

Strategic Implications of Intercultural Communication for Islamic Convergence with an Emphasis on Arbaeen March

Ali Ahmadi *

Received: ۲۰۱۸/۰۵/۰۳

Accepted: ۲۰۱۸/۰۶/۲۲

Abstract

The potentials of Arbaeen March as a religious ritual can be considered from different angles. In recent years, due to a massive participation of pilgrims in Arbaeen March in Iraq and its universal effects and consequences, the attention of scholars in fields like sociology of religion, communication sciences, cultural studies, historical and civilization studies has been directed to the potentials of the event and these scholars have dealt with the issue from their own specialized viewpoints. Meanwhile, due to the coming together of people of different origins, nationalities and faiths in this ceremony, the issue of intercultural communication has been brought under focus. The question that arises here is what strategies and measures must be adopted to facilitate convergence and intercultural communication among Iranian and Iraqi pilgrims. To this end, the role of cultural groups and institutions is of prime importance. The aim of this article is to explain the effective policies that can boost the intercultural convergence among nations in Arbaeen March. By using the theory of intercultural adjustment, measures such as compatible dialogs, entertaining guests from other countries, non-verbal communication and alike can strengthen the intercultural relation among nations and improve its quality. The annual congregation of millions of pilgrims that constitute a variety of identities under the banner of a ritual and religious event demonstrates a civilization expansion through human interactions and intercultural communication in Arbaeen March which commemorates Imam Hussein (pbuh)'s tragic martyrdom.

Keywords: Arbaeen March, Convergence, Intercultural Communication, Cultural Geography, Islamic World

* Lecturer & Researcher of Cultural Geography, a.ahmadi@isu.ac.ir

دلالت‌های راهبردی ارتباطات میان‌فرهنگی برای همگرایی اسلامی با تأکید بر راهپیمایی اربعین

علی احمدی *

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۴/۰۲

چکیده

امکان و ظرفیت‌های پیاده‌روی عظیم اربعین به مثابه یک آیین و منسک معنوی را می‌توان از زوایای مختلف مورد مذاقه قرار داد. در سال‌های اخیر به دلیل حضور گسترده زائران اربعین در عراق و آثار و پیامدهای جهانی آن به مثابه یک پدیده آیینی عظیم، توجه اندیشمندان حوزه‌های جامعه‌شناسی دین، علوم ارتباطات، مطالعات فرهنگی، مطالعات تاریخی و تمدنی به این موضوع جلب شده و با رویکردهای اجتماعی، ارتباطی، فرهنگی و تمدنی به ظرفیت‌های آن پرداخته‌اند. در این راستا، به دلیل تماس فرهنگی زائران کشورهای مختلف جهان اسلام و از فرق مختلف و برخی ادیان در این آیین مشترک معنوی، مسئله ارتباطات میان‌فرهنگی یکی از مسائل برجسته به شمار می‌آید. لذا این سؤال مطرح می‌شود که چه راهبردها و سازوکارهایی برای تقویت همگرایی و تسهیل ارتباطات میان‌فرهنگی زائران ایرانی و عراقی وجود دارد؟ در این راستا نقش گروه‌ها و نهادهای فرهنگی و سیاست‌گذاری نسبت به تحقق این امر مهم شایان توجه است. این مقاله با تمرکز بر ارتباطات میان‌فرهنگی در پی تبیین سیاست‌های مهم و اثرگذار در افزایش همگرایی میان‌فرهنگی میان ملت‌ها در راهپیمایی اربعین می‌باشد. با استفاده از نظریه تطابق میان‌فرهنگی سازوکارهایی مانند گفتگوی همدلانه، پذیرایی از میهمانان سایر کشورها، ارتباطات غیرکلامی و نظایر آن بر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی ملت‌های حاضر در اربعین در قالب‌های همگرایی، فرهنگ‌پذیری، تنظیم و اتحاد می‌افزاید و بر کیفیت ارتباطات آنها مطلوبیت می‌بخشد و لذا حضور سالانه میلیون‌ها زائر با تمایزات هویتی در امر مشترک آیینی و مذهبی، بیانگر بسط تمدنی از طریق مناسبات انسانی و ارتباطات میان‌فرهنگی در راهپیمایی اربعین حسینی (علیه‌السلام) خواهد بود.

واژگان کلیدی: راهپیمایی اربعین، همگرایی، ارتباطات میان‌فرهنگی، جغرافیای فرهنگی، جهان اسلام

مقدمه

جهان اسلام هم از نظر طبیعی و هم از نظر انسانی از تنوع و گوناگونی برخوردار است. گستردگی جغرافیای فرهنگی جهان اسلام، زمینه‌ساز تنوع فرهنگی و اجتماعی و مهم‌تر از همه تنوع فرقه و مذاهب اسلامی است. وجود مشابهت‌ها و اختلافات قومی، زبانی، فرهنگی و نژادی از یک سو فرصت و از سوی دیگر تهدید تلقی می‌شود. با وجود تنوع و تکثر قومی، نژادی و زبانی جهان اسلام، آیین‌ها و مناسک معنوی همچون راهپیمایی اربعین و حج، کارکردها و ظرفیت‌های زیادی برای تقویت همگرایی و پیوندهای مناسبات انسانی دارند. اربعین نماد وحدت و تمدن اسلامی در جهان اسلام است و حضور میلیون‌ها نفر زائر از مذاهب اسلامی و برخی ادیان الهی دیگر در راهپیمایی اربعین، تجلی‌بخش وحدت مسلمین است.^۱

پرسشی که اینجا مطرح می‌شود این است که چرا باید از منظر ارتباطات میان‌فرهنگی^۲ به پدیده بزرگ اربعین نگریست. چند عنصر کلیدی در ارتباطات میان‌فرهنگی وجود دارد که می‌توان بر اساس آنها اربعین حسینی را مطالعه کرد. اولین عنصر مربوط به ارتباط‌گران است. هر ساله جمعیت کثیر و چند میلیونی از شیعیان جهان در کربلا و حرم مطهر امام حسین (علیه‌السلام) گردهم می‌آیند و با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. دومین بُعد در مطالعه ارتباطات میان‌فرهنگی، عنصر فرهنگ است. ارتباط و کنش‌های متقابل گروه‌ها و مردمی که در اربعین حضور می‌یابند بر مبنای فرهنگ صورت می‌پذیرد. در واقع ارتباطات میان‌فرهنگی به معنای توجه به ارتباطات از دریچه فرهنگ است. سومین مسئله مربوط به عنصر پیام و نحوه تعامل ارتباط‌گران در حوزه ارتباطات میان‌فرهنگی می‌باشد. به‌طور کلی کنش‌ها و واکنش‌های افراد را می‌توان در فصل مشترک و یا اختلافات آنها جستجو کرد و میزان تأثیرپذیری یا تأثیرگذاری هر یک از طرفین ارتباط در این حوزه را بررسی کرد. هر چه مشترکات بیشتر و قوی‌تر باشد، همگرایی بیشتر و بالعکس هر چه اختلافات و فاصله و شکاف در قالب ارزش‌ها و نگرش‌ها بیشتر باشد، بر میزان واگرایی می‌افزاید.

^۱ - به عنوان نمونه می‌توان در بررسی تعاملات ایران و عراق وجود اختلافات تاریخی در دوره‌های بسیار قبل (عصر باستان، دوره آشوری‌ها - ۷۱۵ ق.م.) و یا دوره‌های نسبتاً نزدیک (عثمانی‌ها - ۱۵۰۰ تا ۱۹۲۲ میلادی) و دوره‌های اخیر (استقلال عراق) را رهگیری کرد (یکتا، ۱۳۸۱).

