

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

دکتر سید علی طباطبایی*

چکیده

وضعیت موجود ایران به خصوص در حوزه اقتصادی در سطح جهانی، چندان شایسته ایران و ایرانی نیست. یکی از مهمترین موضوعاتی که می‌تواند ایران را از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب برساند، دیپلماسی اقتصادی است. دیپلماسی اقتصادی ایران نیازمند چهار پیش شرط، چهار اقدام در سطح ملی و شش اقدام در سطح بین‌المللی برای کامیابی است. چهار پیش شرط شامل شناخت دقیق وضعیت موجود، اجماع نظر میان نخبگان، شناخت قواعد بازی و اعتقاد و التزام به عمل و نه شعار در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد. چهار اقدام در سطح ملی شامل بازتعریف دیپلماسی، بازتعریف وظایف دستگاه دیپلماسی و دیپلمات‌ها، ایجاد هماهنگی میان دستگاه‌های سیاسی و اقتصادی و فضا سازی برای حضور بخش خصوصی و اعتقاد به آن در عرصه فعالیت‌های اقتصادی و شش اقدام در سطح بین‌المللی شامل اتخاذ استراتژی‌های مناسب، توجه به ژئوپلیتیک بی‌همتای ایران، ارتباط شایسته با سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی اقتصادی، شناخت بازارهای هدف و برنامه‌ریزی برای فتح آن، کمک به جذب سرمایه‌گذاری خارجی و توجه به ایرانیان خارج از کشور است تا برآیند آن تغییر جایگاه ایران در نظام بین‌المللی به ویژه اقتصاد بین‌الملل باشد.

کلیدواژه‌ها

دیپلماسی اقتصادی، جهانی شدن، بخش خصوصی، ژئوپلیتیک ایران، سرمایه‌گذاری خارجی

* استادیار دانشکده علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز s_ali_tabatabaee@yahoo.com

مقدمه

اضمحلال سیستم دوقطبی موجب تأثیرات شگرف و بنیادین در عرصه نظام بین‌المللی شد. این تأثیرات موجب گردید که عرصه‌های سیاست، اقتصاد و فرهنگ در سطح جهانی دچار تغییرات بسیار مهمی گردیده و سلسله مراتب جدید اولویت‌ها و استلزامات نوینی فراروی کشورها قرار گیرد (Zadillo, 2008: 36).

شاید بتوان گفت که مهم‌ترین پیامد پایان جنگ سرد تغییر در جایگاه اقتصاد در سطح خرد در درون کشورها و در سطح کلان در عرصه بین‌الملل بود. با کم‌رنگ‌تر و محدود شدن الزامات امنیتی، اقتصاد اهمیت والاتری یافت و نتیجه آنکه دیپلماسی که در خدمت سیاست خارجی سیاست محور کشورها بود، معطوف به اقتصاد شد.

از سوی دیگر فرایند جهانی شدن و وابستگی متقابل بین کشورها، اقتصاد را تبدیل به یک عنصر تأثیرگذار در روابط کشورها کرده است که به شکل روزافزون اهمیت آن افزایش می‌یابد (Tabatabaee, 2005: 140). نتیجه، اینکه در پرتو تغییرات شگرف حاصل از پایان سیستم دوقطبی و فرایند جهانی شدن دیپلماسی اقتصادی تبدیل به مفهوم نوینی در روابط بین کشورها در عرصه بین‌المللی شده است.

دیپلماسی اقتصادی را دیپلماسی قرن ۲۱ می‌دانند (Clinton, 2000:1). دیپلماسی اقتصادی یک موضوع تعیین‌کننده در استراتژی اقدام هر کشور در سطح بین‌المللی برای تحقق منافع ملی است. دیپلماسی اقتصادی به معنای فصل مشترک دیپلماسی و منافع اقتصادی در راستای منافع ملی است. دیپلماسی اقتصادی در واقع به مفهوم کارکردی کردن دیپلماسی در عرصه اقتصاد و به کارگیری توانایی‌های بالقوه و بالفعل دیپلماسی برای تحقق اهداف اقتصادی کشورها می‌باشد (Bayne and Woodlock, 2003: 45).

براساس پژوهشی که در سال ۱۹۹۸ صورت گرفت، بیشتر وزرای خارجه دنیا بر اهمیت دیپلماسی اقتصادی تأکید دارند. دیپلمات‌های بسیاری از کشورها اذعان دارند که اولین وظیفه آن‌ها، مراقبت از منافع تجاری کشورهای خود است. بیل کلینتون مغرورانه مهم‌ترین دستاورد دوران ریاست جمهوری خود را ایجاد ارتباط بین سیاست خارجی آمریکا و اقتصاد داخلی می‌داند و این ارتباط توسط دیپلماسی اقتصادی وی متحقق شد (www.isanet.org).

