

ایران فرهنگی

گزارشی از حضورگسترده زنان درعرصه های مختلف خدمت رسانی به مدافعان میهن

حماسه لشکر فرشتگان

۱۵ صفحه | ◀

انتقاد نایب رئیس اتحادیه ناشران و کتابفروشان تهران از فروش کتاب در فروشگاه های چندمنظوره اینترنتی

برای عده‌ای فرق نمی‌کند پیچ و مهره بفروشند یا کتاب

۱۴ صفحه | ◀

نقطه مطلوب ما در «دیپلماسی اقتصادی» کیجاست؟

راه بهبود زخم اقتصاد

«دیپلماسی اقتصادی» از آن دست مقولاتی است که این روزها در ادبیات سیاسی ما بسامد بالایی پیدا کرده است؛ پرداخت و تأکید بر این مقوله بی‌شک بیانگر این نکته است که «اقتصاد» یکی از جدی‌ترین مسائل امروز جامعه ایرانی است. البته نباید از این نکته غافل شد که چهل سال پیش در کشور ما بسترهای لازم برای عملیاتی شدن دیپلماسی اقتصادی فراهم نبود. ما دانش و فناوری‌های لازم را برای تبدیل فناوری به محصولات صنعتی و دانش‌بنیان نداشتیم اما امروز این شرایط فراهم شده است، بنابراین باید از آن استفاده کرد و ظرفیت‌های موجود را توسعه داد.

اگر بخواهیم ارزیابی‌ای از کارنامه دولت‌های گذشته در مقوله دیپلماسی اقتصادی داشته باشیم، به نظر می‌رسد آنچه‌ان که باید هیچ‌یک از دولت‌های گذشته کارنامه قابل قبولی در این زمینه نداشته‌اند چرا که دولت‌های گذشته همگی در زمینه اقتصادی به درآمد نفت اتکا داشتند و همین امر آنان را از اندیشیدن و تلاش برای فراهم کردن بسترهای لازم برای دیپلماسی اقتصادی بی‌نیاز می‌کرد. به‌همین دلیل، ظرفیت‌سازی برای صادرات محصولاتی غیر از نفت چندان در دستور کار مدیران اقتصادی ما قرار نمی‌گرفت.

البته نباید از ذکر این نکته صرف‌نظر کرد که بعد از پیروزی انقلاب اسلامی «ظرفیت‌سازی برای صادرات» صورت گرفت؛ مثل تولید مواد پتروشیمی، تولید فولاد، آلومینیوم و سایر فلزات همه اینها پس از انقلاب پدید آمد اما اینگونه نبود که برای بازاریابی این محصولات، دولت‌ها فعال شوند و برای صادرات اقداماتی را در دستور کار قرار دهند. چرا که وابستگی به فروش نفت و درآمد حاصل از آن موجب می‌شد تا چندان توسعه صادرات، برند شدن بنگاه‌ها و قدرت رقابت پیدا کردن آنها با بازارهای جهانی محل توجه نباشد.

«دیپلماسی اقتصادی» در کنار «دیپلماسی سیاسی» قرار می‌گیرد. هدف از دیپلماسی سیاسی تعمیق روابط سیاسی دو جانبه یا چند جانبه است و در دیپلماسی اقتصادی، هدف گسترش مناسبات اقتصادی است؛ به تعبیری، دیپلماسی اقتصادی، اهتمام به توسعه روابط اقتصادی است. از این رو، سفیر اقتصادی ایران در کشورهای دیگر هم باید از شمه و اطلاعات اقتصادی کافی و هم از تعاملات لازم برخوردار باشد تا علاوه بر داشتن دانش کافی در حوزه اقتصادی، روابط اقتصادی را هم گسترش دهد و همچنین بستر صادرات را برای بنگاه‌های اقتصادی کشور فعال و فراهم کند و ظرفیت اقتصادی ایران را برای فعالان اقتصادی کشور مورد مأموریت، تبیین نماید. در این فضا، برگزاری جلسات با مدیران بنگاه‌های اقتصادی، رسانه‌ها و ارتباط با مسئولان اقتصادی یا سیاسی نقش بسزایی دارد و می‌تواند فرایند تبیین ظرفیت‌های اقتصادی برای کشورهای دیگر را تسهیل کند. البته رایزن یا کارشناس اقتصادی

