

فصلنامه علمی - تخصصی فرهنگ پژوهش

شماره ۳۲، زمستان ۱۳۹۶، ویژه علوم سیاسی

بررسی ظرفیت‌های راهبردی دیپلماسی فرهنگی

جمهوری اسلامی ایران در تقویت شیعیان جمهوری آذربایجان

تاریخ تأیید: ۹۶/۱۱/۲۷

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۳۰

صالح پورمند*

چکیده

جمهوری آذربایجان به لحاظ درصد جمعیت، دومین کشور شیعه در جهان اسلام است. مسلمانان ۹۳ درصد جمعیت آن را تشکیل می‌دهند که از این تعداد ۷۰ تا ۷۵ درصد شیعه و بقیه اهل تسنن هستند. عواملی همچون موقعیت راهبردی، رشد اسلام گرایی، خلاء اعتقادی و فرهنگی، توجه محافل صهیونیستی و غربی و رشد فعالیت‌های پان‌ترکیسم در این کشور و محدودیت‌های حکومت برای گروه‌های شیعی و چالش‌های ناشی از آن، بررسی دیپلماسی فرهنگی در آذربایجان را ضروری می‌نماید. اگرچه طلاب تحصیل کرده در حوزه‌های علمیه ایران نقش به‌سزایی در گسترش اسلام‌گرایی دارند، اما دولت و جریان‌های وابسته غیرمذهبی و نیروهای خارجی، مانع مهم در روند گسترش دین در این جامعه محسوب می‌شوند. وجود ظرفیت‌های مشترک به‌ویژه در حوزه تاریخی - فرهنگی، فرصت‌های بسیار مناسبی برای حضور مؤثر جمهوری اسلامی ایران است تا با استفاده از ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی با سهولت و عمق بیشتری در لایه‌های زیرین جامعه نفوذ پیدا کند. در این تحقیق از روش مطالعات اسنادی و میدانی شامل مصاحبه و معاینات و مشاهدات محقق استفاده شده و در تحلیل داده‌ها و تبیین استراتژی‌ها بر اساس چهار تحلیل ST (استراتژی تنوع بخشی)، SO (استراتژی رقابتی-تهاجمی)، WO (استراتژی بازنگری) و WT (استراتژی تدافعی) صورت می‌گیرد. ره‌آورد نهایی این تحقیق آن است که با توجه به رویکرد حاکمیت آذربایجان در حوزه دین، و با توجه به عدم همکاری حکومت در جهت حضور و استقرار عناصر انسانی با رویکرد تبلیغی تشیع، به نظر می‌رسد ضمن حضور در عرصه نشریات، رسانه‌ها، شبکه‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی باید از ظرفیت رسانه‌های آزادتر مثل فضاهای سایبری و مجازی استفاده بیشتر و بهتری برد و به صورت نامحسوس و با ایجاد کمترین تنش، احساس نیاز به مبانی اصیل اسلامی را در توده‌های مردمی آذربایجان ایجاد کرد. این احساس نیاز، ظرفیتی ایجاد می‌کند تا حاکمیت در پاسخ به فشار افکار عمومی با جریان فرهنگی - شیعی همراهی نسبی پیدا کرده و برخی امور را تسهیل کند.

واژه‌های کلیدی: ایران، آذربایجان، دیپلماسی فرهنگی، راهبرد.

* دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی فرهنگ، دانشگاه باقرالعلوم ع.

مقدمه

کشور آذربایجان که مولود فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی است - در میان چهارده دولت به وجود آمده، به دلیل موقعیت ویژه مذهبی، فرهنگی، تاریخی، زبانی و جغرافیایی برای جمهوری اسلامی ایران دارای اهمیت زیادی است. از ۹۳ درصد جمعیت مسلمان جمهوری آذربایجان، حدود ۷۵ درصد شیعه و بقیه اهل تسنن هستند؛ از این رو، دومین کشور شیعه در جهان اسلام است.

تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی در جمهوری آذربایجان سبب شده تا شیعیان این کشور روز به روز به تحركات سیاسی، اجتماعی خود در مسائل مختلف داخلی و بین‌المللی بیافزایند. موقعیت راهبردی رشد اسلام‌گرایی، خلاء اعتقادی و فرهنگی و آموزه‌های شیعی، توجه محافل صهیونیستی و غربی و رشد فعالیت‌های پان‌ترکیسم، انجام مطالعات در یک حوزه شیعی با قلمرو سیاسی مشخص و با روش‌های جامعه‌شناسانه را ضروری می‌نماید. تعلیمات و تبلیغات آموزه‌های شیعی توسط دینداران و طلاب علوم دینی برای پرکردن خلاءهای به جا مانده از تسلط هفتادساله‌ی حاکمیت مارکسیسم - لنینیسم در راس اقدامات آنها قرار گرفته است. (کریمی پور، ۱۳۷۹، ص ۸۲)

در مقابل، حکومت نیز محدودیت‌های بسیاری برای مقابله با دین‌داران و گروه‌های شیعی اسلام‌گرا ایجاد کرده و چالش‌های زیادی میان حکومت و این گروه‌ها به وجود آمده است. گرایش به دین و زندگی دینی روند رو به رشدی را نشان می‌دهد که طلاب تحصیل کرده در حوزه‌های علمیه ایران نقش به‌سزایی در گسترش آن دارند. ولی دولت و جریان‌های وابسته غیر مذهبی و نیروهای خارجی، مانعی مهم و بازدارنده در روند گسترش دین در جامعه محسوب می‌شوند.

ایجاد رابطه با آمریکا و اسرائیل و گسترش و نفوذ ناتو از سوی دولت آذربایجان، از جمله موضوعاتی است که همواره مورد انتقاد دولت و جریان‌های مذهبی - فرهنگی جمهوری اسلامی ایران بوده است. از این رو، ایجاد رابطه‌ی باکو با رژیم صهیونیستی و آمریکا، بن‌بستی در توسعه امنیتی، سیاسی و اجتماعی در سطح سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران با جمهوری آذربایجان ایجاد کرده است. افزون‌بر آن اتخاذ سیاست‌های خارجی غرب‌گرای دولت‌مردان آذربایجان - که در تقابل با فرهنگ و آموزه‌های شیعی است - مزید بر علت شده است. بنابراین چنین رویکردی در جمهوری آذربایجان موجب عقیم ماندن سیاست‌ها و راهبردهای مذهبی، فرهنگی و سیاسی جمهوری اسلامی ایران در قبال جامعه شیعی جمهوری آذربایجان شده است.

از سوی دیگر بیش از هزار سال نفوذ تاریخی - فرهنگی ایران در میان ملت‌های منطقه قفقاز برگ برنده‌ای است که نقش برجسته‌ی جمهوری اسلامی ایران و دیپلماسی فرهنگی آن را در منطقه مشخص می‌کند. وجود ظرفیت‌های بالقوه مشترک بین جمهوری اسلامی با ملت‌های منطقه قفقاز به‌ویژه در حوزه تاریخ و فرهنگ که کمتر به آن پرداخته شده همچون نظامی گنجوی، خاقانی شیروانی و شخصیت‌های برجسته تاریخی و فرهنگی مانند شاه اسماعیل و شهریار، فرصت‌های مطلوب و بسیار مناسبی برای حضور مؤثر جمهوری اسلامی ایران در جمهوری آذربایجان فراهم می‌کند. (نوروزی، ۱۳۷۹)

بنابراین، توجه به اشتراکات فرهنگی بین جوامع و ملت‌ها، اهمیت به کارگیری دیپلماسی فرهنگی در روابط بین‌الملل را دوچندان می‌کند.

به خدمت گرفتن فرهنگ و ابزارهای فرهنگی در دیپلماسی، در مقایسه با سایر ابزارها و اهرم‌های رایج در روابط بین‌الملل، دارای مزایای بسیاری است دیپلماسی فرهنگی در مقایسه با سایر ابزارهای شایع در دیپلماسی، با سهولت و عمق بیشتری در لایه‌های زیرین جامعه رسوخ می‌کند و برجای می‌ماند. با این حال فقدان یک راهبرد فرهنگی فعال در دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، موجب شده که ایران

علی‌رغم وجود ظرفیت بالایی اشتراکات فرهنگی، اجتماعی با جامعه مسلمان و شیعی جمهوری آذربایجان، نتواند نقش مؤثری در پیوند زدن به این اشتراکات ایفاء کند. از این‌رو این گفتار می‌کوشد راهبردهای استفاده از دیپلماسی فرهنگی، جهت ارتقاء سطح فکری، فرهنگی و تعامل کارآمد بین شیعیان جمهوری آذربایجان و جمهوری اسلامی ایران را تحلیل و بررسی نماید.

دیپلماسی

دیپلماسی از ریشه یونانی دیپلما (diploma) اخذ شده که در اصل به معنای صفحه یا برگ لوله و تا شده است و در اصطلاح به سندی رسمی اطلاق می‌شد که به موجب آن امتیاز و افتخاری به شخص اعطا می‌گردید. در واقع دیپلماسی وسیله و ابزاری است که برای تحقق سیاست خارجی به کار می‌رود نه خود سیاست خارجی؛ چون سیاست خارجی شامل ایستارها و اهداف حاکم بر روابط یک دولت با دیگران است. (حقیقی، ۱۳۸۶، ص ۶۱)

دیپلماسی در سیاست جهانی عبارت است از: فرآیند ارتباط بین بازیگران بین‌المللی که قصد دارند از طریق مذاکره، تعارض را بدون جنگ حل و فصل نمایند. این فرآیند در طول قرن‌ها پالایش و نهادینه شده و به صورت حرفه‌ای در آمده است.

بنابراین دیپلماسی در اصل با تلاش‌هایی برای مدیریت و ایجاد نظم در محدوده یک نظام جهانی در ارتباط است و هدف از آن، ممانعت از تبدیل تعارض به جنگ است. (جان بیلیس، ۱۳۸۳: ۷۱۵)

دیپلماسی در فرهنگ لغت وبستر نیز به دو صورت تعریف شده است: ۱. هنر و عمل رهبری مذاکرات بین‌المللی ۲. مهارت رهبری امور بدون برانگیختن خشونت.

دیپلماسی فرهنگی

منظور از دیپلماسی فرهنگی تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تاثیرگذاری بر مردم دیگر کشورهاست. دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یک ابزار کارآمد و قابل انعطاف در سیاست خارجی، زمینه‌ساز ارتقای سطح روابط دولت‌ها و به دنبال آن افزایش تفاهم میان ملت‌ها و ایجاد صلح و ثبات بین‌المللی است. این ابزار مهم، از طریق گسترش مبادلات فرهنگی - هنری، توسعه همکاری‌های علمی - آموزشی و تعامل نخبگان جوامع انسانی از یکدیگر را فراهم می‌آورد. (حقیقی، ۱۳۸۶، ص ۲)

دیپلماسی فرهنگی، در واقع تأمین منافع ملی با استفاده از ابزارهای فرهنگی است. (صالحی امیری، ۱۳۸۹، ص ۱۱۰)

دیپلماسی فرهنگی آن‌گاه معنی و مفهوم واقعی خود را پیدا می‌کند که کشوری برای انتقال غنای نهفته در فرهنگ و تمدن خود با استفاده از مکانیسم و ابزارهایی از همان جنس به معرفی و انتقال آن به سایر ملل پرداخته و آن را در سیاست خارجی خود لحاظ نماید. (حسن خانی، ۱۳۸۶: ص ۲۲۷) دیپلماسی فرهنگی عبارت است از: روابط رسمی میان کشورها برای انجام مبادلات و ارزش‌های فرهنگی به‌منظور تقویت تفاهم متقابل و دستیابی به اهداف تعیین شده.

هم‌چنین دیپلماسی فرهنگی ویژگی‌هایی دارد که آن را از سایر حوزه‌های دیپلماسی متمایز می‌سازد. مهمترین این ویژگی‌ها عبارتند از:

- فن مدیریت تعامل و ارتباط با جهان خارج است؛

- دارای ماهیت فرهنگی است؛

- اعمال قدرت نرم کشورهاست؛

- متکی بر افکار عمومی ملت‌هاست؛

- سبب روابط مشترک و تقویت تفاهم ملت‌هاست؛

- هدفمند است.

این ویژگی‌ها سبب شده تا دیپلماسی فرهنگی در دوره‌ی معاصر ابزار کارآمد و قدرت‌آفرین مهمی در صحنه‌ی معادلات جهانی باشد و بتواند موجب ارتقا و توسعه‌ی سطح روابط بین دولت‌ها و رشد تفاهم ملت‌ها و تقویت پیوندهای دوستانه‌ی منطقه‌ای و جهانی گردد.

راهبرد

با بررسی تعاریف مختلف راهبرد از جنبه نظامی و غیر نظامی استنباط می‌گردد که راهبرد شامل دو جزء اساسی «هدف» و «مسیردستیابی به هدف» می‌باشد. هدف یا اهداف که اولین جزء راهبرد است، به‌عنوان جهت‌دهنده تلقی گردیده و بیان‌کننده آن است که به کجا باید رفت و «مسیر دستیابی به اهداف» به‌عنوان دومین جزء راهبرد نیز، بیان‌کننده آن است که چگونه و با چه شیوه و ابزاری به سمت هدف یا اهداف باید حرکت کرد. (آرت لیک، ۲۰۰۲، ص ۳)

راهبرد از نظر مفهومی مجموعه‌ای از اقدامات (برنامه) است که به‌شکل آگاهانه و به‌منظور رسیدن به هدفی خاص اتخاذ می‌گردد و الگویی از رفتارهای سازمانی در طول زمان است. (میتنبرگ، ۱۹۸۷، ص ۱۵)

انواع دیپلماسی در جهان معاصر

چهار نوع دیپلماسی که معمولاً امروزه مورد استفاده کشورها قرار می‌گیرد، عبارتند از:

الف) دیپلماسی پنهان

ب) دیپلماسی آشکار

دیپلماسی در شکل سنتی محدود به دیپلماسی پنهان و آشکار بود.

ج) دیپلماسی خط دو

ناشناخته‌ترین دیپلماسی با رشد بسیار سریع؛ در این نوع دیپلماسی، تعامل بازیگران غیر دولتی در کنار دولت‌ها در عرصه بین‌المللی قابل ملاحظه است.

د) دیپلماسی عمومی

منظور از دیدگاه‌های دیپلماسی عمومی، دستیابی به اهداف سیاسی از طریق کار با عموم مردم در کشورهای خارجی با نفوذ در افراد و سازمان‌های خارجی است. به تعبیر دیگر، دیپلماسی عمومی عبارت است از: مدیریت روابط کشورها با یکدیگر، کشورهای دیگر با بازیگران در روابط بین‌المللی. از این نوع دیپلماسی برای اعلام مواضع، جمع‌آوری اطلاعات و راضی کردن سایر بازیگران برای اعلام مواضع، جمع‌آوری اطلاعات و راضی کردن سایر بازیگران استفاده می‌شود. (الیاسی، ۱۳۸۸، ص ۱۵۵)

دیپلماسی عمومی علاوه بر اینکه منبعی برای قدرت نرم کشورها محسوب می‌شود، ابزاری نیز برای اعمال و کاربرد این نوع از قدرت است.

