



## ابعاد همگرایی عتبات مقدسه به مثابه

# سازمان‌های شیعی متولی زیارت

دریافت: ۱۳۹۷/۳/۵ پذیرش: ۱۳۹۷/۴/۴

هادی غیائی<sup>۱</sup>

### چکیده

جهان اسلام همواره از آتش تفرقه رنج برده است. یکی از راهکارهای غلبه بر نیروهای واگراکننده، ایده همگرایی عتبات مقدسه جهت استفاده از ظرفیت‌های عظیم نهاد زیارت است. همگرایی عتبات مقدسه آرمان توحید را از طریق ایده وحدت جهان اسلام پیگیری می‌کند. همگرایی از مفاهیمی است که به‌خصوص در روابط بین‌الملل به آن توجه زیادی شده است، اما این نوشتار نگاهی فرهنگی تمدنی به این مفهوم دارد و آن را نوعی همسویی و همنوایی در ارزش‌ها، سیاست‌ها و اقدام‌ها تلقی می‌کند. مسئله این پژوهش بررسی ابعاد همگرایی عتبات مقدسه به مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت است. روش گردآوری اطلاعات، مطالعه اسنادی و مصاحبه است و تحلیل اطلاعات با روش تحلیل مضمون انجام شده است. بر اساس یافته‌های پژوهش، با توجه به تحلیل مضمون اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توان شش مضمون اصلی و سازمان‌دهنده «مزیت‌ها»، «مبانی»، «زمینه‌ها»، «موانع»، «پیامدها» و «راهبردها» را برای مضمون محوری و فراگیر «همگرایی عتبات مقدسه» شناسایی کرد. توجه به هدف نهایی از همگرایی سازمان‌های عتبات مقدسه، فهم همگرایی سازمانی عتبات مقدسه به‌عنوان گام اول از یک فرایند کلی‌تر که گام‌های بعدی آن همگرایی میان‌فرهنگی و تمدنی است، درک رابطه حقیقی زیارت و گردشگری، کنار گذاشتن منیت‌های سازمانی و توجه به نقش مکملی عتبات در فرایند همگرایی، توجه به جغرافیای تاریخی عتبات مقدسه، محور نشدن سازمان‌ها در فرایند همگرایی، دیپلماسی همگرایی و بسترسازی برای همراه کردن اهل سنت با این حرکت و در نهایت فهم راهبردی سازمان‌های عتبات از نقش خود در فرایند همگرایی، از مهم‌ترین راهبردهای همگرایی عتبات مقدسه به مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت است.

**کلیدواژه‌ها:** همگرایی، سازمان، عتبات مقدسه، زیارت.

۱. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع): hadi.ghiasi@gmail.com

## ۱. مقدمه

در فرهنگ شیعی، زیارت به مثابه یک نهاد مورد مطالعه 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 دستاورد تمدنی ایران اسلامی شمرده می‌شوند، مورد غفلت واقع شده است. لذا فرض این مقاله چنین انتخاب شده است که زیارت نقش مؤثری در تمدن‌سازی نوین اسلامی می‌تواند داشته باشد. یکی از عوامل بالفعل کردن ظرفیت‌های نهاد زیارت، فراهم کردن سازوکارهای همگرایی در طریق زیارت بر محور محبت اهل بیت (علیهم‌السلام) است؛ چیزی که به‌خصوص در زیارت اربعین کاملاً نمایان است. «امروزه اربعین تنها یک راهپیمایی معنوی و یا صرفاً زیارت جمعی حسین بن علی (علیهما‌السلام) نیست، بلکه مدلی متفاوت از نظام مناسبات انسانی در مقابل الگوی سکولار و دنیوی شده غربی است. این تجربه، تجربه‌ای در حال ترقی و پیشرفت است که بر منابع دینی و سنن بومی ساخته شده 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 غربی آن<sup>۱</sup> 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 و بر آن محاجه کرد (بابایی، ۱۳۹۶: ۱۱۲)». محور همگرایی در زیارت اربعین حب‌الحسین (علیه‌السلام) است. هویت حسینی در جوامع اسلامی و متمایز شدن آن از دیگر هویت‌ها در طول سالیان طولانی شکل گرفته است. «کانت جذور الانطلاقه مع الرسول الاعظم ص و جهوده و کلماته بحق الحسین و هی الاصل فی تشکیل هذه الهویه. عندما قال: حسین منی و انا من حسین، احب الله من احب حسینا.» (الشیخ غالب الناصر، ۱۴۳۹ق: ۲۰۹).

1. civilization

سازمان‌های عتبات مقدسه در بستر زیارت می‌توانند زمینه بسیار مناسبی برای همگرایی در جهان اسلام شکل دهند که پیامدهای مهم میان‌فرهنگی و تمدنی چون گسترش ارزش‌های اسلامی و احیای هویت اسلامی، ایجاد همدلی و تعاون و همبستگی اجتماعی، شناخت ملل مختلف و ارزیابی ظرفیت‌های میان فرهنگی، لغو امتیازها و تبعیض‌ها، تقریب تفکرات شیعی و مذاهب اسلامی، غیرت‌سازی و شناخت دشمن مشترک، ایجاد موقعیت امن و استراتژیک برای مسلمانان (معینی‌پور، ۱۳۹۴: ۳۷) به همراه داشته باشد. به‌جز مجاوران، عمده مخاطب حرم‌های اهل بیت (علیهم‌السلام) زائرانی هستند که به‌قصد عرضه ایمان و تأمین معنویت ولایی، پای در رکاب سفر نهاده‌اند و در یک کلام مسافرنده؛ مسافرانی با نیازها و مسائل مشترک. به‌نظر می‌رسد حرم‌های اهل بیت (علیهم‌السلام) و اعتبار مقدسه به‌تنهایی از بزرگ‌ترین بازیگران جهانی گردشگری مذهبی و معنوی‌اند (با لحاظ ماهیت متمایز زیارت) و بر این اساس می‌توانند بر سیاست‌گذاری‌های ملی و بین‌المللی سفر و جهانگردی که خود بُعدی از ارتباطات میان‌فرهنگی و توسعه اجتماعی است، اثرگذار باشند. فقدان کنسرسیوم ملی و اسلامی زیارت و اتحادیه‌ای منسجم و هوشمند که بتواند از این فرصت بهره گیرد، احساس می‌شود. تاکنون اجلاس‌هایی با حضور تولیت‌ها و نمایندگان سازمان‌های عتبات مقدسه جهان تشیع شامل: آستان قدس علوی، آستان قدس حسینی، آستان قدس کاظمین، آستان قدس رضوی، آستان قدس عسکریین، آستان قدس عباسی، آستان قدس زینبی، آستان قدس حضرت رقیه (س)، آستان قدس حضرت معصومه (س)، آستان قدس عبدالعظیم حسنی، آستان قدس احمدبن موسی، دبیرخانه مسجد کوفه و مزارات وابسته، مسجد مقدس جمکران و دبیرخانه مزارات مقدس شیعه برگزار شده است. تداوم این حرکت کلان نیازمند مسئله‌شناسی ابعاد مختلف موضوع است. این نوشتار پس از تبیین چارچوب مفهومی، ابعاد همگرایی سازمانی در بستر زیارت را بررسی می‌کند.

## ۲. روش انجام پژوهش

روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش مطالعه اسنادی و مصاحبه عمیق است و در این مسیر سعی شده است از ادبیات علمی بیان شده در حوزه مطالعات سازمان، زیارت، ارتباطات میان فرهنگی، مطالعات تمدنی، نظرهای نخبگان، صاحب نظران فرهنگی، سیاست گذاران و مدیران سازمانی مربوط بهره برداری شود. رویکرد پژوهش توصیفی و تحلیلی است. «تحقیق توصیفی آنچه را که هست توصیف می کند و به شرایط یا روابط موجود، فرایندهای جاری، آثار مشهود و روندهای در حال گسترش توجه دارد (خاکی، ۱۳۹۰: ۳۹)». روش تحلیل داده در این پژوهش تحلیل مضمون است. فرایند کامل تحلیل مضمون را می توان به سه مرحله کلان تقسیم کرد: الف) تجزیه و توصیف متن ب) تشریح و تفسیر متن و ج) ادغام و یکپارچه کردن دوباره متن. تحلیل مضمون، فرایندی است که طی زمان شکل می گیرد و نباید با عجله اجرا شود (89: Braun & Clarke, 2006). نکته مهم این است که تحلیل های کیفی، از مجموعه ای از خطوط راهنما استفاده می کنند و نه مجموعه ای از قوانین مشخص. این امر باعث انعطاف پذیری آن ها برای تناسب روش با سؤال ها و داده های تحقیق می شود (145: Patton, 1990).

