



Islamic communications and communication convergence in the Islamic world

Sayed Asef Kazemi¹

Abstract

Unity and convergence is one of the important needs and goals of Islamic Sharia and the concern of Islamic reformers; despite this, the Islamic world is still facing the crisis of disunity and divergence. The purpose of the present research is to investigate formulating a communication-oriented convergence solution in response to the crisis of divergence in the Islamic world. This research focuses on this hypothesis that the Islamic world before anything else needs "Islamic communication for achieving convergence and communication is an important and necessary condition for convergence. The findings of the discussion, which applied on the theory of communication, show that public unity and the formation of convergence in the Islamic world will be possible with the expansion of Islamic communication in the economic, political, social and cultural fields. The Islamic world has valuable backgrounds, elements and institutions of communication. Referring to some of them includes Qabalah Haj, history, culture and civilization, resources and advantages, religious leaders, reformers and personalities. Also media and institutions such as the Islamic cooperation organization, which has many communicative plans such as cultural strategy of the Islamic world, political strategy and also economic strategy for connecting Islamic countries and Muslim world with each other. As a result, the solidarity and convergence between Muslims and Islamic countries will increase by the expansion of cultural, political, social and especially economic connections and will lead to the formation of convergence in the Islamic world.

Keywords: Communication convergence, cultural communication, energy, pilgrimage, Islamic Development Bank.

¹ Ph.D in modern Islam and professor at the institute for the study of Islamic history and Civilization. Email: Kazemi.asef@gmail.com



ارتباطات اسلامی و هم‌گرایی ارتباطی در جهان اسلام

دکتر سید آصف کاظمی^۱

تاریخ دریافت: ۱۶/۱۰/۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۲/۱۲/۱۴۰۲

چکیده

وحدت و هم‌گرایی از ضروریات و اهداف مهم شریعت اسلامی و دغدغهٔ مصلحان اسلامی است؛ با وجود این، جهان اسلام همچنان با بحران تفرقه و واگرایی روبه‌رو است. هدف از پژوهش حاضر، بررسی چگونگی صورت‌بندی راهکار هم‌گرایی ارتباطات‌محور در پاسخ به بحران واگرایی جهان اسلام است. تحقیق حاضر بر این فرضیه استوار است که جهان اسلام پیش از هر امری، نیازمند «ارتباطات اسلامی» برای رسیدن به هم‌گرایی است و ارتباطات شرط مهم و ضروری هم‌گرایی به شمار می‌آید. یافته‌های بحث که بر اساس نظریهٔ ارتباطات گردآوری شده‌اند، نشان می‌دهند که وفاق عمومی و شکل‌گیری هم‌گرایی در جهان اسلام با گسترش ارتباطات اسلامی در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی امکان‌پذیر خواهد بود. جهان اسلام دارای زمینه‌ها، عناصر و نهادهای ارتباطی ارزشمندی است؛ مانند قبله، حج، تاریخ، فرهنگ و تمدن، منابع و منافع، مشاهد و مراقد پیشوایان دینی، شخصیت‌ها و مصلحان، رسانه‌ها و نهادهایی مانند سازمان همکاری اسلامی که طرح‌های ارتباطی مانند استراتژی فرهنگی جهان اسلام، استراتژی سیاسی و استراتژی اقتصادی را در دستور دارد و تلاش می‌کند مسلمانان و کشورهای اسلامی را با یکدیگر مرتبط سازد. در نتیجه، همبستگی و هم‌گرایی بین مسلمانان و کشورهای اسلامی با گسترش ارتباطات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و به‌ویژه اقتصادی افزایش یافته و شکل‌گیری هم‌گرایی در جهان اسلام را موجب خواهد شد.

واژگان کلیدی: هم‌گرایی ارتباطی، ارتباطات فرهنگی، انرژی، زیارت، بانک توسعهٔ اسلامی.

^۱ دکتری معاصر اسلام و استاد مجتمع آموزش تاریخ و تمدن اسلامی ایمیل: Kazemi.asef@gmail.com

وحدت، هم‌گرایی و یکپارچگی جهان اسلام از موضوعاتی هستند که طی قرن‌ها همواره در منابع، آموزه‌های دینی، اندیشه و رفتار رهبران دینی و سیاسی جهان اسلام با فراز و نشیب دنبال شده است و دارای پیشینه‌ای به طول تاریخ اسلام است؛ این امر در تاریخ معاصر به آرزو و هدف اصلی مصلحان اسلامی و جنبش‌های سیاسی-اجتماعی و حتی فکری مبدل شده است. متفکران و دولت‌مردان اسلامی پاسخ‌های ارزشمندی برای این مسئله و بحران ارائه داده‌اند که متأسفانه به دلایل مختلفی تاکنون ناکام مانده است؛ از طرفی دیگر، آینده مطلوب جهان اسلام در گرو وحدت و هم‌گرایی امت اسلامی است. کشورهای اسلامی تنها در شرایطی می‌توانند به‌عنوان قطب قدرتمند در جهان آینده ایفای نقش کنند که به هم‌گرایی رهنمون شوند که در گرو چاره‌اندیشی و آینده‌اندیشی برای فرصت‌های پیش رو است. در این تحقیق، به دنبال وفاق عمومی و ترسیم هم‌گرایی در جهان اسلام بر اساس نظریه ارتباطات از طریق گسترش ارتباطات اسلامی هستیم که امروزه یکی از اساسی‌ترین روش‌ها در بالا بردن روابط ارتباطات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی بین کشورها است. مسلمانان و کشورهای اسلامی دارای زمینه‌های فراوانی در دین، تاریخ، فرهنگ و تمدن، منابع و منافع هستند؛ از این رو، همبستگی و هم‌گرایی بین مسلمانان و کشورهای اسلامی با گسترش و پایداری به این ارتباطات افزایش و شکل‌گیری هم‌گرایی در جهان اسلام را تسریع می‌یابد.

۱. مفاهیم، روش و چهارچوب نظری

لازم است قبل از پرداختن به هم‌گرایی ارتباطی، برخی از مفاهیم کلیدی آن مفهوم‌شناسی و تبیین شوند.

۱-۱. جهان اسلام

ملاک و معیارهای متفاوتی را می‌توان برای تعریف جهان اسلام در نظر گرفت و ارائه یک معیار و شاخص فراگیر برای تعریف این مفهوم، امکان‌پذیر نیست. مفهوم جهان اسلام در دهه‌های اخیر رواج یافته است و مرگب از دو واژه «جهان» و «اسلام» است که به تدریج در ترکیب‌های گوناگون و با کاربردهای مختلف به کار رفته است. به مجموعه‌ای از کشورها با ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی خاص که مشخصه اصلی و مشترک اعضای یک کل در قرن اخیر است، واژه جهان اطلاق گردیده است. اصطلاح



جهان اسلام، اول بار در سال ۱۹۰۶ در کتاب ساموئل مارینوس زویمر^۱ با عنوان «The Mohammadan world of today» ذکر شده است که قبل از آن جغرافی دانان متقدم اسلامی از اصطلاح سرزمین‌های اسلامی، مملکت اسلامی، مملکت اسلام و بلاد اسلامی استفاده می‌کردند (مؤمنی، ۱۳۸۶: ۱-۳) اندیشمندان، معیارها و رویکردهای فرهنگ محور (مستوفی‌الممالکی، ۱۳۸۲: ۱۵؛ شولتسه، ۱۳۸۹: ۱)، جمعیت محور (اسعدی، ۱۳۶۶: اول) و کشور محور یا عضویت در سازمان همکاری اسلامی (گلی‌زواره، ۱۳۷۲: ۶۱) را برای تعریف این مفهوم در نظر گرفته‌اند. مفهوم جهان اسلام تاکنون تغییر و تحول زیادی یافته است و نمی‌توان امروزه عنصر دولت، ملت و امت را از تعریف این مفهوم حذف کرد؛ زیرا مفاهیم دولت و ملت از عناصر کلیدی جهان امروز است و عنصر امت نیز پیشینه تاریخی این مفهوم را تشکیل می‌دهد که مفاهیمی مانند «دارالاسلام» نشانگر آن است. در نتیجه، می‌توان گفت جهان اسلام عبارت است از مجموعه‌ای از گروه‌ها و کشورها که آنان را ویژگی‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، تمدنی، تاریخی و فرهنگی خاص، به‌عنوان یک کل پیوسته با یکدیگر مرتبط می‌سازند و از طریق گسترش همان ویژگی‌ها، پایبندی و ارتباط خود را حفظ و در جهت یکپارچگی آن تلاش می‌کنند.