ابزار دیپلماسی عمومی

یکی از راه‌های موفقیت دستگاه دیپلماسی، استفاده از ابزارهای نوین و توجه ویژه به آنهاست (وحیدی، ۱۳۸۶، ص ۳۸-۳۵۷).

برخی از این ابزارها بصورت اختصار در زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد:

شبکه‌های ارتباطی و رسانه‌ها

چگونگی تعامل دستگاه‌های دولتی و رسانه‌ها یکی از مهمترین عوامل موفقیت دیپلماسی عمومی قلمداد می‌شود. (هادیان و احدی، ۱۳۸۸، صص ۸۵-۱۱۷)

برند (نمادسازی) ملی

«برندینگ در واقع هویت‌سازی توسط یک کشور است که نیازمند مشروعیت و حمایت مردمی است». هنر «سمبل‌سازی بازتعریف و بازنمایی وجهه‌ی یک کشور به گونه‌ای است که سمبل ملی را برجسته کند و در واقع تجسم هویت آن باشد. سمبل‌سازی به دنبال تأثیرگذاری بر افکار عمومی است؛ البته بیشتر نگاه به خارج دارد تا داخل». برای بازنمایی و تصویرسازی از هویت یک کشور علاوه بر ارتباطات دیپلماتیک، نیاز به بسیج تمامی منابع و نیروهای ملی است. (هادیان و احدی، ۱۳۸۸، همان)

دیپلماسی عمومی و روابط فرهنگی

از مهمترین ویژگی‌های روابط فرهنگی بین کشورها می‌توان به اشتراکات تاریخی، تمدنی، فرهنگی، هنری، دینی و زبانی اشاره کرد که زمینه‌های گسترش مبادلات فرهنگی به شمار می‌آیند.

در حال حاضر روابط فرهنگی عرصه‌های جدیدی را در بر گرفته و به حوزه مسئولیت‌های اجتماعی نیز ورود پیدا کرده است. پرداختن به مباحثی مانند حقوق بشر، دموکراسی و ارزش‌های آن، گفتمان‌سازی و رسانه‌ها از عرصه‌های نوینی است که روابط فرهنگی در دنیای کنونی به آن‌ها پرداخته است.

به همین جهت دیپلماسی عمومی و روابط فرهنگی دارای هم‌پوشانی و هم‌گرایی جدی‌تری شده‌اند و تمایزات سنتی و تفاوت‌های کارکردی آن‌ها در حال محو شدن می‌باشد (لندینگ، ۲۰۰۰، صص ۱۳).

جایگاه فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی در سیاست جهانی

فرهنگ و دیپلماسی، رابطه‌ی تنگاتنگی دارند. دیپلماسی فرهنگی در برگیرنده‌ی مفاهیم تاریخی، آداب و رسوم، سنت‌ها و سایر عناصر فرهنگی است. «دیپلماسی فرهنگی در کمتر برهه‌ای از تاریخ مناسبات دیپلماتیک، چون دهه‌ی اخیر، مدنظر قرار گرفته است. علت این امر از حاشیه به متن آمدن گفتمان فرهنگ در مباحث استراتژیک و دیپلماتیک دنیای بعد از جنگ سرد است.

فروپاشی نظام دو قطبی، اهمیت تفاوت‌های فرهنگی که قبلاً در دوران جنگ سرد تحت‌الشعاع رقابت دو ابر قدرت قرار می‌گرفتند را باز و روشن کرد و این به نوبه‌ی خود چالش‌های جدیدی برای هر کدام از بازیگران روابط بین‌الملل و در مرحله اول برای دولت‌ها به‌عنوان متولیان و ساکن‌داران دیپلماسی به‌همراه آورد. در همین چارچوب آمریکا به‌عنوان بزرگ‌ترین قدرت استراتژیک جهان نیز با واقعیت‌های بعضاً متضادی در عرصه‌ی مناسبات مربوط به دیپلماسی فرهنگی روبه‌رو گشت که باعث مطرح شدن گفتمان‌های متعدد در خصوص پیوند عنصر فرهنگ و سیاست خارجی و دیپلماسی فرهنگی گردید. (سجادپور، ۸۵)

به‌طورکلی فرهنگ با اثرگذاری مستقیم بر هویت‌ها، جایگاه ویژه‌ای (چه در عرصه‌ی سیاست داخلی و چه در عرصه بین‌الملل) در سیاست‌گذاری به خود اختصاص می‌دهد. هویت، با اثربخشی بر تک‌تک افراد جامعه، نقش مهمی در دیپلماسی فرهنگی بازی می‌کند.

دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران با توجه به اهمیتی که نظام برآمده از این انقلاب برای ملت‌ها و افکار عمومی قائل بود و همچنین با تأکید بر اهدافی همچون نفی

ظلم و حمایت از مظلوم، حمایت از جنبش‌های آزادیبخش، تلاش برای وحدت و همبستگی میان امت اسلامی و برقراری روابط مسالمت‌آمیز با جهان، دیپلماسی فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران جایگاه ویژه‌ای یافت. این ادعا را می‌توان از تعداد نهادهای متولی روابط فرهنگ بین‌المللی بعد از انقلاب درک کرد که بیش از سی نهاد را شامل می‌شود. در این بین، حوزه‌ی سیاست‌گذاری، چهار دستگاه و نهاد وظیفه‌ی سیاست‌گذاری؛ نه دستگاه وظیفه برنامه‌ریزی؛ نه دستگاه وظیفه‌ی نظارتی و هفت دستگاه وظیفه‌ی هدایت و حمایت را در عرصه‌ی دیپلماسی فرهنگی به عهده گرفتند. در فعالیت‌های اجرایی نیز چهارده دستگاه به امر پژوهش و سیزده دستگاه به فعالیت آموزشی مشغول شدند. (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، تیر ۱۳۸۹)

جمهوری اسلامی ایران علاوه بر منابع سرشار طبیعی و انسانی، منابع بسیار غنی فرهنگی و تمدنی نیز دارد که برای مسئولان و سیاست‌گذاران کشور یک فرصت استثنایی به‌شمار می‌رود.

اهداف دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

اهداف دیپلماسی فرهنگی در ایران را می‌توان به‌صورت ذیل بیان کرد:

۱- شناساندن وضع موجود براساس آموزه‌های حضرت امام پیرامون آگاهی‌سازی و رهایی از نظام سلطه؛

۲- رساندن پیام انقلاب جهت تغییر وضع موجود و صدور انقلاب؛

۳- هویت فرهنگی اسلامی - ایرانی (هویت ملی).

از این رو لازم و ضروری است که جمهوری اسلامی زمینه‌ی اعمال تمام ابزارهای قدرت نرم، به‌ویژه دیپلماسی عمومی و به‌طور خاص دیپلماسی فرهنگی، اعتلا و استیلای فرهنگ شیعی و اندیشه‌های انقلاب اسلامی را در دومین کشور شیعی جهان یعنی

آذربایجان فراهم کند. این ضرورت آنجایی احساس می‌شود که بدانیم ملت ایران با ملت جمهوری آذربایجان بیش از هر کشور دیگری قرابت و اشتراکات تاریخی، زبانی، مذهبی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، سرزمینی و حتی خانوادگی دارد. بنابراین مشترکات قابل توجه ایران و آذربایجان به‌ویژه در حوزه‌های یادشده بستر بسیار مناسبی برای این منظور فراهم کرده است (اصغریان، ۱۳۸۹، ص ۴۸).

با توجه به اینکه تحلیل SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید) در فرآیند تشکیل استراتژی جزء بسیار مهم محسوب می‌شود، در این تحقیق ضمن آشنایی با فرهنگ، اجتماع و آداب و سنت‌های جمهوری آذربایجان، ناگزیر هستیم به اقتضای بحث، هم‌زمان با طرح فرصت‌های پیش رو در این کشور به بیان نقاط قوت جمهوری اسلامی ایران در مسیر تقویت شیعیان آذربایجان بپردازیم.

۱- قوت‌های دیپلماسی فرهنگی

نهادهای جمهوری اسلامی ایران مستقر در جمهوری آذربایجان

سفارت

روابط جمهوری اسلامی ایران و جمهوری آذربایجان به‌عنوان دو نظام سیاسی برای نخستین بار در سال ۱۹۱۸ برقرار شد و تا سال ۱۹۲۰ ادامه داشته است. در این دوران علاوه بر تبادل هیئت‌های سیاسی و اقتصادی، موافقت‌نامه‌هایی نیز میان دو کشور به امضا رسید که بیشتر مبتنی بر تنظیم روابط اقتصادی و کنسولی میان دو کشور بوده است. روابط سیاسی ایران و جمهوری آذربایجان را می‌توان از آغاز برقراری حکومت مستقل جمهوری دموکراتیک آذربایجان در سال ۱۹۱۸ بررسی کرد. سفیر جمهوری دموکراتیک آذربایجان به نام عادل خان زیادخانف از نسل خان‌های قره‌باغ با اصلتی ایرانی، در سال ۱۹۱۹ به‌عنوان نماینده‌ی جمهوری آذربایجان در ایران منصوب شد.

بعد از فروپاشی شوروی، جمهوری آذربایجان در مرداد ۱۳۷۰ اعلام استقلال کرد. جمهوری اسلامی ایران نیز در دی ماه ۱۳۷۰ آن را به رسمیت شناخت و در پی آن روابط سیاسی دو کشور از سطح کنسولگری که از قبل در باکو برقرار بود به سفارت ارتقا یافت. قانون اساسی جمهوری آذربایجان در ۲۱ آبان ۱۳۷۴ به تأیید ۹۱/۹ درصدی از رأی دهندگان رسید. (بهرام امیراحمدیان، ۱۳۸۴، ص ۱۰۹)

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در جمهوری آذربایجان (رایزن فرهنگی)

رایزنی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در باکو با هدف بسط و آشنایی و شناخت هرچه بیشتر شهروندان جمهوری آذربایجان با تاریخ و تمدن ایران اسلامی در سال ۱۳۷۵ به طور رسمی توسط آقای مهندس میرسلیم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و آقای پولاد بلبل اوغلو وزیر فرهنگ جمهوری آذربایجان تأسیس شد. این نمایندگی فرهنگی تلاش دارد تا از طریق تأکید بر مشترکات عمیق تاریخی و فرهنگی میان دو کشور دوست و برادر، به معرفی هرچه بیشتر اشتراکات و آشناسازی بیش از پیش ملت‌های دو کشور با این پیشینه پرداخته و اساس و بنیان مستحکمی را در توسعه روابط همه‌جانبه پایه‌گذاری نماید. (<http://baku.icro.ir>)

جامعه المصطفی العالمیه

جامعه المصطفی صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ العالمیه نهادی علمی و بین‌المللی با هویت حوزوی است که با هدف گسترش علوم اسلامی و انسانی و با رویکرد آموزشی، پژوهشی و تربیتی، شمار زیادی از داوطلبان را از سراسر گیتی زیر پوشش گرفته و فرصت بی‌مانندی برای تشنگان زلال معارف اسلامی و هدایت قرآنی در سراسر جهان فراهم ساخته است. جامعه المصطفی در سال‌های اخیر در بخش آموزش با هدایت و حمایت از هفت مدرسه علمیه در شش شهر جمهوری آذربایجان، گرفتن موافقت اصولی برای هفت حوزه علمیه از معاونت

آموزش، مساعدت برای راه‌اندازی حوزه علمیه امام زمان (عج)، ساماندهی استادان اعزامی و بومی، برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت برای دانش‌افزایی استادان و تلاش در جهت ارتقاء سطح تحصیلی و حوزه‌های علمیه موجود را در دستور کار خویش قرار داده است. همچنین این نمایندگی در امر پژوهش با ترجمه و تألیف کتب درسی مورد نیاز جامعه علمی جمهوری آذربایجان در حوزه قرآن، حدیث، کلام، تاریخ، فقه، احکام، عقاید و اخلاق اسلامی و همچنین گرفتن مجوز چاپ از کمیته دینی جمهوری آذربایجان توانسته است گام‌های علمی خوبی بردارد (جامعه‌المصطفی، گزارشی از اقدامات نمایندگی المصطفی در جمهوری آذربایجان « ۱۳۹۳/۴/۲۹ »).

مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام

به منظور پیوند و ارتباط دوستداران و پیروان اهل بیت علیهم‌السلام، این مجمع توسط جمعی از شیخیت‌های فرهنگی جهان تشیع در سال ۱۳۶۹ تأسیس شد. حفظ هویت شیعیان در کشورهای مختلف، ارتقاء سطح آگاهی آنان و ایجاد ارتباط با شخصیت‌ها و فرهیختگان شیعه از جمله اصلی‌ترین اهداف تشکیل این مجمع بود. با ادغام نهادهای فرهنگی در سازمان، مجمع جهانی اهل بیت علیهم‌السلام نیز اهداف و وظایف خود را در معرفی صحیح مکتب اهل بیت علیهم‌السلام در چارچوب سازمان به انجام می‌رساند.

با توجه به ظرفیت‌های ذکرشده، این سازمان می‌تواند تأثیرات فرهنگی فراوانی در منطقه مستعد جمهوری‌های آسیای مرکزی و قفقاز جنوبی داشته باشد.

(<http://www.ahl-ul-bayt.org>)

نمایندگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در باکو

امروزه رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون، سینما و روزنامه‌ها پرتیراژ و انواع مجلات) به‌عنوان رکن چهارم دمکراسی، یکی از ابزارهایی هستند که می‌توان با تولید برنامه‌های

مدون و هدفمند و تأثیرگذار، از آنها برای اشاعه‌ی سیاست‌های فرهنگی در کشورهای دیگر استفاده کرد. نمایندگی سازمان صدا و سیما‌ی جمهوری اسلامی ایران یکی از قدیمی‌ترین نمایندگی‌های این سازمان در جمهوری آذربایجان است. نمایندگی صدا و سیما‌ی جمهوری اسلامی ایران در جمهوری آذربایجان سالانه صدها گزارش و برنامه با رویکرد تبیین اشتراکات و تقویت همگرایی میان دو کشور تولید می‌کند که نمونه‌های بارز آن در تهیه برنامه‌هایی در محکومیت اشغال اراضی جمهوری آذربایجان و حمایت از تمامیت ارضی این کشور است.

به دلیل اهمیت بی‌بدیل رسانه‌ها در روابط ایران و جمهوری آذربایجان و لزوم توسعه همکاری‌های رسانه‌ای، موضوع تشکیل کمیته مشترک رسانه‌ای میان ایران و جمهوری آذربایجان از سوی نمایندگی صدا و سیما در باکو پیگیری می‌شود. توافق اولیه در این خصوص در سفر دسامبر سال ۲۰۱۱ آقای علی حسن‌اف رئیس بخش سیاسی و اجتماعی نهاد ریاست جمهوری آذربایجان به تهران و دیدار ایشان با مسئولان رسانه ملی ایران انجام شده است

حضور ایرانیان در جمهوری آذربایجان و بالعکس

ایرانیان مقیم در جمهوری آذربایجان

الف) دانشجویان

یکی از مواردی که به‌طور طبیعی در روابط بین کشورها جریان دارد، اعزام دانشجویان از سوی دولت‌ها به کشورهای دیگر است.