دسترسی به افراد مصاحبه شونده با روش گلوله برفی صورت گرفته است؛ به این صورت که ابتدا در رصد اجمالی صاحب نظرانی در زمینه مباحث زیارت شناسایی شدند. سپس با رجوع به هریک از افراد، از آنان خواسته شد تا افراد صاحب نظر دیگر در این حوزه را معرفی کنند. با معرفی صورت گرفته و رصد دقیق تر از افراد صاحب نظر، ده نفر از استادان دانشگاه و مسئولان مربوط در شهرهای مشهد، قم و تهران شناسایی شدند. دلیل اکتفای انجام مصاحبه با این تعداد افراد، پوشش نسبتاً کامل ابعاد برجسته موضوع است که از طریق رصد اجمالی، معرفی افراد صاحب نظر در این حوزه و رصد دقیق در مرحله آخر صورت گرفته است. نگارنده ادعای شناسایی کامل کارشناسان و صاحب نظران مربوط را ندارد اما به اقتضای توانایی ها، محدودیت ها و

امکانات پژوهش، به نظر می‌رسد این تعداد از مصاحبه‌های عمیق صورت گرفته در کنار منابع اسنادی بررسی شده می‌تواند تشریح‌کننده ابعاد موضوع پژوهش باشد. منابع اسنادی مورد مطالعه و تحلیل، کتاب‌ها و مقاله‌های علمی پژوهشی مربوط به حوزه‌های زیارت، ارتباطات میان‌فرهنگی، گردشگری مذهبی، روابط بین سازمان‌ها و هماهنگی بین‌سازمانی در بیست سال گذشته بوده است. کلیدواژه‌های مورد استفاده در جستجوی موارد مرتبط عبارتند از: زیارت، عتبات مقدسه، همگرایی، همگرایی در جهان اسلام، سازمان‌های منطقه‌ای، روابط بین‌سازمانی، هماهنگی بین‌سازمانی.

پس از فیش‌برداری از منابع، فیش‌ها وارد نرم‌افزار Maxqda شده تا کدگذاری شوند. محیط و ابزار گرافیکی متنوع، رابطه کاربری آسان‌تر و جذاب‌تر، سازگاری بیشتر با زبان فارسی، فرمت‌های خروجی مختلف و امکان جستجوی آسان بین داده‌های فارسی، از جمله مزایای این نرم‌افزار نسبت به دیگر نرم‌افزارهای تحلیل کیفی است. پس از سه مرحله کدگذاری، ۵۸ مضمون اولیه، ۱۸ مضمون پایه و ۶ مضمون سازمان‌دهنده، استخراج گردید و الگوی نهایی تحلیل مضمون همگرایی عتبات مقدسه مشخص شد. برای پایایی کدگذاری این پژوهش، پس از هر مرحله کدگذاری، کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی با گزاره‌های اولیه مقایسه شدند. برای روایی این پژوهش از بررسی همکاران استفاده شد؛ بدین ترتیب که مراحل انجام تحقیق و یافته‌ها با کمک یکی از دانشجویان دکتری مرور و به سؤال‌ها و انتقادهای مطرح‌شده پاسخ داده شد.

آخرین گام در تحلیل مضمون، تدوین گزارش است. این مرحله وقتی آغاز می‌شود که مجموعه کاملی از مضامین نهایی، فراهم شده باشد. هدف از این کار، بررسی دوباره سؤال‌های تحقیق و علایق نظری نهفته در آن‌هاست تا با بحث و بررسی عمیق، الگوهای به‌دست‌آمده از تشریح متن، به سؤال‌های اصلی تحقیق پاسخ داده شود (Attride-Stirling, 2001: 132). در این پژوهش، پس از بررسی داده‌ها و انجام مراحل روش‌شناختی و تبیین مفاهیم زیارت، عتبات مقدسه، روابط بین‌سازمانی و همگرایی،

به دلیل رعایت اختصار، تنها مضامین نهایی یعنی «مزیت‌ها»، «مبانی»، «زمینه‌ها»، «موانع»، «پیامدها» و «راهبردها»ی همگرایی عتبات مقدسه گزارش می‌شود.

### ۳. پیشینه پژوهش

بررسی‌ها و جستجوهای نگارنده نشان می‌دهد در ارتباط با موضوع و مسئله این نوشتار که همگرایی سازمانی در بستر زیارت است، پژوهش‌های زیادی انجام نشده است. مقاله‌های مختلفی سعی کرده‌اند به بُعد تمدنی نهاد زیارت بپردازند اما استخراج ابعاد همگرایی سازمانی در بستر زیارت و به‌علاوه استفاده از روش‌شناسی مورد استفاده در پژوهش حاضر، در هیچ یک از مقاله‌ها یافت نشد. با این حال، مرتبط‌ترین پژوهش‌های موجود به موضوع مورد بررسی، به شرح زیر است:

«عرفان و بیات» (۱۳۹۳) در مقاله «آموزه امت اسلامی در قرآن و بازاندیشی در قابلیت‌های تمدنی و فرهنگی آن» به کارکردهای تمدنی فرهنگی مفهوم امت پرداخته‌اند. این مقاله موضوع «امت» و «امامت اسلامی» را از منظر فرهنگی و تمدنی واکاوی کرده و با استناد به مؤلفه‌های امت از منظر قرآن، به تبیین مفهوم و نقش امت در فرایند ساخت تمدن اسلامی پرداخته است تا نشان دهد که این نظریه چه قابلیت‌ها و ظرفیت‌هایی در باروری فرهنگی و نیز تمدن‌سازی دارد. انسجام و همبستگی و ثیق اجتماعی، آرمان‌سازی برای تحولات اجتماعی و کارکردهای هویت‌بخش، از جمله یافته‌های این تحقیق در قابلیت‌ها و ظرفیت‌های فرهنگی و تمدنی این آموزه است.

«کرمی‌پور» (۱۳۹۴) در مقاله «گردشگری دینی، ماهیت و کارکرد» گردشگری دینی را ابتدا به لحاظ مفهومی و معنایی بررسی و سپس کارکرد و نقش آن را در سه سطح «واقعیت اجتماعی»، «فرهنگی» و «معنوی» تحلیل کرده است. در این سطوح سه‌گانه، گردشگری دینی یک برساخت اجتماعی و به‌سان یک نیاز فرهنگی و معنوی در انسجام و همگرایی انسانی مورد تأکید قرار گرفته و سپس در یک چهارچوب مفهومی

سه‌گانه «خداخواهی، دگرخواهی و خودیابی» در نگرش اسلامی تبیین و دسته‌بندی شده است.

«ستوده» (۱۳۸۷) در مقاله «جهانی شدن و همگرایی کشورهای اسلامی» به تشریح همگرایی کشورهای اسلامی در عصر جهانی شدن می‌پردازد و دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای را مهم‌ترین ابزار همگرایی کشورهای اسلامی در شرایط جهانی شدن می‌داند. وی ابتدا با امکان‌ناپذیر دانستن مطالعه تحولات بین‌المللی در عصر فراصنعت و فرااطلاعات بدون توجه به فرایندهای جهانی شدن یا جهانی‌سازی، جهانی شدن را باعث نفوذپذیری مرزها، تحول در هویت‌های ملی و افزایش روابط فراملی می‌داند. سپس با ارائه تعریف‌هایی از جهانی شدن، منطقه‌گرایی، سازمان منطقه‌ای و تعاملات منطقه‌ای و با اشاره به لزوم همگرایی کشورهای اسلامی در شرایط جهانی شدن، تشکیل سازمان منطقه‌ای برای پاسخگویی به نیاز کشورهای اسلامی در عصر جهانی شدن 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 به‌خصوص از طریق فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی نوین را طلب می‌کند. تأکید بر همگرایی فرهنگی و رسانه‌ای از نکات قابل استفاده در این نوشتار است که در پژوهش حاضر نیز مورد تأکید است.

«معینی‌پور» (۱۳۹۴) در مقاله «ظرفیت‌های تمدنی کنگره عظیم اربعین حسینی» پدیده اربعین را به‌مثابه یک عنصر تمدنی مورد توجه قرار داده است. وی ذیل بیان یک چارچوب نظری، ارکان تحقق تمدن و امت واحده اسلامی را بررسی و ظرفیت‌های آیین‌ها و مناسکی مانند اربعین را در تحقق امت واحده و تمدن نوین اسلامی تشریح کرده است. ایشان دین، علم، عقلانیت و اخلاق را ارکان چهارگانه تمدن نوین اسلامی می‌داند که اربعین در سه لایه گزاشی، بینشی و رفتاری، ظرفیت‌هایی برای تحقق آن‌ها در متن و بطن خود دارد. نگاه تمدنی به پدیده زیارت موضوعی است که در این نوشتار با پژوهش حاضر مشترک است.

«بابایی» (۱۳۹۴) در مقاله «مدنیت و معنویت در اربعین» به کارکردهای تمدنی زیارت اربعین پرداخته است. وی معتقد است آنچه در همایش اربعین رخ می‌دهد، هم به جهت ایمانی و هم به جهت حبی و عشقی، کارکردهای تمدنی دارد. اربعین از یک‌سو حرکت و تمرینی ایمانی است که موجب افزایش ایمان می‌شود و نظام مناسبات ایمانی را تنظیم می‌کند و از سوی دیگر در اربعین با تأکید بر یک محبوب و معشوق مشترک و همین‌طور با تجربه مشترک حبی و عشقی نسبت به آن محبوب واحد، محبتی به همدیگر به‌وجود می‌آید و نظام مناسبات انسانی به شکل درستی سامان می‌یابد. شکل‌گیری امت واحده بر اساس این عشق و معشوق مشترک، نتیجه این نظام مناسبات جدید است که بر محور اربعین رخ می‌نماید. نگاه تمدنی و میان‌فرهنگی و تأکید بر محبت و معنویت، از وجوه مشترک این نوشتار با پژوهش حاضر است.

«رازنهان و همکاران» (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی جایگاه اقتصادی عتبات عالیات در روابط ایران و عثمانی در دوره صفوی» جایگاه اقتصادی عتبات عالیات میان دو دولت صفویه و عثمانی را بررسی و بازتاب آن در روابط سیاسی دو کشور ایران و عثمانی را ارزیابی کرده‌اند. در این مقوله درباره سه رکن اساسی بحث شده است: ۱. زیارت عتبات (زوار)؛ ۲. موقوفات؛ ۳. دفن اموات. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که در این دوران تسلط بر منطقه عراق، به‌ویژه عتبات عالیات و دستیابی به منافع اقتصادی آن، از جمله مباحث مهم برای دو دولت صفویه و عثمانی بود چنان‌که ورود زائران ایرانی به اماکن مقدس عراق با رونق بازار، ایجاد کسب‌وکار، گسترش تجارت، رونق کاروانسراها و راهداری‌ها و رفع بیکاری همراه بود.

در خصوص بدیع و جدید بودن موضوع مورد مطالعه، همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در زمینه موضوع مورد بررسی که ابعاد همگرایی عتبات مقدسه یا به‌عبارتی همگرایی سازمانی در بستر زیارت است، پژوهش‌های مشابهی یافت نمی‌شود. با توجه به پژوهش‌های پیشین، روش پژوهش حاضر نیز روشی جدید در این حوزه موضوعی شمرده می‌شود. تأکید بر نقش همگراکننده و امت‌ساز نهاد زیارت و توجه به بُعد



میان‌فرهنگی و تمدنی آن، از نکته‌های قابل استفاده در پژوهش‌های پیشین است که در پژوهش حاضر نیز مورد تأکید است. اما توجه به همگرایی بین‌سازمانی یا توجه به ادبیات سازمانی در همگرایی در بستر زیارت، بررسی زمینه‌ها، پیامدها، مزیت‌ها، موانع و راهبردهای آن، کشف ۵۸ مضمون اولیه، ۱۸ مضمون پایه و ۶ مضمون سازمان‌دهنده مربوط به همگرایی عتبات مقدسه، تحلیل آن‌ها با ابزارهای مفهومی مطالعات سازمانی و در نهایت ارائه الگوی پیشنهادی ساختار همگرایی سازمان‌های عتبات مقدسه، از تمایزهای پژوهش حاضر در مقایسه با موارد پیشین است.

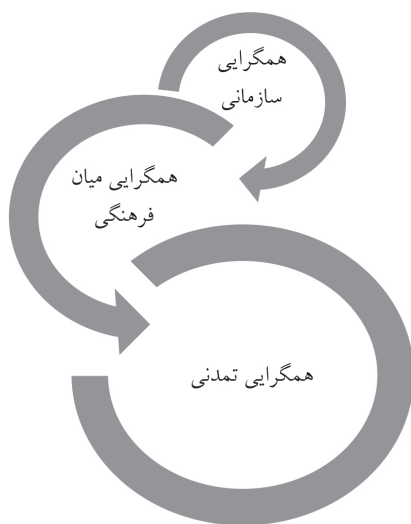
#### ۴. چارچوب مفهومی

##### ۴-۱. عتبات مقدسه

«عتبات» در زبان عربی به معنای آستانه و درگاه است. در معنای خاص و تاریخی آن، عتبات عالیات به مزارهای مقدس امامان شیعه (علیهم‌السلام) اطلاق می‌شود که در شهرهای نجف اشرف، کربلا، کاظمین و سامرا در عراق؛ قم و مشهد در ایران و مدینه در عربستان واقع‌اند. این شهرها احترام و تقدس خاصی برای شیعیان دارند و از همین روست که به آن‌ها عتبات مقدسه یا عتبات عالیات می‌گویند (عریخانی، ۱۳۹۴: ۲۳). یکی از راهکارهای بالفعل کردن ظرفیت‌های تمدنی نهاد زیارت، فعال کردن سازمان‌های شیعی متولی زیارت یعنی عتبات مقدسه با هدف همگرایی است. همگرایی عتبات مقدسه می‌تواند خود را در اهداف، سیاست‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌ها نشان داده و خیلی بیش از آنچه در تمرکزهای افقی و عمودی بنگاه‌های صنایع فرهنگی در دوره جدید رخ داده، اثرگذار باشد.

## ۲-۴. همگرایی بین‌سازمانی

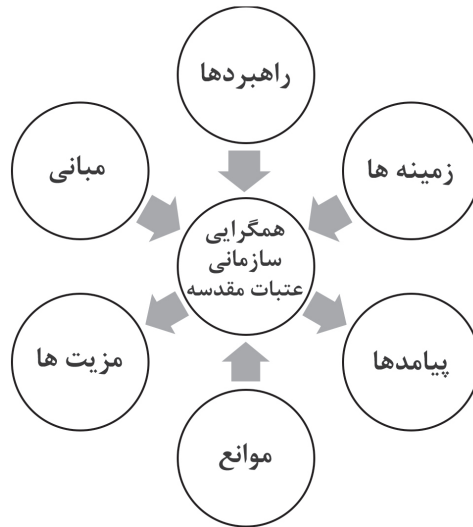
همگرایی از مفاهیمی است که به‌ویژه در روابط بین‌الملل به آن بسیار توجه شده است. اما این نوشتار نگاهی فرهنگی‌تمدنی به این مفهوم دارد و آن را نوعی همسویی و هم‌نوایی در ارزش‌ها، سیاست‌ها و عملکردها در بین مردم، نخبگان و سازمان‌ها تلقی می‌کند. همان‌طور که «پدیده زیارت را می‌توان با سه نگاه توریستی، میان‌فرهنگی و تمدنی تحلیل نمود (مه‌دی‌ار، ۱۳۹۴: ۱۵۷)»، مسئله همگرایی در بستر زیارت را نیز می‌توان در سه سطح بین‌سازمانی، میان‌فرهنگی و تمدنی تحلیل کرد. تحلیل جامع و صحیح از همگرایی، تحلیلی است که هر سه سطح بین‌سازمانی، میان‌فرهنگی و تمدنی را در برگیرد و تحقق هر سطح را گامی برای تحقق سطح بعدی عنوان کند؛ بدین‌صورت که تا همگرایی بین‌سازمانی محقق نشود، همگرایی میان‌فرهنگی صورت نمی‌پذیرد و تا همگرایی میان‌فرهنگی صورت نپذیرد، همگرایی تمدنی شکل نمی‌گیرد (شکل ۱). در واقع «تنسیق» و «همگرایی» تمدنی در بستر زیارت، آرمان «توحید» را از طریق ایده «وحدت» جهان اسلام که مقوله‌ای ایدئولوژیک است، با تأکید بر «تقریب» مذاهب و «تعایش» و هم‌زیستی میان‌فرهنگی عامه مردم با همگرایی سازمان‌های شیعی متولی زیارت پیگیری می‌کند. البته، نباید نقش دولت‌ها و حکومت‌ها را در تحقق فرایند همگرایی نادیده گرفت. همکاری دولت‌ها می‌تواند نقش اساسی در حمایت، تسهیل و تقویت همگرایی این سازمان‌ها ایفا کند. به‌عنوان مثال، روابط خوب دولت‌های دو کشور ایران و عراق می‌تواند منجر به تقویت زیرساخت‌های لازم برای برپایی عظیم‌ترین منسک آیینی یعنی زیارت اربعین گردد و از طرفی روابط تیره دولت‌های دو کشور ایران و عربستان منجر به تعطیلی حج عمره شود.



شکل ۱. سطوح مختلف همگرایی

## ۵. یافته‌های پژوهش

با توجه به تحلیل مضمون اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توان ۵۸ مضمون اولیه، ۱۸ مضمون فرعی و پایه و ۶ مضمون اصلی و سازمان‌دهنده برای مضمون محوری و فراگیر «همگرایی عتبات مقدسه» شناسایی کرد. ۱۸ مضمون پایه و فرعی عبارتند از: موانع سازمانی، موانع محیطی، موانع بین‌المللی، زمینه‌های سازمانی، زمینه‌های محیطی، راهبردهای ناظر به ماهیت همگرایی، راهبردهای ناظر به روش همگرایی، پارادایم اقتصادی، پارادایم رفتاری، پارادایم اسلامی، مزیت‌های معنوی - معرفتی، مزیت‌های اقتصادی، مزیت‌های فرهنگی - محیطی، مزیت‌های تاریخی و مزیت‌های مردمی. شش مضمون اصلی و سازمان‌دهنده عبارتند از: مزیت‌ها، مبانی، زمینه‌ها، موانع، پیامدها و راهبردها. مدل نهایی را می‌توان بدین صورت ارائه کرد (شکل ۲):



شکل ۲. الگوی تحلیل مضمون همگرایی عتبات مقدسه

در ادامه مهم‌ترین نکات مربوط به هر یک از مضامین سازمان‌دهنده تشریح می‌شود.