۲-۱. هم‌گرایی

یکی از مفاهیمی که باید بررسی شود، مفهوم هم‌گرایی^۲ است. نظریه هم‌گرایی، محصول تفکر و بیش گروه‌هایی است که تعدد واحدهای سیاسی و حاکمیت ملی دولت‌ها را عامل بروز جنگ و نزاع می‌دانستند؛ بنابراین، تمام تلاش خود را برای ایجاد سازمان‌های فراملی اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی به کار گرفتند تا با ایجاد فضا برای همکاری میان دولت‌ها سطح تعارض و مناقشه‌ها را بکاهند. دیوید میترانی^۳ هم‌گرایی را در میانه جنگ‌های جهانی به‌عنوان نظریه مطرح کرد. طبق نظریه میترانی، پیچیدگی روزافزون نهادهای حکومت موجب کاهش اهمیت کارشناسان سیاسی و سیاست‌مداران گردیده و در عوض، کفه را به سمت کارشناسان فنی که با فعالیت‌های سیاسی سروکار چندانی ندارند، سنگین کرده است. میترانی برای توضیح نظریه خود از اصطلاح «تسری» یا «گسترش»^۴ استفاده می‌کند؛ برای نمونه از نظر وی، همکاری در زمینه نفت ممکن

¹ Samuel Marisnus Zwemer

² Integration.

³ David Mitrany

⁴ Ramification

است به همکاری در زمینه پتروشیمی، حفاظت محیط‌زیست و حمل‌ونقل نیز منجر شود. میترانی معتقد است که ایجاد شبکه گسترده از نهادهای اقتصادی و اجتماعی بین‌المللی که زمینه‌ساز هم‌گرایی بین‌المللی هستند، بهترین راه برای مقابله با وضعیت بحرانی واگرایی است (دوئرتی و فالتزگراف، ۱۳۸۴: ۶۷۹-۶۶۶)

هم‌گرایی، فرایندی است که بازیگران سیاسی چندین واحد ملی مجزا طی آن ترغیب می‌شوند تا وفاداری‌ها، فعالیت‌های سیاسی و انتظارات خود را به سوی مرکز جدیدی معطوف دارند که نهادهای آن مرکز از صلاحیتی برخوردار هستند که دولت‌های ملی موجود را تحت پوشش خود بگیرند یا چنین صلاحیتی را می‌طلبند (دوئرتی و فالتزگراف، ۱۳۸۴: ۶۹۷؛ کاظمی، ۱۳۷۷: ۳؛ سیف زاده، ۱۳۸۴: ۱۹۲) در تعریفی دیگر، هم‌گرایی عبارت است از شرایطی که سازمان‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و دستگاه‌های ارتباطی واحدهای مختلف با حذف عوامل اختلافی و تعصب‌برانگیز به نفع اهداف جمعی و منافع مشترک در آن، به‌گونه‌ای به یکدیگر نزدیک می‌شوند که نظام جدیدی از روابط، جایگزین نظام پیشین می‌گردد (سیف‌زاده، ۱۳۸۴: ۱۹۲).

۱-۳. هم‌گرایی ارتباطی

به‌طورکلی، نظریه‌های «فدرالیسم»^۱، «ارتباطات»^۲، «کارکردگرایی»^۳ و «نوکارکردگرایی»^۴ در هم‌گرایی از اهمیت بیشتری برخوردار هستند. نظریه ارتباطات از نظریه‌های مطرح هم‌گرایی است؛ تأکید اصلی طرف‌داران این نظریه بر ارتباطات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. آن‌ها معتقدند افزایش ارتباطات کشورها همبستگی آنان را گسترش می‌دهد و در نهایت، این امر منجر به هم‌گرایی می‌شود. گسترش ارتباطات در سطح جهانی سبب ایجاد هویت جمعی و بین‌المللی می‌شود که این حرکت از ملی‌گرایی به سمت جهان‌گرایی محسوب می‌شود. بسیاری از نویسندگان هم‌گرایی بر ابزارهای ارتباطی مانند تجارت، مسافرت، پست، تلفن، رادیو و سایر ابزارهای فنی به‌عنوان شاخص‌های هم‌گرایی تأکید می‌کنند.

¹ federalism

² communications

³ functionalism

⁴ neo- functionalism



«کارل دویچ»^۱ و «ارنست هاس»^۲ بیش از سایر نویسندگان بر مبادلات و ارتباطات تأکید دارند (دوئرتی و فالتزگراف، ۱۳۸۴: ۶۷۱ و ۶۹۷) دویچ معتقد است که جامعه فراملی در صورتی شکل می‌گیرد که اعضای آن نسبت به یکدیگر وابستگی متقابل داشته باشند و این تنها از طریق شبکه‌ای از ارتباطات متقابل محقق می‌گردد (ولایتی و سعید محمدی، ۱۳۸۹: ۱۵۱)؛ از نظر وی، ارتباطات نقش بزرگی در نزدیک شدن جوامع بازی می‌کنند، در نتیجه، هرچه ارتباطات در زمینه‌های مختلف از جمله حمل و نقل، گردشگری، پست، مهاجرت و... بیشتر باشد، جوامع به یکدیگر نزدیک‌تر می‌شوند، به همکاری و هم‌پذیری روی می‌آورند و زمینه‌های هم‌گرایی شکل می‌گیرد (کاظمی، ۱۳۷۷: ۳۸). دویچ معتقد است که تعامل بین دولت‌ها منجر به تشکیل «جوامع امنیتی»^۳ یا نظام‌های سیاسی- اجتماعی ادغام‌شده می‌گردد؛ او درباره رابطه هم‌گرایی و ارتباطات می‌گوید: «کشورها جوامعی هستند که به وسیله ابزارهای ارتباطی و سامانه‌های حمل و نقل به یکدیگر پیوند می‌خورند و درحالی که به هم وابسته می‌شوند، روند هم‌گرایی را طی می‌کنند.» (ولایتی و سعید محمدی، ۱۳۸۹: ۱۵۱) در نتیجه، برای تحقق وحدت و هم‌گرایی به فعالیت‌ها، اقدامات، مبادلات و ارتباطات نیاز داریم و نه توانایی و ظرفیت‌های نظامی و موازنه قدرت بین واحدهای درگیر (کاظمی، ۱۳۷۷: ۴۸۸).

مفهوم هم‌گرایی اسلامی بیشتر برای توصیف آن دسته از جوامع و جریان‌های اسلامی به کار می‌رود که خواستار همکاری، هم‌پذیری، ارتباط میان دولت‌ها و ملت‌های اسلامی هستند. می‌توان هم‌گرایی ارتباطی را گفتمانی به شمار آورد که بازیگران و نخبگان اسلامی به دنبال مفهوم مرکزی «ارتباطات اسلامی» در قالب ارتباطات فرهنگ، سیاست و اقتصاد جوامع اسلامی هستند. در هم‌گرایی ارتباطی، جهان اسلام قادر خواهد بود هم‌گرایی را با استفاده از ظرفیت‌ها و امکانات درونی خویش شکل دهد و به قطب بین‌المللی تبدیل گردد؛ از این رو، مهم‌ترین زمینه برای رسیدن به هم‌گرایی در جهان اسلام ارتباطات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی به شمار می‌روند.

¹ Karel Deutsch

² Ernest Hass

³ security community

۲. ارتباطات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در جهان اسلام و مسئله هم‌گرایی

ارتباطات با انتقال میراث و ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی موجب همبستگی و پیوندهای اجتماعی در جامعه می‌گردند و افراد و جوامع مجزا را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. در نتیجه، گسترش ارتباطات، همچنان که در سطح ملی موجب تحکیم هویت ملی می‌گردد، در سطح بین‌المللی نیز به هم‌گرایی منجر خواهد شد. ارتباطات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مهم‌ترین وسیله در هم‌گرایی ارتباطی برای رسیدن به هم‌گرایی هستند.

۱-۲. ارتباطات فرهنگی در جهان اسلام

فرهنگ و ارتباطات فرهنگی، سنگ بنای جوامع انسانی به شمار می‌روند. مقصود از ارتباطات فرهنگی، فرایند تماس با فرهنگ‌های دیگر است که می‌تواند یک‌سویه یا دوسویه باشد. در صورتی که ارتباطات فرهنگی دوسویه باشد، دادوستد یا مبادله فرهنگی پدید می‌آید (ساروخانی، ۱۳۸۰: ۱۶۰)؛ اگر این ارتباط مثبت و پرجاذبه باشد، اعضا برای به دست آوردن تلاش می‌کنند که چنین ارتباطی را به دلیل منجر شدن به انتقال فرهنگ مورد نظر، «ارتباط فرهنگی»^۱ گویند (هیئت مؤلفان، ۱۳۶۸: ۲۰۵-۲۰۶).