با توجه به اینکه دانشگاه‌های جمهوری اسلامی رتبه‌ی بسیار خوبی در منطقه و در بین کشورهای مسلمان دارند، جذب دانشجویان یکی از راه‌هایی است که می‌توان از طریق

این دانشجویان آرمان‌های انقلاب اسلامی و فرهنگ ایرانی اسلامی را برای دیگر کشورها به‌ویژه کشورهای اسلامی تبیین کرد و شناساند.

شایان ذکر است که در دو سال اخیر ۴۸۵ دانشجوی ایرانی در دانشگاه‌های باکو مشغول تحصیل بوده‌اند. این ظرفیت از دانشجوی ایرانی در جمهوری آذربایجان موقعیت بسیار خوبی است که می‌تواند افزون بر تحصیل، با نخبگان، هنرمندان، صنعت‌گران و مردم مسلمان آذربایجان ارتباط برقرار کرده و در جهت منافع ملی و اسلامی کشورمان فعالیت کنند.

ب) توریسم

توریسم و گردشگری در جهان امروز در ردیف یکی از صنایع کم‌هزینه، پردرآمد، پاک و متنوع به‌شمار می‌آید. وقتی نام گردشگر و توریسم به میان می‌آید، ناخودآگاه تفریح و سرگرمی در ذهن تداعی می‌شود؛ ولی سیر و سفر تفریحی یکی از ده‌ها نوع توریسم و گردشگری است که سالیانه در تمام کشورها و ملل جهان در جریان است و میلیون‌ها انسان به منظوره‌های مختلف مسیرهای دور و نزدیک داخلی و خارجی را از طریق زمین، هوا و دریا طی می‌کنند تا به مقصد و منظور خود برسند. جمهوری آذربایجان یکی از کشورهایی است که در سال ۲۰۱۷ توانسته دومیلیون و ۶۹۰ هزار نفر گردشگر خارجی جذب کند؛ این جذب نسبت به سال ۲۰۱۶ افزایشی بیست درصدی (معادل ۴۴۹ هزار نفر) را نشان می‌دهد. حدود بیست و پنج درصد از این رشد، ناشی از افزایش گردشگران ایرانی (۱۱۴ هزار نفر) بوده است.

با توجه به اظهارات «ناظم صمدآف» معاون وزیر فرهنگ و گردشگری جمهوری آذربایجان مبنی بر اینکه ورود گردشگران ایرانی به جمهوری آذربایجان در سال جاری میلادی افزایش یافته است، حاکی از آن است که در سال ۲۰۱۷ حدود ۳۶۳ هزار ایرانی به این همسایه شمال‌غربی کشورمان سفر کرده‌اند. طبق آمارهای منتشر شده در

رسانه‌های جمهوری آذربایجان، تعداد گردشگران ایرانی در سال ۲۰۱۶ برابر با حدود یازده درصد از کل گردشگران ورودی به آذربایجان، یعنی حدود ۲۴۹ هزار نفر بوده است. این میزان گردشگر ایرانی در سال ۲۰۱۷ رشد تقریبی ۴۶ درصدی داشته است.

حماسه عظیم راهپیمایی اربعین حسینی

یکی از گروه‌های شیعی که در این مراسم عظیم حضور می‌یابند، شیعیان جمهوری آذربایجان هستند. براساس اظهارات مسئول مرکز آزادی اعتقاد دینی جمهوری آذربایجان، بیش از هفده هزار نفر زائر از جمهوری آذربایجان در مراسم اربعین حسینی ع.ا.س در سال ۹۶ حضور داشته‌اند که پس از زیارت عتبات عالیات به شهرهای قم و مشهد نیز سفر کرده‌اند.

توریسم سلامت

در زمینه‌ی جذب گردشگران سلامت همواره باید چهار عامل اساسی را در نظر داشت: ۱- توانمندی‌های شاغلان حرفه پزشکی؛ ۲- تکنولوژی‌های روز و استانداردهای جهانی؛ ۳- اقتصاد درمان و هزینه‌های درمانی؛ ۴- مقررات داخلی کشورها.

جمهوری اسلامی ایران در هر چهار مورد ذکر شده نسبت به کشورهای همسایه و خاورمیانه از توانمندی‌های بهتری برخوردار است؛ ولی تبلیغات مناسبی برای شناسایی توانمندی‌های پزشکی و گردشگری سلامت ایران در خارج صورت نگرفته است.

گردشگران سلامت بیشتر از کشورهای جمهوری آذربایجان، عراق، ترکمنستان، افغانستان، کویت، سوریه، لبنان، بحرین و ترکیه هستند و ایران طی یک دهه‌ی گذشته پیشرفتی ۲۰ تا ۲۵ درصدی در این حوزه داشته است.

وجود دبیرخانه فرهنگی اکو در ایران

اکو یک سازمان منطقه‌ای دولتی است که در سال ۱۳۴۳ (۱۹۶۴) از سوی ایران، پاکستان و ترکیه با هدف پیشبرد همکاری‌های اقتصادی، فنی و فرهنگی میان کشورهای عضو تأسیس شد. این سازمان در سال ۱۹۹۲ کشورهای افغانستان، آذربایجان، قزاقستان، قرقیزستان، تاجیکستان، ترکمنستان و ازبکستان را به عضویت پذیرفت.

مقر دائمی سازمان همکاری‌های اقتصادی اکو (ECO) و دفتر مرکزی موسسه فرهنگی اکو (ECI) طبق اساسنامه این سازمان در تهران واقع شده است. مؤسسه یک شعبه (یا واحد هماهنگی) در هر یک از کشورهای عضو خواهد داشت که بر اساس مقررات حاکم آن کشورها تأسیس خواهد شد. شعبه‌ها در ارتباط نزدیک با دفتر مرکزی انجام وظیفه خواهند نمود. (نوروزی، ۱۳۹۲، ص ۱۴۷)

۲. ضعف‌های دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی فرهنگی ایران با وجود نقاط قوتی که در منطقه دارد، به برخی ابعاد آن توجه کمی شده است. نقاط ضعف دیپلماسی فرهنگی ایران - که شناخت آن می‌تواند منشاء تحول در رویکردها و هدف‌گذاری‌های آتی باشد - هم در رویکرد دیپلماسی و هم در به کارگیری ابزارهای مطلوب، مشهود است که در ادامه به تشریح هر یک از آنها پرداخته می‌شود.

ضعف در رویکرد

رویکرد دیپلماسی فرهنگی ایران در منطقه، مقطعی و معطوف به بازدهی کوتاه‌مدت بوده است که باعث شده به نقش و تأثیر دیپلماسی فرهنگی در ساختن و بازنمایی هویت‌ها، انگاره‌ها و تصورها کمتر توجه شود؛ زیرا هویت‌سازی، تغییر هویت یا بازنمایی و تکامل آن، امری زمان‌بر و نیازمند رویکردی بلندمدت و یکپارچه است. بی‌توجهی به

رویکرد بلندمدت و توجه کافی نداشتن به هویت‌سازی و انگاره‌سازی موجب شده، اختلاف‌های کوچک سیاسی و فرهنگی تأثیر شگرفی بر روابط ایران و کشورهای منطقه داشته باشد.

ضعف در به‌کارگیری ابزارها

جهانی شدن و گسترش ارتباط بین جوامع انسانی (نسبت به ارتباط‌های دولتی و رسمی) ضرورت به‌کارگیری ابزارهای نوین مرتبط با فضای مجازی و انگاره‌سازی مانند رسانه‌ها، سینما و گردشگری را دوچندان کرده است. این درحالی است که در راهبردهای فرهنگی جمهوری اسلامی ایران توجه و تمرکز کافی بر بهره‌گیری از ابزار رسانه‌های نوین ارتباطی در بسط و گسترش فرهنگ شیعی به چشم نمی‌خورد. عدم ترسیم و تصویب سند راهبردی تبلیغات رسانه‌ای در جمهوری آذربایجان، عدم حضور تشکیلاتی و هدفمند در رسانه‌های نوین، فقدان شیوه‌نامه‌های اصولی و کارشناسی ویژه مبلغان رسانه‌های مجازی در آذربایجان و... خلاءهای مشهودی هستند که موجب عدم استفاده از ابزارهای موجود شده‌اند (عباس شکری، محسن بیات، خاطره بخشنده، دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه: تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال چهاردهم، شماره بیست و سوم، ۱۳۹۲)

وجود مراجع متعدد تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در امور فرهنگی

باید توجه داشت مراجع متعدد، اولاً و بالذات، نقطه ضعف محسوب نمی‌شود، ولی از آنجایی که در موضوع جمهوری آذربایجان، تعدد این مراجع به تعقیب اهداف موازی، تصمیمات و اقدامات پراکنده و غیر همسو، تفرق قوا و تجزیه منابع (انسانی، مالی، اعتباری و...) انجامیده است، تجدید نظر و تمرکز قوا در این مسئله بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

به نظر می‌رسد مجموعه این مراجع و عوامل باید در دو حوزه کلی (مطالعه و اجرا)، دسته‌بندی شده و تحت اشراف شورای راهبردی فرهنگ (شرف) به تعقیب اهداف و سیاست‌های اصولی و زمان‌بندی شده در تقویت شیعیان پردازد.

فقدان استراتژی فرهنگی

استراتژی‌ها باید با درک روشن هدف‌ها و مأموریت‌های سازمانی تدوین شوند. رسالت هر سازمانی ممکن است به‌عنوان علت وجودی‌اش توصیف شود که هدف اساسی سازمان را به‌عنوان عرضه‌کننده‌ی کالاها یا خدمات به جامعه نشان می‌دهد.

این رسالت به‌نوعی در اسناد رسمی مانند گزارش‌های سالانه، منشورها و بروشورهای اطلاعاتی در قالب بیانیه‌ها دیده می‌شوند. این بیانیه‌ها قلمرویی را نشان می‌دهند که سازمان قصد دارد در آن عمل کند.

رهبر معظم انقلاب با نگاه مدبرانه خود پرسش‌هایی را در قالب طراحی «مهندسی فرهنگی» کشور در سال ۱۳۸۱ با اعضای شورای انقلاب فرهنگی مطرح کردند. ایشان در این پرسش‌ها تصریح می‌کنند که فرهنگ کشور به یک نظام جهت‌گیری و جهت‌یابی در بخش‌های گوناگون دولتی و غیردولتی احتیاج دارد. سپس ایشان با توضیح و تشریح «مهندسی فرهنگی» و ضرورت طراحی آن، این موضوع خطیر را در دستور کار کلی شورای انقلاب فرهنگی قرار می‌دهند.

به نظر می‌رسد بخش عمده‌ای از ناکارآمدی‌های نهادهای فرهنگی کشور نیز به‌علت فقدان استراتژی فرهنگی است که این نقیصه، مسئولیت شورای عالی انقلاب فرهنگی را سنگین‌تر از پیش می‌کند (علی اکبر رضایی، عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران) گردآوری: ساغر لطفی نژاد / <http://shooshan.ir>

۳. فرصت‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

مذهب تشیع با بیشترین جمعیت

بیشترین جمعیت جمهوری آذربایجان را شیعیان تشکیل می‌دهند و از این نظر دومین کشور شیعی جهان به‌شمار می‌رود. با وجود این، تفکر شیعی در جمهوری آذربایجان بسیار متفاوت از تشیع در کشورهایی چون ایران و عراق است. تشیع در آذربایجان تحت تأثیر نظام سیاسی سکولار آذربایجان در دهه‌های گذشته چه قبل و چه بعد از استقلال، چندان به سمت اسلام سیاسی و جنبش‌های دینی سوق پیدا نکرده است (کالچی، ۱۳۹۳، ص ۳۸). مذهب تشیع در سرزمین آذربایجان هم‌زمان با ایران در دوره صفویه گسترش یافت و بیشتر مردم آذربایجان به آن تمایل پیدا کردند.

حضور تاریخی ایران در منطقه

منطقه‌ی قفقاز و به‌ویژه قلمرو کنونی جمهوری آذربایجان جایگاه مهمی در جغرافیای تاریخی تمدن ایرانی به‌خود اختصاص داده است. بخش اعظم این منطقه جزئی از امپراتوری‌های ایران قبل از اسلام بوده و به نژاد هند و اروپایی - ایرانی تعلق داشته است (ادموند هرزیگ، ۱۳۷۵، ص ۴۴).

بنابراین، تاریخ مشترک ایران و جمهوری آذربایجان از جمله مؤلفه‌های نزدیکی دو کشور به‌حساب می‌آیند (امیر احمدیان، ۱۳۸۴، ص ۴۵). در این خصوص، برگزاری جشن‌ها و آئین‌های باستانی نوروزی مانند مراسم چهارشنبه‌ی آخر سال و سفره‌ی هفت‌سین، برخورداری از میراث ادبی مشترک گذشتگان مانند آثار بزرگانی همچون نظامی گنجوی، خاقانی شبروانی، فردوسی و حافظ، وجود مذهب، باورها و آداب و رسوم مشترک و شخصیت‌های برجسته‌ی تاریخی و فرهنگی مورد احترام، مانند شاه اسماعیل و شهریار، فرصت‌های مطلوب و بسیار مناسبی برای حضور مؤثر

جمهوری اسلامی ایران در جمهوری آذربایجان فراهم می‌کند و نشان دهنده‌ی عمق روابط تاریخی است.

حضور اتباع جمهوری آذربایجان در جمهوری اسلامی ایران

در سال ۱۳۹۵ آذربایجانی‌ها با ۹۷۹ هزار و ۳۱۹ گردشگر پس از عراق با یک میلیون و ۳۹۲ هزار و ۲۴۵ نفر بیشترین بازدید را از ایران داشته‌اند و پس از این دو کشور نیز افغانستان با ۶۸۳ هزار و ۱۷۲ نفر و ترکیه با ۴۱۵ هزار و یازده نفر جزو چهار کشور نخست در تعداد گردشگری ورودی به ایران بوده‌اند.

همچنین بنابر گفته‌ی سفیر جمهوری آذربایجان در ایران، سالیانه یک میلیون نفر از اتباع آذربایجان به ایران سفر می‌کنند. این اتباع آذربایجانی بیشتر برای درمان، معاینه و معالجه به استان‌های هم‌جوار و همچنین به شهر تهران سفر می‌کنند. پس از توریسم درمانی و پزشکی بیشترین حجم سفرها به جمهوری اسلامی، مربوط به توریسم مذهبی و فرهنگی است (برنامه تلویزیونی گفتگویی صمیمانه با سفیران سایر کشورها در ایران، آقای بنیاد حسین اف ۲۶/بهمن ۱۳۹۶).