همچنین در اروپا و آمریکا چنین اعتقادی وجود دارد که دیپلماسی اقتصادی مهم‌ترین میراث سیاست خارجی کلینتون بوده است. کلینتون از قدرت دیپلماتیک آمریکا برای گشودن

فصلنامه مطالعات سیاسی؛ سال دوم، شماره ۵، پاییز ۱۳۸۸

بازارها بر روی کالاهای آمریکا استفاده می‌کرد تا با ایجاد اشتغال در آمریکا، این کشور از رکود خارج گردد.

دیپلماسی اقتصادی با موضوع سیاست‌های اقتصادی سروکار دارد و دیپلمات‌های اقتصادی به نظارت و ارائه گزارشی درباره سیاست‌های اقتصادی کشورهای دیگر مشغول هستند و به تصمیم‌گیرندگان کشور خود درباره چگونگی تأثیر بر این سیاست‌ها مشورت می‌دهند. همچنین دیپلماسی اقتصادی از منابع اقتصادی به عنوان پاداش یا تنبیه در تعقیب اهداف سیاست خارجی استفاده می‌کند (Saner and Yiu, 2003: 3-4).

گفتار اول: دیپلماسی اقتصادی ایران

ایران در لحظه‌ای از زمان قرار گرفته است که آن را باید جزء خطرناک‌ترین لحظات تاریخ ایران دانست. گذر سلامت از این زمان پرشتاب، در گروی درک واقعیت‌های این زمان است. بدون شناخت عمیق و درک دقیق نسبت به وضعیت موجود، هیچ راه برون رفتی از این «وضعیت» محقق نخواهد شد. شناخت این وضعیت باید بدون توجه به قضاوت‌های پیشینی، داورهای ایدئولوژیک و انگاره‌های ذهنی و تنها با تکیه بر واقعیات صورت گیرد (طباطبایی، ۱۳۸۲: ۳۵۰).

شرایط موجود اقتصادی کشور، نیازمند تحولات بنیادین در اندیشه و عمل در جهت کسب جایگاه شایسته و بایسته در عرصه بین‌المللی است. تاریخ، تمدن، ثروت، جمعیت، وسعت و قدرت بالقوه جامعه ایرانی با وضعیت موجود آن تطبیق نمی‌کند. بنابراین باید طرحی نو در عرصه‌های سیاست، اقتصاد و فرهنگ در انداخت تا کشور بتواند از تمامی منابع خویش سود جوید و جایگاه خود را در عرصه نظام بین‌المللی، جایگاه شایسته و بایسته‌ای ببیند. وضعیت اقتصاد داخلی و جایگاه اقتصاد کشور در جهان به هیچ وجه با توانایی‌های بالقوه و بالفعل جامعه ایرانی همخوانی ندارد و جامعه ما نیازمند اقدامات اساسی در جهت تحول و تغییر است.

از جمله اقداماتی که باید متحقق گردد تا شرایط موجود اقتصاد کشور متحول گردد، اتخاذ دیپلماسی اقتصادی مناسب است. نگاهی به وضعیت ایران در عرصه اقتصاد جهانی می‌تواند، الزام اتخاذ دیپلماسی اقتصادی مناسب را نمایان سازد. در وضعیت موجود ایران به جز سازمان

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

اگرچه در هیچ سازمان منطقه‌ای اقتصادی دیگر عضو نیست و اکنون نیز نتوانسته آن چنان موفق باشد. ایران در منطقه خلیج فارس با کشورهای عرب منطقه نتوانسته به هیچ مکانیسمی از همکاری‌های منطقه‌ای اقتصادی دست یابد. ایران با وجود سرمایه‌گذاری در بیش از دو دهه در عراق و افغانستان، نتوانسته است سهم شایسته‌ای از بازسازی در این دو کشور را به خود اختصاص دهد. ایران نتوانسته است با مهمترین شریک تجاری خود یعنی اروپا به موافقت‌نامه جامعی در زمینه اقتصادی دست یابد. ایران پس از سال‌ها تلاش نتوانسته است عضو سازمان تجارت جهانی گردد. ایران نتوانسته از ژئوپلیتیک بی‌همتای خود سود برد و تبدیل به مرکز ترانزیت انرژی از منطقه قفقاز و آسیای مرکزی به خلیج فارس و دریای عمان و همچنین مرکز صدور گاز به اروپا، چین و هند گردد. پس از حدود ۲۰ سال رژیم حقوقی دریای خزر هنوز مشخص نشده و رابطه اقتصادی ایران با کشورهای عضو در این زمینه در پرده‌ای از ابهام فرو رفته است و بالاخره با وجود پتانسیل‌های بالا و زمینه‌های مساعد درصد بسیار ناچیزی از سرمایه‌گذاری مستقیم جهانی در ایران صورت می‌گیرد.

بنابراین الزام به اتخاذ دیپلماسی اقتصادی متناسب با استلزامات ابتدای هزار سوم یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. بدون دیپلماسی اقتصادی مناسب ایران توانایی نقش‌آفرینی در سطح بین‌المللی را نخواهد داشت. دیپلماسی اقتصادی به ایران توانایی استخراج منابع ملی و بین‌المللی را بخشیده و شرایط را برای قرار گرفتن ایران در کانون تحولات اقتصادی منطقه و تبدیل شدن به قدرت اول اقتصادی منطقه را فراهم می‌سازد.

پیش از هر چیز دیگر دیپلماسی اقتصادی ایران نیازمند تحقق چهار پیش شرط است که بدون تحقق آنها دیپلماسی اقتصادی ایران در دنیای متلاطم امروز به سرانجام نخواهد رسید.

گفتار دوم: پیش‌شرط‌های دیپلماسی اقتصادی ایران

ایران برای داشتن دیپلماسی اقتصادی مناسب در عرصه جهانی باید چهار پیش شرط را متحقق کند. این چهار پیش شرط باید در فضای داخلی و در سطح نخبگان متحقق گردد تا بعداً در عرصه اقدامات دیپلماسی اقتصادی، تجلی خروجی‌های مطلوب آن را بتوان مشاهده کرد.

این چهار پیش شرط به ترتیب شامل: ۱- شناخت دقیق وضعیت موجود در سطح ملی و بین‌المللی؛ ۲- اجماع نظر میان نخبگان پیرامون وضعیت مطلوب؛ ۳- شناخت عمیق قواعد بازی در سطح ملی و بین‌المللی و ۴- اعتقاد و التزام به عمل و نه شعار می‌باشد. همانطور که اشاره رفت، اولین پیش شرط، شناخت دقیق وضعیت موجود در سطح ملی و بین‌المللی است. تحقق این پیش شرط نقطه عزیمت هر گونه تغییر و تحول در هر سطحی می‌باشد. ادراک اینکه ما در سطح ملی در کجا ایستاده‌ایم و به کجا خواهیم رسید و اینکه جایگاه ما در سطح بین‌المللی کجاست، از مهمترین موضوعات در اتخاذ هر استراتژی اقدامی در سطح ملی و بین‌المللی است. درک وضعیت موجود نباید مبتنی بر پیش فرض‌های ذهنی، انگاره‌های پیشینی و تنها باید مبتنی بر واقعیات عینی صورت گیرد. فرصت‌ها و تهدیدهای درون و برون جامعه به درستی شناخته شوند و بدون تعصب نسبت به عملکرد پیشین، وضعیت موجود تبیین گردد. بنابراین در چارچوب نخست، اولین پیش شرط برای دیپلماسی اقتصادی شناخت وضعیت موجود در سطح ملی و بین‌المللی است.

دومین پیش شرط تحقق دیپلماسی اقتصادی ایران اجماع نظر میان نخبگان پیرامون وضعیت مطلوب است. اینکه آینده مطلوب ما در سطح ملی و بین‌المللی چگونه آینده‌ای است و آینده مطلوب ما کدام است، باید در سطح نخبگان به اجماع رسد. ما نیازمند بازسازی احساس و برداشت خود از زمان در عصر تغییرات شتاب‌آلود و جهانی شدن هستیم. جامعه ایرانی، در شرایط کنونی در آستانه ورود به آینده خود و یا آفرینش آینده خود است. بی‌تردید، صورت هیبت، درون‌مایه و سویه ظهور و بروز این آینده در گرو اندیشه و اراده معطوف به آگاهی و استعداد و قدرت تصمیم‌سازی و تدبیرپردازی نسل امروز است. به بیان دیگر، آینده انسان و جامعه ایرانی در چگونگی تدبیر دوران گذار و تشبیتی نهفته است که امروز در بطن و متن آن می‌زید (تاجیک، ۱۳۸۲).