در تبیین این ظرفیت‌ها و دادن

اطلاعات در خصوص بازار کشور مقصد، می‌تواند بسیار مؤثر باشد؛ به این صورت که وضعیت و میزان تقاضا را در کشور مقصد شناسایی کند، برای مثال، ژاپن از جمله کشورهایی است که برای جمع‌آوری داده و اطلاعات در خصوص بازار کشورهای مورد مأموریتش، دانشجو و محقق می‌فرستد، به‌عنوان مثال در ایران بررسی‌ای می‌کند که خنم‌های ایرانی به چه نوع پارچه‌هایی نیاز دارند، اگر چادر در ایران جزء پوشش‌های پرمصرف است، چادر مطلوب از نظر زنان ایران ...

واحد چه ویژگی‌هایی است و... در واقع، این سفیران و محققان از طریق مشاهده، مصاحبه و تحقیق، داده‌های لازم را در خصوص بازار فروش کشورهای مورد مأموریت‌شان جمع‌آوری می‌کنند و با انتقال این داده‌ها به مدیران اقتصادی و بنگاه‌های

صادرات کشورشان را گسترش می‌دهند.

برای توسعه ظرفیت‌های صادرات سه مؤلفه اساسی را باید مدنظر داشت:

الف: تأمین نیاز بازار داخلی باید از اولویت‌های اساسی تولیدکنندگان و بنگاه‌های اقتصادی باشد اما نباید تنها به تولید داخلی بسنده کرد بلکه ضمن توجه و تأمین نیازهای بازار داخلی باید به‌طور عمده صادرات و تولید برای بازارهای خارجی را نیز در دستور کار قرار داد.

ب: استفاده حداکثری از ظرفیت نیروی انسانی در تولید
ج: استفاده حداکثری از ظرفیت‌های علمی، فنی و مهندسی
واقعیت این است که با بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها می‌توان تولیدات کشور را در بازارهای جهانی، خصوصاً بازار کشورهای همسایه ارتقا داد. خوشبختانه امروز این زمینه‌ها و هر اقتضایی که برای عملیاتی شدن دیپلماسی اقتصادی ضروری است، فراهم شده است.

سه گام ضروری در «دیپلماسی اقتصادی» را چنین می‌توان برشمرد:

الف: ظرفیت‌های تولید داخلی را بر اصال صادرات‌محوری قرار دهیم؛ یعنی تولیدات تنها معطوف و محدود به داخل نباشد.

ب: شناخت بازارهای هدف و استفاده از مزیت‌های نسبی آن؛ مزیتی‌هایی که یا دیگر کشورها از آنها محرومند یا اینکه در مقایسه با ما از این ظرفیت‌ها به میزان کمتری برخوردار هستند.

ج: بازاریابی‌ای از طریق ایجاد نمایشگاه‌های منطقه‌ای و حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی تا بتوانیم محصولات و کالا‌های خود را در بازار جهانی معرفی کنیم. فعالان اقتصادی و مدیران بنگاه‌های اقتصادی باید در اینگونه نمایشگاه‌ها و اجتماعات حضور پیدا کنند تا آنجا که اگر برای رئیس‌جمهور سفری سیاسی به خارج از کشور پیش آمد، حتماً یک تیم اقتصادی از ذینفعان بنگاه‌های اقتصادی نیز او را همراهی کنند تا در همان حال که تیم سیاسی مذاکرات خود را پیش می‌برد، تیم اقتصادی نیز با صاحبان صنایع و بازار آن کشورها تعاملات لازم را شکل دهند و بدین وسیله زمینه را برای توسعه صادرات و تحقق دیپلماسی اقتصادی فراهم کنند.