وجود نهادهای دینی و تاریخی در منطقه

مساجد

در سال ۲۰۰۱ رایزن فرهنگی جمهوری اسلامی ایران از طریق انتشارات الهدی در جمهوری آذربایجان اقدام به تدوین کتابی با نام *Azərbaycan Respublikası Ensiklopediyası Məscidlərinin* نمود که در آن کلیه مساجد، زیارتگاه‌ها، اماکن مذهبی، و... به تفکیک شهرها و روستاهای این کشور جمع‌آوری و توصیف تاریخی شده‌اند

مهم‌ترین مساجد باکو عبارتند از:

مسجد تازه‌پیر - مسجد جمعه ایچری شهر - مساجد؛ کربلائی عبدالله، مشهدی داداش، حاج جواد، سلطان علی.

زیارتگاه‌ها

از ۵۵۰ زیارتگاه موجود در آذربایجان (تعداد ۳۵ زیارتگاه نیز در جمهوری خودمختار نخجوان قرار دارد) تنها چهارده زیارتگاه دارای مجوز لازم از سوی دولت مرکزی است. به استثنای برخی از زیارتگاه‌ها، بقیه زیر نظر اداره‌ی روحانیون قفقاز فعالیت می‌کنند. از سوی اداره مسلمانان قفقاز صندوقچه‌های نذری در این زیارتگاه‌ها با مهر و نظارت نماینده این اداره قرار دارد. مهمترین این زیارتگاه‌ها عبارتند از:

زیارتگاه رحیمه خاتون علیها السلام روستای ناردادان - زیارتگاه بی‌بی هیبت [حکیمه خانم علیها السلام] - زیارتگاه بش بارماق (پنج‌انگشت - خضر زنده) - زیارتگاه اصحاب کهف - زیارتگاه علی آباغی [قدمگاه حضرت علی علیه السلام]

زیارتگاه امامزاده گنجه (گوی امام) - زیارتگاه میرمحسن آقا

حوزه‌های علمیه

منطقه آذربایجان از ایام قدیم عالم‌پرور بوده است. تخصص فلسفه و کلام این منطقه از گذشته‌های دور زبانزد است (نقش علمای شیعه قفقاز تأکید بر آذربایجان در پیدایش و گسترش علوم اسلامی، از مجموعه آثار کنگره بین‌المللی نقش شیعه در پیدایش و گسترش علوم اسلامی). آنان علاوه بر تدریس دروس عالی اسلامی و تربیت شاگردان بسیار، برخی از آن‌ها مرجعیت شیعه را هم بر عهده گرفته‌اند. بین علمایی که صاحب

اجتهاد و مقامات علمی بوده‌اند، افرادی هم با اشغال‌گران روس جنگیده و شهید شده‌اند (خبرگزاری رسمی حوزه، کد خبر: ۴۰۹۷۶۶)

براساس بیانیه‌های رسمی، یکصد و پنجاه مدرسه وابسته به مذهب شیعه، در جمهوری آذربایجان وجود دارد که ۲۲ مدرسه آن زیر نظر ایران قرار دارد (خبرگزاری جمهوری آذربایجان - توران)

اداره‌ی روحانیت مسلمانان قفقاز

اداره روحانیت مسلمانان قفقاز - که از سال ۱۹۸۰ در باکو و به رهبری شیخ‌الاسلام الله شکور پاشازاده رهبری می‌شود - قدیمی‌ترین نهاد دینی جمهوری آذربایجان و منطقه محسوب می‌شود. فلسفه وجودی این اداره، کنترل گرایش‌های دینی مسلمانان و حکومتی کردن دین اسلام توسط روس‌ها بود؛ بنای اصلی این اداره در دوره تزارهای روس نهاده شد؛ این اداره در دوران اتحاد جماهیر شوروی نیز به‌رغم ماهیت الحادی نظام کمونیستی، پابرجا بود. مقامات دینی و مسئولان اداره روحانیون با وجود همکاری و هماهنگی مداوم با حکومت، در مواقعی که کنترل‌های دولتی کم شده، رفتارهای مستقل و مبتنی بر احیاگری دینی از خود بروز داده‌اند. این رویکرد چه در دوران قبل از استقلال جمهوری آذربایجان و چه بعد از آن به چشم می‌خورد. به موجب سنت رایج، شیخ‌الاسلام، شیعه و معاون وی، مفتی سنی است. براساس اساسنامه‌ی اداره‌ی دینی مسلمانان قفقاز شیخ‌الاسلام از طرف اعضای شورای قاضیان که نمایندگان گروه‌های دینی هستند انتخاب می‌شود. اداره‌ی دینی از نظر مالی مستقل از دولت است و بخش زیادی از درآمد آن توسط صندوق نذورات مساجد و زیارتگاه‌ها تأمین می‌شود. بخشی نیز از طریق کمک‌های مؤسسه‌های خیریه، تأمین می‌شود. نظارت بر هزینه‌ها و مخارج کارکنان مساجد و نهادهای دینی برعهده‌ی هیئت تفتیش اداره‌ی دینی است. (نظامنامه اداره‌ی روحانی مسلمانان قفقاز)

وجود آیین‌های مشترک مذهبی و سنتی

اگرچه پس از فروپاشی شوروی، حکومت تازه استقلال یافته‌ی آذربایجان، با ایجاد فضای سکولاریستی، موانع و مشکلات فراوانی برای تبلیغات و تعلیمات دینی فراهم کرد، ولی تحقیقات مختلف گویای تعلقات دینی بالای مردمی به مراسم عزاداری عزاداری ماه محرم هیئت‌های عزاداری اعیاد و مراسم جشن‌های مذهبی مراسم جشن اعیاد اسلامی مراسم ماه رمضان شب‌های احیا عیاد و جشن‌های ملی است.

مؤسسه‌های فرهنگی و هنری

فراوانی مطبوعات در جمهوری آذربایجان مشهود است؛ دلیل این فراوانی، وجود احزاب و گروه‌های سیاسی و اجتماعی و همچنین تأثیر و حمایت‌های خارجی است طبق آخرین آماری که اجلاس روزنامه‌نگاران در جمهوری آذربایجان منتشر کرده است، نزدیک به هفتصد نشریه مجوز فعالیت گرفته‌اند، ولی در واقع تعداد مطبوعات فعال کمتر از صد نشریه است که بیشتر آنها از طرف نیروهای خارجی، یا حکومت حمایت می‌شوند.

اگر چه مطبوعات و نشریات اسلامی از نظر کمی و کیفی در سال‌های اخیر رشد خوبی داشته‌اند، ولی در جمهوری آذربایجان چند نشریه اختصاصی دینی و اسلامی مانند روزنامه‌های دیرلر، اسلام حقیقت لری، سلام، بیرلیک، نبض و مجله‌های فطرت، معنوی صافلیقا دعوت، هارای در اختیار خوانندگان قرار گرفته است.

متأسفانه برای تبلیغ مسائل بنیادی اعتقادی به مردم از طریق رسانه‌های جمعی مشکلات عدیده‌ای وجود دارد که مشکلات مالی و تبلیغات سوء از ناحیه حکومت و مخالفان و محدودیت‌های مختلف رسانه‌ای و غیررسانه‌ای از جمله آنهاست. (جباری، ۱۳۸۸، ص ۱۱۰).

۴. تهدیدهای دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران

اهل سنت

اهل سنت در دستگاه‌های دولتی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار نیستند و ابزار تبلیغاتی قوی مثل رسانه‌های دیداری، نوشتاری، یا الکترونیکی به صورت چشم‌گیر ندارند. روابط بسیار گسترده و ریشه‌دار ترکیه و آذربایجان باعث شده تا اسلام‌گرایان این کشور محیط سیاسی، اجتماعی و فرهنگی آذربایجان را برای فعالیت‌های خود مناسب ببینند. در بین کشورهای عرب نیز کویت و عربستان بیشترین فعالیت دینی را در جمهوری آذربایجان دارند که این فعالیت‌ها را شاید بتوان به نوعی تهدید جدی، ولی محدود برای تفکر شیعی آذربایجان محسوب کرد (مرتضی اشرفی، گفتگو با حجت الاسلام و المسلمین عمران رجب اف، شهریور ماه ۱۳۹۳).

فرقه‌های منحرف (وهابیت و بهائیت)

وهابیت و بهائیت دو نمونه‌ی بارز فرقه‌های فعال در جمهوری آذربایجان هستند. در این میان فرقه بهایی که موقعیت تضعیف شده‌ای در سایر کشورها پیدا کرده است، با دارا بودن دو تشکل ثبت شده و قانونی فعالیت می‌کند، ولی انعکاس چندانی از فعالیت آن در جامعه آذربایجان به چشم نمی‌خورد. فرقه انحرافی وهابیت نیز در این کشور در منطقه قفقاز، معمولاً از نواحی داغستان و چچنستان تغذیه می‌شود. البته سر منشا اصلی این انحراف در عربستان قرار دارد (خبرگزاری آران، <http://fa.arannews.com> تاریخ ۱۲ آذرماه ۱۳۹۲).

وجود گروه نورچی‌ها

گروه نورچی‌ها در طی سال‌های گذشته به یکی از با نفوذترین گروه‌های اجتماعی و سیاسی جمهوری آذربایجان تبدیل شده است. نورچی‌ها با سوء استفاده از نام اسلام و

قوم‌گرایی ترک، نفوذ قابل ملاحظه‌ای در جمهوری آذربایجان پیدا کرده و هم‌اکنون به‌عنوان شعبه‌ای از اداره دیانت ترکیه به طور رسمی در باکو فعالیت دارند. تعدادی از رسانه‌ها از جمله کانال تلویزیونی و خبرگزاری سایبری خزر و روزنامه زمان در اختیار این فرقه است. (۲۵ آذر ماه ۱۳۹۳، <http://www.moqavemat.ir>)

پان آدریسم

وجود آذربایجان در دو سوی ارس، انگیزه‌ای برای طرح ایده «آذربایجان واحد» واحد آذربایجان در زبان آذری، از سوی برخی از مقام‌های باکو شده است. این ایده گذشته از نیات ایران‌ستیزانه‌ی آن، ابزاری برای هویت‌سازی و ملت‌سازی ایران بود، زیرا دولت‌مردان آذربایجان برای هویت‌سازی نمی‌توانستند به گذشته‌ی تاریخی خود روی آورند؛ اسنادی چون قراردادهای گلستان و ترکمنچای نشان دهنده تعلق این سرزمین به ایران است. از این رو آنها مجبور شدند برای دور کردن مردم این کشور از آذری‌های ایران، با طرح ایده آذربایجان واحد به تحریف تاریخ متوسل شوند چنان‌که ایده‌ای با توجه به پیوندهای خویشاوندی، مذهبی و فرهنگی جمعیت‌های آذری‌زبان دو سوی ارس، نگرانی‌هایی را برای ایران از نظر امنیتی به‌وجود آورده و به همین دلیل این ایده بارها از طرف تهران محکوم شده است. (امیر احمدیان، ۱۳۸۴، ص ۲۲۲)

سکولار غرب‌گرا

گفتمان فرهنگی غالب که به‌وسیله سیاست‌مداران و روشنفکران ایجاد شده، عمدتاً متمایل به غرب و ترکیه است که ایده‌آل‌های خود را برای آینده در چنان جوامعی جستجو کرده و جمهوری اسلامی ایران را از جهت فرهنگی تهدیدی در جهت تحریک احساسات مذهبی مردم علیه حکومت قلمداد و معرفی می‌کنند. (واحدی، ۱۳۸۲، ص ۹۳ الی ۱۰۶)

هجمه رسانه‌ها

تبلیغات وسیع و غیر معمول رسانه‌های آذری بر ضد جمهوری اسلامی ایران و دشمن شمردن ایران اسلامی، موجب تقویت حس ضد ایرانی مردم جمهوری آذربایجان می‌شود. در راستای ایرانی‌زدایی آنان پایتخت خود را که ابتدا «بادکوبه» بود به باکو و سپس به باکی برگرداندند تا برایش ریشه‌ی ترکی پیدا کنند. آنها همچنین شخصیت‌های علمی و فرهنگی ایرانی از جمله خواجه نصیرالدین طوسی، استاد شهریار، ابوعلی سینا، جوادخان حاکم گنجه - که تابعیت دولت مسلمان ایران را بر تبعیت از بیگانگان غیر مسلمان روسیه ترجیح داد و تا پای جان ایستادگی کرد - را به نام خود مصادره کردند. کتاب درسی تاریخ متوسطه در جمهوری آذربایجان طوری تدوین یافته که سعی در ایجاد اختلاف تاریخی بین دو ملت دارد. طوری که به ۹ استان ایران از جمله مازندران و گیلان ادعای ارضی شده، مزدک به عنوان یک کمونیست شناسانده شد و از دوران چنگیز و تیمور به عنوان دوران طلایی تاریخ یاد شده است. همچنین در این کتاب‌ها تحریف قیام ۲۹ بهمن تبریز و تشویق به تجزیه‌طلبی کاملاً به چشم می‌خورد. (ستاره، ص ۱۳۹)

ترویج غرب‌گرایی توسط حکومت

حاکمیت جمهوری آذربایجان متأثر از کشورهای غربی و با هدف جلوگیری از اسلام‌گرایی و مقابله با جریان‌های شیعی، غرب‌گرایی و ترویج ایده‌ها، مصادیق، اباحی‌گری، ضد اخلاقی‌ها، سکولاریسم، و... را در سیاست‌های کاری خود قرار داده است. جلوگیری از الصاق تصاویر باحجاب زنان برای اخذ پاسپورت موجب شده است تا بسیاری از زنان مؤمنه‌ی این کشور که حاضر نیستند از حجاب خود دست بردارند، از حق داشتن پاسپورت و مسافرت به کشورهای خارجی به‌ویژه زیارت عتبات عالیات و مکه معظمه و... محروم شوند.

آزادی‌های لجام‌گسیخته رسانه‌ای و توهین به مقدسات دینی از دیگر سیاست‌های حکومت است. حکومت جمهوری آذربایجان خود را کشوری لائیک اعلام کرده است و بدون توجه به مقدسات دینی بیش از ۹۰ درصد مردم مسلمان، اقدامات مختلفی را در توهین به مقدسات دینی، مراجع تقلید، باورهای اسلامی و... انجام می‌دهد. پخش برنامه‌های ضد اخلاقی رسانه‌های جمعی یکی دیگر از اقداماتی است که نشریات، شبکه‌های تلویزیونی و سایر ابزارهای رسانه‌ای جمهوری آذربایجان برای ترویج اباحی‌گری، فحشا و منکرات، همچون کشورهای غربی انجام می‌دهند. (جباری، ۱۳۸۸، ص ۱۲۳)

عدم دسترسی به وسایل ارتباط جمعی

مشکل بعدی شیعیان جمهوری آذربایجان، عدم برخورداری آنها از رسانه‌های تصویری است، تأسیس شبکه تلویزیونی با رویکرد شیعی در جمهوری آذربایجان ممنوع است و در مقابل شبکه‌های دولتی و خصوصی فعال، عموماً با خط‌گیری از صهیونیست‌ها در حال تبلیغات ضد ایرانی و ضد شیعی هستند که فعالان شیعی را با انواع مشکلات مواجه می‌سازد. البته دیگر فعالیت‌های رسانه‌ای شیعیان در فضای مجازی و... نیز با انواع محدودیت‌ها روبروست. (مرتضی اشرفی، گفتگو با حجت الاسلام و المسلمین رسول اف، آبان ماه ۱۳۹۳)

راهبردهای مطلوب جمهوری اسلامی ایران در تقویت شیعیان آذربایجان با استفاده از دیپلماسی فرهنگی براساس مدل SWOT.