ارتباطات فرهنگی فراتر از دیپلماسی فرهنگی است. دیپلماسی فرهنگی بیشتر شامل فعالیت‌های فرهنگی رسمی میان دولت‌ها است؛ در حالی که ارتباطات فرهنگی، علاوه بر فعالیت‌های فرهنگی رسمی دولت‌ها، شامل فعالیت‌های فرهنگی کلیه مؤسسات و نهادهای خصوصی و غیردولتی می‌گردد. آنچه موجب گسترش مطالعات فرهنگی در رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی در دهه‌های اخیر گردیده است، تعامل، مهاجرت و افزایش بی‌سابقه ارتباطات در سطح بین‌المللی و آمیختگی میان اقتصاد، فرهنگ و سیاست است که در نتیجه، بازتاب این آمیختگی در سیاست خارجی آن‌ها است (شمسینی غیاثوند، ۱۳۹۵: ۲۹). تبادل و ترجمه کتاب، نمایش فیلم، تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی به زبان مقصد، موسیقی، رسانه‌های اجتماعی، اعزام گروه‌های ورزشی، جذب گردشگر، اعطای بورسیه‌های تحصیلی، آموزش و ترویج زبان ملی، شرکت در اجلاس‌های علمی، تبادل استاد و دانشجو میان دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی و تحقیقاتی و برگزاری نمایشگاه‌های مختلف فرهنگی از جمله در زمینه آداب و رسوم مردم کشورها از عوامل و مصادیق ارتباطات فرهنگی هستند (جمشیدی، سلطانی‌نژاد و بیات، ۱۳۹۵: ۴۶). نیاز به



¹ Cultural Communication

تبادل و تعامل با گسترش ارتباط فرهنگی ضرورت بیشتری پیدا می‌کند و بستر همکاری و هم‌گرایی در عرصه‌های فرهنگ، سیاست و اقتصاد فراهم می‌آید.

کشورهای اسلامی دارای عمیق‌ترین اشتراکات فرهنگی هستند که زمینه بسیار خوبی را برای هم‌گرایی فراهم ساخته‌اند. بهره‌گیری از ارزش‌ها، زمینه‌ها و علایق مشترک فرهنگی از عناصر مهم هم‌گرایی به شمار می‌روند؛ کشورهای اسلامی در این زمینه‌ها از جایگاه مناسبی برخوردار هستند که می‌توان به ویژگی‌های مشترک فرهنگی تاریخی، وحدت طبیعی و جغرافیایی، تمدنی، روابط عاطفی و... اشاره کرد. زمینه‌ها و عوامل مذکور تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر شکل‌گیری تشکلهای بین‌المللی و منطقه‌ای و پدیدار شدن فرایند هم‌گرایی دارند (احمدی‌پور، ۱۳۸۹: ۸۲-۸۳؛ کاظمی، ۱۳۹۶: ۱۱۶-۱۲۴؛ شوشتری، ۱۳۸۳: ۷۱-۱۰۰).

دین اسلام، مهم‌ترین عامل مشترکی است که ارتباطات کشورهای اسلامی را تسهیل می‌نماید. قرآن کریم، وجود مقدس پیامبر (صلی الله علیه و آله)، دوستی و مودت با خاندان آن حضرت و مراسم حج از مصادیق اصلی ارزش‌های مشترک وحدت اسلامی هستند. علامه شرف‌الدین خطاب به «مجمع علمی عربی» در دمشق چنین اشاره می‌نماید: «امیدوارم که رجال آن مجمع و همه مسلمانان بر ویژگی‌ها و اشتراک‌های مذهبی خود تأکید کنند و اهل مذهبی بر مذهب دیگر تعصب نورزند تا آنکه همه آزاد باشند، برای پیروی از دلیل شرعی که به آنان تقدیم می‌گردد؛ همان‌گونه که پیشینیان ما در صدر اسلام چنین کردند.» (شرف‌الدین الموسوی، بی‌تا: ۱۰) تعلق خاطر به یک فرهنگ و تمدن و عناصر فرهنگی مانند هنجارها، ارزش‌ها، آداب، رسوم، سنن، رفتارها و منش‌های خاص جامعه، گذشته تاریخی و احساس دل‌بستگی به آن و احساس هویت تاریخی، پیونددهنده نسل‌های مختلف به یکدیگر هستند و مانع جدایی نسلی از تاریخش می‌گردد (معمار، ۱۳۷۸: ۱۷)؛ از این رو، این عناصر فرهنگی از مهم‌ترین زمینه‌های فرهنگی هم‌گرایی به حساب می‌آیند.

پس از شکل‌گیری دولت‌های مستقل اسلامی و به‌وسیله این دولت‌ها و نخبگان، تلاش‌ها برای ارتباطات فرهنگی در جهان اسلام و هم‌گرایی فرهنگی جهت تقویت این‌گونه ارتباطات شدت بیشتری یافت و این تلاش‌ها با تأسیس سازمان همکاری اسلامی، سامان‌مند و هدایت‌یافته‌تر گردید. «استراتژی فرهنگی» سازمان همکاری اسلامی یکی از طرح‌های مهم ارتباطات فرهنگی است. در آخرین اقدام سازمان مذکور، وزرای امور خارجه کشورهای عضو به این جمع‌بندی رسیدند که فعالیت در عرصه‌های فرهنگی



و علمی بهترین بستر برای نزدیک شدن مواضع کشورهای اسلامی است؛ به همین منظور سازمان علمی، فرهنگی و آموزشی اسلامی (آیسسکو) در ژانویه ۱۹۸۱ تأسیس گردید. با تأسیس آیسسکو عرصه مناسبی فراوی کشورهای اسلامی قرار گرفت و زمینه‌ای شد تا این کشورها با همکاری در زمینه‌های فرهنگ، علوم و آموزش برای نزدیک کردن کشورهای اسلامی به یکدیگر تلاش نمایند (کریمی، ۱۳۸۶: ۶۴)

تقویت و پایداری همکاری بین کشورهای عضو کنفرانس در زمینه آموزش، علوم، فرهنگ، ارتباطات، توسعه علوم کاربردی و استفاده از فناوری‌های پیشرفته در چهارچوب ارزش‌ها و آرمان‌های متعالی اسلامی، تحکیم تفاهم میان ملل اسلامی و کمک به تحقق صلح و امنیت جهانی از راه‌های مختلف به‌ویژه آموزش، علوم، فرهنگ، ارتباطات، ایجاد هماهنگی بین نهادهای تخصصی سازمان همکاری اسلامی برای تحکیم همبستگی اسلامی، اساس قرار دادن فرهنگ اسلامی در برنامه‌های درسی مقاطع آموزشی، تحکیم فرهنگ اصیل اسلامی و پاسداری از استقلال تفکر اسلامی در مقابله با تهاجم فرهنگی و عوامل تحریف، حفظ ویژگی‌های اصلی تمدن اسلامی، پاسداری از هویت اسلامی مسلمانان در کشورهای غیرمسلمان از اهداف آیسسکو هستند (کریمی، ۱۳۸۶: ۶۵). این فعالیت‌ها به‌منظور تحقق هدف کلی شکل‌دهی به امت اسلامی، تقویت هم‌گرایی و بهبود جایگاه ملل اسلامی در جهان است (شوشتری، ۱۳۸۳: ۱۰۱-۱۵۲؛ کریمی، ۱۳۸۶: ۶۵).

تلاش‌های مشترک اسلامی برای همبستگی و همچنین نوسازی شیوه‌های همکاری و همیاری سازمان، سرانجام با تصویب «استراتژی فرهنگی جهان اسلام» در ششمین کنفرانس سران، در دسامبر ۱۹۹۱، فصل تازه‌ای را در عرصه تلاش‌های فرهنگی اسلامی جهت تحکیم هم‌گرایی و وحدت اسلامی گشود (دفتر سازمان‌های بین‌المللی و سازمان کنفرانس اسلامی، ۱۳۸۰: ۳ و ۱۱۹-۱۲۰)؛ بدین ترتیب سازمان آیسسکو پیش‌نویس سند استراتژی فرهنگی جهان اسلام را به اجلاس وزرای فرهنگ کشورهای اسلامی تقدیم کرد. شیوه‌های مهم تحقق این هدف که در سند استراتژی جهان اسلام به آن‌ها اشاره شده است عبارت‌اند از گسترش فرهنگ اسلامی و زبان قرآن در سطح جهان و همکاری با سازمان‌های علمی، فرهنگی و آموزشی و نهادهای اسلامی برای برنامه‌ریزی و حمایت از طرح‌های مناسب؛ حمایت از سازمان‌های فعال در امور آموزشی، علمی، فرهنگی و ارتباطات برای گسترش اهداف سازمان آیسسکو؛ حمایت از دانشگاه‌ها، دانشکده‌ها و