بنابراین، چشم‌انداز و نقطه مطلوبی که ما در مقوله دیپلماسی اقتصادی باید به آن برسیم از راه «توسعه صادرات» می‌گذرد. باید بتوانیم اقتصاد را به اقتصادی شکوفا و پیشرفته بدل کنیم؛ اقتصادی که در دنیا حرفی برای گفتن دارد و تولیدکنندگانش با تولیدکنندگان سایر کشورها، قدرت رقابت دارند و تولیدات‌شان از کیفیت بالا و برتری برخوردار است.



سه گام تا ایران مقتدر

رسیدن به «ایرانی قوی»

از مسیر «استقلال فرهنگی» می‌گذرد

دکتر حسین ندین عضو پژوهشکده فرهنگ پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات

تحقق ایران مقتدر منوط به برداشتن سه گام است. گام اول سخت، گام دوم سخت‌تر و گام سوم از همه سخت‌تر است. گام نخست «استقلال سیاسی»، گام دوم «استقلال اقتصادی» و گام سوم «استقلال فرهنگی» است. این سه نوع استقلال نسبت به هم ترتب دارند اما لازم است به دو مسأله توجه کنیم؛ نخست، این بدان معنی نیست که در هر گام فقط به نوع استقلال همان گام بپردازیم و از آن دو استقلال دیگر غافل باشیم، بلکه در هر گام نیاز داریم که به هر سه نوع استقلال توجه داشته باشیم ولیکن فقط یک نوع استقلال در هر گام «گفتمان غالب» آن گام است؛ یعنی گفتمان غالب در گام نخست «گفتمان استقلال سیاسی» است و همچنین گام‌های دیگر، دوم اینکه، فرهنگ امری است که با هر سه گام آمیخته شده است و بدون تحقق فرهنگ خاص هر گام، محال است که آن گام به طور کامل محقق شود یعنی باید در گام نخست فرهنگ استقلال سیاسی و در گام دوم فرهنگ استقلال اقتصادی و در گام سوم فرهنگ استقلال فرهنگی در جامعه ظهور و بروز یابند. تا زمانی که هر سه گام با تمامی لوازم و شرایطش مشخص نشود ما به ایرانی مقتدر نخواهیم رسید و در این میان اصلی‌ترین گام «استقلال فرهنگی» است.

کشورهای زیادی در دنیا به استقلال سیاسی دست یافتند ولیکن همچنان به‌عنوان یک کشور وابسته تلقی می‌شوند چنانکه ژولیوس نایرر، رئیس‌جمهور فقید تانزانیا، در یکی از نطق‌های معروف خویش چنین اظهار کرد که بدون «استقلال اقتصادی» کشورهای استقلال یافته دوباره به نوعی مستعمره هستند. (۱) اما رهبران انقلاب اسلامی ایران نظری کامل‌تر دارند و بارها اشاره فرموده‌اند که بدون تحقق «استقلال فرهنگی» ما به استقلال کامل دست نخواهیم یافت.

قبل از یزداختن به این سه نوع استقلال، بهتر است اشاره‌ای به خود گفتمان فراموش شده «استقلال» داشته باشیم. متأسفانه در دولت‌های بعد از جنگ بویژه دولت سازندگی «گفتمان توسعه» به جای «گفتمان استقلال» نشست در حالی که غافل از این بودند یا بهتر بگویم خواستند غافل از این باشند که در دل گفتمان استقلال قطعاً گفتمان توسعه و پیشرفت وجود دارد اما عکس آن صادق نیست!