۱- راهبرد SO

در این راهبرد از نقاط قوت برای بهره‌برداری از فرصت‌ها استفاده می‌شود.

بهره‌گیری از عامل اقتصاد به عنوان بستر دیپلماسی فرهنگی

بسیاری از کارشناسان غربی روابط اقتصادی را محور روابط در نظام بین‌الملل می‌دانند، بدیهی است رشد و همکاری متقابل اقتصادی در نهایت به همکاری‌های سیاسی منجر شده و در تقویت دیپلماسی فرهنگی نیز موثر خواهد بود. با توجه به اینکه بخش‌های اقتصادی از جمله صنعت توریسم سریع‌تر از دیگر بخش‌ها بر وجهه ملی تأثیر می‌گذارد، بخش تجاری اعم از خصوصی و دولتی باید در پیشبرد استراتژی فرهنگی و ارائه تصویری حقیقی از فرهنگ شیعی و وجهه ملی ایرانی در خارج از مرزها مشارکت نماید. بر این اساس لازم است؛

- ظرفیت بخش‌ها و بدنه فعال اقتصادی در روابط دو کشور (مثلا ظرفیت‌های بخش توریسم) شناسایی شوند.

- فضای مناسب جهت پیوند و تعامل فعالان بخش‌های فرهنگ و اقتصاد فراهم شود.

- عوامل انسانی حاضر در این بخش‌ها، آموزش‌های لازم را دیده و از آسیب‌ها و خطاهای احتمالی آگاه شوند.

- نگرش‌های عمومی در راستای صدور فرهنگ و اقدامات فرهنگی سامان یابد به عنوان مثال می‌توان گفت تبلیغات رسانه‌ای و آموزش شهروندان برای برخورد شایسته با توریست بسیار مهم است.

- سیر حرکت مجموعه تعریف شده و اهداف طرح در مقاطع زمانی مختلف رصد شوند و در صورت لزوم ساختار استراتژی‌ها تغییر یافته و یا اصلاح شوند.

- آسیب شناسی درون سیستمی همواره مورد تاکید است. با این توضیح که برخی ناکارآمدی‌ها معلول ضعف‌های داخلی است از آن جمله می‌توان به تعارفات موجود در

انتصاب و بکارگیری نیروهای انسانی ناکارآمد و غیر متخصص در یک مجموعه یا زنجیره اشاره کرد که مجموعه را از رسیدن به مطلوب‌ها باز می‌دارد.

فعال سازی ظرفیت‌های محافل علمی و دانشگاهی

«محافل علمی از جمله بخش‌هایی هستند که از طریق برگزاری همایش، پذیرش دانشجو، شرکت در همایش‌های بین‌المللی، چاپ کتاب و نشریه و... می‌توانند نقش مؤثری در دیپلماسی فرهنگی و تصویرسازی و حتی خنثی‌سازی راهبردهای رقیب ایفا نمایند. در این خصوص نکات ذیل قابل توجه است:

۱- با تشویق دانشگاه‌های خصوصی به ایجاد شعبه در کشورهای دیگر و تبادل استاد و دانشجو می‌توان زمینه انتقال فرهنگی متقابل را فراهم کرد.

۲- لازم است مبانی قانونی لازم برای تأسیس مراکز مطالعاتی مشترک در دانشگاهها فراهم شده محورهای لازم برای تربیت نخبگان فکری در سطح منطقه ایجاد شود.

تشکیل شبکه فرهنگی اسلامی با رویکرد جهادی

برای حضور مؤثر در جهان به‌ویژه در منطقه مستعد جمهوری آذربایجان باید یک جبهه‌ی فرهنگی تشکیل شود؛ ولی از آن طرف با یک جبهه مشترک فرهنگی معارض و مهاجم بصورت نرم مواجه هستیم که علیه منافع نظام اسلامی به شدت در حال فعالیت است؛ هرچند وجود این جبهه طبیعی است، ولی باید این جبهه مشترک را برای استفاده کامل از قدرت نرم در اختیار داشت؛ ظرفیت‌های بزرگ فرهنگی ما قطعاً قدرت ایجاد جریان‌های تاثیرگذار بر فرهنگ‌های دیگر را دارد، بنا بر این لازم است طرح ساماندهی جبهه فرهنگی با رویکرد جهادی در حوزه بین الملل به دغدغه اصلی متولیان دیپلماسی فرهنگی تبدیل شود.

استفاده از ظرفیت آموزش زبان فارسی

افزایش تعداد کرسی‌های زبان فارسی و راه‌اندازی اتاق ایران در دانشگاه‌های مختلف و برگزاری کلاس‌های آموزش زبان فارسی به‌وسیله رایزنی‌ها در کشورهای مختلف، نشان از رشد و توسعه زبان فارسی در خارج از کشور دارد. تلاش رایزنی‌های فرهنگی باید بر این باشد که با عقد موافقت‌نامه‌های فرهنگی از فرصت آموزش زبان فارسی و ایران‌شناسی استفاده کنند و تعداد کرسی‌های زبان فارسی و ایران‌شناسی را در کشورهای مختلف افزایش دهند و از آن به عنوان بستری امن برای توسعه و ترویج فرهنگ اسلامی بهره‌گیرند.

۲- راهبرد ST

در آن با استفاده از نقاط قوت، تهدیدات برطرف شود.

ارائه تصویر صحیح از فرهنگ دینی و سیمای حقیقی جمهوری اسلامی در جمهوری اذربایجان از طریق ارتباط پیوسته با مراکز دینی و فرهنگی.

یکی از مهمترین وظایف دستگاه دیپلماسی در عرصه دیپلماسی فرهنگی شناسایی کانون‌هایی است که می‌توانند به جریان‌شناسی فضای موجود کمک کرده و در تصویرسازی واقعی از فرهنگ اسلامی و خنثی کردن توطئه‌های دشمنان نیز مفید باشند. بنابراین، پیوستگی روابط با مراکز فرهنگی و دینی، بستر مناسبی در مسیر توسعه و تعمیق فرهنگ اسلامی است که تنها هزینه آن شناسایی و پیوند این مجموعه هاست.

این مهم، به معنای فعال کردن ظرفیت عظیم مجموعه‌هایی است که در شکل‌گیری، هیچ هزینه‌ای را بر جمهوری اسلامی تحمیل نکرده بلکه در مسیر فعالیت به عنوان مکمل در خدمت اهداف و آرمان‌های اسلام که دستور کار نظام اسلامی است درمی‌آیند. بنابر این تلاش برای پیوند مجموعه‌های دینی، علمی و فرهنگی و ساماندهی

آن به منظور دستیابی به اهداف مقطعی، میانی و بلندمدت جمهوری اسلامی ایران در راستای تقویت مبانی شیعی در کشور آذربایجان الزام دیگری است که با قید فوریت و اولویت باید به آن پرداخته شود.

بهره‌گیری از اشتراکات تاریخی به منظور اصلاح باورهای مردم

«در بهره‌گیری از اشتراکات تاریخی اولین گام اصلاح برداشت‌های نادرست از محتوای فرهنگ اسلامی - ایرانی در منطقه است؛ آثار تبلیغات هفتادساله اتحاد جماهیر شوروی برای اسلام‌زدایی را در مظاهر فرهنگی این کشورها می‌توان مشاهده کرد؛ این نوع تبلیغات در کتاب‌های درسی منطقه شایع است؛ همچنین به دلیل اینکه اتحاد جماهیر شوروی، ایران پیش از انقلاب اسلامی را اولین جبهه آمریکایی در برابر خود قلمداد می‌کرد، تبلیغات ضد ایرانی را نیز گسترش داد و اکنون در بسیاری از کتب درسی که در مدارس این کشورها تدریس می‌شود ایران از ۱۵ استان تشکیل شده است و فردوسی و مولانا شعرای پارسی‌گوی نیستند. ابو علی سینا هیچ ارتباطی با فرهنگ ایرانی ندارد! بنابراین، پرداختن به اصلاح باورهای نادرست امری است که از سوی مسئولین فرهنگی کنونی جمهوری آذربایجان مورد استقبال است که با تلاش‌های پیگیر برخی از نمایندگان فرهنگی کشورمان این باورها اصلاح شده است و حتی در برخی از کتاب‌های درسی اطلاعات صحیح گنجانده شده است»

بر اساس این تجربه موفق، می‌توان نتیجه گرفت، ارائه یک قرائت صحیح از دین مبین اسلام و فرهنگ شیعی و بازخوانی و پالایش فرهنگ ایرانی، در جمهوری آذربایجان کار دشواری نیست. شواهد و دلایل بسیاری بر سهولت این راهبرد دلالت دارد که از جمله، می‌توان به اشتراکات فرهنگی و تاریخی فراوان اشاره کرد: دین و مذهب مشترک که همان تشیع است و به عنوان یک عامل هویتی می‌تواند عامل وحدت بوده و سازوکارهای فعالیت در سایر عرصه‌ها را فراهم کند. جزئیت آذربایجان از خاک ایران در

دوره‌های گذشته و وجود قومیت و زبان آذری که از جمله مهمترین اشتراکات است، تعلقات فراوانی ایجاد کرده که می‌تواند به توسعه تبادلات فرهنگی منجر شود. منابع مشترک انرژی در دریای خزر نیز می‌تواند به کاهش تنش‌های حکومتی در حوزه فرهنگ منجر شود. مظاهر ومفاخر دینی و فرهنگی مشترک نیز عامل فزاینده در رشد و توسعه و تعمیق آموزه‌ای دینی در آذربایجان محسوب می‌شوند. پوشش، حجاب و عفاف زنان از مهمترین این مظاهر هستند. نظامی گنجوی، خاقانی شروانی و بیش از ۱۷۰ شاعر پارسی‌گوی که در قلمرو کنونی آذربایجان آرمیده‌اند از جمله مهمترین مفاخر مشترک هستند که آثار خود آنان نیز می‌تواند در راستای اصلاح باورهای عمومی به استخدام فعالان حوزه دین و فرهنگ درآید.

از آنجا که محدودیت‌های حکومتی در آذربایجان همواره به عنوان عامل بازدارنده، به کندی جریان‌ات دینی و فرهنگی منجر شده است، با تکیه هوشمند بر اشتراکات، و مهندسی فعالیت‌های دیپلماتیک در حوزه دین و فرهنگ، می‌توان به پالایش افکار عمومی از قرائت‌های غیر اصولی از دین دست یافت.

اعتمادسازی سیاسی

به صورت عمده در روابط متنوع بین‌الملل، اصل بر بی‌اعتمادی و در روابط صرفاً فرهنگی اصل بر اعتماد متقابل است. به‌ویژه این مسئله در رویکردهای رئالیستی بسیار به چشم می‌خورد. اما به نظر می‌رسد یک الزام بسیار مهم در روابط میان کشورها بالاخص در دیپلماسی فرهنگی، اعتمادسازی سیاسی و فرهنگی و تعامل سازنده و مثبت در منطقه است.

به‌نظر می‌رسد نوع حکومت و تعاملات دولت‌ها با یکدیگر نقش به‌سزایی در اعتمادسازی و زمینه‌سازی برای کار فرهنگی دارند. در این راستا باید بخشی از اقدامات در صدد جلب اعتماد سیاسی ساختارهای حکومتی و حتی امنیتی باشد. لازم به ذکر است که

اهتمام ما بر اعتماد سازی دولتی نباید ما را از اقدامات مردم نهاد و اجتماعی در عرصه دیپلماسی جامعه هدف باز دارد. بر این اساس لازم است؛

غیر امنیتی کردن ماهیت اقدامات فرهنگی

الزام دیگر، تلاش برای غیر امنیتی کردن برنامه‌های فرهنگی است؛ به این معنا که جهت گیری‌ها باید به گونه‌ای باشد که با توجه به اصل حکمت، عزت و مصلحت در منطقه حساسیت و شائبه امنیتی ایجاد نشده و ماهیت عمل به عنوان صرفاً فرهنگی جلوه کند. «کار فرهنگی در جامعه‌ای که تصور مخاطب متفاوت و به اصطلاح High Politics است، در حوزه سیاست کم اهمیت و کم شدت قرار نمی‌گیرد، بلکه در حوزه سیاست بسیار حساس قرار می‌گیرد. بنابراین کار سخت‌تر و برنامه‌ریزی بیشتری را می‌طلبد» (دهقانی، ۱۳۸۷، ص ۳۰) به عنوان مثال در برگزاری جلسات مذهبی - فرهنگی می‌توان از حضور نیروهای امنیتی مقابل استقبال کرده، رصد کردن جلسات را برای آنان ممکن و آسان نمود. این رویه به مرور زمان موجب اطمینان خاطر مسوولین جامعه هدف می‌گردد.

۳- راهبرد WO

در آن با استفاده از فرصت‌های موجود می‌توان به رفع نقاط ضعف پرداخت.

استفاده بهینه از ظرفیت‌های فضای مجازی (محوریت آموزش مجازی)

امروزه با توجه به پیشرفت نرم افزارهای آموزش مجازی (LMS) در سطح جهان، آموزش از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است. استفاده از روش‌های سنتی علاوه بر تحمیل هزینه‌های زیاد با مسائلی همچون؛ اتلاف زمان در رفت‌وآمد به محیط‌های آموزشی، ایجاد ترافیک و آلودگی و نیز قطع درختان و مصرف منابع دیگر برای تهیه ابزارهای آموزشی، همراه است.

در همین راستا طراحی یک دوره‌ی آموزشی کامل با ملاحظه همه عناصر دیپلماسی فرهنگی (دین، تاریخ، زبان، دولت و مردم) که در برگیرنده‌ی ارکانی که مورد توجه جمهوری اسلامی است، ضروری می‌نماید. این دوره می‌تواند بر ماهیت دیپلماسی فرهنگی، مقاصد، هدف‌ها، راهبردها و اصول عملیاتی - با درک کامل کارآموزان از این مفهوم و نقشی که دیپلماسی عمومی در ترویج منافع ملی و در ارتباط با مردم ایفا می‌کند - متمرکز شود.

مدیریت این دوره در برگیرنده یک معیار و شاخص اصلی در ارتباط فرهنگی خواهد بود که به وسیله مطالعات مربوط به فرهنگ، کشور، منطقه، مذهب و فرهنگ به نحو مناسبی برای هر فرد یا گروه پشتیبانی لازم را تولید کند.