با وجود این، اگرچه در اربعین، زائران با فرهنگ‌های متفاوت گردهم می‌آیند و در حالت‌هایی می‌تواند منشأ بروز اختلافات و تفرقه باشد، لیکن این اختلافات در پرتو رحمت الهی و محبت امام حسین (علیه‌السلام) از یک سو و حرکت اجتماعی و مذهبی به سوی قرب الهی از سوی دیگر، می‌تواند هم‌نوایی و هم‌فرهنگی را به ارمغان آورده و در جهت درک متقابل پیش برود. برای دستیابی به این مهم باید سازوکارهای همگرایی فرهنگی و ارتباطی را هم در جامعه میزبان و هم گروه مهمان شناخت.

تفاوت‌های فرهنگی در اجتماع عظیم اربعین و حضور کنشگران فعال با هویت‌های مختلف قومی، نژادی و فرهنگی نیازمند استفاده از اصول و قواعدی است که بتواند جنبه‌های ارتباطی و فرهنگی این جمعیت متکثر و متنوع را در جهت هم‌گرایی، مدیریت و راهبری کند. در این زمینه، ارتباطات فرهنگی می‌تواند برای حفظ موازنه سالم بین نیروهای فردگرایی و اجتماع و ایجاد احساس هویت مشترک نقش اساسی داشته باشد. هافستد^۱ در مطالعه جوامع و میزان تفاوت‌های فرهنگی آنها به چهار بُعد برای تفاوت‌های فرهنگی اشاره می‌کند. فردگرایی - جمع‌گرایی، اجتناب از عدم قطعیت کم - زیاد، فاصله قدرت کم - زیاد، و مردانگی و زنانگی. هر دو سر هر یک از این ابعاد در همه فرهنگ‌ها وجود دارند، اما یکی از آنها در هر فرهنگ جنبه مسلط دارد (بشیر، ۱۳۹۶، ص. ۴۳). البته در ادامه دو بعد دیگر شامل «افراط‌گرایی - خویش‌نمندی و گرایش کوتاه - بلندمدت» نیز اضافه می‌شود.

بنابراین با اعتراف به چنین تفاوت‌های فرهنگی باید مسیرهایی را برای بهبود ارتباطات میان‌فرهنگی تعیین و در زمینه شکل‌گیری مطلوب آن گام برداشت. برای تحقق این امر، این پژوهش تلاش می‌کند محورهای سیاستی اثرگذار را برشمارد و آنها را بررسی نماید. از این رو، پژوهش حاضر با هدف ارائه راهکار در جهت تقویت همگرایی در ارتباطات میان‌فرهنگی در پی پاسخ به این سؤالات است: ۱- در آیین اربعین چگونه و با چه راهبردهایی می‌توان به همگرایی در ارتباطات میان‌فرهنگی ملت‌ها دست یافت؟ ۲- این راهبردها در راهپیمایی اربعین به چه صورت عملیاتی و اجرایی می‌شوند؟

^۱. Hofstede

۱. پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه پژوهش در پایگاه‌ها اطلاعاتی و منابع کتابخانه‌ای نشان می‌دهد گرچه در حوزه مبانی نظری ارتباطات میان‌فرهنگی پژوهش‌های علمی متعددی (خواججه‌نوری، ۱۳۹۴؛ یوسف‌زاده و فیاض، ۱۳۹۳؛ شرف‌الدین، ۱۳۸۸؛ گادیکانست، ۱۳۸۵؛ رضی، ۱۳۷۷ و ...) به نگارش درآمده است؛ اما موضوع ارتباطات میان‌فرهنگی و اربعین به‌طور خاص مورد توجه قرار نگرفته و لذا این پژوهش دارای نوآوری در پژوهش است.

بشیر و شعاعی (۱۳۹۷) در مقاله "ارتباطات میان‌فرهنگی و گفت‌وگوی بین ادیان: مطالعه موردی سه مؤسسه در انگلستان" به موضوع ارتباطات میان‌فرهنگی در گفت‌وگوی بین ادیان توجه می‌کنند. هدف این مقاله، شیوه‌های تعامل و محورهای اساسی گفتمانی گفت‌وگوی بین ادیان در انگلستان با رویکرد ارتباطات میان‌فرهنگی می‌باشد. در این پژوهش، با استفاده از سه سطح موجود در روش تحلیل گفتمان فرکلاف^۱ به بررسی سه مؤسسه مهم گفت‌وگوی بین ادیان انگلستان پرداخته شده است.

فرقانی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای تحت عنوان "رسانه‌ها و ارتباطات میان‌فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی"، با تأکید بر مسئولیت رسانه‌ها در مسئله ارتباطات میان‌فرهنگی به ارتباط میان "جهان ایرانی" و "جهان عربی" می‌پردازد. در این ارتباط به عنصر اصلی فرهنگ و تمدن جهان ایرانی و جهان عربی اشاره می‌کند و معتقد است که نقش آنها در خلق تمدن درخشان اسلامی مؤثر بوده است. سپس چالش‌های ارتباطی دو جهان ایرانی و عربی را بیان می‌کند و علت این چالش‌ها را در ریشه‌های تاریخی برخی اشتراکات فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی معرفی می‌کند و اسلام را موجد و تقویت‌کننده ارتباطات و مناسبات جهان ایرانی و جهان عربی می‌داند. در این مقاله ضمن مرور تاریخی برخی اشتراکات فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی، بر ظرفیت‌های رسانه‌ها در به حداقل رساندن تنش‌های میان‌فرهنگی ناشی از بازنمایی‌های دیگرسازانه تمرکز می‌کند. بیگزاد و حق‌پناه (۱۳۹۷) در مقاله "بررسی ارتباطات میان‌فرهنگی کردهای ایران با اکراد شمال عراق" با هدف مطالعه ابعاد کم و کیف ارتباطات میان‌فرهنگی اکراد شمال

^۱.Fairclough

عراق با کردهای ایران، با روش پیمایشی و نمونه‌گیری تصادفی از ۲۰۰ نفر از شهروندان کرد اقلیم کردستان عراق پاسخ سؤالات پرسشنامه پژوهش خود را جمع‌آوری کرده است. طبق نتایج تحقیق دو گروه دارای زبان یکسان، قومیت، مذهب و هویت قومی مشترک می‌باشند و این امر از عوامل مؤثر در ارتباطات میان‌فرهنگی آنها است.

یوسفی و ورشوئی (۱۳۸۸) در مقاله "سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان‌فرهنگی اجتماعات شیعی" می‌نویسند: هدف این مقاله این است که نشان دهد، سفرهای زیارتی، ارتباطات میان‌فرهنگی اجتماعی را تقویت می‌کند. در این پژوهش یک نمونه تصادفی ۵۹۸ نفره از زائرین خارجی از چهار ملیت عراقی، عربستانی، کویتی و بحرینی در مشهد نشان می‌دهد که سفر زیارتی با دو ویژگی طول و تعداد سفر، تأثیر کاملاً معنادار و مثبت بر ارتباطات میان‌فرهنگی (روابط اجتماعی و فرهنگی مهمان-میزبان) دارد. اگرچه ناآشنایی‌های زبانی، مانعی برای ارتباطات میان‌فرهنگی است، اما کنترل آماری اثر مانع زبانی، تأثیر طول و تعداد سفر بر ارتباطات میان‌فرهنگی، همچنان معنادار و مثبت باقی می‌ماند. نتایج این مقاله نشان می‌دهد که زیارت به عنوان یک منسک مذهبی، فرصت ارتباطات غیرکلامی متعددی را بین مهمان و میزبان فراهم می‌آورد که با وجود ناآشنایی‌های زبانی، ارتباطات میان‌فرهنگی را تقویت می‌کند و دوم اینکه؛ زیارت و سفرهای زیارتی این پتانسیل را دارد که علی‌رغم موانع زبانی و تفاوت‌های فرهنگی زائرین، پیوندهای اجتماعی گوناگونی را در بین پیروان یک مذهب از ملیت‌های مختلف ایجاد کند.

۲. مبانی و ادبیات نظری

انسان‌ها در دنیاها متفاوت و فرهنگ‌های گوناگون زندگی می‌کنند. این تفاوت‌ها و تمایزات فرهنگی باعث می‌شود تا ارزش‌ها و هنجارهای رفتاری مردمان از فرهنگی به فرهنگ دیگر بسیار متفاوت باشد و در هر سرزمینی سبک زندگی، آیین‌ها، آداب و رسوم، زبان، پوشش و لباس، و ... خاص خود شکل بگیرد. در ارتباطات میان‌فرهنگی، هدف این است که مشکلات برقراری ارتباط بین افراد از فرهنگ‌های گوناگون شناسایی، تحلیل و در صورت توانایی رفع شود (فرقانی، ۱۳۹۶، ص. ۱۹۳). از نظر جامعه‌شناسان، ارزیابی

و تحلیل فرهنگ‌ها با توجه به زمینه و بافت^۱ هر یک از آنها مورد مطالعه قرار می‌گیرد. برای نمونه گیدنز معتقد است جامعه‌شناسان تلاش می‌کنند تا آنجا که ممکن است از قضاوت درباره فرهنگ‌های دیگر در مقایسه با فرهنگ خود اجتناب نمایند (گیدنز، ۱۳۷۴، به نقل از بشیر، ۱۳۹۶، ص. ۹۶).

از سوی دیگر آنچه مورد توجه اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی است، ارتباطات میان فرهنگی^۲ می‌باشد؛ گادیکانست از جمله صاحب‌نظرانی است که به این حوزه توجه کرده است (بشیر، ۱۳۹۶، ص. ۹۶ به نقل از گادیکانست، ۲۰۰۵، Gudykunst). ارتباطات میان فرهنگی از نظر گادیکانست «ارتباط میان افرادی از فرهنگ‌های متفاوت» است (Gudykunst, ۲۰۰۵, P. ۳۱۴). پژوهشگران در مطالعه ارتباطات میان فرهنگی تلاش می‌کنند تا به این سؤال پاسخ دهند که افرادی که از تجربیات فرهنگی متفاوتی برخوردارند، چگونه یکدیگر را درک می‌کنند (همان، ۹۷). با این فرض که درک متقابل بشر امروز، با انبوهی از گوناگونی‌ها، تعددها و تضادها مواجه است و اینها موانع عمده ارتباطات در حوزه میان فرهنگی به‌شمار می‌آیند.

فطرت انسانی و عقل دو وسیله مشترک میان همه انسان‌ها می‌تواند به عنوان ابتدایی‌ترین ابزار برای ارتباط با اعضای فرهنگ‌های دیگر مورد استفاده و بهره‌گیری قرار گیرد. مشابهت‌های دیگری که به دلایل مختلف از جمله قرابت‌های جغرافیایی، اختلاط‌های نژادی، اشتراکات دینی و مذهبی، تبادل کالاهای فرهنگی و تجارب مشترک تاریخی برخی هم‌پوشانی‌های معنایی را بین اعضای فرهنگ‌های مختلف بوجود می‌آورد. تماس‌های صورت گرفته بین فرهنگ‌های مختلف، خود در پویایی و تحول فرهنگ‌ها دارای نقشی قابل توجه است؛ چرا که حرکت انسان‌ها و تماس فرهنگی با مردمان با فرهنگ‌های دیگر موجب تأثیر و تأثر فرهنگی و کنش‌های متقابل میان آنها می‌شود. از این پدیده در انسان‌شناسی فرهنگی و جغرافیای فرهنگی به عنوان "اشاعه فرهنگی"^۳ یاد می‌شود. فرهنگ‌های مختلف به نسبت تفاوت‌هایی که در عناصر خود با دیگر فرهنگ‌ها

۱ . Context

۲ . Intercultural Communication

۳ . Cultural Diffusion

دارند، در حوزه معنایی نیز با آنها متفاوتند؛ این تفاوت‌ها در مواردی می‌توانند موجب عدم درک متقابل، سوء تفاهم و گاهی نیز بیگانه انگاشتن طرف دیگر شوند. به همین ترتیب می‌توان گفت که هر چقدر زمینه‌های تشابهات معنایی افزایش یابد و علاوه بر اشتراک در فطرت و عقل ابزاری اشتراکات در عناصر فرهنگی بیشتر باشد، زمینه لازم برای درک متقابل و بین‌فرهنگی افزایش می‌یابد. در ارتباطات میان‌فرهنگی به این موضوع پرداخته می‌شود که جوامع مختلف به عنوان واحدهای انسانی بهره‌مند از فرهنگ چگونه با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. در این حوزه، رفتارهای فرهنگی متفاوت در میان ملل مختلف نیز مورد مطالعه قرار می‌گیرد؛ بطور مثال نیسبت^۱ در مقاله خود به این مسئله اشاره می‌کند که ساکنان شرق آسیا انگاره‌ای کل‌گرایانه^۲ از جهان پیرامون خود دارند در حالیکه افراد در جوامع غربی بیشتر بر قاعده و منطق برای هدایت کنش‌های خود بهره می‌برند (Nisbett, ۲۰۰۳) به نقل از بشیر ۱۳۹۶، ص. ۹۷). گادیکانست در مقدمه کتاب خویش، تمامی نظریه‌های ارتباطات میان‌فرهنگی را ذیل هفت دسته می‌آورد. جدول شماره ۱، گروه‌ها و مصادیق نظریه‌های ارتباطات میان‌فرهنگی را نشان می‌دهد.

جدول ۱. گروه‌های نظریه‌های ارتباطات میان‌فرهنگی (گادیکانست، مقدمه)

طیف و گروه نظریه‌ها	موارد نظریه‌ها
ادغام فرهنگ و ارتباطات	الف- نظریه سازه‌گرا ب- نظریه مدیریت هماهنگ معنی ج- ارتباطات فرهنگی
تبیین تفاوت‌های فرهنگی در ارتباطات	الف- نظریه چهره-مذاکره ب- نظریه محدودیت‌های مکالمه ج- نظریه نقض پیش‌بینی
نظریه‌های بین‌گروهی/بین‌فرهنگی با تأکید بر پیامدهای موثر	الف- همگرایی فرهنگی ب- مدیریت اضطراب/عدم قطعیت ج- تصمیم‌گیری مؤثر د- نظریه جامع ارتباطات بین قومی

^۱ Nisbet

^۲ Holistic

الف- انطباق بین فرهنگی ب- نظریه هم‌فرهنگی	نظریه‌های بین گروهی/بین فرهنگی با تمرکز بر همسازی و انطباق
الف- هویت فرهنگی ب- مدیریت هویت ج- مذاکره درباره هویت	نظریه‌های متمرکز بر مدیریت هویت یا مذاکره درباره هویت
الف- شبکه‌ها و نظریه توانش ارتباطاتی در رابطه با گروه غیر خودی ب- شبکه‌های درون فرهنگی در برابر شبکه‌های بین فرهنگی ج- شبکه‌ها و فرهنگ‌پذیری	نظریه‌های متمرکز بر شبکه‌های ارتباطی
الف- نظریه فرهنگ‌پذیری ارتباطات ب- مدل فرهنگ‌پذیری ارتباطات ج- نظریه مدیریت اضطراب/عدم قطعیت برای سازگاری د- ارتباطات در نظریه حالات همسان‌سازی، انحراف و از خودبیگانگی ه- نظریه طرح‌واره‌ای انطباق	نظریه‌های متمرکز بر فرهنگ‌پذیری و سازگاری