نمونه معروف این امر ژان است. این کشور به‌عنوان یک کشور توسعه‌یافته تلقی

می‌شود ولیکن از لحاظ استقلال فرهنگی، ژاپن به نوعی مستعمره امریکا محسوب می‌شود، همانگونه‌که مسئولان فرانسوی نیز به نوعی دیگر بدین عدم استقلال فرهنگی اشاره کردند، وقتی که گفتند ما تحت سیطره امپریالیسم‌فرهنگی امریکاهستیم.
واما این سه نوع استقلال؛ استقلال سیاسی که نخستین گام برای ساختن ایران اسلامی قوی و مقتدر است، به این معنی است که مسئولان کشورمان را خودمان مستقیم و غیرمستقیم انتخاب کنیم و کشورهای دیگر نتوانند فردی را بر ما تحمیل کنند، همانگونه که حکومت پهلوی را بر ما تحمیل کردند. این نوع استقلال در کشور ما به طور کامل محقق شده است که انتخابات متعدد شاهد مثال آن است و بالاترین نشانه استقلال سیاسی ایران عزیزمان این است که استکبار جهانی زمانی فکر می‌کرد که با شوراندن یک کشور همسایه علیه ما می‌تواند ایران سربلند را مقهور سازد ولی اکنون برای مقابله با کشورمان خود نیازمند به یک ائتلاف جهانی می‌بیند. این استقلال محقق نشد مگر بواسطه ظهور فرهنگ مشارکت، استکبارستیزی، شهادت‌طلبی، استقلال خواهی و...

ما دو نوع تغییر در جامعه داریم؛ تغییر از بالا که نخبگان حکومتی آن را انجام می‌دهند که در نهایت به یک اصلاحات جزئی منجر می‌شود و تغییر از پایین که جوانان جامعه متولی آن هستند و منجر به اصلاحات اساسی در جامعه می‌شود. قاعدتاً وقتی بسیاری از مسئولان به این جنگ اقتصادی باور ندارند رهبر معظم انقلاب از «جوانان» می‌خواهد که با باور به این جنگ اقتصادی، جامعه را به دست‌ها را برای پذیرش این باور مهیا سازند. بنابراین کارزار اصلی در صحنه «فرهنگ» باید اتفاق افتد؛ یعنی تعدادی از جوانان با باور به بیانیه گام دوم انقلاب به‌دنبال ایجاد «حرکت‌های خودجوش مردمی» در جامعه برای فرآگیر شدن باور به این جنگ اقتصادی باشند که مانع اصلی استقلال اقتصادی است. ما وقتی که باور کنیم در جنگ اقتصادی هستیم آن وقت به‌دنبال گسترش فرهنگ مصرف کالای ایرانی، فرهنگ پرکاری، فرهنگ مبارزه با فساد، فرهنگ دستکاری عمومی و... خواهیم بود.

اما گام سوم جهت تبدیل شدن ایران عزتمند در دنیا، داشتن استقلال اقتصادی است. آیا استقلال اقتصادی کشورمان محقق شده است؟ قطعاً تا زمانی که کشور ما گرفتار تحریم است و حربه تحریم به‌عنوان تهدید علیه جمهوری اسلامی ایران استفاده می‌شود یعنی هنوز به استقلال اقتصادی دست نیافته‌ایم. وقتی ما می‌توانیم بگویم به استقلال اقتصادی دست‌یافته‌ایم که در ذهن هیچ کشوری خطور نکند که می‌تواند ایران اسلامی را تحریم کند. به نظر «بیانیه گام دوم انقلاب» در کل به‌دنبال دست یافتن به استقلال اقتصادی است اما تحقق این استقلال منوط به پیاده شدن «فرهنگ استقلال اقتصادی» در جامعه است و نخستین شرط آن هم این است که همه مسئولان و مردم باور کنند که ما در یک «جنگ اقتصادی» هستیم، دقیقاً همانگونه که در طول دوران دفاع مقدس، جامعه آرایش جنگی و دفاعی داشت؛ چراکه عموم مردم و مسئولان باور داشتند که ما در جنگ تحمیلی هستیم. ولیکن متأسفانه امروز باور به جنگ اقتصادی را در بین عموم مردم و مسئولان نمی‌بینیم. پرسش اساسی این است که چرا این باور در جامعه شکل نگرفته است؟ به‌طور قطع کوتاهی از دستگاه‌های فرهنگی و روح وابستگی و احساس «مان‌نمی‌توانیم» از آنها رخت

تحقق ایران مقتدر منوط به برداشتن سه گام «استقلال سیاسی»، «استقلال اقتصادی» و «استقلال فرهنگی» است که این سه گام نسبت به هم ترتب دارند. بدون تحقق فرهنگ خاص هر گام، محال است که آن گام به طور کامل محقق شود یعنی باید در گام نخست فرهنگ استقلال سیاسی و در گام دوم فرهنگ استقلال اقتصادی و در گام سوم فرهنگ استقلال فرهنگی در جامعه ظهور و بروز یابند.