باید توجه داشت که در بحث آموزش نیاز به تئوری‌پردازی است. حوزه‌های علمیه باید به فضای میان فرهنگی وارد شوند. «حوزه‌های علمیه باید در عرصه تئوری‌پردازی بتوانند به بازتولید معنا بپردازند چرا که مهمترین مسئله در آموزش تولید معناست. ثانیاً دانشگاه‌های ایران نباید در نقش مؤسسات فرعی دانشگاه‌های غربی عمل کنند و نیروهای تحقیقاتی برای غرب تربیت کنند».

همه آنچه در باب آموزش‌های دوره‌ای گذشت، باید به طور جدی تر در فضاهای مجازی طرح و پیگیری شود. آموزش مجازی باید به‌طور مستمر پیگیری شود. از مزایای استفاده از فضای مجازی میتوان به: کارآمدی و سرعت، انعطاف‌پذیری، به روز رسانی محتوا، افزایش ضریب همکاری و همیاری میان دانشجویان، صرفه جویی در هزینه‌ها، افزایش دسترسی به حوزه‌های دانش، عدم محدودیت مکانی و زمانی، عدم محدودیت در ظرفیت پذیرش، کاهش زمان رفت‌وآمد، دسترسی آسان به اساتید متعدد و... اشاره کرد.

طراحی آموزش‌های مجازی را می‌توان شامل مراحل زیر دانست: ۱- اهداف ۲- محتوا ۳- فعالیت‌های یادگیری ۴- مواد و منابع یادگیری ۵- گروه‌بندی یادگیرندگان ۶- زمان ۷- فضا ۸- شیوه‌های تدریس ۹- راهبردهای ارزشیابی.

بر این اساس اقدامات اولیه زیر می‌توان راهگشا باشد؛

- طراحی دوره کامل آموزشی متناسب با فضاهای مجازی با توجه و تمرکز بر پنج عنصر اصلی دیپلماسی فرهنگی.

- ایجاد سایت روزآمد و کارآمد کردن با مدیریت و حضور اساتید برجسته نیز باید در این بخش استفاده نمود. - مطبوعات و رسانه‌های مطبوعاتی فراوانی در آذربایجان فعال هستند که عمدتاً از خارج حمایت شده یا تحت مالکیت حکومت هستند. با این حال مطبوعات اختصاصی در حوزه دین و فرهنگ اسلامی به صورت مناسبی و با اعمال محدودیت به برخی آموزه‌ها و شعائر دینی می‌پردازند که آن هم از اطلاعات غلط و شبهه دار خالی نیست. بر این اساس و با توجه به محدودیت‌های موجود، تاسیس و تدوین مطبوعات و فعالیت گسترده مطبوعاتی در فضای مجازی از الزامات دیگر در راستای تقویت شیعیان آذربایجان خواهد بود.

- انتقال فراورده‌های آموزشی به قالب‌های رایج در شبکه‌های ارتباطی مجازی.

- فراخوانی اصحاب قلم، فرهنگ و هنر آئینی به آوردگاه رسانه شبکه‌های مجازی. در این میان تولیدات هنری از قبیل پویا نمایی و... می‌تواند جایگاه ممتازی در تبلیغات فرهنگی داشته باشد. در همین راستا می‌بایست تمهیدات لازم برای پیوند هنرمندان ایرانی و هنرمندان بومی منطقه قفقاز فراهم شود.

- تاسیس مرکز آفرینش‌های فرهنگی و هنری مبتنی بر مولفه‌های فرهنگی کشور هدف یعنی جمهوری آذربایجان و اهداف و رسالت کشور عامل یعنی جمهوری اسلامی

ایران ضرورت دیگری است که به عنوان یک مجموعه مولد می‌تواند عامل پیش برنده در دیپلماسی فرهنگی باشد.

- تدوین طرح تولید آثار فرهنگی بسیار ضروری است. مثلاً " طرح تولید کتاب " به عنوان یک ابزار فرهنگی باید طی چه فرآیند و مراحل تولید شود. این کار مستلزم تدوین شیوه نامه تولید آثار است. تدوین این شیوه نامه می‌تواند توسط فعالان پیشکسوت در عرصه دیپلماسی فرهنگی در کشور جمهوری آذربایجان صورت گیرد تا بر مبنای تجارب خود این شیوه نامه‌ها را تدوین و در اختیار مرکز آفرینش‌های فرهنگی و هنری قرار دهند.

- اقدام اساسی دیگر که باید تقویت شود برنامه‌ی ستودنی جامعه المصطفی العالمیه پیرامون تربیت طلاب خارجی در دانشگاه مجازی است. این مدل آموزش که سهل الوصول تر بوده و حساسیت کمتری ایجاد می‌کند یک روش مکمل و مهم در بحث آموزش فرهنگ محسوب می‌شود. بنا بر این هم افزایی دستگاه‌های دیگر از قبیل حوزه علمیه، سازمان فرهنگ و ارتباطات، و... برای وسعت بخشیدن به دامنه این فعالیت‌ها به خصوص تربیت دانشجویان و مبلغان بومی بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

بدیهی است رویکرد غالب در طراحی و اجرای فرآیند آموزش، فرهنگ محوری بوده و با هدف تقویت مبانی فرهنگ و اندیشه شیعیان و تسری آن در میان سایر اقوام و مذاهب منطقه قفقاز خواهد بود.

۴- راهبرد WT

بر اساس آن در مقابل آسیب‌های ناشی از نقاط ضعف خود دفاع می‌کنیم.

گفتمان سازی در زمینه ضرورت دیپلماسی فرهنگی ایران در جمهوری آذربایجان

«اولین الزام، درک اهمیت دیپلماسی فرهنگی و اولویت آن در کشور است؛ در بسیاری از دستگاه‌هایی که متولی دیپلماسی فرهنگی هستند این توجه وجود ندارد، اجرای دیپلماسی به سازمان‌های زیادی بر می‌گردد

لازم است امام را به عنوان معمار و بنیان گذار انقلاب در همه حوزه‌ها از جمله حوزه دیپلماسی فرهنگی بدانیم. و قرائت او از دیپلماسی فرهنگی را بازخوانی کنیم. امام راحل با دریافت این الزام و درک صحیح از قدرت نرم به ظرفیت قدرت انقلاب اسلامی ایران اهتمام ویژه داشت. چنانکه در توصیه‌های خود فرمود: «شما که در خارج هستید برخورد دارید با سفرای آنجا، با وزرای خارجه آنها، با همه اینها برخورد دارید، اگر بنا باشد که شما وقتی که می‌خواهید در وزارت خارجه بروید، خودتان را گم کنید، خیال کنید که حالا در یک محضر کذا، وزیر خارجه آمریکا، وزیر شوروی. لکن باید شما توجه داشته باشید که شما سفیر مملکت اسلامی هستید که از همه این قدرت‌ها، قدرتش بالاتر است و از همه این شریف‌ها (اگر آنها شرافتی داشته باشند) شرافتش بالاتر است و شما باید حیثیت خودتان را از اول حفظ کنید»

نکته مهم دیگر این است که امام راحل گفتمان سازی را در دو حوزه گفتمان سازی علمی و گفتمان سازی عملی می‌داند و براین باور است که تحقق آرمان‌های انقلاب بدون التزام به گفتمان‌های عملی ممکن نیست. چنانکه فرمود: «و از مسائل مهمی که شماها مثل ماها موظف به آن هستید این است که با عمل خودتان در آنجا، با وضعیت سلوکتان با کارمندان با وضعیت اصل سفارتخانه و وضع سفارتخانه طوری باشد و طوری بکنید که با همین عمل به تدریج انقلاب شما صادر بشود به آن کشوری که در آن هستید».

«شما آقایانی که در سفارتخانه‌ها هستید موظفید عقلاً و شرعاً به اینکه، سفارتخانه‌ها تان هرچه ساده‌تر باشد و کیفیت معاشرتتان با آن اشخاصی که به اصطلاح شما زیر دست گفته شوند، برادرانه باشد و در عین حالی که آنها باید از شما بپذیرند مطلبی

که می‌گویید، لکن برادرانه باید باشد و همین‌طور وضع مهمانی‌هایتان، وضع گذران خودتان، وضع کسانی که در آنجا کار می‌کنند. اسلام را در آنجا عملاً ببیند. ما هرچه فریاد بزنیم که ما اسلامی هستیم و جمهوری اسلامی هستیم، لکن وقتی ببینند ما را که در عمل غیر او هستیم. از ما دیگر باور نمی‌کنند وقتی می‌توانند باور کنند که ما که می‌گوییم جمهوری اسلامی هستیم، عملمان هم آن‌طور باشد؛ عمل طاغوتی نباشد و قول، قول اسلامی، عمل اسلامی باشد و خود رفتار، اسلامی باشد. گفتار اسلامی باشد تا صادر بشود این جمهوری اسلامی در سایر کشورها. صدور با سرنیزه صدور نیست؛ صدور با زور صدور نیست؛ صدور آن وقتی است که اسلام، حقایق اسلام، اخلاق اسلامی، اخلاق انسانی در اینجاها رشد پیدا کند و شما موظف به این معنا هستید و باید این کار را انجام بدهید که هم در عمل و هم در نوشته‌هایی که در آنجا منتشر می‌کنید ... همه وظیفه داریم و لکن وظیفه شما سنگین‌تر است. بیشتر است و پس از معرفی، نفوس سالم که اکثر مردم هستند، پذیرش می‌کنند، پذیرش که کردند کم‌کم عمل می‌کنند، کم‌کم این انقلاب صدور پیدا می‌کند به خارج».

بنابر این می‌توان گفت: گفتمان سازی علمی در کشور آذربایجان برای بکارگیری دیپلماسی فرهنگی در نشر معارف و اندیشه‌های شیعی الزامی است. اما الزام مهم دیگر التزام عملی فعالان این عرصه به گفتمان دینی است که علیرغم نگرانی امام و رهبری معظم انقلاب در بسیاری از موارد مغفول مانده است.

تلاش برای تدوین استراتژی جامع فرهنگی

دولت جمهوری اسلامی ایران برای موفقیت، به یک استراتژی جامع برای دیپلماسی فرهنگی و روابط استراتژیک با دیگر کشورها نیاز دارد. این استراتژی باید شامل تمام اهداف، مقاصد، اقدامات، معیارها بوده و برنامه‌های مورد نیاز برای تحقق این اهداف و مقاصد را نیز شامل شود و باید‌ها و نبایدهای اسلامی و ایرانی را نیز دربر گیرد. برای

تحقق این استراتژی، رجال با سابقه دولت باید قادر باشند که منافع ملت را تشخیص داده، افکار عمومی خارجی و تبعات آن را سنجیده و بر اساس آن دست به انتخاب بزنند. مطالبات سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران پیچیده است و هیچ نفعی حتی امنیت نباید سایر منافع را تحت الشعاع قرار دهد. پرداختن به این مطالبات مستلزم ساختارهایی است که بتواند از این پیچیدگی‌ها عبور و خطرات ناشی از آن را مدیریت کند.

بازخوانی آرایش موجود در نهادهای فرهنگی

توجه ویژه به دیپلماسی فرهنگی، در صدر امور دیپلماسی است. جمهوری اسلامی نیز در راستای صدور انقلاب اسلامی به‌ویژه در حوزه آسیای میانه و قفقاز جنوبی باید مسئولیت رهبری دیپلماسی فرهنگی منطقه را برعهده بگیرد؛ از این‌رو باید رابطه استراتژیک بین‌المللی خود را با سایر کشورهای منطقه اعلام کند و پاسخ‌گوی طرح و اجرای یک استراتژی جامع براساس پنج عنصر کلیدی دین، زبان، تاریخ، حکومت و مردم باشد. پویایی و چالاک‌دستی دستگاه فرهنگی جمهوری اسلامی در عرصه سیاست خارجی اعم از وزارت خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات و اشراف کامل به حوزه عملیاتی خود بسیار مهم به نظر می‌رسد. جمهوری اسلامی باید رهبری این مأموریت بین‌نهادی و هدایت مؤلفه‌های پیچیده و چندوجهی آن را به‌دست افراد کارشناس و متعهد بسپارد؛ این افراد نیز باید در قبال این مأموریت پاسخ‌گو باشند.

به‌نظر می‌رسد استقلال برخی سازمان‌های فرهنگی نظیر سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حرکت تحت لوای نهاد مقام معظم رهبری در این میانه برای حل مشکلات بسیار راهگشا باشد. یا همکاری مستمر و تنگاتنگ معاونت آموزشی و پژوهشی وزارت امور خارجه در امور عمومی و دیپلماسی عمومی با سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، در تقویت دیپلماسی فرهنگی بسیار موثر خواهد بود.

در مجموع، آرایش موجود در سیستم‌های فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی نیازمند بازنگری است. این موضوع که بر اساس اصل کارکردگرایی و بر اساس سند چشم انداز (با این فرض که بر اساس اصل واقع گرایی و مبتنی بر اهداف ترسیم شده باشد) به بعضی تفکیک یا تلفیق‌های اصولی در این مجموعه‌ها دست بزنیم بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

ساماندهی دستگاه‌های مربوطه و ایجاد هم‌نوایی درون سیستمی

دولت ما هنوز خود را کاملاً با تغییرات سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وفق نداده است؛ تغییراتی که پس از جدا شدن از وزارت امور خارجه و تعریف پست معاونت در دیپلماسی فرهنگی ایجاد شد؛ ایجاد این سازمان هرچند به‌درستی و از سر تدبیر حجه الاسلام و المسلمین تسخیری صورت گرفت، ولی ظاهراً باید اداره حمایت از دیپلماسی فرهنگی در داخل این سازمان شکل گیرد. تفکیک سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی از وزارت خارجه ظاهراً ملازم با عدم تعیین استراتژی فرهنگی و بالاخص دیپلماسی فرهنگی بوده است.

از جمله ضروری‌ترین اموری که در دولت باید مورد توجه قرار گیرد این است که از همکاری بین نهادی مستحکم‌تر اطمینان حاصل کند؛ توانایی وزارت امور خارجه را برای انجام مأموریت‌هایش به نحو اساسی افزایش دهد و اطمینان حاصل کند که دیپلماسی عمومی اهمیت لازم را در همه سطوح و همه بخش‌های طراحی و اجرای سیاست خارجی دارد. مصاحبه‌ها و پژوهش‌های انجام شده برای این مطالعه بارها و بارها حاکی از کمبود منابع در دیپلماسی عمومی به‌ویژه در وزارت امور خارجه و سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است. این کمبود دور باطلی را ایجاد می‌کند.

«سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی وارث مجموعه‌ای از وزارت ارشاد و برخی سازمان‌هایی است که در خارج از کشور فعالیت می‌کردند. تا سال ۷۴-۷۵ رایزنی‌ها زیر نظر ارشاد بود. در کنار آن، سازمان تبلیغات اعزام مبلغ داشت. مرکز جهانی علوم اسلامی

(جامعه‌المصطفی) طلبه‌های خارجی را آموزش می‌داد. وزارت خارجه هم همین طور. مرکز گسترش زبان فارسی، شورای گسترش زبان فارسی، مجمع تقریب مذاهب و مجمع جهانی اهل بیت هم هر کدام فعالیت‌هایی در خارج از کشور داشتند.