¹ isesco

مؤسسات دولتی و خصوصی؛ فرهنگ اسلامی و اصلاح برنامه‌های آموزشی، کتاب‌های درسی و روش‌های تدریس آن‌ها به منظور تحقق تکامل فرهنگی؛ تقویت مراکز و نهادهای تخصصی برای حمایت از فعالیت‌های علمی و آموزشی افراد، سازمان‌ها، انجمن‌های خیریه و مراکز اسلامی فعال در ترویج فرهنگ اسلامی؛ تشویق و حمایت تلاش‌های کشورهای عضو به تهیه برنامه‌های آموزشی، فنی و آموزش عملی و حمایت از این برنامه‌ها؛ تشویق محققان و مبتکران مسلمان؛ کمک به دانشگاه‌های کشورهای اسلامی و غیراسلامی و تشویق آن‌ها به ایجاد کرسی‌ها، مؤسسات و گروه‌های مطالعات و فرهنگ اسلامی و برقراری همکاری مؤثر میان آن‌ها؛ ترویج فعالیت‌های تحقیقی و مطالعاتی برای توسعه و ارتقای آموزش در کشورهای اسلامی و القای ویژگی اسلامی به تمامی ابعاد تمدن، هنر و فرهنگ؛ برگزاری اجلاس‌ها، هم‌نشست‌ها و هم‌اندیشی‌ها و تشویق به تأسیس نهادهای آموزشی و علمی با همکاری دولت‌ها، سازمان همکاری اسلامی و مجامع و سازمان‌های فعال در زمینه‌های آموزش، علوم، فرهنگ و ارتباطات؛ هماهنگی و همکاری میان مؤسسات و سازمان‌های اسلامی؛ تأکید بر همبستگی اسلامی در رهنمودهای فرهنگی؛ اجرای پروژه‌های بزرگ فرهنگی همچون انتشار دائرةالمعارف‌ها، ترجمه آثار اسلامی و تحقیق در آثار کلاسیک؛ هماهنگی مواضع کشورهای اسلامی در محافل بین‌المللی به منظور تضمین دفاع مؤثر از مسائل و منافع امت اسلامی از جمله حمایت از مقدسات و دفاع از حقوق اقلیت‌های مسلمان (دفتر سازمان‌های بین‌المللی و سازمان کنفرانس اسلامی، ۱۳۸۰: ۱۲۳-۱۳۱؛ شوشتری، ۱۸۳: ۱۱۱-۱۲۰).

در استراتژی فرهنگی جهان اسلام با نحوه تقریب مذاهب اسلامی، تنوع فرهنگی، اجرای فرهنگ اسلامی در غرب، استفاده از توانایی مسلمانان در غرب و برگزاری اجلاس‌ها و همایش‌های فرهنگی بین‌المللی تلاش شده جهت تقویت هویت اسلامی میان کشورهای اسلامی حرکت شود که سازمان فوق، کلیه فعالیت‌ها و برنامه‌های فرهنگی خود را برای تحقق آن حول موضوعات اساسی ذیل تنظیم و اجرا می‌کند.

۲-۲. ارتباطات اجتماعی و سیاسی در جهان اسلام

از عناصر مهم ارتباطی هم‌گرایی در جهان اسلام، ارتباطات اجتماعی و سیاسی است. در شکل‌گیری هم‌گرایی، برخی از نظریه‌پردازان مانند کئونان ۱ و نای ۲ برای ارتباطات

¹ R.O. Keohane

² J. S. Nye

اجتماعی اهمیت بیشتری نسبت به عوامل دیگر قائلند. دویچ نیز توسعه ارتباطات اجتماعی ۱ را در ایجاد هویت نزدیک و هم‌گرایی، فوق‌العاده دارای اهمیت می‌داند (کولایی، ۱۳۷۹: ۱۵۷).

بدون شک، زندگی اجتماعی بدون ارتباطات و نظامی از تبادل متقابل پیام‌ها بین افراد، ناممکن است. ارتباطات از هر شکل، به‌عنوان مجموعه‌ای از رسانه‌های حامل پیام، نقش مهمی در شکل‌گیری جوامع بشری دارند. ارتباطات اجتماعی به‌منظور سروسامان دادن به ابعاد مختلف ارتباطات جوامع و مظاهر وجودی آن به خدمت بشر آمده است تا وسایل ارتباطی و اطلاع‌رسانی گسترده و پیچیده مانند رادیو، تلویزیون، مطبوعات و بسیاری دیگر از مظاهر علم و فناوری را در خدمت اطلاع‌رسانی و ارتباط بین انسان‌ها قرار دهد.

متصدیان فرهنگ، هنر و رسانه‌ها، رهبران فکری، سیاسی و اجتماعی، اساتید دانشگاه‌ها، ارباب رسانه‌ها، ستاره‌های هنری و ورزشی به‌ویژه شخصیت‌های کاریزما از نظر ارتباطات اجتماعی نقش مهمی در این امر دارند. باید از سید جمال و شاگردانش یاد کرد که شخصیت‌های کاریزمایی بودند که در ارتباط و شکل‌گیری زمینه‌های هم‌گرایی در تاریخ معاصر نقش داشتند. مجموعه فعالیت‌های تقریبی سید جمال و شاگردان وی، نسل جدیدی از علما مانند شیخ محمد مصطفی مراغی، شیخ مصطفی عبدالرزاق، شیخ عبدالمجید سلیم، شیخ محمود شلتوت، محمدحسین کاشف‌الغطا، محمدجواد مغنیه و سید هبه‌الدین شهرستانی، آیت‌الله بروجردی، شیخ محمدتقی قمی و دیگران را تربیت کرد که دارای تفکر تقریبی و اجتهادی بودند.

شیخ محمدتقی قمی از شخصیت‌های تأثیرگذار ارتباطات برای هم‌گرایی در جهان اسلام است؛ وی در سال ۱۹۳۸ از لبنان به مصر رفت و با شیخ الازهر دیدار نمود. شیخ مصطفی مراغی با استقبال از ایده‌های تقریبی قمی، وی را تشویق نمود تا یک سلسله‌سخنرانی در دانشگاه الازهر ارائه کند و با شخصیت‌های مصری که با رویکرد تقریبی او هم‌نوایی دارند، دیدار کند. شیخ قمی در همین دوره با آیت‌الله بروجردی نیز دیدار کرد و شرح سفرش به مصر و اهدافش را با او در میان گذاشت؛ آیت‌الله بروجردی نیز از دغدغه‌ها و اهداف شیخ قمی حمایت کرد و به حامی وی در این مسیر بدل شد (امیر دهی، ۱۳۷۸: ۱۰۹-۱۲۰). انتشار مجله‌ای با عنوان «رسالة الاسلام» از اقدامات قمی بود که مطالب آن به‌وسیله علما و نخبگان شاخص جهان اسلام مانند محمدحسین



¹ Social Communications

کاشف‌الغطا، شیخ محمد شلتوت، محمدجواد مغنیه و سیده‌الهدیه‌الدین شهرستانی و با رویکرد تقریبی نگاشته می‌شد (سلمانی رحیمی، ۱۳۹۱: ۱۳۷-۱۴۵). از شخصیت‌های مهم کاریزمایی که ارتباط فرهنگی و اجتماعی میان جهان اسلام را دنبال نموده و برای هم‌گرایی جهان اسلام تلاش زیادی به خرج دادند می‌توان به امام خمینی (ره)، عبده، کوکبی، شرف‌الدین، کاشف‌الغطا و شیخ شلتوت اشاره کرد.

رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین عناصر ارتباطی هستند که اهمیت فراوانی در حلقه ارتباطات دارند. فرهنگ هم‌گرایی موجود در جامعه اسلامی در سطح بسیار پایینی قرار دارد و هیچ‌گاه ما را به هم‌گرایی نخواهد رساند؛ از این رو به فرهنگ‌سازی فرهنگ هم‌گرایی نیاز داریم که می‌توانیم به کمک راهکارهای اندیشمندان اسلامی و از طریق رسانه‌ها فرهنگ هم‌گرایی در جهان اسلام را نهادینه نماییم. چنانکه روشن و آشکار است که دشمنان گفتمان هم‌گرایی اسلامی از همه‌ی توان رسانه‌ای خود برای ارتباط نداشتن و ایجاد واگرایی در جهان اسلام بهره می‌گیرند و با سوءاستفاده فراوان از رسانه، عملیات روانی و تبلیغی و جنگ رسانه‌ای شدیدی را علیه وحدت و هم‌گرایی در جهان اسلام آغاز نموده‌اند (برای اطلاع بیشتر رک: افتخاری، ۱۳۸۸؛ شیرودی و کاظمی، ۱۳۹۰)، راه مقابله نیز ارتباطی و رسانه‌ای خواهد بود. اهتمام به رسانه و مطبوعات مانند انتشار مجله‌ی «رسالة الاسلام» در دوره‌هایی از تاریخ هم‌گرایی نشان‌دهنده درک اهمیت افکار عمومی، اثرگذاری بر آن و ایجاد فرصت برای ترویج اجتماعی افکار نخبگان تقریبی است.