در میان این نظریات، سه نظریه ذیل ارتباط وثیقی با موضوع پژوهش دارد: (۱) نظریه همسازی ارتباطات (گالویز و دیگران، ۱۹۹۵)، (۲) نظریه انطباق بین فرهنگی (Orbe, ۱۹۹۸b) و (۳) نظریه هم‌فرهنگی (Orbe, ۱۹۹۸b) که مورد بحث قرار می‌گیرند. نظریات ارتباطات میان فرهنگی بر انطباق میان ارتباط‌گران متمرکز می‌شوند. این مفهوم هنگامی محقق می‌شود که تفاوت‌های گوناگون فرهنگی در عرصه ارتباط افراد، گروه‌ها و فرهنگ‌ها نمود و بروز می‌یابد (بشیر و روحانی، ۱۳۸۸، ص. ۱۰۱).

اصطلاح تطابق بین فرهنگی^۱ چنین تعریف می‌شود: «پدیده‌ای است پیرامون افرادی که در موقعیتی به لحاظ فرهنگی - اجتماعی ناآشنا قرار می‌گیرند و قصد برقراری و تداوم

^۱ - Cross-cultural adaptation

یک روابط نسبتاً پایدار دوجانبه^۱ و کاربردی با محیط را دارند.» هسته این تعریف، متناسب بودن^۲ فرد-محیط بین شرایط درونی و شرایط جدید محیطی می‌باشد (گادیکانست، ۲۰۰۵، ص. ۳۸۰).

مفاهیم دیگر مرتبط با این مفهوم در جدول شماره ۲ به شرح زیر است:

جدول ۲. مفاهیم نزدیک به مفهوم تطابق

پذیرش عناصر فرهنگی جریان غالب جامعه میزبان	Assimilation	همگون‌سازی
اكتساب و استفاده از تعدادی از جنبه‌های عناصر فرهنگی جریان غالب	Acculturation	فرهنگ‌پذیری
واکنش‌های روان‌شناختی به چالش‌های بین فرهنگی	Adjustment	تنظیم
مشارکت اجتماعی در جامعه میزبان	Integration	اتحاد

(گادیکانست، ۲۰۰۵، ص. ۳۸۰)

اندیشمندان مکاتب غربی در رابطه با ارتباطات میان‌فرهنگی و نقش مناسک و آیین‌ها در تقویت همگرایی، نظریاتی را ارائه کرده‌اند. در برخی از آنها عوامل همگرایی میان مردم و فرهنگ‌های مختلف تئوریزه شده است. از نظر دورکیم، نمادهای دینی نوعی خصلت بازتابندگی نیز دارند. این نمادها، علاوه بر آنکه بازنمای حیات اجتماعی‌اند، در ساخت و تغییر آن نیز مشارکت دارند. علامت‌های نمادین برای هر گروهی، نوعی کانون تجمع و هماهنگی است که وحدت اجتماعی را در قالبی عادی‌تر برای همگان محسوس می‌کند (دورکیم، ۱۳۸۳، ص. ۳۱۶). نمادها و نظام نمادین مذهبی، برساخته‌های اجتماعی هستند که خودشان نیز در مراحل بعدی در ساختن اجتماع دخالت می‌کنند. از نظر دورکیم، وجدان اخلاقی و وجدان جمعی در بستر مناسک جمعی در فرد ایجاد و تقویت می‌شود. افراد طی همین تشریفات مناسکی، با هم پیوند پیدا می‌کنند، به یکدیگر نزدیک می‌شوند و ارتباط و صمیمیت متقابل‌شان بیشتر می‌شود (امین‌ورزلی، ۱۳۹۵، ص. ۱۲).

^۱ Relatively stable, reciprocal relationship

^۲ fit

بنابراین، محتوای آگاهی جمعی افراد از رهگذر حضور در آیین‌ها ساخته می‌شود یا تغییر می‌کند. افراد در بستر آیین‌ها، از حیات فردگرایانه روزمره، به جهان حیات اجتماعی و وجدان جمعی و آگاهی جمعی پیوندی مجدد پیدا کرده و موقعیت و وظیفه‌شان نسبت به جامعه را در خود بازتولید و تقویت می‌کنند. لذا آیین‌ها عملاً همبستگی اجتماعی و اقتدار اخلاقی ملازم با آن را تداوم بخشیده و بازتولید می‌کند. نکته مهم دیگر این است که ذهنیت مذهبی مؤمنان با آنچه دورکیم، «ذهنیت عبادی» می‌نامد، از خلال همین آیین‌ها تحقق می‌یابد. به تعبیر دقیق‌تر، آیین‌ها، وجدان اخلاقی فرد و اجتماع و رابطه فرد به گذشته و وابستگی او به اجتماع را در بستری از ایمان مناسکی و در بستری از ذهنیت مذهبی ایجاد می‌کنند. از سوی دیگر مهمترین مخاطب آیین‌ها، درون افراد است. تصوراتی که در بستر مناسک، در درون فرد برانگیخته می‌شود؛ آن‌هایی هستند که برای کارکرد نیکوی حیات اخلاقی مؤمنان، ضروری هستند (امین‌ورزلی، ۱۳۹۵، ص. ۱۲).

در اندیشه‌های فلسفی و کلامی اسلام، ضمن توجه به تفاوت‌های خلقت انسان‌ها به عدم تفرقه و گرویدن به وحدت میان آنها تأکید شده است. از جمله مهم‌ترین شواهد قرآنی این مطلب می‌تواند به (انفال/۴۲)، (حجرات/۱۰)، (انفال/۷۵)، (آل عمران/۱۰۳) و (آل عمران/۱۰۵) اشاره کرد. در دین religion از واژه religio که معنای ریشه‌ای آن، پیوند دادن است (نصر، ۱۳۸۲، ص. ۱۳)، اسلام کامل‌ترین و آخرین دین به شمار می‌رود. اسلام از آغاز تا به انجام، بر مفهوم توحید مبتنی شده است، زیرا خدا واحد و وحدت آغاز و انجام اسلام است. بدین معنا که دین ازلی مبتنی بر توحید با خود حضرت آدم (علیه‌السلام) آغاز شد و با پیامبران صاحب شریعت پایه‌های تبلیغ دین که بر وحدانیت خداوند بنا نهاده شده بود به عصر نبوی و رسالت حضرت ختمی مرتبت (ص) منتهی و متصل شد.

دین اسلام بر پیوند و تحکیم روابط میان مسلمانان تأکید می‌کند. چون یکی از آثار اختلاف و تفرقه این است که قدرت مسلمین در برابر دشمنان شکسته می‌شود و این امر مانعی جدی برای شکل‌گیری امت واحده می‌شود. منشأ وحدت و هم‌افزایی در چند محور قابل احصا است. خداوند، منشأ الفت و محبت میان مؤمنان است. «و اعتصموا بحبل اللّٰه جمیعاً و لاتفرّقوا» (آل عمران، ۱۰۳). در این آیه «حبل الله» به قرآن، اسلام و امام (علیه‌السلام) تفسیر شده است (مجمع‌البیان، ذیل آیه). در اینجا محور وحدت، دین

خداست. در مرحله بعد، قبول ولایت انبیاء الهی (علیهم صلوات‌الله) و ائمه معصومین (علیهم‌السلام) و سپس قرآن کریم است. همچنین از محورهایی دیگری که می‌توان به مثابه عامل وحدت‌آفرین ذکر کرد، آیین‌ها و مناسک اسلامی است. حج، عامل اتحاد مسلمانان است. «و الحجّ تقربۀ للذّین» (ق ۲/۲۵۲). چرا که محوریت در حج دین خداست که در این کنگره عظیم مسلمانان را گرد هم می‌آورد. لذا اصول مشترک مانند توحید و وحدانیت خدای متعال، نبوت پیامبر(ص)، براءت از مشرکین و کفار، مسلمانان را به وحدت امت اسلامی دعوت می‌کند.

امیرالمؤمنین حضرت علی (علیه‌السلام) کارکرد ملاقات در آیین‌ها و مناسک را تَقْوِیَةٌ لِلذّینِ معرفی می‌فرماید. بدون شک خود همین اجتماع که فقط افراد یکدیگر را می‌بینند در تقویت دین مؤثر است. بنابراین، آیین اربعین به لحاظ تماس فرهنگی و ارتباطات بین فردی و بین‌گروهی خود منشأ همگرایی و وحدت مسلمین است. اما نباید از موانعی که در همگرایی مسلمین وجود دارد، غافل شد. دشمنان اسلام «وحدت اسلامی» را به «وحدت مذهبی» تقلیل می‌دهند و همواره در جهت اختلاف‌انگیزی مذهبی تلاش می‌کنند. بدیهی است که منظور علمای روشنفکر اسلامی از وحدت اسلامی، حصر مذاهب به یک مذهب و یا اخذ مشترکات مذاهب و طرد مفترقات آنها- که نه معقول و منطقی است و نه مطلوب و عملی- نیست، بلکه متشکل شدن مسلمین در یک صف در برابر دشمنان مشترکشان است (مطهری، ۱۳۵۸، ج ۲۵-۲۶).

برخی صاحب‌نظران، عناصر سازنده ملیت را سرزمین، نژاد، زبان، تاریخ و منافع مشترک برشمرده‌اند؛ در حالی که در آیین اسلام تنها عنصر راستین پیوند میان اعضای یک ملت، عامل ایمان است که در حقیقت یگانه عنصر اصیل ملیت‌ساز در نظام اسلامی به‌شمار می‌رود (عمیدزنجانی، ۱۳۶۱، ص. ۶۷). بنابراین فارغ از این عناصر، با تمسک به وحدت اعتقادی می‌توان بنیادهای یک جامعه را پی‌ریخت؛ جامعه‌ای که ایمان و تعهد افراد به مکتب جهان‌شمول اسلام، تمام افراد جامعه را به یکدیگر پیوند داده است (همان، ۷۳).

یکی از مهم‌ترین اصول در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، پیوند وحدت جهان اسلام است. امام خمینی(ره) عقیده داشت که اسلام آمده است تا ملل دنیا را، اعم از عرب و عجم، ترک و فارس و... با هم متحد کند و یک امت بزرگ به نام امت اسلام در دنیا برقرار کند. از این رو، دولت اسلامی نیز باید سیاست کلی خود را بر پایه اتحاد

ملل اسلامی قرار دهد و بکوشد تا وحدت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جهان اسلام را تحقق بخشد (امام خمینی، ۱۴۱۰ق، صص. ۱۷۴-۲۱۰). طبعاً درهم تنیدگی دیانت، سیاست و فرهنگ ایجاب می‌کند که این وحدت مدنظر چیزی بیش از یک ائتلاف سیاسی صرف باشد؛ نموده‌ها و نمادهای این وحدت در عرصه هویت اسلامی و بلکه انسانی را می‌توان در آیین‌های دینی و رویدادی فرهنگی نظیر اربعین به وضوح مشاهده کرد.

آیین اربعین هر ساله در بیستم صفر و مصادف با اربعین حضرت سیدالشهدا (علیه‌السلام) برگزار می‌شود. اربعین در اعتقادات شیعه جایگاه برجسته‌ای دارد^۱ و بر اساس گرایش‌های اعتقادی عامل وحدت‌آفرین شیعیان محسوب می‌شود. چرا که بر اساس اشتراکات مذهبی شکل می‌گیرد. حرکت مردم در مسیرهای منتهی به کربلا و از اقصی نقاط جهان و در مکان خاص (حرم مطهر حضرت سیدالشهدا علیه‌السلام) و زمان خاص (اربعین) به حفظ ارتباط و همگرایی هرچه بیشتر آنها منجر خواهد شد. این آیین موجب تقویت روابط میان فردی و میان فرهنگی ملل مختلف خواهد شد و در انتقال پیام‌های عاشورا، احساس همبستگی شیعیان و کسب هویت جهانی برای آنان نقشی اساسی خواهد داشت (امین‌ورزلی، ۱۳۹۵، ص. ۵۷). به همین دلیل یکی از کارکردهای مهم اربعین، ارتباطات میان‌فرهنگی میان زائران کشورهای مختلف است.

۳. راهبردهای همگرایی از منظر ارتباطات میان فرهنگی

تکثر و تنوع فرهنگی فراوان ملت‌های مسلمان در حماسه اربعین حسینی واقعیتی انکارناپذیر است. برخلاف برداشت‌های مرسوم آکادمیای غرب از چندفرهنگی که با تاریخ تحولات فرهنگی آنها عجین شده است و تلاش زیادی برای مدیریت چندفرهنگی از مسیرهای توسعه و رفاه در آن کشورها شده است، در مقابل، مکتب اسلام بر ارتباط میان ملل مختلف و دارای هویت‌های فرهنگی گوناگون تأکید کرده و در جهت برقراری انس و الفت میان آنها دستور دینی تجویز کرده است.

۱ - زیارت اربعین یکی از نشانه‌های پنجگانه شیعه محسوب شده است. عَنْ أَبِي مُحَمَّدٍ الْعَسْكَرِيِّ ع أَنَّهُ قَالَ عَلَامَاتُ الْمُؤْمِنِ خَمْسٌ صَلَاةُ الْإِحْدَى وَالْخَمْسِينَ وَ زِيَارَةُ الْأَرْبَعِينَ وَ التَّخْتُمُ بِالْيَمِينِ وَ تَغْفِيرُ الْجَبِينِ وَ الْجَهْرُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ (علامه مجلسی؛ بحار الأنوار، ج ۸۲، ص ۷۵)

در اینجا به مهم‌ترین سیاست‌های ناظر به دلالت‌های راهبردی مربوط به همگرایی اشاره می‌شود. این سیاست‌ها را می‌توان در دو سطح کلان و خرد دسته‌بندی کرد. ۱- راهبردهای کلان معرفتی و تمدنی ۲- سازوکارهای فرهنگی- ارتباطی. در سطح اول سیاست‌هایی مانند بسط مشترکات و قبض اختلافات قابل ذکر است. در سطح دوم مواردی مانند سیاست‌های رسانه‌ای، سیاست‌های آموزشی، فراگیری زبان و سیاست‌های اقتصادی طرح می‌شود.

۴. راهبردهای کلان معرفتی و تمدنی

۴-۱. بسط مشترکات

بسط مشترکات در سه حیطه باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها مورد توجه است. از آنجایی که زائران مسلمان از مذاهب و فرق مختلف در اربعین حضور می‌یابند، تأکید بر اشتراکات سه سطح مذکور دارای اهمیت فراوانی است. در مبحث باورها و اعتقادات که اصل همگرایی بر آن استوار است، توحید و وحدانیت خداوند متعال و ایمان به رسالت حضرت رسول (ص)، اعتقاد به معاد و ایمان به قرآن کریم جزو مشترکات مسلمانان به‌شمار می‌آیند.

در انسان‌شناسی قرآنی اصل بر «برابری» است. تأکید قرآن بر تساوی ذاتی نوع بشر در برابر خداوند وجهی است که در مفهوم «برابری» رایج در اندیشه لیبرالیسم و سوسیالیسم غربی جایگاهی ندارد. این مفهوم از تساوی نوع بشری بر انسان‌شناسی اسلامی که بر اصل‌الاصول کرامت انسانی استوار است، پی‌ریزی شده است. در کنار این مفهوم از برابری دو مفهوم دیگر برابری که در اندیشه سیاسی غرب بر آن تأکید شود، در جهان‌بینی اسلامی نیز مورد توجه قرار می‌گیرد. برابری انسان‌ها در خلقت است که از بدیهیات اسلام شمرده می‌شود. اگر چه تفاوت‌هایی مفهومی و تئوریک برابری طبیعی و حقوقی غربی دارد، اما در مفهوم کلی آن مورد توافق اندیشه اسلامی است (مجموعه مقالات دومین همایش مردم‌سالاری دینی؛ ۱۳۸۸، ج ۱، ص. ۲۸۳). اندیشمندان مسلمان از جمله امام خمینی (ره) بحث فطرت انسان را مورد توجه قرار داده‌اند و از این مؤلفه وجودی بشر برای اثبات برابری ذاتی نوع بشر کمک گرفته‌اند. ایشان با استفاده از مبنای فطرت به یگانگی ذاتی انسان‌ها حکم می‌کند. از نظر ایشان همه انسان‌ها از فطرت مشترکی

برخوردارند که آنها را مستحق کرامت ذاتی نزد حضرت حق می‌کند (همان، صص. ۲۸۴-۲۸۳).

در مکاتب انگلیسی، فرانسوی و آلمانی سؤالی انسان‌شناختی در خصوص ماهیت و رابطه خود و دیگری است. خود و دیگری را در دو مرتبه می‌توان مورد تحلیل قرار داد؛ اول در مرتبه طبیعت و دوم در مرتبه فرهنگ. قرآن کریم با مفاهیم کلیدی خلق و جعل به این دو سطح اشاره کرده است.^۱ مرتبه اول همان مرتبه «آفرینش» و «آغاز» انسان است پیش از آن که اراده وی مؤثر باشد، ولی مرتبه دوم مربوط به «پیدایی» و «انجام» انسان است که نقش اراده در شکل‌گیری رابطه خود و دیگری لحاظ می‌شود (اسلامی‌تنها و غمامی، ۱۳۹۵، ص. ۲۶۰).

بنابراین، انسان‌شناسی قرآنی را می‌توان در مرتبه طبیعت با مفهوم «خلق» پیگیری کرد. مفهوم «خلق» پیوندی عمیق با مفاهیمی مانند «امر»، «فطرت» و «جعل» دارد. مفهوم نخست بیشتر به مباحث انسان‌شناختی ماقبل دنیا اشاره دارد، اما دو مفهوم دیگر ناظر به ساحت حضور انسان در دنیا است. جعل و خلق هر دو به معنای ایجاد هستند با این تفاوت که خلق به حوزه تکوین اختصاص دارد، اما جعل در مرحله بعد از خلق است که توأمان به حوزه تکوین و تشریح اشاره دارد. طباطبایی، جعفری و مطهری در بررسی آیات خلقت، قائل به «آفرینش مستقل انسان» و «ثبوت انواع» هستند و نظریه تطور را یک فرضیه اثبات نشده می‌دانند. بنابراین، انسان‌ها در طبیعت‌شان کاملاً برابرند و آنچه بعد از خلقت رخ می‌دهد، انتشار است نه تطور:

خَلَقَكُمْ مِنْ تُرَابٍ ثُمَّ إِذَا أَنْتُمْ بَشَرٌ تَنْتَشِرُونَ (روم/ ۲۰)

در نگاه قرآنی جعل در تداوم مسیر خلق است و به هیچ وجه فرهنگ در مقابل طبیعت تعریف نمی‌شود، همان‌طور که فطرت و دین همسو با یکدیگر تعریف شده است (روم/ ۳۰). مهم‌ترین تعبیر در مورد طبیعت انسانی در قرآن، «خداخواهی» انسان است: «وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (ذاریات/ ۵۶)». به همین سبب، انسان در این رهیافت، قرآن بر اساس دل‌باختگی‌اش به خدا تعریف می‌شود؛ «حی حیّ متألّه». انسان

^۱ - يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا (آیه ۱۳ سوره حجرات)

فطرتاً خداخواه است که نتیجه آن برابری و متحد بودن آنهاست (اسلامی تنها و غمامی، ۱۳۹۵، ص. ۲۶۰).

۲-۴. قبض اختلافات

مسئله «اختلاف» گروه‌های هویتی مختلف در اربعین و پذیرش تمایزات آشکار (رفتارها) و پنهان (باورها، ارزش‌ها و نگرش‌ها) آنها سبب می‌شود تا این تمایزات به صورت مدیریت‌شده‌ای به سمت شناخت بیشتر هدایت شود و از اختلافات جلوگیری شود.

مدارای فرهنگی و تساهل و تسامح در تماس‌های فرهنگی میان جامعه میزبان و مهمان در برقراری ارتباط متقابل و درک طرفین اثرگذار می‌باشد. در مقابل، عدم تفاهم و فقدان درک متقابل منجر به دعواها و ستیزهای بی‌مورد و جزئی می‌شود که در نهایت منجر به فاصله ارتباطی هر دو طرف ارتباطی می‌شود. حساسیت‌های فرهنگی و ارتباطی هر ملتی باید شناخته شود. این شناخت از طریق گفتگو، آموزش در رسانه‌ها، بازدیدها و گردهمایی، و نظایر آن بدست می‌آید.

به شکل عملیاتی و در سطحی خردتر می‌توان به برپایی موكب‌های پیاده‌روی اربعین در مسیرهای داخل عراق و خارج عراق اشاره کرد. یکی از کارکردهای این موكب‌ها در زمینه حل اختلافات اجرایی می‌باشد. قبیله‌ها و عشایر عراقی که به هر دلیل ممکن است اختلافات قومی، عشیره‌ای و خانوادگی داشته باشند را می‌توان با استفاده با سیاست‌ها و راهبردهایی مشارکت آنها در یک موكب را جلب کرد تا این احساس همدلی و صمیمیت آنها از بار اختلافی آنها بکاهد.

همچنین برپایی مشترک موكب‌هایی با ملت‌های دیگر، موجب نزدیکی دلها می‌شود؛ تا جایی که این حضور به برهم زدن نظم سنتی پذیرایی جامعه میزبان نینجامد و آنها را آزرده نکند. در مسیر نجف به کربلا این همکاری‌های مشترک نسبت به مسیرهای دیگر مثل مسیر بغداد کربلا بیشتر به چشم می‌خورد. اما مسیر بغداد به کربلا به طور کامل «عربیزه» است تا «ایرانیزه». این مسیر عربی‌ترین مسیر پیاده‌روی به سمت کربلاست. در این مسیر به ندرت غیرعرب دیده می‌شود (بهمن‌نژاد، ۱۳۹۸). بنابراین، «دور شدن اربعین از ماهیت مردمی»، «ایرانیزه شدن و برهم خوردن نظم سنتی پذیرایی عراقی‌ها» و همچنین «بروز اختلاف سطح خدمات میان موكب‌های ایرانی و عراقی» نمونه‌هایی از آسیب‌هایی

هستند که در مصاحبه‌های میدانی از پیاده‌روی اربعین مطرح شده است (امین‌ورزلی، ۱۳۹۵).