اما راهکارهای پیشنهادی در این بخش فقط شامل سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی نبوده و وزارت خارجه را نیز در بر می‌گیرد:

- سفارتخانه‌ها باید مسئولان متعهد بیشتری را در زمینه خدمات خارجی جذب کنند و آنها را در دیپلماسی عمومی به کار گیرند. اگر چه نظارت مستمر بر اقدامات مقطعی و کوتاه‌مدت سفیران در امور عمومی لازم است اما ایجاد روابط بلندمدت باید متولی خاص داشته باشد که صرفاً همین مأموریت را تعقیب کند. ا

- در شرایط کنونی هرگونه ابتکار علمی و عملی بی‌نتیجه است. اقدام و عمل در حوزه دیپلماسی عمومی و فرهنگی، پیش‌نیازی دارد که عبارت است از حذف تشریفات طولیل اداری در وزارت خارجه، اصلاح روند رسیدگی به امور و روال اجرای طرح‌ها که مجموعاً به چالاک‌ی زنجیره فعال دیپلماسی منجر خواهد شد.

- همه نهادها باید دارای فرآیندهای شفاف‌تر و کارآمدتر در مشارکت‌های خصوصی و عمومی، فعالیت‌های رسانه‌ای، پذیرش کارشناسان بیرونی و تسهیم اطلاعات باشند. مقررات پیچیده و غیر شفاف به از دست رفتن فرصت‌ها می‌انجامد.

وزارت امور خارجه باید به آموزش‌های تخصصی روی آورده، فرصت‌های بیشتری را برای رشد حرفه‌ای در اختیار نیروی انسانی خود قرار دهد. مساله فرهنگ صرفاً اولویت کارکنان سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی نیست بلکه فرهنگ باید در مجموع اولویت وزارت خارجه و دستگاه دیپلماسی عمومی کشور باشد. در عین حال لازم است دستگاه دیپلماسی کشور در مواجهه با دولت‌های منطقه باتکیه بر اشتراکات، کمترین حساسیت را ایجاد و به روند اقدامات سرعت ببخشد.

مدرن‌سازی اقدامات نهادها (هوشمند سازی)

علاوه بر فرصت‌های اقتصادی، فرهنگ مشترک نیز فرصت بسیار مهمی برای ایران است که سایر کشورها از آن بی‌بهره‌اند؛

برای پیشرفت دیپلماسی فرهنگی در جامعه‌ی هدف باید از ابزارهای مختلف استفاده کرد و با اصلاح شیوه‌های ناخوشایند، همان دستور کار را با وجهه‌ای مستحسن در جامعه هدف عرضه کرد پس لازم است راهبردهای خاص هر کشور تدوین شود. شاید در برخی بخش‌ها کار اجرایی تأثیرگذار نباشد و باید به سرمایه‌گذاری بر نخبگان مردمی رجوع کرد و دنبال اعزام مبلغ بومی بود، یا اینکه برخی اوقات از ابزارهای اقتصادی برای پیشبرد اهداف سیاسی و فرهنگی بهره برد.

مشاهده می‌کنیم که سرعت تحول در بسترهای فرهنگی بسیار بالاست. از طرفی رقبای ما در این عرصه با هوشمندی به کارآمدی استراتژی‌ها و ابزارها دقت می‌کنند. بنا بر این شرط موفقیت در این عرصه آن است که در سطحی بالاتر از رقبای منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای، به هوشمند سازی مدیریت دیپلماسی فرهنگی پردازیم.

نتیجه گیری

با توجه به آنچه گذشت، می توان در این تحقیق به نتایج کلی زیر دست یافت.

اول: اساس قدرت نرم دیپلماسی عمومی و مهمترین عنصر قدرت نرم، عنصر فرهنگی است و دین و ایدئولوژی، خاستگاه فرهنگ در حکومت دینی است. در عین حال غربی ها بر این باورند که انقلاب اسلامی، ضمن شکل گیری بر اساس قدرت نرم، مبتنی بر دین و فرهنگ دینی و برخوردار از دیپلماسی پویای عمومی، از جهت استقرار بر اراده جمعی، یک مدل خاص محسوب می شود.

دوم: پس از جنگ جهانی دوم، در فرهنگ (دیپلماسی فرهنگی) ظرفیتی ایجاد شد که این عامل به مهمترین ابزار برای کسب قدرت تبدیل شد. دیپلماسی، اساس قدرت و ارتباطات، اساس دیپلماسی است. عصر حاضر نیز به عنوان عصر ارتباطات رسانه ای شناخته می شود.

سوم: آنچه تا کنون به عنوان هدف از دیپلماسی فرهنگی مطرح شده و تعقیب می شود، نفوذ و تأثیر است. غربی ها راهبرد نفوذ و تأثیر انقلاب اسلامی ایران و رهبران آن را فوق العاده ارزیابی می کنند و آنان را صاحب قدرت نرم و نامحسوس می دانند. شایان ذکر است بر خلاف ارزیابی غربی ها از این مسئله، بسط و تعمیق نفوذ سیاسی ایران در معادلات بین المللی، مرهون پیروی از الگوی «رشد» یعنی ارشاد و اقناع افکار عمومی است.

چهارم: می توان گفت شکوفایی دیپلماسی فرهنگی ایران بعد از شکل گیری انقلاب اسلامی، به دلیل برخورداری از ظرفیت های زیر است:

۱- علوم و معارف اسلامی؛

۲- مفاخر انسانی و آثار و آداب و سنن؛

۳- منابع ادبی، هنری و رسانه‌ای پویا؛

۴- نیروی انسانی عمومی شیعه در خارج از کشور.

پنجم: با سیر در تجارب سیاسی پس از انقلاب اسلامی، می‌توان نتیجه گرفت بارزترین شاخصه‌های سند سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، اتکا بر راهبرد ارشاد و گسترش صلح و همبستگی در سطح جهانی است.

ششم: در مواجهه فرهنگی با کشور جمهوری آذربایجان باید بپذیریم این کشور دارای صورت غربی و سیرت شرقی است. بنابراین در برخی شاخصه‌ها باید غلبه‌ی مظاهر فرهنگی غرب را در نظر بگیریم و در هویت فردی و اجتماعی و به‌ویژه در بنیان‌هایی همچون خانواده باید استیلای سیرت شرقی بر کشور آذربایجان را بپذیریم.

برخی از وجوهی که کشور آذربایجان را از سیرت شرقی برخوردار می‌کند عبارتند از:

۱- برخورداری از جمعیت حداکثری شیعه و مانوس بودن با اهل بیت؛

۲- برخورداری از دامنه لغات زبان مشترک اسلامی که به الفت مردم آذربایجان با قرآن و روایات می‌انجامد؛

۳- رسمیت و گسترش اسماء مبارکه در تسمیه فرزندان که در نسل‌های حاضر نیز جریان داشته و بر تعمیق آئین تشیع در شئون مختلف زندگی مردم آن سامان دلالت دارد؛

۴- تداوم سلسله مفاخر ادبی - آئینی که بعضی از آنها از شهرت جهانی برخوردار هستند؛

۵- بسط و گسترش آموزه‌هایی همچون حجاب و عفاف، علی‌رغم سابقه حکومت ۷۰ ساله کمونیسم؛

۶- التزام به آئین‌ها و مراسمات دینی، علی‌رغم استقرار یک حکومت لائیک.

هفتم: آنچه از این تحقیق به دست می‌آید این است که مانع اصلی در مسیر تعاملات فرهنگی با کشور آذربایجان، استقرار حکومت لائیک در این کشور است که راهبرد وابستگی به قدرت‌های فرامنطقه‌ای و غربی را جایگزین راهبرد همبستگی با کشورهای تأثیرگذار منطقه کرده است.

گفتمان فرهنگی غالب در کشور آذربایجان در تمایل این کشور به غرب و ترکیه است تا به این وسیله ایده‌آل‌های خود را تأمین و از نظر سیاست خارجی با تکیه بر غرب به توسعه‌ی پایدار برسد. به‌طور کلی این ضعف به حوزه امنیت ملی کشورهای مثل آذربایجان برمی‌گردد به‌طوری که این کشورها بقای خود را در گرو وابستگی به کانون‌های قدرت می‌بینند. از این رو کشورهای ایدئولوژیکی مثل ایران را از جهت فرهنگی به‌عنوان تهدید برای تحریک احساسات دینی مردم قلمداد می‌کنند.

هشتم: این تحقیق گویای این مطلب است که خلاءهای فرهنگی در کشور آذربایجان در دو محور مطرح می‌شوند:

الف) ظرفیت‌های عمومی که شامل فعالیت در عرصه نشریات، رسانه‌ها، شبکه‌ها یا برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی است که در این بخش باید تبلیغات بنیادین و ارزشی، نگاه جامعه به زن و تثبیت آموزه حجاب و اصل خانواده و الزامات آن مورد توجه قرار گیرد.

ب) ظرفیت‌های خاص که شامل تمرکز بر ظرفیت اماکن مذهبی و زیارتگاه‌ها به‌منظور ساماندهی عقیدتی، ظرفیت عزاداری حسینی به‌منظور تبیین مسئله ظلم‌ستیزی و اصل قیام و اصل حاکمیت عدل، ظرفیت خاص نیمه شعبان به‌منظور امیدآفرینی اجتماعی تحت مسئله انتظار منجی و حرکت به‌سمت اصلاح و ظرفیت ماه مبارک رمضان و شب‌های قدر به‌منظور نشر و گسترش معارف شیعی می‌شود. بنابراین لازم است به ساماندهی و تقویت این ظرفیت‌ها پردازیم.

با توجه به اینکه در این دو حوزه و به‌ویژه در حوزه فضاهای مجازی، محدودیت‌های کمتری از سوی حکومت اعمال می‌شود، می‌توان به توسعه و تعمیق فعالیت‌های دینی در قالب این ظرفیت‌ها امیدوار بود.

نهم: تدوین نقشه راه در مسیر تولید رسانه‌ای با محوریت اندیشه‌های شیعی متناسب با جامعه هدف کودک آذربایجان، از قبیل بازی‌های رایانه‌ای قابل رقابت با تولیدات غربی و اروپایی، انیمیشن و... بسیار ضروری است.

دهم: با توجه به التزام مردم آذربایجان به اصالت نهاد خانواده، تدوین نقشه راه برای حفظ اصالت این نهاد از طریق تولیدات رسانه‌ای و به‌طور مشخص در قالب فیلم و سریال و... و به‌ویژه در تقابل با سیطره رسان‌ای کشورهای هم‌چون ترکیه بسیار ضروری به‌نظر می‌رسد. این راهبرد باید مبتنی بر اصل تألیف قلوب باشد. پس لازم است هم‌زمان با دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی عمومی نیز فعال شود تا این راهبرد در کانون توجه خانواده در آذربایجان قرار گیرد.

یازدهم: این تحقیق گویای این واقعیت است که مجموعه راهبردهای جمهوری اسلامی ایران که بار ارزشی داشته باشد با موانع احتمالی حکومت آذربایجان مواجه خواهد شد. برای این منظور لازم است هم‌زمان با تدوین راهکارها، راهبرد و مدل عرضه و ارائه تولیدات، آثار، منشورات و... را تدوین کنیم. راهبردهای ارائه و عرضه می‌تواند با تکیه بر ظرفیت مشترکات در دو حوزه تاریخ و مذهب و وجود منابع مشترک انرژی ترسیم شود. تأکید بر مشترکات تاریخی و مذهبی، اقبال مردمی به این راهبردها را افزایش می‌دهد و توسعه همکاری در بخش منابع مشترک انرژی، حساسیت‌های حاکمیت را کاهش خواهد داد.

دوازدهم: این تحقیق با آسیب‌شناسی نگاه حاکمیت فعلی آذربایجان به موضوع زن، همسویی بخشی از زنان جامعه آذربایجان با هجده‌های فرهنگی غرب در قالب جنگ نرم

را تصدیق می‌کند. اگر چه این همسویی در برخی مظاهر دینی همچون مسئله حجاب، آن هم در طیف‌های خاصی از زنان جامعه (شاغلین و...) به چشم می‌خورد، ولی همراهی رسانه‌ای و رویکرد کشورهای همجوار و هم‌زبانی مثل ترکیه این روند را تسریع بخشیده و به اقشار دیگر تسری می‌دهد. متولیان امر در جمهوری اسلامی که به حق خود را ملزم به اصل حُسن همجواری می‌دانند باید به این مسئله توجه داشته باشند که فعال کردن همه ظرفیت‌ها برای صیانت از حریم زن و اصالت این عنصر انسانی بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

زن به شرط استقرار در جایگاه حقیقی خود در جامعه آذربایجان می‌تواند مجری سیاست‌های تثبیت نظام خانواده مذهبی و تربیت دینی کودک بنیادگرا و ارزشی باشد.

گشاده دستی حکومت آذربایجان در پذیرش زنان در بدنه حاکمیت و ساختار اجرایی کشور، ظرفیت مناسبی است که می‌تواند زن را به زبان گویای ارزش‌های شیعی در سیستم اجرایی این کشور تبدیل کند. این مهم می‌تواند با راهبردهایی همچون ارائه الگوهای موفق زن در جمهوری اسلامی ایران به جامعه زنان آذربایجان صورت گیرد. کما اینکه در تقابل با این اندیشه، سینمای هالیوود و سریال‌های ساخت ترکیه، الگوهایی در جهت خلاف این را به جامعه زنان آذربایجان ارائه و القا می‌کنند.

سیزدهم: ره‌آورد نهایی این تحقیق آن است که با توجه به حساسیت‌های حاکمیت آذربایجان در حوزه دین و مذهب، و عدم همکاری حکومت در جهت حضور و استقرار عناصر انسانی اعم از اندیشمندان، اصحاب رسانه، تولیدکنندگان آثار مذهبی و مبلغین متخصص و... که رویکرد تبلیغی شیعی را تعقیب می‌کنند، به نظر می‌رسد باید از ظرفیت رسانه‌های آزاد مثل فضاهای سایبری و مجازی استفاده بیشتر و بهتری برد. این فضاها می‌تواند احساس نیازهای دینی و فرهنگی را در توده‌های مردمی آذربایجان ایجاد کند. بدیهی است این احساس نیاز ظرفیتی ایجاد می‌کند تا حاکمیت در پاسخ به فشار مطالبات

افکار عمومی، با جریان فرهنگی شیعی همراهی نسبی پیدا کرده برخی امور را تسهیل کند.