ارتباطات سیاسی^۱، یکی از مسیرهای ارتباطی است که به ارتباطات هدفمند پیرامون سیاست گفته می‌شود و عمدتاً شامل همه‌ی شکل‌های ارتباطی برای کسب هدف‌های معین زیرنظر سیاست‌مداران و دیگر عاملان یا بازیگران سیاسی و غیرسیاسی مثل رأی‌دهندگان، روزنامه‌نگاران، گزارشگران خبری، سرمقاله‌ها و همه‌ی شکل‌های مباحثه رسانه‌ای می‌شود و نهادهای مؤثر مانند سازمان‌ها، احزاب، اتحادیه‌ها، دیوان‌سالاری‌های عمومی، مجراهای ویژه، رسانه‌های گروهی و سایر سازمان‌های فراگیر در مسیر ارتباط سیاسی بهره‌برداری می‌شوند.

غیر از شخصیت‌های کاریزماتیک، نهادی که ارتباطات سیاسی و اجتماعی میان مسلمانان و کشورهای اسلامی را برای تسهیل هم‌گرایی دنبال می‌کند، سازمان همکاری اسلامی است؛ این سازمان از آغاز پی همبستگی و هم‌گرایی کشورهای اسلامی بوده است و تلاش کرده موقعیت خود را به‌عنوان نهادی هم‌گرا تثبیت کند. یکی از تعاملات و

¹ Political communication



ارتباطات میان کشورهای اسلامی در زمینه سیاسی که تجربه ارزشمندی برای هم‌گرایی محسوب می‌شود، «استراتژی سیاسی» سازمان همکاری اسلامی است؛ موارد زیر از جمله اقدامات این سازمان در زمینه مذکور است که می‌توان به آن‌ها اشاره کرد:

الف. تأسیس کمیته سازش و آشتی منطقه‌ای: سازمان در اعلامیه کازابلانکا در نشست چهارم اجلاس، در سال ۱۹۸۴، به موضوع حل مسالمت‌آمیز اختلافات اختصاص داشت و بر تمایل کشورهای عضو به تأسیس «کمیته سازش و آشتی منطقه‌ای» به منظور پایان دادن به منازعات از طریق گفتگو و صلح تأکید کرده است (شوشتری، ۱۳۸۳: ۳۵).

ب. طرح تأسیس دادگاه بین‌المللی دادگستری اسلامی: این طرح از سوی دولت کویت در سومین کنفرانس سران اسلامی، در سال ۱۹۸۱ در مکه، مطرح شد و سرانجام در اجلاس پنجم، در سال ۱۹۸۷ در کویت، قطعنامه‌ای درخصوص تأسیس این دادگاه از سوی کنفرانس صادر گشت و دیوان عدل اسلامی به رسمیت شناخته شد. دادگاه با حضور هفت قاضی تشکیل شد و رسمیت پیدا کرد که انتخاب قضات دادگاه بین‌المللی عدل اسلامی در صلاحیت کنفرانس وزیران خارجه کشورهای عضو است (لومباردینی، ۱۳۸۲: ۱۶۳؛ سلیم و دیگران، ۱۳۷۶: ۱۲۱). حوزه اقتدار دادگاه عبارت است از مسائلی که دولت‌های عضو به اتفاق به دادگاه احاله می‌دهند؛ مسائلی که در معاهدات لازم‌الاجرا مطرح می‌گردند؛ تفسیر معاهدات و پیمان‌های دو یا چندجانبه؛ تحقیق در هر موضوعی از موضوعات حقوق بین‌الملل و تحقیق در مورد واقعه‌ای که موجب تزلزل در تعهدات بین‌المللی است (بررسی‌های بازرگانی، ۱۳۷۶: ۱۱).

ج. مبارزه با افراط‌گرایی و تروریسم: با گسترش فعالیت‌های تروریستی در سطح جهان، سازمان همکاری اسلامی نیز مانند سایر سازمان‌های بین‌المللی مخالفت جدی خود را با این پدیده اعلام داشت و بر ضرورت مبارزه جدی با آن تأکید نمود (سلیم و دیگران، ۱۳۷۶: ۱۶۸). در اجلاس ششم سازمان همکاری اسلامی که در سال ۱۹۹۱ در داکار برگزار گشت، بر هماهنگی و همکاری بین کشورهای عضو سازمان به منظور کنترل پدیده افراط‌گرایی و تروریسم تأکید شد و برنامه مبارزه با تروریسم در شکل‌های مختلف آن مورد توجه قرار گرفت (بلوچی، ۱۳۷۸: ۵۹).

د. تلاش برای رفع اختلافات بین دولت‌های عضو: سازمان همکاری اسلامی تلاش کرده نقش فعالی در بحران‌هایی مانند جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، اشغال کویت



به وسیله عراق، اختلافات داخلی افغانستان، نسل کشی در بوسنی و هرزگوین و بحران بالکان داشته باشد (سلیم و دیگران، ۱۳۷۶: ۱۶۸).

۲-۳. ارتباطات اقتصادی

یکی از مهم ترین عناصر ارتباطی برای شکل گیری هم گرایی، ارتباطات اقتصادی است. ارتباطات اقتصادی، اولین و ابتدایی ترین شرط رسیدن به هم گرایی به شمار می رود. نظریه پردازان هم گرایی، همکاری ها در امور اقتصادی را به عنوان قدم های بزرگ در امور هم گرایی می پندارند و مطالعه تجربه تاریخی از مبادلات و روابط اقتصادی این واقعیت را نشان می دهد که کاربست ارتباطات و تعامل های اقتصادی، یکی از موفق ترین تجربه ها اتحادیه اروپا است. منشأ اتحادیه اروپا از نظر اقتصادی به اتحادیه زغال و فولاد در سال ۱۹۵۳ و جامعه اقتصادی اروپا برمی گردد (نقیب زاده، ۱۳۸۲: ۴۰-۴۱) که با معاهده «رم» در سال ۱۹۵۷ بین ۶ کشور اروپایی شکل گرفت؛ با اضافه شدن اعضای جدید، اتحادیه اروپا بزرگ تر شد. در سال ۱۹۹۲، با امضای پیمان ماستریخت، اتحادیه اروپایی جایگزین جامعه اروپایی گردید. بنابر تجربه سازمان های بین المللی و منطقه ای، هم گرایی بین کشورهای یک منطقه تا زمانی روند روبه رشد دارد که سازمان ها بتوانند فعالیت هایی را که منافع مشخصی برای اعضا دارند، در دستور کار خود قرار دهند. در نتیجه، ارتباطات اقتصادی، یکی از ابزارهای مهم در پیشبرد اهداف بلندمدت رشد و توسعه اقتصادی کشورها نیز به حساب می آیند، نقطه تلاقی دیپلماسی و فعالیت های اقتصاد ملی و بین المللی بوده و فصل مشترک بین منافع اقتصاد ملی و سایر منافع سیاسی، امنیتی و فرهنگی کشورها در سطح نظام اقتصاد سیاسی جهان تعبیر می گردند (دامن پاک جامی، ۱۳۹۷: ۹۳).

۱-۲-۳. فرهنگ اقتصادی

از پیش شرط های توفیق هم گرایی در یک منطقه، گسترش فرهنگ سازی در این زمینه و تربیت نیرویی نخبگانی است که به حرکت جمعی، استقرار صلح و شکل گیری هم گرایی معتقد و وفادار باشند. از آنجاکه فرهنگ سازی بستری مناسب برای توسعه، تحول و هم گرایی است، ابتدا باید فرهنگ جامعه متحول گردد. در این زمینه، اسلام دارای فرهنگ اقتصادی منحصر به فردی است. در علم اقتصاد، کار به عنوان عنصر مهم تولید معرفی شده است (فرهنگ، ۱۳۷۱: ۱، ۱۱۴۵) و در جوامع توسعه یافته از ویژگی های فرهنگ اقتصادی به حساب می آید (سریع القلم، ۱۳۷۱: ۴۹). عنصر کار و تولید در اسلام از فرهنگ پویا در

¹ Economic communications

اقتصاد اسلامی حکایت دارد. در منابع اسلامی سفارش‌های فراوانی به کار کردن، تولید و اشتغال شده است (هود: ۶۱). پیامبر مکرم اسلام (صلی الله علیه وآله) در این باره می‌فرماید: «به دست آوردن مال حلال برای تأمین زندگی و گذران معاش، بر هر مرد و زن مسلمانی واجب است.» (فرید، ۱۳۶۶: ۲، ۸) روایات فراوانی نیز در این زمینه از پیشوایان دینی داریم (مفید، ۱۳۷۲: ۲، ۲۹۸؛ هدایتی‌زاده، ۱۳۷۷: ۲۰). عدالت اجتماعی، مالکیت، نکوهش فقر و ایجاد رفاه عمومی از نمودهای دیگر فرهنگ اقتصادی در اسلام هستند.