۵. سیاست‌های فرهنگی - ارتباطی

۵-۱. سیاست‌های رسانه‌ای

در این محور توجه به آموزش‌های میان‌فرهنگی از طریق رسانه‌های جمعی به‌ویژه تلویزیون قابل توجه است. واقعیت این است که از یک طرف رسانه‌های جهان به دلیل دشمنی و خوی خصمانه‌شان نسبت به مسلمانان، پوشش کامل و مطلوبی از اربعین ارائه نمی‌کنند و از طرف دیگر، در رسانه‌های برخی کشورهای اسلامی نیز پوشش خبری دیده نمی‌شود. این رسانه‌ها یا اصلاً چنین اخباری را پوشش نمی‌دهند یا با سانسورهای خبری نمایش می‌دهند. بنابراین، زائران که از این کشورها به عراق عزیمت می‌کنند، با عدم شناخت فرهنگ جامعه عراق مواجه می‌شوند و برای برقراری ارتباط میان‌فرهنگی با آنها دچار مسئله می‌شوند.

هرچند اربعین حسینی (علیه‌السلام) در یک زمان کوتاه اتفاق می‌افتد ولی اثرات جهانی، بین‌المللی و منطقه‌ای دارد و می‌توان از آن به عنوان یک «ابررویداد^۱» یاد کرد. برجسته‌شدن خبر اربعین در رسانه‌های جهانی باعث می‌شود تا موضوع اربعین به یک جریان دینی و فرهنگی تبدیل شود و با استمرار پخش آن به ابررویداد رسانه‌ها مبدل گردد. البته این آیین معنوی از نگاه شیعه «ابر نعمت» تلقی می‌شود؛ چرا که برکات فراوان فرهنگی و تمدنی با خود به همراه دارد.

سیاست رسانه‌ای مطلوب این است که رسانه‌ها وقت خود را صرفاً محدود به اطلاع‌رسانی مربوط به خدمات‌رسانی به زائرین اربعین نکنند؛ چون در این صورت رسانه دچار روزمرگی شده و جهت‌گیری غلطی نسبت به واقعه بزرگی همچون اربعین خواهند داشت. به بیانی دیگر، این رسانه‌ها باید به صورت همزمان بر شور و شعور آیینی مناسب دینی تمرکز و تأکید کنند. ترکیب این دو می‌تواند هم‌افق شدن ذهنی و هم‌روح شدن حسی را به ارمغان آورد.

^۱ . Mega event

۲-۵. سازوکارهای آموزشی

در این سیاست توجه به مباحث آموزشی که در کتب مدارس گنجانده می‌شود، راهگشاست. به طوری که با آموزش فرهنگ جوامع مختلف به ویژه فرهنگ عراقی، باعث می‌شود نوجوانان و جوانان نسبت به فرهنگ ملل مختلف و فرهنگ‌های گوناگون اسلامی شناخت بیشتر داشته باشند و ارتباط مطلوبی با آنها برقرار کنند. انتخاب بخش‌های کوچکی از سفرنامه‌ها و مطالعات میدانی پژوهشگران که نمایانگر فرهنگ جامعه میزبان باشد، آشنایی لازم را به شرکت‌کنندگان در آیین اربعین ارائه می‌دهد.

۳-۵. فراگیری زبان

سه زبان فارسی، عربی و آذری سه زبان اصلی اکثریت شیعیان به‌شمار می‌آید. اگرچه ناآشنایی‌های زبانی، مانعی برای ارتباطات میان‌فرهنگی است (یوسفی و ورشوئی، ۱۳۸۸، ص. ۱۱۷)، اما در آیین اربعین، فرصت ارتباطات غیرکلامی متعددی بین میهمانان و میزبان فراهم می‌آید که با وجود ناآشنایی‌های زبانی، ارتباطات میان‌فرهنگی را تقویت می‌کند و دوم اینکه؛ زیارت و سفرهای زیارتی این پتانسیل را دارد که علی‌رغم موانع زبانی و تفاوت‌های فرهنگی زائرین، پیوندهای اجتماعی گوناگونی را در بین پیروان یک مذهب از ملیت‌های مختلف ایجاد می‌کند. بنابراین در اربعین آشنایی زبانی زائرین، هم ارتباطات میان‌فرهنگی را تقویت می‌کند و هم تجارت ارتباطی مشترکی را برای زائرین کشورهای مختلف رقم می‌زند (همان، صص. ۱۱۷ و ۱۲۹).

آموزش زبان عربی یکی از راهکارهای ارتباطی با مردم عراق است که اخیراً در آموزش‌های غیررسمی مورد استقبال علاقه‌مندان قرار گرفته و یکی از تمهیدات ارتباطات میان‌فرهنگی مطلوب با ملت عراق همین زبان عربی به‌شمار می‌آید. فراگیری زبان عربی توسط ایرانیان و زبان فارسی توسط عراقی‌ها موجب شده تا تعاملات دوجانبه و انتقال پیام و ایجاد ارتباط و فهم متقابل مناسبی برقرار شود. نمونه بارز این ارتباط زبانی در شهرهای مشهد و قم دیده می‌شود که بازاریان با زائران عراقی با لهجه عراقی صحبت می‌کنند. از طرف دیگر با تردد ایرانیان به عراق، عراقی‌ها را برای فراگیری زبان فارسی ترغیب می‌کنند و با ایرانیان به زبان فارسی ارتباط برقرار می‌کنند. تکلم ملت‌های مسلمان

به زبان یکدیگر بر میزان علاقه و محبت آنها می‌افزاید و ارتباط بسیار مؤثر میان آنها رخ می‌دهد و این عامل منجر به تقویت ارتباطات میان فرهنگی می‌شود.

۴-۵. سازوکارهای اقتصادی

حوزه اقتصاد عامل دیگری در همگرایی ملت‌های دنیای اسلام است. در این حوزه فرهنگ جامعه میزان در زمینه‌های مبادلات اقتصادی، سرمایه‌گذاری‌های اقتصادی، توریسم، گردشگری سلامت، واردات و صادرات، توجه به سبک زندگی و معیشتی جامعه میزان و نحوه ایثار اقتصادی دارای اهمیت است.

مردمی بودن ارتباطات از نوع ارتباطات بین‌المللی موجب ایجاد الفت و صمیمیت میان دولت‌های اسلامی می‌شود. آیین اربعین به دلیل نقش محوری مردم در آنها، خودجوش و داوطلبانه بودن، چرخه اقتصادی مردم‌نهاد نمونه آشکاری از مردمی بودن آن است. ایثار و پذیرایی مردم عراق و شکل‌گیری اقتصاد مردمی جامعه میزان و حمایت دولت‌ها از استقرار موکب‌ها در مسیرهای اربعین یکی از مهم‌ترین آثار به‌کارگیری سازوکارهای اقتصادی می‌باشد. در مسیرهای پیاده‌روی اربعین انواع پذیرایی صلواتی از محصولات محلی و بومی جامعه میزان انجام می‌شود. آشنایی با غذاهای عراقی زمینه‌ای برای شناخت بیشتر ذائقه مردم عراق است. این شناخت برای بازاریابی کالاهای ایرانی و ارتباطات میان فرهنگی بیشتر با ملت عراق بسیار مؤثر خواهد بود.

به هر حال، یکی از راهبردهای ارتباطات میان فرهنگی مهمان‌نوازی و پذیرایی دو ملت از یکدیگر است. با این راهبرد، زائران هم از نظر غذایی تأمین می‌شوند و هم از نظر جا و مکان. به همین دلیل، زائران با یک سفر معنوی و زیارتی نسبتاً کم خرج و کم هزینه روبرو می‌شوند. اگرچه هزینه حمل و نقل بیشترین سهم را از کل مخارج سفر اربعین به خود اختصاص می‌دهد، لیکن به دلیل اینکه زائران در بخش‌های اسکان و تغذیه هزینه‌ای متحمل نمی‌شوند و زائران می‌توانند از نذورات مسیرهای کربلا استفاده نمایند، در مجموع می‌توانند یک سفر زیارتی نسبتاً کم‌خرج داشته باشند.

نتیجه‌گیری

راهپیمایی اربعین به مثابه ابرویداد فرهنگی، ظرفیت‌ها و فرصت‌های فراوانی برای همگرایی ملت‌های مسلمان با یکدیگر ایجاد می‌کند. آیین اربعین نماد وحدت اسلامی و

نمایش اقتدار ملت مسلمان است. همگرایی ملل مسلمان در اربعین زمینه‌ای برای تمدن‌سازی اسلامی و مصداق کامل «امت واحده» است. چنین امتی با حرکت از نقاط مختلف جغرافیای فرهنگی جهان اسلام و به حاشیه راندن مرزهای سیاسی، قومی، نژادی و زبانی به اقیانوس امت اسلامی ملحق می‌شوند.


بهره‌گیری از راهبردها و سیاست‌ها و سازوکارهای لازم در تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی ملت‌های مسلمان در آیین اربعین نقش اساسی دارد. سیاست‌های کلان فرهنگی ارتباطی، بسط مشترکات، قبض اختلافات، سیاست‌های رسانه‌ای، سیاست‌های آموزشی، فراگیری زبان، سازوکارهای اقتصادی از جمله محورهای مؤثر در مطلوبیت بخشی به ارتباطات میان‌فرهنگی ملت‌ها با جامعه میزبان به شمار می‌آیند.

علی‌رغم مشکلات و موانع فرهنگی و زبانی در برقراری ارتباطات میان‌فرهنگی در اربعین، این پتانسیل برای تسهیل ارتباطات بین‌فردی و بین‌گروهی از طریق راهبردها و سازوکارهای ذکر شده در مقاله تأمین می‌شود. با استفاده از نظریه تطابق میان‌فرهنگی، سازوکارهایی مانند گفتگوی همدلانه، پذیرایی از میهمانان سایر کشورها، ارتباطات غیرکلامی و نظایر آن بر تقویت ارتباطات میان‌فرهنگی ملت‌های حاضر در اربعین در قالب‌های همگرایی، فرهنگ‌پذیری، تنظیم و اتحاد می‌افزاید و بر کیفیت ارتباطات آنها مطلوبیت می‌بخشد.

کتابنامه

۱. قرآن کریم
۲. اسلامی تنها، اصغر؛ غمامی، سیدمحمدعلی (۱۳۹۵). هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
۳. امام خمینی، ۱۴۱۰ ق. الرسائل تشمل علی مباحث الضرار و استصحاب و التعادل و الترجیح و الاجتهاد و التقليد و التقیه، قم: نشر اسماعیلیان.
۴. امین ورزلی، محسن (۱۳۹۵). پیاده‌روی اربعین به مثابه ارتباطات آیینی شیعه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد پیوسته، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
۵. بشیر، حسن و دیگران (۱۳۹۷). مطالعات میان‌فرهنگی، جلد اول، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).

۶. بشیر، حسن و شعاعی شهرضا، محمدحسین (۱۳۹۷). ارتباطات میان فرهنگی و گفت‌وگوی بین ادیان: مطالعه موردی سه مؤسسه در انگلستان، دو فصلنامه علمی پژوهشی دین و ارتباطات، سال ۲۹، شماره اول.
۷. بشیر، حسن و روحانی، محمدرضا (۱۳۸۸). نظریه هم‌فرهنگی و گروه‌های هم‌فرهنگ: مطالعه مناسبات مسلمانان در آمریکا، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، تابستان ۱۳۸۸، دوره ۲، شماره ۲ (پیاپی ۶).
۸. بهمن نژاد، آرشام (۱۳۹۸). سفرنامه عراق.
۹. بیگزاد، روح‌اله و حق‌پناه، جعفر (۱۳۹۷). بررسی ارتباطات میان‌فرهنگی کردهای ایران با اکراد شمال عراق، مرکز مطالعات راهبردی روابط فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سال چهارم، شماره نهم.
۱۰. پژوهشکده تحقیقات اسلامی، جنبش‌ها و نهضت‌های سیاسی اسلام معاصر، قم: زمزم هدایت.
۱۱. دورکیم، امیل (۱۳۸۳). صور بنیانی حیات دینی، ترجمه باقر پرهام. تهران: نشر مرکز.
۱۲. شاکریان، حمیدرضا (۱۳۹۰). چرا دین؟ چرا اسلام؟ چرا تشیع؟، قم: دفتر نشر معارف.
۱۳. عمیدزنجانی، عباسعلی (۱۳۶۱). بنیادهای ملیت در جامعه ایده‌آل اسلامی، واحد تحقیقات اسلامی، تهران: ایران.
۱۴. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۹۶). رسانه‌ها و ارتباطات میان‌فرهنگی بین جهان ایرانی و جهان عربی، مجله مطالعات روابط فرهنگی بین‌المللی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، سال دوم، شماره اول.
۱۵. گادیکانست، ویلیام، بی (۱۳۹۶). نظریه‌پردازی درباره ارتباطات میان‌فرهنگی، ترجمه دکتر حسن بشیر و همکاران، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
۱۶. مرندی، محمدرضا (۱۳۸۸)، مجموعه مقالات دومین همایش مردم سالاری دینی، ج ۱، تهران: دفتر نشر معارف.
۱۷. مطهری، مرتضی (۱۳۵۸). مجموعه آثار استاد شهید مطهری، جلد ۲۵.
۱۸. نصر، حسین (۱۳۸۲). آرمان‌ها و واقعیت‌های اسلام، ترجمه انشاء... رحمتی، تهران: جامی.
۱۹. شریف‌الرضی، محمدبن حسین؛ نهج‌البلاغه، قم: دارالهجره.
۲۰. یکتا، حسن (۱۳۸۱). جنگ ایران و عراق: اختلافات تاریخی، نشریه زمانه، شماره یک.

دالالت‌های راهبردی ارتباطات میان‌فرهنگی برای همگرایی اسلامی ... / علی احمدی، محمدحسین شجاعی و  ۳۷

۲۱. یوسفی، علی و ورشوئی، سمیه (۱۳۸۸). سفر زائرین خارجی به مشهد و تأثیر آن بر ارتباطات میان‌فرهنگی اجتماعات شیعی، فصلنامه انجمن ایرانی فرهنگی و ارتباطات، سال ششم، شماره ۱۸.

۲۲. یوسفیان، نعمت‌ا... (۱۳۷۹). شخصیت و دیدگاه‌های فقهی امام خمینی، قم: مرکز تحقیقات اسلامی.

۲۳. Gudykunst, William, ۲۰۰۵, Theorizing about Intercultural Communication, Sage Publications.