چهاردهم: بازنگری در آرایش فعلی سیستم‌های فعال در حوزه دیپلماسی فرهنگی، ضروری است و لازم است بر اساس اصل کارکردگرایی و متناظر با اهداف به بعضی تفکیک یا تلفیق‌های اصولی در این مجموعه‌ها دست بزнім به نظر می‌رسد استقلال برخی سازمان‌های فرهنگی نظیر سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حرکت تحت لوای نهاد مقام معظم رهبری در این میانه برای حل مشکلات بسیار راهگشا باشد. یا همکاری مستمر و تنگاتنگ معاونت آموزشی و پژوهشی وزارت امور خارجه در امور عمومی و دیپلماسی عمومی با سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی، در تقویت دیپلماسی فرهنگی بسیار موثر خواهد بود.

پانزدهم: شرط تحقق دیپلماسی موفق فرهنگی، تصدی گری نیروی انسانی متعهد و متخصص است بنابراین لازم است در تراز جمهوری اسلامی و متناسب با اهداف و سیاست‌های بنیادی انقلاب، رایزن فرهنگی، تربیت و باپشتوانه عمیق علمی و معنوی تقویت شود که به زبان، فرهنگ، آداب و رسوم و تمام ویژگی‌های کشور مبدأ و مقصد آگاه بوده، از انگیزه لازم برخوردار باشد و سیر فعالیت‌های او بصورت مستمر ارزیابی شود.

شانزدهم: نتیجه اساسی دیگر این است که به ظرفیت‌های اساسی محافل علمی از جمله دانشگاهها توجه کافی نشده است. محافل علمی بخش‌هایی هستند که از طریق برگزاری همایش، پذیرش دانشجوی، شرکت در همایش‌های بین‌المللی، چاپ کتاب و نشریه و ... می‌توانند نقش مؤثری در دیپلماسی فرهنگی و تصویرسازی و حتی خنثی‌سازی راهبردهای رقیب ایفا نمایند. در این خصوص نکات ذیل قابل توجه است:

با تشویق دانشگاه‌های خصوصی به ایجاد شعبه در کشورهای دیگر و تبادل استاد و دانشجو می‌توان زمینه انتقال فرهنگی متقابل را فراهم کرد یا مبانی قانونی لازم را برای

تأسیس مراکز مطالعاتی مشترک در دانشگاهها و تربیت نخبگان فکری در سطح منطقه ایجاد کرد.

هفدهم: باید توجه داشت که در بحث آموزش نیاز به تئوری پردازی است. حوزه‌های علمیه باید به فضای میان فرهنگی وارد شوند. «حوزه‌های علمیه باید در عرصه تئوری پردازی بتوانند به بازتولید معنا پردازند چرا که مهمترین مسئله در آموزش تولید معناست.

هجدهم: آموزش مجازی باید به‌طور مستمر پیگیری شود. از مزایای استفاده از فضای مجازی میتوان به: کارآمدی و سرعت، انعطاف‌پذیری، به روز رسانی محتوا، افزایش ضریب همکاری و همیاری میان دانشجویان، صرفه جویی در هزینه‌ها، افزایش دسترسی به حوزه‌های دانش، عدم محدودیت مکانی و زمانی، عدم محدودیت در ظرفیت پذیرش، کاهش زمان رفت‌وآمد، دسترسی آسان به اساتید متعدد و... اشاره کرد.

آنچه در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد این است که: دوره کامل آموزشی متناسب با فضاهای مجازی با توجه و تمرکز بر پنج عنصر اصلی دیپلماسی فرهنگی طراحی شود؛ سایت‌های روزآمد و کارآمد با مدیریت و حضور اساتید برجسته نیز راه اندازی شود؛ با توجه به محدودیت‌های موجود، تاسیس و تدوین مطبوعات و فعالیت گسترده مطبوعاتی در فضای مجازی از الزامات دیگر در راستای تقویت شیعیان آذربایجان خواهد بود؛ فراخوانی اصحاب قلم، فرهنگ و هنر آئینی به آوردگاه رسانه شبکه‌های مجازی بسیار مهم است و در همین راستا می‌بایست تمهیدات لازم برای پیوند هنرمندان ایرانی و هنرمندان بومی منطقه قفقاز فراهم شود.

نوزدهم: تأسیس مرکز آفرینش‌های فرهنگی و هنری مبتنی بر مولفه‌های فرهنگی کشور هدف یعنی جمهوری آذربایجان و اهداف و رسالت کشور عامل یعنی جمهوری

اسلامی ایران ضرورت دیگری است که به عنوان یک مجموعه مولد می‌تواند عامل پیش برنده در دیپلماسی فرهنگی باشد.

بیستم: تدوین طرح تولید آثار فرهنگی بسیار ضروری است. مثلاً «طرح تولید کتاب» به عنوان یک ابزار فرهنگی باید طی چه فرآیند و مراحل تولید شود. این کار مستلزم تدوین شیوه نامه تولید آثار است که می‌تواند بر عهده فعالان پیشکسوت در عرصه دیپلماسی فرهنگی در کشور جمهوری آذربایجان گذاشته شود.

بیست و یکم: هم‌افزایی دستگاه‌های دیگر از قبیل حوزه علمیه، سازمان فرهنگ و ارتباطات، و... برای وسعت بخشیدن به دامنه فعالیت‌های دامنه دار علمی همچون تربیت دانشجویان و مبلغان بومی به دلیل آن که سهل الوصول بوده و حساسیت کمتری ایجاد می‌کند بسیار ضروری به نظر می‌رسد و در این راستا اقدام جامعه المصطفی العالمیه پیرامون تربیت طلاب خارجی در دانشگاه مجازی ستودنی است.

فهرست منابع

۱. ابوذر ابراهیمی، «رقابت‌های فرهنگی در آسیای مرکزی» در: <http://www.abouzarebrahimi.blogfa.com>
۲. آدموند هرزیگ، ایران و حوزه جنوبی شوروی سابق، ترجمه کامیل احتشامی اکبری، مؤسسه چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، تهران ۱۳۷۵.
۳. امیر احمدیان، بهرام، شکل‌گیری عرصه جدید ژئواستراتژیک در آسیا، فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، سال چهارم، دوره چهارم، شماره ۵۱، ۱۳۸۴.
۴. امیر احمدیان، بهرام، نقش روسیه و آمریکا در بحران قفقاز، ماهنامه تحولات روسیه، آسیای مرکز و قفقاز، ۱۳۸۷.
۵. _____، جغرافیای جمهوری آذربایجان، تهران: سازمان جغرافیای نیروهای مسلح، ۱۳۸۲.
۶. _____، جغرافیای کامل قفقاز، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۸۴.
۷. _____، روابط ایران و جمهوری آذربایجان، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی، ۱۳۸۴.
۸. الوانی، سید مهدی، مدیریت عمومی، تهران، نشر نی، ۱۳۸۴.
۹. اولین شهید مبارزه با وهابیت در جمهوری آذربایجان، خبرگزاری آران پرس، <http://fa.arannews.com> منتشر شده در تاریخ ۱۲ آذرماه ۱۳۹۲.
۱۰. آشنا و همکاران، دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی: پیوندها و اهداف، دوفصلنامه دانش سیاسی، شماره پنجم.
۱۱. آشنا، حسام‌الدین، فرهنگ، ارتباطات و سیاست خارجی، ارائه مدلی برای دیپلماسی عمومی، نشریه مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (ع)، شماره ۲۱، ۱۳۸۳.
۱۲. _____، دیپلماسی عمومی: فرهنگ و ارتباطات در خدمت سیاست خارجی، کتاب آمریکا (۶) ویژه دیپلماسی عمومی در آمریکا، گردآوری و تدوین رضا داد درویش، تهران: انتشارات ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۴.
۱۳. بالچی، بایرام، «سرنوشت مذهب شیعه در آذربایجان بعد از فروپاشی شوروی»، اخبار شیعیان، شماره ۲۱، ۱۳۸۶.
۱۴. بررسی و نسبت دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (دستگاه‌ها و نهادهای فعال)، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، کد موضوعی ۲۷۰، شماره مسلسل ۱۰۳۲۱، تیر ۱۳۹۰.
۱۵. برنامه تلویزیونی گفتگویی صمیمانه با سفیران سایر کشورها در ایران، آقای بنیاد حسین اف ۲۶/بهمن ۱۳۹۶.
۱۶. جامعه‌المصطفی، گزارشی از اقدامات نمایندگی المصطفی در جمهوری آذربایجان «۲۹/۴/۱۳۹۳»
۱۷. جباری، ولی، «بررسی مردم‌شناختی مراسم عاشورا در روستای نارداران جمهوری آذربایجان»، آران، سال ششم، ۱۷ و ۱۸، ۱۳۸۷.
۱۸. _____، «سازمان روحانیت شیعه قفقاز»، آران، سال ششم، ۱۵ و ۱۶، ۱۳۸۷.
۱۹. _____، «شعرای جمهوری آذربایجان»، آران، سال پنجم، ۱۳ و ۱۴، ۱۳۸۷.
۲۰. _____، «علمای دینی جمهوری آذربایجان بعد از جدایی از ایران»، آران، سال چهارم، ۸ و ۹، ۱۳۸۵.

۲۲. _____ با همکاری محمود تقی زاده داوری، شیعیان جمهوری آذربایجان، قم: موسسه شیعه شناسی.
۲۳. _____ پایان نامه (بررسی وضعیت سیاسی اجتماعی فرهنگی شیعیان جمهوری آذربایجان)، دانشگاه قم، ۸۸.
۲۴. جلال ستاره، جغرافیای سیاسی مرزهای ایران، دفتر تحقیقات کاربردی مرزبان.
۲۵. جمهوری آذربایجان، (کتاب سبز) تهران: وزارت امور خارجه، مرکز چاپ و انتشارات، ۱۳۸۷.
۲۶. چالش‌ها و فرصت‌های شیعیان جمهوری آذربایجان، پایگاه خبری تحلیلی مشرق، ۳ اسفند ۱۳۹۰.
۲۷. حسین نوروزی، ایران و ظرفیت‌های فرهنگی اکو، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۲/۱.
<http://ir.ecieco.org/pages/AboutEco>
۲۸. حقیقی، رضا، دیپلماسی فرهنگی از دریچه نو اشاعه گرایی؛ تأثیرات فناوری اطلاعات بر دیپلماسی فرهنگی، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و سوم، شماره ۲، ۱۳۸۸.
۲۹. حقیقی، رضا، فرهنگ دیپلماسی: در آینه دیپلماسی فرهنگی اتحادیه اروپا در قبال جمهوری اسلامی ایران، تهران: انتشارات المهدی، ۱۳۸۶.
۳۰. خانی، محمد حسن (۱۳۸۴)، «دیپلماسی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها»، فصلنامه دانش سیاسی، ش ۲.
۳۱. خبرگزاری رسمی حوزه، کد خبر: ۴۰۹۷۶۶.
۳۲. خبرگزاری جمهوری اسلامی، (قردانی دانشگاه علوم پزشکی جمهوری آذربایجان از دانشجویان ایرانی)،
<http://www7.irna.ir/fa/News/81997007/19/12/1394>
۳۳. خبرگزاری جمهوری اسلامی، (رییس آکادمی اکو انرژی باکو اهتمام ایران به دانش را ستود)،
<http://www.irna.ir/fa/NewsPrint.aspx?ID=2000136839>2/7/1390>
۳۴. خدایی، خان اوغلان (۱۳۸۴)، جایگاه دیپلماسی عمومی در استراتژی امنیت ملی آمریکا در کتاب آمریکا (۶)، ویژه دیپلماسی عمومی در آمریکا گردآوری و تدوین رضا داد درویش، تهران: انتشارات ابرار معاصر تهران.
۳۵. سازمان کنفرانس اسلامی/اراده مجامع اسلامی منطقه‌ای و غیر متعهدا، انتشارات وزارت خارجه ۱۳۷۳.
۳۶. سایت خبری - تحلیلی قفقاز، ۳۰/۸/۱۳۹۲ امضای توافق نامه همکاری بین دانشگاه علوم پزشکی تهران و دانشگاه طب جمهوری آذربایجان «<http://qafqaz.ir/fa/?p=4242>» تاریخ دسترسی: مرداد ۱۳۹۵. (سایت خبری - تحلیلی قفقاز، ۳۰/۸/۱۳۹۲ امضای توافق نامه همکاری بین دانشگاه علوم پزشکی تهران و دانشگاه طب جمهوری آذربایجان «<http://qafqaz.ir/fa/?p=4242>» تاریخ دسترسی: مرداد ۱۳۹۵).
۳۷. سجادیپور، رفتار سیاسی آمریکا نسبت به روابط ایران با کشورهای حوزه خزر، فصلنامه مطالعات آسیای مرکزی و قفقاز، شماره ۲۱، بهار ۱۳۷۷.
۳۸. سید جلال دهقانی فیروزآبادی، فرصت‌ها و چالش‌ها دیپلماسی فرهنگی ایران در خلیج فارس، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۷.
۳۹. صالحی امیری، رضا و محمدی، سعید، دیپلماسی فرهنگی، تهران، انتشارات ققنوس، ۱۳۸۹.
۴۰. صالحی امیری، دیپلماسی فرهنگی، انتشارات ققنوس، تهران، ۱۳۸۹.
۴۱. عباس شکری، محسن بیات، خاطره بخشنده، دیپلماسی فرهنگی ایران در خاورمیانه: تحول ارتباطات و لزوم کاربرد ابزارهای نوین، مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال چهاردهم، شماره بیست و سوم، ۱۳۹۲.

۴۲. علی اکبر رضایی، (عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و تحقیقات تهران) گردآوری: ساغر لطفی نژاد. <http://shooshan.ir>.
۴۳. کریمی پور، یداله، مقدمه ای بر ایران و همسایگان (منابع تنش و تهدید)، انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه تربیت معلم، تهران، ۱۳۷۹.
۴۴. اشرفی، مرتضی، بررسی و تحلیل وضعیت شیعیان در جمهوری آذربایجان، پژوهش‌های منطقه ای، شماره ۷، بهار ۹۴.
۴۵. نگاهی به روند اسلام ستیزی در آذربایجان، پایگاه اطلاع رسانی مقاومت، تاریخ دسترسی به مطلب، ۲۵ آذر ماه ۱۳۹۳، آدرس اینترنتی مطلب: <http://www.mogavemat.ir>.
۴۶. وحیدی، موسی الرضا، «تغییر عصر سیاست بین الملل و دگرگونی ماهیت دیپلماسی»، فصلنامه سیاست خارجی، سال بیست و یکم، شماره ۲، ۱۳۸۶.
۴۷. کوزه گر کالجی، ولی، اسلام و جریان‌های اسلامی در جمهوری آذربایجان، تهران: خبرگزاری فارس، ۱۳۹۳.
۴۸. هادیان، ناصر و واحدی، افسانه، جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی، فصلنامه روابط خارجی، سال اول، شماره سوم، پاییز ۱۳۸۸.
۴۹. واحدی، الیاس، ره آورد استراتژیک آذربایجان، جلد اول، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر، ۱۳۸۲.
۵۰. ———، هویت قومی در جمهوری آذربایجان، تهران: موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران.