دانشجوی ایرانی در سال ۸۵ تنها ۱۳.۲۵٪ بسیار مذهبی بوده اند، ۴۵.۲۵٪ در حد معمول و ۴۱.۵٪ در سطح کمی به مذهب اهمیت می داده اند (شجاعی زند و همکاران، ۱۳۸۵: ۶۳)، فراتر از این طبق گزارش مرکز پژوهش های مجلس ۷۴.۳٪ دانش آموزان دبیرستانی با جنس مخالف رابطه داشته اند (تابناک، ۱۳۹۳). این ها همه بیانگر فاصله گیری از مذهب در یکی از مذهبی ترین جوامع جهانی است. اما نباید یک طرفه به قضایا نگریست، هنوز بیش از ۶۰٪ مردم امریکا با اطمینان کامل به وجود خدا اعتقاد دارند و ۲۰٪ با اطمینان کمتری (Pewforum, 2013)، ۸۴٪ مردم دنیا هنوز هم خود را پیرو دین می دانند (Zeya, state.gov, 2014). بنابراین در عین حال که در این عصر بسیاری از ارزش های درون جوامع محافظه کاری چون ایران تحلیل رفته، اما هنوز برای گسترش افکار ارزشی و مذهبی زمینه معرفی و پذیرش وجود دارد. بعبارت دیگر جهانی شدن هم زمان فاصله گرفتن از و نزدیکی به دین را تسهیل کرده است. در این رابطه می توان به سرعت در حمل

و نقل و رشد مسافرت‌ها اشاره داشت. همان‌گونه که با بهبود شرایط حمل و نقل جهانی، سفر ایرانیان به ترکیه و تایلند زیاد شد، سفرها به مشهد و کربلا هم روند صعودی را طی کرد. در واقع از دهه ۱۹۵۰ که مسافرت جنبه جهانی به خود گرفت (نصراللهی، ۱۳۹۳: ۱۸)، سفر برای مقاصد غیردینی و همزمان برای انگیزه‌های مذهبی رشد کرد و این رشد سفرهای مذهبی باعث ورود واژه "گردشگری مذهبی" را به مطالعات گردشگری و بین‌المللی شد.

با توجه به اهمیت گردشگری مذهبی، آن‌چه که در این مقاله در پی آنیم، رسیدن به پاسخ این سوال است که جمهوری اسلامی ایران چگونه می‌تواند از ظرفیت‌های دیپلماسی زیارت برای رشد قدرت نرم خود بهره‌برد؟ در پاسخ به این سوال نیاز است که سوالات 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 گذارند؟ پاسخ اثبات‌نشده (فرضیه) به سوال اصلی این است که دیپلماسی زیارت برای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند بعنوان ابزاری بسیار قوی جهت اثرگذاری بر افکار عمومی جهان اسلام و بتبع دولت‌های این منطقه بکار رود. نیک‌پیدا است که مفروضات ما وجود ظرفیت‌های فراوان دیپلماسی زیارت در ایران می‌باشد، همچنین توان دیپلماسی زیارت در افزایش نفوذ دولت‌ها نیز مفروض دوم است.

پیشینه پژوهش

در زمینه ادبیات پژوهش باید اذعان داشت که بحث دیپلماسی زیارت علی‌رغم نام آشنا بودن، در مباحث آکادمیک تقریباً هیچ‌جایی 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

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۵

روی دوره قرون وسطی است. در این کتاب گونه‌های مختلف ارتباطات سیاسی و تأثیرات آن بر مکان‌های زیارتی مورد بازبینی قرار گرفته است (Pazos, 2016).

نوشته دیگری نیز تحت عنوان "جهانی شدن اسلامی: زیارت، کاپیتالیزم، دموکراسی و دیپلماسی" نوشته بیانچی، با تمرکز بر سفر حج، اثرات 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 بنام "مهمانان خدا: زیارت و سیاست در جهان اسلام" اثرات سفر حج بر شهروندان خارجی سایر کشورها و تلاش دول برای کنترل این اثرات را شرح می‌دهد؛ در این نوشتار به تلاش‌های 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 آمریکا نیز در مقاله‌ای به نام "مذهب و دیپلماسی" سعی کرده که نشان دهد عقاید و بزرگان مذهبی دنیا چگونه می‌توانند در مسائل جهانی برای صلح‌سازی 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 مسئله 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 مسئولین دولتی از اماکن مقدسه و دیدارهای حاشیه‌ای آن» می‌داند. البته از دید مقاله مذکور دیپلماسی زیارت مربوط به دولت‌هاست و خود زیارت تنها «ابزاری است برای آن که فضای پر دردمر رسمی سیاسی را کنار بزند» (Jilane, Saglobalaffairs, 2012).