تا زمانی که هر سه گام با تمامی لوازم و شرایطش محقق

نشود ما به ایرانی مقتدر نخواهیم رسید و در این میان

اصلی‌ترین گام «استقلال فرهنگی» است.



برینند، به عبارتی یعنی اینکه «سبک زندگی اسلامی- ایرانی را انتخاب کنیم» (۳) آن چیزی که استقلال فرهنگی را تهدید می‌کند، استکبار امپریالیسم) فرهنگی است. مراکز سلطه جهان، اقتدار و تضمین شده خود را بواسطه استکبار فرهنگی به دست آورده‌اند. استکبار فرهنگی برای نفوذ و تحت سلطه قرار دادن ملت‌ها، شیوه‌های متفاوتی دارند که نمونه آن را می‌توان در سند موسوم به «تغییر آذهنان کشورهای اسلامی» وزارت خارجه امریکا مشاهده کرد، ایجاد شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بین‌المللی تحت حمایت دولت امریکا، دسترسی آسان به تحصیل در امریکا، ایجاد مراکز و اتاق‌های امریکاشناسی در دنیا، ایجاد انتشارات معتبر و قوی برای مجذوب کردن محققان، استفاده از فناوری و ارتباطات برای نفوذ و سیطره فرهنگی، استفاده از برنامه‌های تبلیاد دانشگاه، دانش‌آموز و غیره، راه‌اندازی مراکز گفت‌وگوی امریکا-عربی/مسلمان،

آموزش زبان انگلیسی، برنامه‌های

اعزام سخنران به تمام نقاط دنیا برای ارائه چهره‌ای برتر از امریکا، استفاده از سازمان‌های غیردولتی برای جذب و تغییر آذهنان ملل نسبت به امریکا و ایجاد مراکز گفت‌وگوی بین فرهنگی و گفت‌وگوی بین ادیانی. (۴) اینها برخی از ابزارهای نفوذ فرهنگی در جهان اسلام هستند.

پی‌نوشت‌ها

(۱) ندین، حسین(۱۴۰۰)، گام دوم انقلاب:استقلال اقتصادی (۲)بیانات رهبر معظم انقلاب دردیدار افشار مختلف مردم وجمعی از پرستاران و مددکاران بمناسبت میلاد حضرت زینب (علیها السلام)،۶۸/۹/۱۵ (۳) بیانات رهبر معظم انقلاب در مراسم بیست و هفتمین سالگرد رحلت امام خمینی (رحمةالله)،۹۵/۳/۱۴ (۴) ندین، حسین(۱۴۰۰)، ابزارهای نفوذ فرهنگی امریکا در جهان اسلام

کشاورز



دکتر غلامرضا مصباحی‌مقدم استاد قضاالتقصاد و عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام

“

«دیپلماسی اقتصادی» از آن دست

مقولاتی است که این روزها در

ادبیات سیاسی ما بسامد بالایی پیدا

کرده است؛ پرداخت و تأکید بر این

مقوله‌بی‌شک بیانگر این نکته است

که «اقتصاد» یکی از جدی‌ترین

مسائل امروز جامعه ایرانی است.

البته نباید از این نکته غافل شد که

چهل سال پیش در کشور ما بسترهای

لازم برای عملیاتی شدن دیپلماسی

اقتصادی فراهم نبود. ما دانش و

فناوری‌های لازم را برای تبدیل فناوری

به محصولات صنعتی و دانش بنیان

نداشتیم اما امروز این شرایط فراهم

شده است؛ بنابراین باید از آن

استفاده کرد و ظرفیت‌های موجود را

توسعه داد

”