#### ۱-۵. زمینه‌ها

جدول ۱.۱. زمینه‌ها

مضمون‌های اولیه
کمیابی منابع یا ضرورت عملکرد
واکنش به اهداف فوق‌عادی یا فشار بیرونی
مساعدت ساختاری محیط
نفوذپذیری مرز
اهداف سازمانی
وجود روابط در گذشته
تعاملات بین فردی
وابستگی‌های محلی و حوزه جغرافیایی
قلمرو همگون و ناهمگون
آگاهی

زمینه‌های برقراری روابط بین سازمان‌ها عبارت است از: «۱. کمیابی منابع یا ضرورت عملکرد ۲. واکنش به اهداف فوق‌عادی یا فشار بیرونی (رابطه تحمیلی) ۳. مساعدت ساختاری محیط ۴. نفوذپذیری مرز ۵. اهداف سازمانی ۶. وجود روابط در گذشته ۷. تعاملات بین‌فردی ۸. وابستگی‌های محلی و حوزه جغرافیایی ۹. قلمرو همگون و ناهمگون ۱۰. آگاهی (زبردست، ۱۳۸۵: ۱۸)».

به نظر می‌رسد بیشتر زمینه‌های فوق در همگرایی سازمان‌های عتبات مقدسه مؤثر باشند. سازمان‌های عتبات بی‌شک به دلیل ماهیت یکسان روابطی در گذشته باهم داشته‌اند که دارای فراز و فرودهایی بوده است. با توجه به رسالت منطقه‌ای و جهانی از همگونی قلمرو و توجه به جغرافیای فرهنگی و تاریخی مشترک از وابستگی محلی و جغرافیایی برخوردارند. از آنجاکه عتبات سازمان‌هایی هستند که در بستر زیارت شکل گرفته‌اند، با توجه به ارتباطات میان‌فرهنگی که در بستر زیارت صورت می‌پذیرد، سبب می‌شود سازمان‌های عتبات ماهیتی فرهنگی و دارای انعطاف سازمانی و مرزهایی نفوذپذیر داشته باشند. در چند سال اخیر، عتبات نسبت به ضرورت همگرایی و افزایش هماهنگی بین خود آگاهی پیدا کرده‌اند و تعاملات بین‌فردی و سازمانی آن‌ها افزایش پیدا کرده است. وجود عناصر فشار بیرونی و دشمنی‌های فراوانی که در منطقه غرب آسیا و جهان اسلام وجود دارد نیز بیش از پیش ضرورت همگرایی را برای متولیان عتبات مقدسه آشکار ساخته است. وجود حکومت و دولت‌های اسلامی ضدآمریکایی و ضدصهیونیستی در ایران، عراق و سوریه نیز ساختار محیط را برای همگرایی سازمان‌های شیعی متولی زیارت فراهم‌تر ساخته است. ماهیت، اهداف و مأموریت این سازمان‌ها نیز به خودی خود بر وحدت و حرکت به سمت تحقق امت واحده اسلامی تأکید دارد. از طرفی، سیل عظیم زائران در سال‌های اخیر به خصوص در کشور عراق ضرورت عملکرد، تعامل و انتقال تجربیات سازمانی برای خدمت‌رسانی به زائران را بیش از پیش آشکار ساخته است.

## ۲-۵. مزیت‌ها

جدول ۲. مزیت‌ها

مضمون‌های اولیه
مردمی بودن
دارا بودن امتداد تاریخی
برخورداری از تنوع فرهنگی و محیطی
اهداف و مبانی منطقی، جذاب و جهان‌شمول
وجود جاذبه‌های معنوی
فرامرزی بودن
کانون روابط میان فرهنگی
پشتوانه مالی همیشگی

سازمان‌های عتبات دارای مزیت‌های رقابتی فراوانی برای همگرایی می‌باشند. از جمله این مزیت‌ها معنویت محوری و وجود جاذبه‌های معنوی است. مطالعه اشکال مختلف همگرایی در جهان، منطقه غرب آسیا و جهان اسلام نشان می‌دهد که یکی از نقص‌های این شکل از همگرایی‌ها نبود یک گفتمان وحدت‌بخش به سازمان‌های همگراشونده است. جاذبه‌های معنوی و پیوست‌های معرفتی آن علاوه بر ایجاد گفتمان واحد، در جذب پشتوانه مردمی سازمان‌های عتبات مقدسه که از اصلی‌ترین مزیت‌های رقابتی این سازمان‌ها شمرده می‌شود، نقش اساسی ایفا می‌کند. مبانی منطقی و جذاب و جهان‌شمول مکتب تشیع، از دیگر مزیت‌های همگرایی سازمان‌های شیعی متولی زیارت است که دامنه نفوذ این سازمان‌ها را وسیع، اثرگذار و جهانی می‌سازد. وظیفه هدایتگری این سازمان‌ها، عمق نفوذ و اثرگذاری آن‌ها را بر مردم به‌مثابه مهم‌ترین مؤلفه همگرایی نرم تعیین می‌کند.

مردمی بودن و محل رجوع انسان‌هایی با فرهنگ، دین، نژاد، قومیت و زبان‌های گوناگون نشان‌دهنده ظرفیت عظیم وحدت‌بخش این سازمان‌هاست. عتبات مقدسه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز شیعی، از دیرباز توجه ویژه

مردم را به خود معطوف ساخته و نهادی مردم‌محور محسوب می‌شده است (رازنهان و همکاران، ۱۳۹۵: ۲). عتبات به دلیل همین محل رجوع مردم بودن، به سازمان‌هایی با ظرفیت عظیم در بخش اقتصاد و دارای پشتوانه مالی همیشگی تبدیل شده‌اند. عتبات مقدسه، به‌عنوان نهادهایی که همواره محل رجوع مردم جهت اهدای نذورات و اوقاف بوده و از طریق تجمیع سرمایه‌ها و انفاق‌های مردمی و استفاده از آن‌ها در جهت امور خیریه و رفع مشکلات اقتصادی جامعه فعالیت می‌کرده‌اند، از مهم‌ترین نهادها و سازمان‌های فعال در بخش غیرانتفاعی اقتصاد یا همان بخش سوم محسوب می‌شوند. فرامرزی بودن امکان برخورداری از یک گفتمان متفاوت از حکومت‌ها و دولت‌های منطقه را به سازمان‌های عتبات فراهم می‌آورد. اگرچه همکاری دولت‌ها می‌تواند نقش اساسی در همگرایی این سازمان‌ها ایفا کند. به‌عنوان مثال، روابط خوب دولت‌های دو کشور ایران و عراق می‌تواند منجر به برپایی عظیم‌ترین منسک آیینی یعنی زیارت اربعین گردد و روابط تیره دولت‌های دو کشور ایران و عربستان منجر به تعطیلی حج عمره شود. زیارت کانون روابط میان فرهنگی بودن که با ایجاد گفتگوی بین فرهنگی، تبدیل به سازوکاری جدی و مؤثر برای آگاهی یافتن از تنوع فرهنگی، انتقال و تبادل مفاهیم و نزدیکی فرهنگ‌ها می‌گردد. «انسان از طریق گفتگوی میان فرهنگی متوجه می‌شود که به یک گروه فرهنگی خاص تعلق دارد و درعین حال با فرهنگ اقوام و ملت‌های مختلف آشنا می‌شود، آگاهی‌های خود را در این زمینه افزایش می‌دهد و در نهایت، ضمن همدلی، دشواری پذیرش نگرش‌ها و باورهای دیگران را بر خود هموار می‌سازد و این همان مفهومی است که در ارتباطات میان فرهنگی از آن به‌عنوان «آگاهی میان فرهنگی» نام برده می‌شود». (جعفری هفتخوانی، ۱۳۹۱: ۱۲۰).

## ۳-۵. موانع

جدول ۳. موانع

مضمون‌های اولیه
موانع درون‌سازمانی
موانع بین‌المللی
موانع فرهنگی
موانع اقتصادی و تکنولوژیک
موانع دینی و فرقه‌ای
موانع سیاسی
موانع قانونی

اکنون سازمان‌دهی مؤثر روابط بین‌سازمانی به‌واسطه شکل‌گیری و به‌کارگیری سیستم‌های پیچیده‌تر، ملاحظات فرهنگی، نوآوری‌های سریع در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات چرخه‌های کوتاه عمر محصولات و خدمات روزبه‌روز دشوارتر گردیده، ظرافت‌های خاص خود را می‌طلبند (زارعی، ۱۳۸۶: ۴۶) و هوشمندی لازم برای مقابله با موانع اقتصادی و تکنولوژیک را اقتضا می‌کند. این موضوع در جغرافیای فرهنگی جهان اسلام ابعاد پیچیده‌تری به خود می‌گیرد. عتبات عراق و سوریه از پیچیدگی و تخصصی‌شدن درون‌سازمانی که در سازمان‌های عتبات ایران مانند آستان قدس رضوی وجود دارد، برخوردار نیستند. تفاوت رویکردهای سیاسی بین عتبات و همچنین بی‌ثباتی سیاسی نیروهای فرهنگی و اجتماعی مؤثر در محیط سازمان‌های عتبات می‌تواند از موانع رشد هماهنگی و همگرایی بین سازمان‌های عتبات قلمداد گردد. وجود رویکردهای فرقه‌ای و قومیتی حاضر در محیط سازمان‌های عتبات که بیشتر کشورهای ایران و عراق را شامل می‌شود، از موانع جدی افزایش همگرایی است. اقوام مختلفی در ایران ساکن هستند و علاوه بر این تنوع قومی، شاهد تنوع در مذاهب نیز هستیم. ایران ترکیبی از شیعه، سنی، مسیحی، کلیمی و... است. برخلاف ایران، کشور عراق از وحدت و یکپارچگی برخوردار نیست. جامعه کنونی عراق برخوردار از یک ترکیب ناهمگون قومی و مذهبی است. از لحاظ مذهبی بیش از ۹۳٪ مردم عراق مسلمان هستند. از این تعداد ۶۰ تا ۶۵٪ شیعه و ۳۰ تا ۳۵٪ سنی می‌باشند. همچنین اقلیت‌های مسیحی،