روشن است که هیچ یک از تحقیقات حاضر تصویر مشخصی از دیپلماسی زیارت نیاورده اند و نیز اشاره ای به اثرات سیاسی زیارت اماکن مقدسه ای غیر از برخی مکان‌های مقدس مسیحیان و کعبه نداشته اند. نوآوری پژوهش حاضر در تلاش برای ارائه تعریفی از مفهوم دیپلماسی زیارت و تمرکز بر اماکن مقدسه ای غیر از اماکنی است که تا به امروز بدانها توجه شده است. در واقع سعی بر آن داریم تا علاوه بر رفع ضعف نسبی در تعریف دیپلماسی زیارت، وجوه آن و نحوه عملکرد آن را مبسوط تر مورد مذاقه قرار دهیم.

رابطه سیاست با زیارت

زیارت سفری مذهبی است، نوعی گردشگری با انگیزه های دینی که در آن توریست برای دستیابی به آرامش روحی و معنوی به اماکنی می رود که طبق آموزه های ادیان، مقدس شناخته می شوند. هندوهایی که برای پاک کردن روح خود به رود گنگ می روند، شیعیانی که به امید گره گشایی به مشهد سفر می کنند، مسیحیانی که به امید بخشش گناه به واتیکان مراجعه می کنند، همگی در طلب آرامشی معنوی بار سفر بسته اند. بر این مبنا، گردشگری مذهبی از قدیمی ترین شاخه های گردشگری محسوب می شود (Pourtaheri, 2012: 122). برخی با استناد به روندهایی که جامعه را از دین دور کرده هرگونه ارتباط مذهب با دیپلماسی را انکار می کنند، 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 کلیسا ها و مساجد و معابد می دانند و خواهان جدایی کامل سیاست از مذهب اند. البته این بدان معنا نیست که افراد مذهبی خواهان جدایی مسئله دین و بتبع زیارت از سیاست نیستند بلکه گروهی از حامیان این فکر مذهبی هایی هستند که معتقدند حیطه مذهب نباید آلوده به سیاست گردد (Stempel, 2000: 17). بعضی هم، مانند بیانچی معتقدند سفرهای زیارتی باعث رشد تمایزات در جهان می شود (Bianchi, 2013: 1) از همین رو به هیچ

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۴۷

عنوان نباید سیاسی بشوند؛ اما عموماً تجربه نشان داده همان گونه که مذهب در قرن ۲۱ هم عامل رشد تضاد و هم رشد صلح بوده، زیارت به عنوان گونه‌ای از گردشگری، هم می‌تواند عامل تضاد و هم عامل صلح گردد (Keiswetter, 2013:7). به نظر می‌رسد تا به امروز زیارت لا اقل 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 آمریکا جهت بهره‌برداری از گروه‌های مذهبی بعنوان ابزاری جهت 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 شده است (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 احمدی‌نژاد 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 آمریکا 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 اثرات زیارت بر سیاست و از سیاست را بازشناخت.

پازوس اولین 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 بعنوان اهرم فشاری علیه

لشکر کشی های فرانسویان بهره ببرند (Pazos,2016:25). اما با توجه به اختلاف مشرکین و مسلمانان بر سر اداره شهر مکه و حفاظت از کعبه (سال ها پیش از رسیدن مسلمانان به اروپا)، دیدگاه پازوس چندان مورد تأیید نیست. مورد دیگر از رابطه تاریخی زیارت و سیاست در جنگ های صلیبی که دو سده به درازا کشید، به چشم می خورد. این جنگ ها تا حدودی رقابت برای کنترل شهرهای مقدس فلسطین بوده، زیرا تا مدت ها لشکریان اعزامی از اروپا برای جنگ با مسلمانان، "زئران مجاهد" خوانده می شدند (Pazos,2016:55).

پس از شکست مسلمانان نیز در میان خود مسیحیان مسئله 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 موافقت نبودند چراکه آن را برای اقتدار کلیسا مضر می دانستند و تنها پس از آن که سازمان هایی برای راهنمایی زائران ایجاد شد و به نوعی اثرات آن به کنترل در آمد، اجازه جریان آزاد زوار را دادند (Bianchi,2004:38).

امروزه، متعاقب رشد اباحی گری، اهمیت مسئله زیارت در جهان مسیحیت کاسته شده ولی در جهان اسلام، چه در گذشته و چه در حال حاضر، هنوز جریان های سیاسی زیارت را مهم می شمارند. مثلاً مسئله حج از قرن ها 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 می بینیم ابومسلم خراسانی برای دستیابی به کسوت امیر الحجاجی با خلافت عباسی دچار تنش می شود (Naeni,2015:210). در نمونه دیگر، عثمانیان بارها در خصومت با دولت صفوی، راه های کعبه را به روی ایرانیان بست؛ این امر در عصر معاصر نیز دیده می شود، تعطیلی سفر حج برای ایرانیان به دلیل سایه انداختن

اختلافات سیاسی میان جمهوری اسلامی ایران و عربستان سعودی هستیم (سال ۶۶ و سال ۹۵).

در کل از ۱۹۷۹ عربستان سعی کرده از حج به عنوان ابزاری برای تغییر سیاست های انقلابی ایران بهره ببرد و دقیقاً بدلیل ترس از عقاید انقلابی شهروندان ایرانی در سال 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 آن ها به بیش از ۲ میلیون نفر می رسد) (Alarabiya, 2014) تلاش دارد تصویری مثبت از خود در ذهن آن ها بسازد و عقاید مذهبی خود را ترویج دهد (بعنوان نمونه می توان 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 می سازند (دیپلماسی شهروندی) اثر دیگر حج بر سیاست است. در کنار این ها زوار خانه خدا نیز در برگشت به وطن برخی تبعات را بر سیاست دولت ها تحمیل کرده اند. مثلاً در پاکستان حاجیان ضد آمریکایی ترند، یا در مالزی دولت سعی می کند از حج چون ابزاری برای تقویت خود در مقابل چینی ها و بنیادگرایی اسلامی بهره ببرد (حاجیان با تعصب بیشتر مانعی در مقابل رشد روز افزون قدرت چینی ها در داخل مالزی خواهند بود)، در ترکیه از آن جا که سفر حج با رشد انگیزه های مذهبی باعث ایجاد موج ضد سکولاریسم می شد دولت های لائیک در گام اول سعی کردند این سفر را حذف کنند و وقتی که در این راه شکست خوردند کوشیدند با نهادینه کردن آژانس های حج، بر زائران خانه خدا کنترل داشته باشند، در اندونزی سوهارتو در نهایت در کنار بازوان نظامی رژیم خود، قدرت مذهب را برسمیت 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" که خود مطرح کرده بود را افزود (Bianchi,2004).

این ها اثرات زیارت کعبه بر سیاست بوده است ولی نباید از تاثیرات سیاسی سایر اماکن مقدس غافل بود. مثلا پیاده روی اربعین به سوی کربلا که حداقل سالیانه ۱۷ میلیون مسلمان را گرد هم می آورد (BBC,2014)، مولد قدرت سیاسی برای شیعیان جهان، اعتماد به نفس عمومی تشیع در کشور مهم عراق، پیوستگی ملت های مختلف و توان مقابله با وهابیت است.

در مورد دیگر می توان تاثیر زیارتگاه های صوفیان پاکستان بر دولت این کشور را بررسی کرد؛ مدیران این زیارتگاه ها و خود زیارت آن قدر بر شهروندان اثر داشته که اصولا وزارت اوقاف جهت نظارت دولت بر آن ها دایر شد و هنوز نیز به کار خود ادامه می دهد (Rehman,2006:23).

نمونه آخر را می توان 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 به عنوان ابزاری برای اعمال سلطه خود بر خاک کشمیر سود می برد و با تبلیغات توانسته در سال ۲۰۱۱، بالغ بر ۶۳۴۰۰۰ زائر را به این معبد بکشاند (Shah,2015).

مطالب بالا موید رابطه محکم میان سیاست و زیارت است و بر نظر ویکتور ترنر صحنه می گذارد که معتقد است «در بین آداب مذهبی زیارت اثرگذارترین بر سیاست است» (Bianchi2004:37). زیارت به خصوص در میان مسلمانان که دین آن ها حوزه های وسیعی را پوشش می دهد، هم نوعی فعالیت سیاسی و هم اجتماعی تلقی می شود (Eickelman,1990:3) پس تاثیر سیاست بر و از زیارت را در جهان اسلام مشهود تر می توان دید.

چهارچوب نظری و چیستی دیپلماسی زیارت

در منابع معدود پیرامون موضوع مقاله، دیپلماسی زیارت چنین تعریف شده: « سفر غیر رسمی و بدور از تشریفات مقامات دولتی به کشوری که روابط سیاسی تیره ای با آن دارند تا بدون تکلفات سیاسی و به بهانه زیارت یکی از اماکن مقدس، بتوانند مذاکره ای را ترتیب دهند». نقطه عطف دیپلماسی زیارت بر مبنای این تعریف سفر آصف علی زرداری در دوره تنش روابط با هند به مقبره خواجه معین الدین در آچمر هند محسوب می شود که در حاشیه این زیارت، دیدار زرداری با سیگ، باعث حل بسیاری از سوء تفاهات 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، در حقیقت طبق تعریف قدیمی از دیپلماسی زیارت، سفر زیارتی در حاشیه تصمیم دولتمردان برای بهبود روابط صورت می گیرد و زیارت بهانه ای بیش نیست. شاید بتوان سفر رئیس جمهور 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 ی مشهود در این تعاریف نگاه رئالیستیک محض در آن است. در واقع در این نوع دیپلماسی طبق تعریف ارائه شده، تنها بازیگران و تصمیم گیرندگان دولتی نقش ایفا می کنند و جایی برای شهروندان باقی نمی ماند، ولی بنظر نمی رسد در عصری که مسیرهای دیگر دیپلماسی با جدیت تمام در حال فعالیت و رشد هستند چنین تعریف سنتی و محدودی مناسب نباشد. در دیپلماسی های نو، اثرگذاری بازیگران دیگر مخصوصا افکار عمومی مورد تاکید قرار گرفته است. بر این مبنای با توجه به این که زائر خارجی متعاقب اقامت در کشور دیگر و تغییرات ریز و درشت در جهان بینی خود، هنگام بازگشت به وطن، تاثیر فکری بر محیط اجتماعی می گذارد، می توان اثرگذاری بر افکار عمومی ملت های دیگر را از زیارت انتظار داشت. در واقع می توان دیپلماسی را که امری مربوط به سیاست خارجی است با مسئله زیارت پیوند زد.

زائر اکثراً شهروندی است که به زیارت مکانی در خارج از کشور خود سفر می‌کنند 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 به گونه‌ای که آنی را بخواهد که ما می‌خواهیم» باشد (Nye, 2008:3)، دیپلماسی زیارت در واقع 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 تائیدی بر اهمیت تاثیر زیارت بر افکار عمومی است.

حال و با تکیه بر توضیحات بالا تلاش 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 که "تاثیر گردشگری در رفع سوءتفاهمات تاریخی و ایجاد ارتباطات فرهنگی و صلح" (افضلی، ۱۳۹۲: ۱۰۹). البته بر خلاف این تعریف، شاهدیم که عمده مطالعات در خصوص دیپلماسی گردشگری متمرکز بر سودآوری و ارزآوری این پدیده است. آن چه که دیپلماسی زیارت به دیپلماسی گردشگری می‌افزاید، خارج کردن تمرکز مطالعات گردشگری از سود و اقتصاد محوری صرف است. در واقع 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

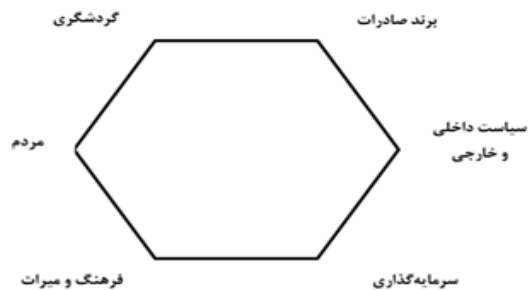
چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۵۳

بالا بردن کیفیت هتل‌ها نیست. به بیان دیگر، دیپلماسی گردشگری عموماً در بحث انگیزه خشتی است و یا اقتصاد محور است ولی دیپلماسی زیارت، انگیزه را خالی از ارزش‌های مذهبی نمی‌کند. شایسته است متذکر شویم که به تازگی تلاش‌هایی برای افزودن جلوه‌های مذهبی به بحث گردشگری وجود داشته که از جمله آن می‌توان به تأکید بیشتر به اثرات 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.

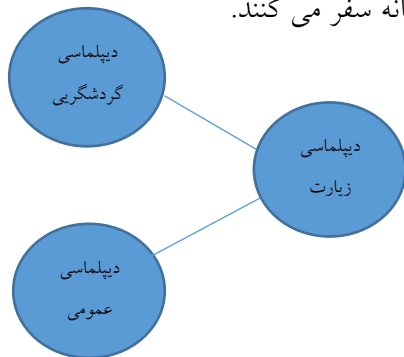
با این اوصاف، گردشگری همچنان متمرکز بر مباحث اقتصادی است و هنوز رایج‌ترین نگاه به این پدیده در جهان معاصر، رویکرد اقتصاد محور است (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳، ۲۴). بنابراین نیاز است تا این نگاه سود محور صرف در گردشگری متحول گردیده و انگیزه‌هایی غیر از کسب سود مادی در میان مباحث گردشگری جا باز کنند. نگرستن به ارزش‌آوری 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، اهرم

های فشار بیشتری در کشورهای خارجی جهت پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود بدست خواهند آورد.

از وقتی که گردشگر مذهبی (زائر) خارجی وارد کشور می شود، نوبت آن می رسد که دستگاه های تبلیغاتی میزبان در راستای ایجاد اثرات ذهنی مطلوب وارد عمل شده و فاز دیپلماسی عمومی را کلید بزنند. حال متوجه پیوند دیپلماسی عمومی یا «ترویج و اشاعه ارزش های یک کشور» (Tuncer,2009:134) با زیارت می شویم. دیپلماسی عمومی که شش ضلعی معروف آن یکی از معیارهای سنجش قدرت نرم است، قطعاً با سفر های زیارتی مرتبط است، به بیان دیگر با حضور زائر خارجی ۴ ضلع از این ۶ ضلع متاثر می شوند (گردشگری، مردم، سیاست داخلی و خارجی، فرهنگ و میراث). البته نبایستی فراموش کرد که حین حضور زائر خارجی در خاک کشور میزبان شهروندان دو طرف نیز بر هم اثر می گذارند و به تعبیری دیپلماسی شهروندی نیز وارد بحث می شود. دیپلماسی شهروندی به معنای "ایجاد فهم و همکاری میان مردم ملت های مختلف از طریق برقراری ارتباط مستقیم و شخصی است" (Donald,2007:118). به بیان دیگر زائر خارجی و شهروند میزبان، هر دو در تصویر سازی 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 از قبل اینگونه تعریف کرد: نقطه اتصال دیپلماسی عمومی و دیپلماسی گردشگری برای خارجیانی که با هدف زیارت اماکن مذهبی به کشور بیگانه سفر می‌کنند.



ظرفیت‌ها و اثرات دیپلماسی زیارت

ظرفیت دیپلماسی زیارت به منابعی اشاره دارد که باعث جذب زائر به سوی ما می‌شود. اولین و مهم‌ترین ظرفیت مورد نیاز 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 خود 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 بعنوان سوغات به کشور خود ببرد و آن را به دیگران منتقل کند. البته عده‌ای معتقدند که مهم‌ترین عامل در بالا رفتن میزان گردشگری مذهبی و بتبع، اعمال دیپلماسی زیارت، وجود امنیت است (Pishahangifard, 2011:54)، اما نگارندگان این مقاله چنین می‌اندیشند که علی‌رغم اهمیت امنیت در انتخاب مقصد گردشگری توریست‌ها، لا اقل 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 علی رغم نا امنی ها در عراق شاهدیم که چه تعداد از زائران مشتاق سفر به کربلا و نجف و سامرا هستند. مسلماً وجود سایر شرایط باعث رونق دیپلماسی زیارت و ورود تعداد بیشتری از زوار می شود اما اصل دیپلماسی زیارت وابسته به وجود خود زیارتگاه است. البته این تنها یک طرف قضیه است، ظرفیت دیگر دیپلماسی زیارت در شهروندان دو طرف نهفته است، به عنوان نمونه اگر کشور ایران بتواند با برنامه ریزی کاری کند که شهروندان زائر آن در عربستان و عراق رفتارهای مناسبی از خود بروز دهند، باعث شکل گیری تصویری مثبت در ذهن شهروندان میزبان می شود؛ این قضیه می تواند به عکس هم باشد و شهروندان ایرانی چهره ای از یک شهروند و میزبانی مهمان نواز از خود ارائه کنند. دیپلماسی زیارت در این بخش با دیپلماسی شهروندی قرابت پیدا می کند که با کاربست آن، می توان در جهت ارتقای جایگاه دیپلماسی مسیر دو پیش رفت. البته در کل زوار بیشتر اثر می پذیرند تا اثر گذارند.

امروزه که به اعتقاد بسیاری از نظریه پردازان، گردشگران مدرن، بیشتر از قبل با اهداف معنوی سفر می کنند (شفیعا و صباغ پور، ۱۳۹۵: ۱۰۹)، بستر مناسب تری برای شاخه زیارت دیپلماسی فراهم آمده است. طی سه دهه اخیر، توریسم زیارتی رشدی چشمگیر داشته و تنها محدود به سرزمین های اسلامی نمانده، بلکه سایر ادیان از قبیل مسیحیت و بودائی را نیز شامل می شود (Issac, 2016: Chapter 9) پس می توان گفت که ظرفیت عمل در حیطه دیپلماسی زیارت سیر صعودی خود را طی می کند.

منظور از اثرات دیپلماسی زیارت بازخورد سفر زیارتی بر زائران و کشورهای دو طرف است. از جمله این اثرات می توان به «بازسازی خانه» اشاره داشت که طبق آن زیارت باعث «تکانه فرهنگ ها»^۱ می شود، چون زائران از هر گوشه زمین نه تنها افکار و

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۵۷

عقاید خود را وارد زیارتگاه می‌کنند بلکه خود نیز در آن جا دچار تغییر معنایی شده و با آن تغییرات به زادگاه خویش بازگشته و در جهت تغییر زادگاه گام بر می‌دارند (Eade,2014:156). بر این مبنا 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 نماید (Bianchi,2013:3) و نفوذ خود را در دنیای اسلام بگستراند. در این راه افزایش سهم زوار زن، شهر نشین و دانشگاهیان (اثرگذارترین قشر جوامع) و سهم ۸۰٪ زوار غیر عرب، باعث رشد اثرات دیپلماسی زیارت عربستان شده است. اما در کل عربستان در دیپلماسی زیارت موفق نبوده چرا که 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 بدلیل عقاید محکم تشیع به بحث زیارت و حضور شش معصوم از چهارده معصوم، این کشور تبدیل به مهم‌ترین کشور از منظر دیپلماسی زیارت 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 بالایی 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 می‌

اندیشیند که «در دنیای امروز که دنیای چند پارگی ها و جدا شدن هاست زیارت می تواند به عنوان عامل وحدت بخش عمل نماید» (Pazos,2012:187). به عقیده نگارندگان این مقاله، اثر زیارت بر جامعه بشری بیشتر تمایل به صلح سازی دارد تا تضاد زیرا باعث رشد فراملی گرایی شده است. در اثبات این مدعا شواهد بسیاری در دسترس است؛ مثلا در نمونه ای در کرانه باختری زیارتگاه مشترکی (مسلمان و مسیحی) به نام مر الیاس، باعث نزدیکی جامعه مسیحیان و مسلمان بومی شد تا آن جا که مسیحیان خود را در مقابل اسرائیل کنار مسلمانان دیدند (Eade,2014:135). پس می توان نتیجه گرفت که هرچند دیپلماسی زیارت ممکن است در جهت تولید تضاد به کار 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 بر نمی تابد و خواهان صدور اندیشه های خود به سایر کشورهاست. در واقع فتح قلبی که امام خمینی منادی آن بود با کمی مسامحه همان دیپلماسی عمومی موفقیت آمیز است. این مهم در کنار این واقعیت که پس از سقوط شوروی، نوعی بازشدگی در مناطق مختلف جهان از جمله غرب آسیا بوقوع پیوسته و فضا برای ایفای نقش بازیگران منطقه ای چون ایران بازتر شده (سجادپور، ۱۳۹۴: ۱۰) ما را به سویی سوق می دهد که از ابزارهای لازم برای جذب افکار عمومی و شکل دادن به مسیر سیاست دولت های منطقه گام برداریم. در این راستا، دولت ایران می تواند با برنامه ریزی در دو بخش دیپلماسی عمومی و گردشگری مذهبی، دیپلماسی زیارت خود را تقویت نموده و ذهنیت شهروندان بسیاری را تحت تاثیر پیام های سیاسی خود قرار دهد. ظرفیت های دیپلماسی زیارت در اختیار تهران بخصوص برای شیعیان بسیار بالاست زیرا ایران تنها کشوری است که امنیت را توامان 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 استنادار خراسان رضوی، رشیدیان، تنها در سال ۱۳۹۴، ۲ میلیون زائر خارجی به خود جذب کرده است و هر ساله بر این رقم افزوده می‌شود (رشیدیان، مهرنیوز، ۱۳۹۴). بنابر پژوهش‌های به عمل آمده، 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 نشانگر 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، 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 برسمیت شناخته شده است. با توجه به آن که این دین بیش از همه ادیان در دنیا پیرو دارد (WIN Gallup, 2012: 16)، استفاده از زیارتگاه‌های مسیحی در داخل کشور بعنوان عامل جذب شهروندان خارجی، پتانسیل بالایی برای پیشبرد دیپلماسی عمومی موفق فراهم می‌آورد.

۱-۲. قره کلیسا: این کلیسا که مقبره یکی از حواریون حضرت عیسی (ع) (طاطائوس) نیز هست، از قدیمی‌ترین و یا شاید قدیمی‌ترین کلیسای دنیا باشد. این کلیسا به ثبت آثار یونسکو نیز رسیده در نزدیکی شهر چالدران قرار دارد (فرارو، ۱۳۹۳). موسم اصلی زیارت این کلیسا از اول تا سوم مرداد می‌باشد 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 بوجود 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 ۲۵۰۰۰ 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 به انگیزه زیارت به داخل ایران کشاند و واقعیت‌های رفتار با یهودیان در جامعه ایرانی را به آن‌ها نشان داد، دیگر پروپاگاندا‌های 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 بعمل آمده 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، به عنوان 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 لا اقل به باور عمومی ایرانیان باعث قتل چندین هزار آریایی در دوره خشایارشا شده‌اند، اما بدلیل این که برای

یهودیان مورد احترام بوده اند 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 تاثیر شگرفی در ذهنیت آن شهروند نسبت به سیاست‌های داخلی دولت ایران در قبال اقلیت‌های مذهبی خواهد داشت.

جمع‌بندی مطالب این بخش پاسخ به سوال 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 آن که شعار جمهوری اسلامی ایران مذهب‌گرایی (البته نه از نوع بنیادگرایانه) است در راستای سیاست خارجی این دولت است، بخصوص آن که 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 شاهدیم که گردشگری به خصوص برای زیارت اماکن مقدس هم در حال رشد است. این

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

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۶۳

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 در صدد آن خواهد بود تا با کار کردن روی ذهن گردشگر، از وی عنصری مبلغ برای سیاست های خود در کشورهای خارجی بسازد. پس اگر دولتی که زیارتگاه در آن واقع شده است از فرصت بدست آمده استفاده کند و ذهنیت زائران خارجی را به نفع خود تغییر دهد وارد حیطه دیپلماسی زیارت شده است. اگر چه پیش از این دیپلماسی زیارت تنها محدود به دولتمردان و برای بهبود روابط دولتی می شده، امروزه این مفهوم بیشتر متمرکز بر ایجاد رابطه مثبت بین ملت هاست. این شاخه از دیپلماسی در واقع رنگ و بوی دیپلماسی عمومی را به دیپلماسی گردشگری افزوده و تاکید بیشتری بر اثرات معنوی گردشگری دارد.

تهران می تواند با بهره از ظرفیت های عظیم دیپلماسی زیارت خود با تبلیغات سنگین رسانه های 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، می توان از دیپلماسی زیارت در راستای روابط حسنه میان تمامی ملت ها سود جست. در میان ۱ میلیارد و ۴۰۰ هزار توریست خارجی که ۵۰ میلیون آن ها به خاورمیانه می آیند، بسیاری از آن ها به قصد زیارت سفر خود را آغاز می کنند و این می تواند بعنوان ظرفیت صلح سازی عظیمی در پرتنش ترین منطقه جهان مد نظر قرار گیرد. با این اوصاف، جمهوری اسلامی ایران، برغم 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 ارگان های مرتبط با این حوزه است تا بتواند آن طور که شایسته است از ظرفیت های 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):

چیستی دیپلماسی زیارت و ظرفیت‌های ایران / ۱۶۵

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 مدفون اند، 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 بین الملل؛ قالب های کهن و واقعیت های نوین، فصلنامه روابط خارجی.

شجاعی‌زند، علی‌رضا، سارا شریعتی‌مزینانی و رامین حبیب‌زاده‌خطبه‌سرا. (۱۳۸۵). بررسی وضعیت دین داری 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.

کرث، 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 استان های 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
- 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.
5. 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
6. Dailymail. (2012). The collapse of family life, Available at
http://www.dailymail.co.uk/news/article-2103235/Most-children-U-S-born-wedlock.html
7. Donald, Hohn. MC. (2007) . *Citizen diplomacy in changing world. Expolitical.*
8. Eade, John. (2014). *Pilgrimage, Politics and Place-Making in Eastern Europe: Crossing the Borders*. Routledge.
9. Eickelman, Dale. (1990). *Muslim Travellers: Pilgrimage, Migration, and the Religious Imagination*. University of California press.
10. Jilane S.G. (2012) . pilgrimage diplomacy ,Available at
http://www.saglobalaffairs.com/cover-stories/1194-pilgrimage-diplomacy.html
11. Keiswetter, Allen. (2013). *Diplomacy and Religion: Seeking Common Interests and Engagement in a Dynamically Changing and Turbulent World*. Brookings.
12. Kerry, John. (2015). Religion and Diplomacy ,Available at
http://americamagazine.org/issue/religion-and-diplomacy
13. Pew research center. (2013). Belief in God ,Available at
www.pewforum.org/religious-landscape-study/belief-in-god.
14. Issac, Rami(2016).*The politics and Power of Tourism in Palestine*, Routledge.
15. Mill, R. C. & A. M. Morrison, (1992), *The Tourism system: an introductory Text*, 2nded. Prentice Hall, New jersey.
16. Naeini, Ahmad. (2015). Abumuslim Pilgrimage and His Last Efforts .
International journal of humanities and cultural studies.

17. Nye S. Joseph. (2008). Public diplomacy and soft power. *The Annals of American Academy of Political and Social Science*, p 94- 109.
18. Pazos. Anton. (2012). *Pilgrimages and politics, Rediscovering the power of the pilgrimages*. Routledge.
19. Pazos, Anton (2016). *Pilgrims and Pilgrimages as Peace Makers in Christianity, Judaism and Islam*, Routledge.
20. Pishahangifard, Zahra (2011). Tourism Security and Legality in Persian Gulf, *Journal of the Persian Gulf*.
21. Pourtaheri, Mehdi (2012). Impacts of Religious and Pilgrimage Tourism in Rural Areas: The Case of Iran, *Canadian Center of Science and Education*.
22. Shah, Fahad (2015). A Political pilgrimage in Kashmir. *Foreign Affairs*.
23. Stempel, D. John. (2000). Faith and Diplomacy in the International System. *Patterson School of Diplomacy and International Commerce*.
24. Tuncer, H. (2009). Diplomasinin Evrimi: *Gizli Diplomasiden Kuresel diplomasiye*. Istanbul: Kaynak Yayinlary.
25. Rehman, Uzma. (2006). Religion, Politics and Holy Shrines in Pakistan. *Tapir Akademisk*.
26. WIN Gallup. (2012). "Global Index of Religion and Atheism", redc.
27. Zeya, Ozra. (2014). Religion and Diplomacy: A Transatlantic Dialogue, Available at <http://www.state.gov/j/drl/rls/rm/2014/226323.htm>