۲-۳-۲. ژئوپلیتیک و موقعیت جغرافیایی

ژئوپلیتیک، پیوستگی، مرز مشترک و در مجموع جغرافیا از زمینه‌ها و بسترهای سازنده دیگر و عامل هم‌گرایی هستند. جهان اسلام در زمینه موقعیت جغرافیایی نیز زمینه مناسبی برای هم‌گرایی دارد. در حال حاضر، کشورهای اسلامی در سرزمینی با وسعتی بیش از ۱۱ هزار کیلومتر طول و ۵ هزار کیلومتر عرض واقع شده‌اند (عزتی، ۱۳۷۱: ۱۶۳)؛ بنابراین، جهان اسلام دارای مناطق حیاتی و جغرافیای سیاسی کاملاً منحصر به فردی است که سیطره بر این مناطق، در قلب راهبردهای نیروهای داخلی و بین‌المللی قرار دارد (نصری، ۱۳۹۳) و ظرفیتی مهم و بستری مناسب برای هم‌گرایی به حساب می‌آید (کاظمی، ۱۳۹۶: ۱۲۰).

۲-۳-۳. انرژی

منابع سرشار انرژی در کشورهای اسلامی، یکی از مهم‌ترین زمینه‌ها و بسترهای ارتباطات اقتصادی به حساب می‌آیند. وجود منابع عظیم نفت و گاز در سرزمین‌های اسلامی موقعیت بی‌بدیلی به این کشورها بخشیده است؛ زیرا حیات اقتصادی جهان صنعتی به نفت و انرژی وابسته است. منطقه خاورمیانه که ثقل و هسته جهان اسلام و بزرگ‌ترین مخزن انرژی در جهان است، یکی از نقطه‌قوت‌های جهان اسلام به شمار می‌آید؛ تنها مخازن خلیج فارس حدود ۶۶ درصد از ذخایر نفتی جهان و حدود ۳۰ درصد کل ذخایر گازی جهان را دارد (عسگری، ۱۳۸۳: ۱۲-۲۴). در نتیجه، جهان اسلام با داشتن حجم بزرگی از انرژی و با تجربه همکاری اقتصادی اتحادیه اروپا (جامعه زغال و فولاد) می‌تواند به سمت همکاری و هم‌گرایی پیش رود.

۲-۳-۴. گردشگری به‌ویژه گردشگری دینی

توریسم و گردشگری از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطات اقتصادی به شمار می‌رود. صنعت گردشگری در قرن اخیر رشد چشم‌گیری داشته و جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشورها پیدا



کرده است. گزارش سازمان جهانی گردشگری^۱ حاکی از آن است که میزان سفرهای ورودی گردشگران از ۲۵/۳ میلیون به ۸۴۶ میلیون نفر رسیده است و درآمد حاصل از آن در سال ۲۰۰۶ به ۷۴۱ میلیارد دلار رسید (میرترابی، ۱۳۹۰: ۲۳۹).

گسترش صنعت گردشگری در جوامع اسلامی برای مسلمانان بسیار اهمیت دارد، چراکه از یک سو سطح رفاه جامعه را با ایجاد اشتغال و درآمد بالا می‌برد و از سوی دیگر بازتاب‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی سیاسی به همراه دارد و مصداق مهم ارتباطات فرهنگی، سیاسی به‌ویژه اقتصادی به شمار می‌آید. در جوامع امروزی، گردشگری متأثر از لایه‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و نیز تجربه‌های روحانی و روان‌شناختی افراد است که در ساختار خود دارای ابعاد مادی و معنوی است (کریمی‌پور، ۱۳۹۴: ۵۴). مسلمانان نیز به‌وسیله سفر کردن به کشورهای یکدیگر با عقاید، دیدگاه‌ها و افکار هم آشنا می‌شوند که عامل مهمی برای تحکیم پایه‌های همکاری و هم‌گرایی خواهد بود. تسهیل رفت‌وآمد میان کشورهای اسلامی موجب ارتباطات گردیده و هم‌گرایی را سرعت بیشتری می‌بخشد (جلالیان، برادران و کهنه‌پوش، ۱۳۸۹: ۳).

واضح است که کشورهای اسلامی به‌واسطه تنوع و پراکندگی جغرافیایی در سطح جهان و داشتن میراث غنی جغرافیایی، فرهنگی و سیاحتی امکان بالقوه فراوانی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارند. گردشگری دینی از نمودهای صنعت گردشگری است که ضمن بهبود وضعیت اقتصادی کشورها پیام‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی را نیز در سطح بین‌المللی منتشر می‌سازد و زمینه‌های تعامل و هم‌گرایی را ایجاد می‌کند (کریمی‌پور، ۱۳۹۴: ۵۵-۵۶)؛ بنابراین، گردشگری دینی و زیارت می‌تواند زمینه‌های بسیار مناسبی را برای هم‌گرایی در جهان اسلام شکل دهد و پیامدهای مهم فرهنگی، سیاسی اقتصادی و تمدنی را به همراه داشته باشد (غیائی، ۱۳۹۸: ۲۷-۲۹). مراسم حج (محمدی و رضایی، ۱۳۹۴: ۱۶-۱۷؛ همایون، ۱۳۸۴: ۷-۹؛ عزیزی‌فر، ۱۳۹۸: ۶۹-۸۰؛ رکن‌الدین افتخاری و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۳۸-۱۶۸) و همایش باشکوه اربعین از مصادیق گردشگری دینی هستند (برای اطلاع بیشتر رک: کاظمی، ۱۴۰۱: ۱۰۳-۱۳۰؛ کاظمی، ۲۰۲۲: ۱۷۱-۱۹۰).

¹ World Tourism Organization (WTO)

۵-۳-۱. توجه به استراتژی اقتصادی سازمان همکاری اسلامی

بیشتر تلاش‌های کشورهای اسلامی در زمینه ارتباطات اقتصادی، همکاری و هم‌گرایی اقتصادی پس از تأسیس سازمان همکاری اسلامی صورت گرفته است و پیش از آن تلاش‌ها در زمینه هم‌گرایی عمدتاً فرهنگی و سیاسی بوده است (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۴۸). اگرچه سازمان همکاری اسلامی در ابتدا یک نهاد سیاسی و فرهنگی بود، اما به‌زودی مشخص شد که همکاری اقتصادی لازمه همکاری و اقدام مؤثر در مسائل سیاسی است. در نتیجه با هدف تقویت همکاری اقتصادی بین اعضا به تدریج مسائل مهم اقتصادی اضافه شد و در اجلاس ششم سران، در سال ۱۹۶۱، همکاری اقتصادی به نحو جدی مورد توجه قرار گرفت و به تنظیم راهبردهای تازه برای توسعه و تحکیم همکاری اقتصادی جهت ارتباطات و هم‌گرایی اقتصادی کشورهای عضو تأکید گردید (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۴۹).

نهادهای اقتصادی مانند کمیسیون اسلامی امور اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، کمیته دائمی همکاری اقتصادی و تجاری، مرکز اسلامی توسعه بازرگانی، بانک توسعه اسلامی، اتاق اسلامی بازرگانی، صنعت و مبادله کالا، کمیته‌های دائمی برای همکاری فناوری و علمی، بازار مشترک اسلامی^۱، اتاق بازرگانی، کمیته دائمی همکاری‌های اقتصادی و تجاری سازمان همکاری اسلامی (کومسک)^۲، مرکز اسلامی توسعه تجارت^۳، صندوق تأمین مالی صادرات^۴، شرکت اسلامی بیمه سرمایه‌گذاری و اعتبار صادراتی^۵ در سازمان شکل گرفته‌اند (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۴۹؛ جاوید، ۱۳۸۶: ۱۱۲).