یهودی، آشوری، یزیدی و صابئی ۵٪ جمعیت عراق را شامل می‌شوند. به لحاظ قومی نیز ترکیبی از اعراب، اکراد، ترکمن و... جامعه عراق را تشکیل می‌دهند. در کنار این تنوع، درهم‌تنیدگی‌ها و پیوندهای متداخل قومی - مذهبی، به پیچیدگی اوضاع و تشدید شکاف‌ها کمک کرده است (جعفری و نیک‌روش، ۱۳۹۴: ۴۶). از طرفی، عدم دانش سیاست‌گذاری متناسب با فرایند همگرایی عتبات مقدسه در فضای جهانی‌شدن نیز می‌تواند مشکلات و موانع فراوانی را پیش روی متولیان عتبات مقدسه در امر قانون‌گذاری قرار دهد. با گسترش یافتن دامنه هم‌آهنگی و تعامل بین عتبات مقدسه، تهاجم نظامی، سیاسی و فرهنگی غرب و گسترش فشارهای بین‌المللی نیز از مشکلات و موانع در فرایند همگرایی عتبات مقدسه به‌شمار می‌آید. واقعیت این است که موانع زیادی بر سر راه ایده همگرایی در جهان اسلام وجود دارد که این کشورها را بیشتر به سمت واگرایی سوق می‌دهد تا همگرایی. همگرایی در جهان اسلام به مراتب دشوارتر از همگرایی در سایر مناطق دنیاست، تا جایی که حتی برخی از صاحب‌نظران روابط بین‌الملل آن را امری غیرممکن می‌دانند. اما اگر عتبات مقدسه بتوانند به هر نسبتی عوامل بازدارنده را تضعیف کنند و یا آن‌ها را از سر راه خود بردارند، به همان نسبت خواهند توانست در راه تحقق همگرایی، به‌عنوان یک فرایند طولانی‌مدت گام بردارند.

#### ۴-۵. مبانی

##### جدول ۴. مبانی

مضمون‌های اولیه
پارادایم هزینه‌های اقتصادی مبادله
وابستگی منابع
تئوری نهادینه شدن
تئوری یادگیری
اتحاد استراتژیک
تئوری ذی نفعان
تئوری ولایت

پارادایم‌هایی به‌عنوان تبیین‌کننده فرایند همگرایی در روابط بین‌سازمانی مطرح می‌شود که هر یک مبانی خاص خود را برای همگرایی بین‌سازمانی ارائه می‌دهد. «پارادایم هزینه‌های اقتصادی مبادله و وابستگی منابع، به تشریح دلایل اقتصادی ایجاد ارتباطات بین‌سازمانی پرداخته است؛ درحالی‌که تئوری نهادینه‌شدن به تشریح دلایل رفتاری این موضوع اشاره دارد. تئوری یادگیری ضمن آنکه عمدتاً یک شیوه رفتاری محسوب می‌شود، دارای زمینه‌های اقتصادی نیز هست که اساس آن استفاده از توانایی سازمان برای استفاده از دانش کسب‌شده، به‌منظور کاهش هزینه‌ها یا افزایش درآمد است. اتحاد استراتژیک و تئوری ذی‌نفعان نیز در نقاط وسط پیوستار، دارای درجاتی از مبانی اقتصادی و رفتاری شکل‌گیری ارتباطات بین‌سازمانی هستند (زارعی، ۱۳۸۶: ۴۶)». هر یک از این پارادایم‌ها در کنار نقاط قوتی که دارد، با اشکال‌ها و نقص‌های جدی نیز مواجه است که در کتاب‌های مربوط، به آن‌ها پرداخته شده است. لذا به نظر می‌رسد مؤلفه‌های مبنایی روابط بین‌سازمانی عتبات مقدسه به‌مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت، علاوه بر استفاده از جنبه‌های مثبت پارادایم‌های موجود باید دارای مؤلفه‌هایی متفاوت و کامل‌تر از پارادایم‌های رایج باشد. با توجه به‌نظام فکری اسلامی، مؤلفه‌های مبنایی همگرایی سازمانی در طریق زیارت که نظم مفهومی خاصی را برای همگرایی ارائه می‌دهد، عبارتند از: «توحید، خدامحوری و محو شرک، تحقق وحدت و همگرایی و هم‌افزایی در پرتو حکومت امام معصوم، رسالت تحقق امت واحد و همگرایی در سپهر جهان و آفرینش، دعوت، احیا و اقامه حق و دفع باطل محور همگرایی، عدالت، مساوات‌طلبی و تبعیض‌ستیزی، امنیت، صلح و مودت فراگیر، نفی ملیت و قومیت‌مداری، همزیستی مسالمت‌آمیز، کرامت‌محوری و بشردوستی، اخلاق و تربیت‌مداری، جهاد و نفی هرگونه سلطه‌طلبی و تنها مشروع‌دانستن جنگ توحیدی، نفی سبیل و لزوم عزتمندی مسلمانان، وفای به عهد و تعهدات» (اخوان کاظمی، ۱۳۸۷: ۷۲).

مهم‌ترین مؤلفه مبنایی همگرایی سازمانی در طریق زیارت را می‌توان توحید و ولایت معصوم که تجلی ولایت الهی است، دانست. توضیح آنکه، تمدن اصیل اسلامی همان

تجلی ولی الهی در زمین و شکوفاشدن استعدادهای زمین با انوار ملکوتی ولایت الهی است. به بیان دیگر، «اگر حیات انسانی اجتماع به معنای ظهور باطن نهایی انسانیت یعنی مقام انسان کامل در بستر تعاملات اجتماعی است، از آنجاکه انسان کامل ولی مطلق الهی است حیات انسانی اجتماع محل ظهور حداکثری ولایت الهی در بستر اجتماع خواهد بود. در نتیجه، می‌توان گفت حیات انسانی اجتماع مساوی تمدن ولایی است و نه تنها مساوی که مساوق با تمدن ولایی است (خانی، ۱۳۹۵: ۱۴۴)». همگرایی سازمان‌های متولی زیارت در سپهر معنایی تئوری ولایت علاوه بر جنبه‌های مثبت گفتمانی و فرهنگی و معرفتی، باعث کم‌رنگ شدن «منیت‌های سازمانی» و افزایش همکاری‌های مکملی عتبات می‌گردد.

## ۵-۵. پیامدها

### جدول ۵. پیامدها

مضمون‌های اولیه
پیامدهای فرهنگی
پیامدهای اقتصادی
پیامدهای سیاسی

### ۵-۵-۱. پیامدهای فرهنگی

همگرایی عتبات مقدسه سبب گسترش ارزش‌های اسلامی و احیای هویت اسلامی، تحکیم روح اخوت، محبت، صمیمیت و عشق مؤمنان میان محبان اهل بیت (علیهم‌السلام)، ایجاد همدلی و تعاون و همبستگی اجتماعی، شناخت ملل مختلف و ارزیابی ظرفیت‌های میان‌فرهنگی، لغو امتیازها و تبعیض‌ها، تقریب تفکرات شیعی و مذاهب اسلامی، غیریت‌سازی و شناخت دشمن مشترک (معینی‌پور، ۱۳۹۴: ۳۷) می‌گردد. نهاد زیارت فرهنگ انسان‌ها را از بُعد مادی و معنوی توسعه می‌دهد. فرهنگ امری یگانه و تنها و ایستا نیست. جلوه‌ای از حیات جامعه است. حیات اجتماعی

در ارتباط انسان‌ها نهفته است. ارتباط انسان‌ها هر چقدر گسترده‌تر باشد، فرصت آفرینش و ژرفای فرهنگ بیشتر می‌شود. برخورد انسان‌ها با یکدیگر زمینه آفرینش فرهنگ را آماده می‌کند. ماندگاری و استواری یک فرهنگ در برخورد با فرهنگ‌های دیگر مشخص می‌شود. بدین ترتیب، نهاد زیارت موجب شکوفایی فرهنگ‌ها و ارتقای سطح ماندگاری و سلامت آن‌ها می‌شود. همگرایی عتبات مقدسه فرصت‌های زیادی را برای مبادلات فرهنگی میان جامعه بومی و میهمان ایجاد می‌کند (قاسمی، ۱۳۸۷: ۱۰۷). همچنین توسعه سفرهای زیارتی باعث ارتقای تفاهم و درک متقابل میان ملت‌ها، جلوگیری از بیگانه‌گرایی و تبلیغات سوء، ایجاد آرامش و صلح جهانی و... خواهد شد.

### ۲-۵-۵. پیامدهای اقتصادی

برخی از پیامدهای اقتصادی در این حرکت عبارت است از: ۱. همگرایی عتبات مقدسه سبب افزایش سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی در داخل کشورها می‌گردد و آثار آن در کلیه بخش‌های اقتصادی اثر توسعه‌ای دارد. ۲. ایجاد درآمد ارزی برای کشورها ۳. تهیه مایحتاج زائران همچنین ایجاد کلیه زیربناهای مورد نیاز و ارائه خدمات به زائران و... موجب اشتغال‌زایی است و به رونق صنایع داخلی کشور می‌انجامد. ۴. توسعه شبکه حمل و نقل جاده‌ای، ریلی، هوایی و گاه دریایی ۵. توسعه خدمات مسافری شامل آژانس‌های مسافرتی، کاروان‌های زیارتی، هتل‌ها، بیمارستان‌ها و... ۶. توسعه خدمات مالی و پولی و مؤسسات مربوط به آن مانند بانک‌ها و... ۷. تحرک در امر ساختمان‌سازی با توجه به نیازهای ساخت و تجهیزات مورد نیاز در شهرهای زیارتی ۸. ایجاد مؤسسات بازرگانی خاص به خصوص در امر صادرات و واردات ۹. توسعه امکانات زیربنایی مورد نیاز شهرهای زیارتی مانند نیروگاه‌ها، سیستم فاضلاب شهری و... (قاسمی، ۱۳۸۷: ۱۰۹).

### ۳-۵-۵. پیامدهای سیاسی

همگرایی عتبات مقدسه نتایج سیاسی مختلفی نیز می‌تواند به دنبال داشته باشد که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: ۱. همگرایی عتبات مقدسه می‌تواند درس عزت‌طلبی، تسلیم‌ناپذیری، ولایت‌مداری، دلاوری و غیرت‌ورزی نسبت به اسلام و دفاع

از فضیلت و کرامت انسانی بدهد و همچنین حرمت انسان‌ها را به انسان‌ها بیاموزد. ۲. همگرایی عتبات مقدسه می‌تواند موجب جذب جمعیت، احیا و توسعه شهر شود. طرفداران نظریه مذهبی در پیدایش شهرها معتقدند عوامل مذهبی در به هم پیوستن گروه‌های مختلف اجتماعی در سکونتگاه‌های انسانی و نیز تمرکز جمعیت و پیدایش شهرها به‌ویژه در دوره‌های قدیم، بسیار مهم بوده است. ۳. همگرایی عتبات می‌تواند بستری جهت اعتراض سیاسی باشد ۴. این همگرایی می‌تواند به ارائه چهره‌ای واقعی از یک کشور یا دین و مذهب به جهانیان کمک کند. ۵. همگرایی عتبات مقدسه موجب گسترش امنیت می‌شود زیرا حفظ قداست مکان زیارتی مانع اعمال خشونت می‌گردد. ۶. جنبه مهم دیگر همگرایی عتبات مقدسه، برقراری صلح و دوستی است زیرا وقتی زائران داخلی و خارجی با آداب و رسوم یکدیگر آشنا می‌شوند و دوستانی در کشورها و شهرهای دیگر پیدا می‌کنند، میان آن‌ها علاقه و محبت برقرار می‌شود و در مجموع باعث می‌گردد که صلح و دوستی پدید آید (همان: ۱۱۱).

## ۵-۶. راهبردها

تحقق اهداف همگرایی عتبات مقدسه نیازمند اتخاذ راهبردهای صحیح است که در ادامه مهم‌ترین آن‌ها تشریح می‌گردد:

### جدول ۶. راهبردها

مضمون‌های اولیه
توجه به هدف نهایی از همگرایی عتبات مقدسه
توجه به همگرایی سازمانی به عنوان گام اول از یک فرایند کلی‌تر
توجه به رابطه حقیقی زیارت و گردشگری
کنار گذاشتن منیت‌های سازمانی و توجه به نقش مکملی عتبات در فرایند همگرایی
توجه به جغرافیای تاریخی عتبات مقدسه
توجه به محور نشدن سازمان‌ها در فرایند همگرایی
توجه به دیپلماسی همگرایی
فهم راهبردی سازمان‌های عتبات از نقش خود در فرایند همگرایی

تحقق اهداف همگرایی عتبات مقدسه نیازمند اتخاذ راهبردهای صحیح است که با توجه به تحلیل مضمون منابع کتبی و به خصوص مصاحبه‌های انجام‌شده در این پژوهش، در ادامه مهم‌ترین آن‌ها تشریح می‌گردد:

۱. توجه به هدف نهایی از همگرایی عتبات مقدسه که باید محور این حرکت قرار گیرد: هدف نهایی و حقیقی همگرایی عتبات مقدسه، ایجاد وحدت در قلوب بشریت جهت توجه به ولیّ الهی به‌عنوان کامل‌ترین آینه ظهور ذات باری تعالی است. بیشترین حجم کمی و کیفی توجه به حضرات معصومین (علیهم‌السلام) در این اماکن مقدس محقق می‌شود و سیاست‌ها و برنامه‌ها و اقدام‌ها و در نهایت فضایی که این اماکن در سپهر فرهنگی و تمدنی خود ایجاد می‌کنند، از مهم‌ترین ظرفیت‌های توجه به ولیّ الهی است. در سپهر معنایی این اماکن است که قلب‌های مؤمنان و امت اسلامی با حقیقت معصوم یکی شده و همه رنگ ولیّ الهی به‌خود می‌گیرند و با ظهور محبت و معرفت امام در امت، حیات طیبه و وعده داده شده در همین دنیا محقق می‌شود.

۲. توجه به همگرایی سازمانی به‌عنوان گام اول از یک فرایند کلی‌تر که گام‌های بعدی آن همگرایی میان فرهنگی و تمدنی است: همگرایی از مفاهیمی است که به‌ویژه در روابط بین‌الملل به آن توجه زیادی شده است. اما در این مسئله باید نگاهی فرهنگی، تمدنی به این مفهوم داشت و آن را نوعی همسویی و همنوایی در ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتار در بین مردم و نخبگان تلقی کرد. همان‌طور که «پدیده زیارت را می‌توان با سه نگاه توریستی، میان‌فرهنگی و تمدنی صورت‌بندی کرد (مه‌دی‌ار، ۱۳۹۴: ۱۵۷)»، مسئله همگرایی را نیز می‌توان در سه سطح سازمانی، میان‌فرهنگی و تمدنی تحلیل نمود. تحلیل جامع و صحیح از همگرایی، تحلیلی است که هر سه سطح سازمانی، میان‌فرهنگی و تمدنی را در برگیرد و تحقق هر سطح را گامی جهت تحقق سطح بعدی عنوان کند؛ بدین‌صورت که تا همگرایی سازمانی محقق نشود همگرایی میان فرهنگی صورت نمی‌پذیرد و تا همگرایی میان فرهنگی صورت نپذیرد، همگرایی تمدنی شکل نمی‌گیرد. در واقع، «تنسیق» و «همگرایی»

تمدنی، آرمان «توحید» را از طریق ایده «وحدت» جهان اسلام که مقوله‌ای ایدئولوژیک است و با تأکید بر «تقریب» مذاهب و «تعایش» و هم‌زیستی میان فرهنگی عامه مردم، پیگیری می‌کند.

۳. توجه به رابطه حقیقی زیارت و گردشگری: گردشگری در جهان‌بینی اسلامی هم در مبانی، هم در عینیت اجتماعی و هم در حقیقت ملکوتی و هدف غایی با گردشگری فرهنگی غربی و رایج متفاوت است. بنا بر مبانی گردشگری فرهنگی در اسلام، این پدیده بستر امتحان الهی و حرکتی عبرت‌آموز و باطن‌گراست که بیش از هر چیز وجهی شناختی دارد و بر معرفت فرهنگی انسان می‌افزاید. در تفکر ناب اسلامی، معرفت فرهنگی سطوحی دارد که در همه سطوح آن یک روح حاکم است و آن بینش توحیدی است. در بینش توحیدی هدف غایی لقاءالله یا همان عالی‌ترین مرتبه زیارت است. زیارت، بینشی است که در ابعاد نظری و عینی خود تماماً، بینشی توحیدی را جلوه می‌دهد. در این نگاه، گردشگری فرهنگی نوعی زیارت است که هدف آن چیزی جز لقاءالله نمی‌تواند باشد. جانمایه این ارتباط هر چند از سطح صنایع فرهنگی و تعامل میان فرهنگی فرهنگ‌های مختلف آغاز می‌شود، با به‌وجود آمدن محبت به‌عنوان محور مناسبات انسانی، از آن فراتر رفته به‌طوری‌که گفتگوی بین انسان و خدای متعال و اسماء‌حسنی او اصل قرار می‌گیرد و هدف اصلی تداوم همین گفتگو عنوان می‌گردد. لذا، مفاهیم گردشگری و زیارت در نظام فکری اسلامی هم در مبانی، هم در عینیت اجتماعی و هم در حقیقت ملکوتی و هدف غایی بسیار به هم نزدیک می‌شوند.

۴. کنار گذاشتن منیّت‌های سازمانی و توجه به نقش مکملی عتبات در فرایند همگرایی: همگرایی سازمانی به‌معنای هم‌شکل‌شدن سازمان‌ها نیست بلکه به‌معنای هم‌افزایی و مکمل هم بودن است. در این راستا، در خصوص عتبات که هر یک آرامگاه یکی از حضرات معصومین است، باید تعریف عملیاتی شاکله هر عتبه با توجه به ویژگی‌های آن معصوم و موقعیت فرهنگی و جغرافیایی آن عتبه صورت پذیرد.

آن‌گاه این شاکله تعریف شده است که نقش هر یک از عتبات را در همگرایی مشخص می‌سازد. برای مثال، برجسته کردن وجه علمی آستان قدس رضوی به دلیل ویژگی عالم آل محمد بودن امام رضا (علیه السلام) یا برجسته کردن پذیرش همگانی عتبه حسینی به دلیل ویژگی کشتی نجات بودن امام حسین (علیه السلام).

۵. توجه به جغرافیای تاریخی عتبات مقدسه: این امر به‌خوبی ضرورت بسط تاریخی و جغرافیایی الگوی زیارت مدنظر ائمه هدی (علیهم‌السلام) را نشان می‌دهد. با رجوع به تاریخ و در یک تحلیل تاریخی درمی‌یابیم که اهل بیت (علیهم‌السلام) ابتدا مدینه را پایگاه شیعیان کرده بودند اما پس از جنگ جمل تحولاتی در جغرافیای سیاسی جریان انبیا رخ داد. مدینه که تا آن روز پایگاه اصلی اسلام در جانشینی مکه به‌عنوان نقطه آغاز این دین مبین به‌شمار می‌رفت، در پی خالی شدن از اصحاب بزرگ، دوباره شد. دشمنان اهل بیت (علیهم‌السلام) و حزب شیطان در شام به‌عنوان چهارراه راهبردی جهان به تبلیغ اسلام انحرافی و شیطانی خویش پرداختند (همایون، ۱۳۹۰: ۴۰۶). در واقع، اینکه کدام یک از معصومین کجا شهید شود، اتفاقی نبوده است بلکه همه معنادار و جزء تقدیرات و برنامه‌ریزی الهی در قلب تاریخ بوده است. به‌عنوان مثال، انتخاب شهر کوفه توسط حضرت امیرالمومنین (علیه‌السلام) یک انتخاب دقیق جغرافیای راهبردی است. این انتخاب باعث شده است که در طول تاریخ حرکت و تعاملات عظیمی بین شیعیان منطقه غرب آسیا صورت پذیرد. این حرکت و پویایی که بین این مناطق اتفاق می‌افتد، بسیار راهبردی‌تر از ارتباطات اقتصادی و سیاسی بین دولت‌ها و حکومت‌هاست زیرا ارتباط میان فرهنگی عمیقی صورت می‌پذیرد. این ارتباط امنیت و مقاومت شیعی و اسلامی را با خود به ارمغان می‌آورد.

۶. توجه به محورنشدن سازمان‌ها در فرایند همگرایی: محوریت سازمان‌ها آفت‌هایی را به‌دنبال دارد. نخست، سبب عرفی‌سازی زیارت و ارتباطات مردم می‌شود و از قدسیت آن‌ها می‌کاهد. در حال حاضر، در بعضی از عتبات مقدسه دیگر تعامل جامعه میزبان با زائر مطرح نیست. روابط میان فرهنگی، پولی و عرفی شده است. با محورشدن سازمان‌ها در امر زیارت، ارتباطات میان فرهنگی گسترده‌ای که در



بستر زیارت در طول تاریخ وجود داشته و در حال حاضر تنها در نمونه‌های اندکی چون زیارت اربعین وجود دارد، از بین می‌رود. دوم، سبب اداری شدن روابط می‌شود و بروکراسی ایجادشده، از حضور مردم در تعاملات جلوگیری می‌کند. سوم، سازمان‌ها میل به بزرگ‌شدن دارند به‌خصوص سازمانی که دغدغه رقابت ندارد و خود را دارای پشتوانه مالی عظیم مردمی ببیند، بزرگ شدنش خیلی بیشتر از معمول اتفاق خواهد افتاد. این بزرگ‌شدن سازمانی امکان رقابت و مشارکت خرده‌تولیدکنندگان و نهادها و سازمان‌های مردمی را در امور مختلف اجرایی از بین می‌برد. لذا، ورود نهادهای همگراکننده سبب عرفی‌سازی زیارت می‌شود مگر اینکه سازمان‌های متولی، فقط سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی و نظارت را عهده‌دار باشند و وارد اجرا نشوند.

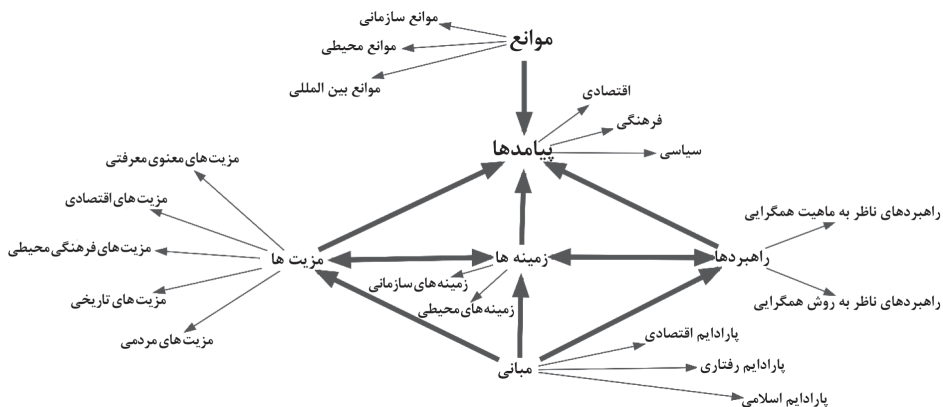
**۷. توجه به دیپلماسی همگرایی و بسترسازی برای همراه کردن اهل سنت با همگرایی در بستر زیارت:** لازمه ایجاد یک حرکت همگراکننده قدرتمند در منطقه غرب آسیا، ورود حداکثری تمام مذاهب‌ها، فرهنگ‌ها و قومیت‌هاست. لذا، در حرکت همگرایی عتبات مقدسه شیعی مزارهای اهل سنت نیز باید وارد همگرایی در بستر زیارت شوند. همگرایی بین عراق و ایران هم از نظر شیعی بودن و هم از نظر اینکه محدود به ایران و عراق است، نه تنها وحدت و قدرت نمی‌آورد بلکه ممکن است باعث تفرقه نیز شود. لذا یکی از محورهای اساسی همگرایی در بستر زیارت موضوع دیپلماسی است. دیپلماسی توسط مزارات هم در جذب زائر، هم در ماندگاری او و هم در صدور گفتمان تأثیر دارد. اینکه چه برخوردی در مزارات با زائران بشود، در ترسیم تصویر آن کشور و آن مذهب خیلی مهم است. دیپلماسی زیارت باعث می‌شود مزارات، محل گفتگوی غیررسمی دولت‌ها با یکدیگر شوند. دیپلماسی انواع مختلفی دارد اما به‌نظر می‌رسد برای همگرایی در بستر زیارت در منطقه غرب آسیا، دیپلماسی گفتمانی مناسب‌ترین گزینه باشد. دیپلماسی گفتمانی، دیپلماسی همه‌جانبه‌ای است که از امکانات، ابزارها و حوزه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و... استفاده می‌کند (بشیر، ۱۳۹۵: ۸۹).

**۸. فهم راهبردی سازمان‌های عتبات از نقش خود در فرایند همگرایی:** با توجه به ادبیات استراتژیک، پنج اتفاق سبب فهم راهبردی سازمان‌های عتبات

مقدسه از همگرایی می‌گردد. نخست، عتبات بفهمند از کجا آمده‌اند. دوم، چه رسالتی دارند. سوم، چه اثری دارند. چهارم، چه باید بکنند و در نهایت پنجم، چه اقدام‌هایی باید انجام دهند. اقدام هم به این صورت است که برنامه‌ریزی، اجرا، ارزیابی و اصلاح کنند.

## ۶. نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این پژوهش، با توجه به تحلیل مضمون اطلاعات جمع‌آوری شده می‌توان ۵۸ مضمون اولیه، ۱۸ مضمون پایه و ۶ مضمون اصلی و سازمان‌دهنده برای مضمون محوری و فراگیر «همگرایی عتبات مقدسه» شناسایی کرد. ۱۸ مضمون پایه و فرعی عبارتند از: «موانع سازمانی»، «موانع محیطی»، «موانع بین‌المللی»، «زمینه‌های سازمانی»، «زمینه‌های محیطی»، «راهبردهای ناظر به ماهیت همگرایی»، «راهبردهای ناظر به روش همگرایی»، «پارادایم اقتصادی»، «پارادایم رفتاری»، «پارادایم اسلامی»، «مزیت‌های معنوی-معرفتی»، «مزیت‌های اقتصادی»، «مزیت‌های فرهنگی-محیطی»، «مزیت‌های تاریخی» و «مزیت‌های مردمی». مضمون‌های اصلی و سازمان‌دهنده عبارتند از: «مزیت‌ها»، «مبانی»، «زمینه‌ها»، «موانع»، «پیامدها» و «راهبردها». با استفاده از نرم‌افزار Maxqda ارتباط بین مضامین سازمان‌دهنده را می‌توان در شکل ۳ نشان داد.



شکل ۳. ارتباط بین مضامین سازمان‌دهنده «همگرایی عتبات مقدسه»

توجه به هدف نهایی از همگرایی سازمان‌های عتبات مقدسه، فهم همگرایی سازمانی عتبات مقدسه به‌عنوان گام اول از یک فرایند کلی‌تر که گام‌های بعدی آن همگرایی میان فرهنگی و تمدنی است، درک رابطه حقیقی زیارت و گردشگری، کنار گذاشتن منیت‌های سازمانی و توجه به نقش مکملی عتبات در فرایند همگرایی، توجه به جغرافیای تاریخی عتبات مقدسه، محور نشدن سازمان‌ها در فرایند همگرایی، دیپلماسی همگرایی و بسترسازی برای همراه کردن اهل سنت با این حرکت و فهم راهبردی سازمان‌های عتبات از نقش خود در فرایند همگرایی، از مهم‌ترین راهبردهای همگرایی عتبات مقدسه به‌مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت است. خروجی این پژوهش پاسخگوی بخشی از نیاز تئوریک حرکت مبارک همگرایی عتبات مقدسه است. در واقع از اولویت‌دارترین مسائل در حرکت‌های کلان اجتماعی، تبیین چارچوب تئوریک مسیر پیش‌روست. این پژوهش با تلاش در تبیین موانع، پیامدها، مزیت‌ها، زمینه‌ها، مبانی و راهکارهای همگرایی و هم‌افزایی عتبات مقدسه به‌مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت، سعی کرده است اندک نتایجی در اختیار نهد تا با بالفعل کردن ظرفیت‌های نهاد زیارت در به‌وجود آمدن یک قدرت منطقه‌ای و افزایش تأثیرگذاری جهان تشیع در معادلات منطقه‌ای و بین‌المللی، نقش خود را ایفا کند.

### پیشنهادها

اگر تربیت دینی یک کل واحد و سیاست‌گذاری فرهنگی یک تکلیف منسجم و هدفمند در نظر گرفته شود، سازمان‌های عتبات مقدسه ناچار به حرکت به‌سوی فرایندهای مکمل و درهم‌رفته فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌باشند. شبکه‌سازی به معنای انسجام در سیاست‌ها و برنامه‌های سیاسی، فرهنگی و اقتصادی و تعیین جایگاه و مزیت هر یک در تقویت معرفت و شور دینی است. نیم‌نگاهی به ادبیات شبکه‌سازی یا مباحث صنایع فرهنگی در جهان امروز نشان می‌دهد هدف‌گیری جامع نیازهای مخاطبان به‌طور متوازی و متقارن و نیز بهره‌گیری از همه فرصت‌ها در توزیع فرهنگی،

سیاسی و اقتصادی مرهون نگاه شبکه‌ای است. در شرایط فعلی تولیدهای محترم حرم‌های اهل بیت (علیهم‌السلام)، صاحب نگاه همگرا و تحرک‌خواه می‌باشند. لکن، این نگاه در بدنه سازمانی و فرایندهای بوروکراتیک آن‌ها نفوذی ندارد. آستان قدس رضوی به‌عنوان بنیان‌گذار حرکت همگرایی عتبات مقدسه و از موفق‌ترین سازمان‌های عتبات در امر خدمت‌رسانی به زائران، نقش مؤثر و محوری در شکل‌گیری ساختار همگرایی و مرکز‌محوری آن خواهد داشت. در این راستا، می‌توان با راه‌اندازی برندهای مشترک در خدمات فرهنگی، تطبیق و هماهنگ‌سازی شاخص‌ها و ارزش‌ها در مدیریت مناسک و مجالس، برنامه‌ریزی مشترک مناسبت‌ها، هم‌افزایی در خدمات مشاوره‌ای، تقسیم‌کار در مواجهه با انحراف‌ها و بدعت‌ها و توجه به زنجیره ارزش برای تحول در سبک زندگی، برنامه مشترک برای زائر مشترک خارجی و... حرکت همگرایی را تداوم و تسریع بخشید.

## منابع و مآخذ

- آذر، عادل؛ زارعی، بهروز و زارعی، عظیم. (۱۳۸۴). «ارائه یک روش برای شبیه‌سازی ارتباطات بین‌سازمانی دستگاه‌های دولت». دانش‌ور رفتار. س ۱۲. ش ۱۱. صص: ۱۹-۳۶.
- اخوان کاظمی، بهرام. (۱۳۸۷). «نظریه‌های همگرایی و آموزه مهدویت». مشرق. ش ۶. صص: ۴۶-۷۶.
- بابایی، حبیب‌الله. (۱۳۹۴). مدنیت، عقلانیت و معنویت در بستر اربعین. تهران: سوره مهر.
- \_\_\_\_\_ . (۱۳۹۶). «درآمدی بر شاخص‌های تمدنی در اربعین». مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی لقاء الحسین. ج ۴. تهران: دانشگاه امام صادق (ع). صص: ۹۳-۱۱۷.
- بشیر، حسن. (۱۳۹۵). دیپلماسی گفتمانی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- جعفری، علی‌اکبر و نیک‌روش، ملیحه. (۱۳۹۴). «منابع فرهنگی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در عراق نوین». دوفصلنامه مطالعات قدرت نرم. ش ۱۲. صص: ۲۹-۵۰.
- جعفری هفت‌خوانی، نادر. (۱۳۹۲). مدیریت گردشگری و وجهه ملی در جمهوری اسلامی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- \_\_\_\_\_ . (۱۳۹۱). «منظومه فرهنگی؛ کاربرد استعاره منظومه شمسی برای ساماندهی سازمان‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران». دوفصلنامه دین و ارتباطات. ش ۴۱. صص: ۳۷-۶۵.
- حاجبانی، ابراهیم. (۱۳۸۴). «گفت‌وگوی بین فرهنگی و انسجام ملی». همبستگی ملی در ایران (مجموعه مقالات) به کوشش: داریوش قمی. تهران: مؤسسه مطالعات ملی. صص: ۲۷-۴۲.
- حافظ‌نیا، محمدرضا و زرقانی، سیدهادی. (۱۳۹۱). «چالش‌های ژئوپلیتیکی همگرایی در جهان اسلام». پژوهش‌های جغرافیایی انسانی. ش ۸۰. صص: ۱۳۹-۱۵۴.
- خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۰). روش تحقیق با رویکردی به پایان‌نامه نویسی. تهران: انتشارات بازتاب.
- خانی، ابراهیم. (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی حکمت متعالیه. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- خانی، محمدحسن. (۱۳۹۶). «آیین اربعین به مثابه منبع قدرت نرم جهان اسلام». مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی لقاء الحسین. ج ۴. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- دهقانی فیروزآبادی، سیدجالال. (۱۳۹۰). «الزامات دیپلماسی فرهنگی ایران». نشریه همشهری دیپلماتیک. ش ۵۸.
- رازنهان، محمدحسن؛ دهقانی، رضا و بیاتی، هادی. (۱۳۹۵). «بررسی جایگاه اقتصادی عتبات عالیات در روابط ایران و عثمانی در دوره صفوی». پژوهش‌های تاریخی. ش ۳۱. صص: ۲۵-۴۰.
- زبردست، هادی. (۱۳۸۵). «همکاری‌های بین‌سازمانی». تدبیر. ش ۱۶۸. صص: ۱۶-۲۲.
- ستوده، محمد. (۱۳۸۷). «جهانی‌شدن و همگرایی کشورهای اسلامی». فصلنامه علوم سیاسی. ش ۴۲. صص: ۹۵-۱۱۶.
- الشیخ غالب الناصر. (۱۴۳۹ع). البناء الاجتماعي والثقافة الحسينیه. كربلاء المقدسه: دار وارث للطباعة.
- عریخانی، رسول. (۱۳۹۴). عتبات عالیات در روابط ایران و عثمانی قرن نوزدهم (با تأکید بر عصر عبدالحمید دوم). مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- عرفان، امیرمحسن و بیات، علی. (۱۳۹۳). «آموزه امت اسلامی در قرآن و بازانديشي در قابليت‌های تمدنی و فرهنگی آن». فصلنامه تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی. ش ۱۵. صص: ۷-۳۰.

- فیاض، ابراهیم. (۱۳۸۹). تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات. تهران: شرکت چاپ و نشر بین الملل.
- کرمی پور، الله کرم. (۱۳۹۴). «گردشگری دینی: ماهیت و کارکرد». دوفصلنامه اسلام و علوم اجتماعی. ش ۱۳. صص: ۵۳-۷۱.
- موسوی، سیدمهدی. (۱۳۹۴). «اربعین حسینی؛ شکوه همبستگی اجتماعی امت اسلامی». مدنیت، عقلانیت، معنویت در بستر اربعین. تهران: سوره مهر.
- مهدیار، میثم. (۱۳۹۴). «ظرفیت‌شناسی اربعین». مدنیت، عقلانیت، معنویت در بستر اربعین. تهران: سوره مهر.
- ولایتی، علی اکبر و سعیدمحمدی، رضا. (۱۳۸۹). «تحلیل تجارب همگرایی در جهان اسلام». دوفصلنامه دانش سیاسی. ش ۱۱. صص: ۱۵۱-۱۸۰.
- همایون، محمدهادی. (۱۳۹۰). جهانگردی، ارتباطی میان فرهنگی، مطالعه تطبیقی الگوی غربی معاصر و الگوی اسلامی. تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- \_\_\_\_\_ . (۱۳۹۶). «نقش تمدن‌ساز عاشورا و اربعین، از بعثت و غدیر تا ظهور». مجموعه مقالات دومین همایش بین‌المللی لقاءالحسین. جلد ۴. تهران: دانشگاه امام صادق (ع). صص: ۵۱-۷۷.

- Attride-Stirling, J. (2001), "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, Pp. 405-385
- Braun, V. & Clarke, V. (2006), "Using thematic analysis in psychology", *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, No. 2, Pp. 101-77.
- Patton, M. Q. (1990), *Qualitative evaluation and research methods*, Thousand Oaks, CA: Sage