از نهادهای مهم اقتصادی در این سازمان، بانک توسعه اسلامی^۶ است که حاصل نشست وزرای خارجه کشورهای عضو در دومین کنفرانس در دسامبر ۱۹۷۰ است؛ این بانک سرانجام در ۲۰ اکتبر ۱۹۷۵ فعالیت خود را در جدّه عربستان آغاز کرد (عباسی و علی‌مردانی، ۱۳۹۳: ۱۳۳-۱۳۴؛ جمعی از مؤلفان، ۱۳۸۹: ۱۳۷-۱۴۸) که تسهیل هم‌گرایی اقتصادی، تجارت و سرمایه‌گذاری از طریق بهبود زیرساخت‌های فیزیکی مانند مخابرات، انرژی، حمل‌ونقل، کاهش فقر و توسعه اقتصادی بادوام، افزایش توسعه اقتصادی و

¹ Islamic Common Market

² Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC)

³ ICDT

⁴ EFS

⁵ Islamic Corporation for the Insurance of Investment & Export Credit (ICIEC)

⁶ Islamic development bank (IDB)



پیشرفت‌های اجتماعی کشورهای عضو و جوامع اسلامی مطابق اصل شریعت در زمره اهداف بانک به شمار می‌رود (عیوضی، ۱۳۸۸: ۱۴۹-۱۵۰). بانک توسعه اسلامی با انجام فعالیت‌هایی چون طرح مالی بلندمدت، تأسیس شرکت بیمه اسلامی سرمایه‌گذاری و اعتبار صادراتی، شبکه سامانه اطلاعات سازمان همکاری اسلامی، ارائه طرح عمل جهت توسعه همکاری‌های اقتصادی میان کشورهای عضو سازمان، ایجاد اتحادیه تهاتری چندجانبه در افزایش همکاری‌های بین کشورهای عضو تأثیر زیادی داشته است (عباسی و علی‌مردانی، ۱۳۹۳: ۱۵۰؛ جمعی از مؤلفان، ۱۳۸۹: ۱۳۵-۱۳۷).

نتیجه‌گیری

دستیابی و رسیدن به هم‌گرایی در جهان اسلام مستلزم اندیشه‌پردازی و رفتار تقریبی است. در این مقاله، هم‌گرایی ارتباطی که از مهم‌ترین نظریه‌های هم‌گرایی اسلامی است، بررسی شد. راهکارها و طرح‌های هم‌گرایی که اندیشمندان اسلامی تاکنون ارائه داده‌اند با واقعیت‌ها، شرایط و ضرورت‌های جهان اسلام فاصله دارد و با محدودیت و محذوریت‌هایی همراه است؛ از این رو، باید به سمت طرح‌ها و راهکارهایی حرکت کرد که مشکلات و چالش‌های کمتری دارند و ظرفیت بهتری برای به وجود آمدن هم‌گرایی در جهان اسلام داشته باشند. نگارنده در شرایط جدید، هم‌گرایی ارتباطی به معنای پیوند و ارتباطات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی در جهان اسلام را پیشنهاد می‌دهد.

هم‌گرایی ارتباطی به دنبال تحقق هم‌گرایی در جهان اسلام از طریق گسترش ارتباطات اسلامی است. یکی از مهم‌ترین راه‌های ارتباطی میان کشورهای اسلامی، ارتباطات میان‌فرهنگی است که جهان اسلام دارای بیش‌ترین ظرفیت در آن است و در بهترین حالت قرار دارد. مسیر شکل‌گیری هم‌گرایی با استفاده از ظرفیت‌های ارتباطات فرهنگی در اشتراکات فرهنگی، ارزش‌ها، علایق مشترک فرهنگی، تاریخی و تمدنی هموارتر خواهد شد. از نظر ارتباطات اجتماعی نیز جهان اسلام در وضعیت مناسبی قرار دارد که متصدیان امور فرهنگی، هنری، رسانه‌ای، ورزشی تا رهبران فکری، سیاسی و اجتماعی کشورهای اسلامی می‌توانند مجرای ارتباطی باشند. در ارتباطات سیاسی نیز شخصیت‌ها و کارگزاران، نهادهای سیاسی و استراتژی سیاسی سازمان همکاری اسلامی وسیله‌های ارتباطی هستند. کشورهای اسلامی در زمینه ارتباطات اقتصادی از ظرفیت خوبی برخوردارند که مهم‌ترین آن‌ها، فرهنگ اقتصادی در اسلام است. ژئوپلیتیک و موقعیت جغرافیایی که جهان اسلام را به منطقه‌ای استراتژیک و حیاتی تبدیل کرده است، از دیگر

زمینه‌ها است. از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطات اقتصادی برای رسیدن به هم‌گرایی در جهان اسلام می‌توان به منابع سرشار انرژی، جمعیت بیش از یک میلیارد و هفت صد میلیونی، زمینه‌های خوب گردشگری و اماکن زیارتی و سیاحتی، وجود اتحادیه‌های اقتصادی و تصویب استراتژی اقتصادی در سازمان همکاری اسلامی اشاره کرد.



منابع

۱. قرآن کریم.
۲. احمدی پور، زهرا؛ مصطفی قادری حاجت، حسین مختاری هشی، (۱۳۸۹)، «تحلیل ژئوپلیتیکی فرصت‌ها و چالش‌های هم‌گرایی در منطقه غرب آسیا»، دوفصلنامه جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ش ۱، بهار و تابستان، صص ۷۷-۱۰۸.
۳. اسعدی، مرتضی، (۱۳۶۶)، جهان اسلام: اردن، افغانستان، الجزایر، امارات متحده عربی، اندونزی، بحرین، برونی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
۴. افتخاری، اصغر، (۱۳۸۸)، «دو چهره اسلام‌هراسی؛ سلبی و ایجابی در تبلیغات غرب»، رسانه، ش ۷۹، پاییز، صص ۲۹-۴۴.
۵. امجد، محمد، (۱۳۸۲)، «نظریه هم‌گرایی و سازمان کنفرانس اسلامی»، دین و ارتباطات، ش ۱۸ و ۱۹، تابستان و پاییز، صص ۱۹۳-۲۲۰.
۶. امیردهی، ع.ر، (۱۳۷۸)، «پیشگامان تقریب: علامه شیخ محمدتقی قمی؛ هم‌زیست دارالتقریب»، فصلنامه اندیشه تقریب، ش ۱۶، پاییز، صص ۱۰۹-۱۲۰.
۷. بلوچی، حیدرعلی، (۱۳۷۸)، ارزیابی ریاست جمهوری اسلامی ایران بر سازمان کنفرانس اسلامی، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۸. جاوید، عباس‌علی، (۱۳۸۶)، «هم‌گرایی اقتصادی و امنیت منطقه خاورمیانه»، مجله معرفت، ش ۱۱۵، تیر، صص ۱۰۱-۱۱۲.
۹. جلالیان، حمید، برادران، سمیه و سید هادی کهنه‌پوش، (۱۳۸۹)، نقش گردشگری در فرایند هم‌گرایی فرهنگی کشورهای اسلامی، زاهدان، چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافی دانان جهان اسلام.
۱۰. جمشیدی، محمدحسین، احمد سلطانی نژاد و جلیل بیات، (۱۳۹۵)، «نقش ارتباطات میان فرهنگی در تصمیم کشورها به تنش‌زدایی»، پژوهش‌های روابط بین‌الملل، ش ۲۲، زمستان، صص ۳۵-۵۵.
۱۱. جمعی از مؤلفان، (۱۳۸۹)، توسعه سیاسی و اقتصادی در جهان اسلام، تهران، کتاب مرجع.
۱۲. دامن‌پاک جامی، مرتضی، (۱۳۹۷)، «تحول دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران: بررسی دستاوردهای چهار دهه گذشته و چالش‌های پیش رو»، فصلنامه سیاست خارجی، ش ۴، زمستان، صص ۹۱-۱۵۸.
۱۳. دفتر سازمان‌های بین‌المللی و سازمان کنفرانس اسلامی، (۱۳۸۰)، راهبرد فرهنگی جهان اسلام، ترجمه محمد مقدس، تهران، نشر الهدی.
۱۴. دوثرتی، جیمز و رابرت فالترگراف، (۱۳۸۴)، نظریه‌های متعارض در روابط بین‌الملل، ترجمه وحید بزرگی و علی‌رضا طیب، تهران، نشر قومس.

۱۵. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، بهار بیشمی، حمدالله سجاسی قیداری و یوسف حسن‌پور، (۱۳۸۸)، «نقش کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در توریسم جهانی»، فصلنامه ژئوپلیتیک، ش ۲، پاییز، صص ۱۳۸-۱۶۸.
۱۶. ساروخانی، باقر، (۱۳۸۰)، درآمدی بر دائرةالمعارف علوم اجتماعی، تهران، کیهان.
۱۷. سریع‌القلم، محمود، (۱۳۷۱)، «اصول ثابت توسعه»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ش ۵۵ و ۵۶، فروردین و اردیبهشت، صص ۲۶-۲۹.
۱۸. سلمانی رحیمی، امیر، (۱۳۹۱)، «بایسته‌های پژوهش در تقریب مذاهب اسلامی»، فصلنامه مشکوه، ش ۱۱۷، زمستان، صص ۱۳۷-۱۴۵.
۱۹. السید سلیم، محمد و دیگران، (۱۳۷۶)، سازمان کنفرانس اسلامی در جهان متغیر، ترجمه حسن رضایی، تهران، مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت خارجه.
۲۰. سیف‌زاده، حسین، (۱۳۸۴)، نظریه‌ها و تئوری‌های مختلف در روابط بین‌الملل فردی و جهانی شده: مناسبت و کارآمدی، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.
۲۱. شرف‌الدین الموسوی، السید عبدالحسین، (بی‌تا)، «إلى المجمع العلمی بدمشق، تهران، مکتبه نینوی الحدیثه.
۲۲. بررسی‌های بازرگانی، (۱۳۷۶)، «شکل‌گیری سازمان کنفرانس اسلامی و تشکیلات آن»، بررسی‌های بازرگانی، ش ۱۲۷، اسفند، صص ۸-۱۴.
۲۳. شمسینی غیاث‌وند، حسن، (۱۳۹۵)، «تعامل فرهنگ و سیاست خارجی در عصر اطلاعات»، فصلنامه مطالعات منافع ملی، ش ۶، زمستان، صص ۲۵-۴۷.
۲۴. شوشتری، سید محمدجواد، (۱۳۸۳)، سازمان کنفرانس اسلامی و چالش‌های فرهنگی فراروی جهان اسلام، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر.
۲۵. شولتسه، راینهارد، (۱۳۸۹)، تاریخ جهان اسلام در قرن بیستم، ترجمه ابراهیم توفیق، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۲۶. شیرودی، مرتضی و سید آصف کاظمی، (۱۳۹۰)، «نقش رسانه‌های غرب در برابر گسترش اسلام در غرب»، سخن تاریخ، ش ۱۴، پاییز، صص ۱۳۷-۱۸۰.
۲۷. عباسی، ابراهیم و یوسف علی‌مردانی، (۱۳۹۳)، «بانک توسعه اسلامی و هم‌گرایی در خاورمیانه»، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال سوم، ش ۱۲، زمستان، صص ۱۲۵-۱۵۲.
۲۸. عزتی، عزت‌الله، (۱۳۷۱)، ژئوپلیتیک، تهران، سمت.
۲۹. عزیزی‌فر، محمدجواد، (۱۳۹۶)، «ژئوپلیتیک گردشگری؛ راهبردی در توسعه گردشگری و هم‌گرایی کشورهای جهان اسلام با محوریت توسعه گردشگری در سواحل خلیج فارس»، فصلنامه مطالعات فرهنگی و سیاسی خلیج فارس، پیاپی ۱۳، مهر و آذر، صص ۶۹-۸۱.
۳۰. عسگری، سهراب، (۱۳۸۳)، «نقش و جایگاه منطقه خلیج فارس و خاورمیانه در ژئوپلیتیک انرژی»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، ش ۲۱۰-۲۰۹، بهمن و اسفند، صص ۱۶-۲۹.
۳۱. عیوضی، محمدرحیم، (۱۳۸۸)، جهانی‌سازی و هم‌گرایی کشورهای اسلامی (موانع و چالش‌ها)، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع.



۳۲. غیائی، هادی، (۱۳۹۸)، «ابعاد هم‌گرایی عتبات مقدسه به‌مثابه سازمان‌های شیعی متولی زیارت»، فصلنامه فرهنگ رضوی، ش ۲۷، پاییز، صص ۹-۳۸.
۳۳. فرهنگ، منوچهر، (۱۳۷۱)، فرهنگ بزرگ علوم اقتصادی، تهران، نشر البرز.
۳۴. فرید، مرتضی، (۱۳۶۶)، الحدیث: روایات تربیتی از مکتب اهل بیت (علیه‌السلام)، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۳۵. کاظمی، سید آصف، (۱۳۹۶)، «تحلیلی بر چشم‌انداز هم‌گرایی اسلامی»، پژوهشنامه علوم انسانی اسلامی، ش ۷، بهار و تابستان، صص ۹۵-۱۲۸.
۳۶. «دور السیاحة الدینیة فی تقارب العالم الإسلامی زیارة الأربعین أنموذجاً»، مجله علمی-پژوهشی السبط، الامانه العامه للعتبه الحسينيه المقدسه، العدد ۴، ایلول ۲۰۲۲.
۳۷. «گردشگری دینی و مسئله هم‌گرایی جهان اسلام»، دوفصلنامه علمی تخصصی مطالعات تاریخی امت اسلامی، ش ۹، بهار و تابستان ۱۴۰۱.
۳۸. کاظمی، سید علی اصغر، (۱۳۷۷)، نظریه هم‌گرایی در روابط بین‌الملل «تجربه جهان سوم»، تهران، نشر قومس.
۳۹. کرمی‌پور، الله‌کرم، (۱۳۹۴)، «گردشگری دینی: ماهیت و کارکرد»، فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی، ش ۱۳، بهار و تابستان، صص ۵۳-۷۲.
۴۰. کریمی، غلامرضا، (۱۳۸۶)، سازمان آیسسکو و مهندسی فرهنگی جهان اسلام، زمانه، ش ۵۸، صص ۶۴-۷۳.
۴۱. کولایی، الهه، (۱۳۷۹)، «تحول در نظریه‌های هم‌گرایی»، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ش ۴۸، تابستان، صص ۱۵۵-۱۹۴.
۴۲. گلی زواره، غلامرضا، (۱۳۷۲)، سرزمین اسلام شناخت اجمالی کشورها و نواحی مسلمان‌نشین جهان، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
۴۳. لومباردینی، مایکل، (۱۳۸۲)، «دیوان بین‌المللی دادگستری اسلامی: گامی به سوی یک نظام حقوقی بین‌المللی اسلامی»، ترجمه محمود جلالی، پژوهش حقوق عمومی، ش ۹، پاییز و زمستان، صص ۱۶۱-۱۸۲.
۴۴. محمدی، محسن، نورالله کریمیان و حسن رضایی، (۱۳۹۴)، «طرفیت‌های درونی اسلام در تقویت همبستگی با تمرکز بر نقش حج در وحدت جهان اسلام»، فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی، ش ۲، پاییز، صص ۲-۲۶.
۴۵. مستوفی‌الممالکی، رضا، (۱۳۸۲)، جغرافیای کشورها و نواحی اسلامی، یزد، انتشارات دانشگاه یزد.
۴۶. معمار، رحمت‌الله، (۱۳۷۸)، سنجش گرایش به هویت تاریخی، تهران، مرکز تحقیقات و سنجش برنامه‌ای سازمان صداوسیما.
۴۷. مفید، محمد بن محمد، (۱۳۷۲)، الارشاد، قم، مؤسسه آل‌البیت (علیهم‌السلام) لاحیاء التراث.
۴۸. مؤمنی، مصطفی، (۱۳۸۶)، مدخل جهان اسلام در دانشنامه جهان اسلام، زیر نظر غلام‌علی حداد عادل، تهران، کتاب مرجع (بنیاد دائرةالمعارف اسلامی).

۴۹. میرترابی، سعید، (۱۳۹۰)، مسائل توسعه جهان اسلام، تهران، دانشگاه امام صادق (علیه السلام).
۵۰. نقیبزاده، احمد، (۱۳۸۲)، اتحادیه اروپا از آغاز تا امروز، تهران، قومس.
۵۱. ولایتی، علی اکبر و رضا سعیدمحمدی، (۱۳۸۹)، «تحلیل تجارب هم‌گرایی در جهان اسلام»، دانش سیاسی، ش ۱، بهار و تابستان، صص ۱۵۱-۱۸۰.
۵۲. هدایتی‌زاده، نجف، (۱۳۷۷)، فرهنگ کار مدخلی بر کار در اسلام از دیدگاه جامعه‌شناختی، قم، مؤسسه انتشارات ائمه (علیهم‌السلام).
۵۳. همایون، محمدهادی، (۱۳۸۴)، جهانگردی به‌عنوان یک ارتباط میان‌فرهنگی: مطالعه تطبیقی الگوی غربی معاصر و الگوی اسلامی، تهران، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
۵۴. هیئت مؤلفان، (۱۳۶۸)، روان‌شناسی و ارتباط، ترجمه محمدرضا طالبی‌نژاد، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.

55. <https://sesricdiag.blob.core.windows.net/sesric-site-blob/files/article/509.pdf>