جامعه امروز ما به ویژه نخبگان فکری و ابزاری آن هنوز درباره آینده ایران به اجماع نظر دست نیافته‌اند. «آینده» هنوز طرحی روشن در ذهن نخبه ایرانی نیست و هندسه وضعیت مطلوب در افکار نخبگان ایرانی هنوز تثبیت نگردیده است. بنابراین اجماع پیرامون وضعیت مطلوب در سطح نخبگان، مشخص کننده‌ای آینده‌ای است که ما برای رسیدن به آن باید از در دنیای پرتلاطم امروزی گذر کنیم.

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

پیش شرط سوم برای تحقق دیپلماسی مناسب ایران، شناخت عمیق قواعد بازی در سطح ملی و بین‌المللی است. این بدین معنا است که بدون این شناخت، رفتار متقابل و کنش و واکنش ما بدون توجه به فضای ظرف ملی و بین‌المللی صورت گرفته و مطمئناً نتیجه بخش نخواهد بود. دنیای امروز با قواعد مشخص و معینی به هم مرتبط است و بازیگران نمی‌توانند بدون توجه به این قواعد که کدهای استاندارد رفتاری در سطح جهان است به نتیجه برسند. از جمله این قواعد بازی می‌توان از فرایندهای دموکراتیک، در عرصه سیاست داخلی، بازار آزاد و وابستگی متقابل در عرصه اقتصادی، گفتگو و مدیریت بحران‌ها با راهکارهای مسالمت‌آمیز و عمل به پیمان‌های بین‌المللی در عرصه سیاست خارجی را نام برد. به هر روی قواعد بازی در سطح ملی و بین‌المللی راهنمای کدهای رفتاری واحدهای سیاسی و دلیلی موجه برای مقبولیت و مشروعیت هر نظام سیاسی در سطح جهان می‌باشد.

آخرین پیش شرط تحقق دیپلماسی اقتصادی ایران، التزام و اعتقاد به عمل و نه شعار دانست. دنیای امروز نه محصول حرف و شعار بلکه محصول تفکر و عمل است. به نظر می‌رسد با گذشت بیش از دو دهه از انقلاب هنوز مهمترین دغدغه مسئولان و مقامات کشور گفتگوهای فلسفی و تردید و تشکیک نسبت به متون، لفظ و حرف افراد پیرامون‌شان و واکنش نسبت به آن، شکل می‌دهد. «دولتمردان نباید بحث فلسفی کنند، بحث فلسفی متعلق به دانشگاهیان است. دولتمردان باید تفکر حل‌المسائلی داشته باشند (سریع‌القلم، ۱۳۷۹: ۹۰). وضعیت موجود در کشور، بیشتر انرژی افراد، گروه‌ها و نهادها را صرف جار و جنجال‌های بی‌مورد در موضوعات متفاوت و غوغاسالاری می‌گرداند.

بنابراین زمانی که تفکر شعار محور تبدیل به تفکر عمل محور معطوف به هدف شد و عمل و تنها عمل دغدغه فکری متفکران و مسئولان گردید، و فوریت‌ها و اولویت‌ها و فرصت‌ها و تهدیدها شناخته شد، می‌توان انتظار داشت تا برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات به ثمر بنشیند و در این چارچوب برای دیپلماسی اقتصادی و تحقق اهداف ملی تنها باید عمل کرد.

گفتار سوم: سطوح اقدام در دیپلماسی اقتصادی ایران

همان طور که بیان شد، برای تحقق دیپلماسی بایسته و شایسته ایران در نخستین مرحله باید چهار پیش‌شرط متحقق گردد تا پیش زمینه‌های طرح دیپلماسی اقتصادی ایران فراهم گردد پس در مرحله دوم دیپلماسی اقتصادی ایران نیازمند دو سطح از اقدام است. سطح اول،

اقدام در عرصه ملی و سطح دوم اقدام در سطح بین‌المللی است. اقدام در سطح ملی فرایند فضاسازی و فرصت‌سازی در داخل برای اتخاذ مواضع بهینه برای اقدام در سطح بین‌المللی است.

الف) سطح اول: اقدام در سطح ملی

اقدام در سطح ملی برای تحقق دیپلماسی اقتصادی ایران خود دارای چهار بخش متفاوت است. در صورت تحقق این چهار بخش به طور کامل اقدام در سطح ملی برای دیپلماسی اقتصادی ایران به بار خواهد نشست. در صورتی که هر یک از این چهار بخش به درستی طراحی و برنامه‌ریزی و اجرا نگردند، این فرایند دچار اختلال و نابسامانی خواهد شد. بنابراین در جهت دستیابی به خروجی‌های مطلوب، ورودی‌های نیز باید به شکل دقیق وارد سیستم گردند. اولین اقدام در سطح ملی برای دیپلماسی اقتصادی، بازتعریف مفهوم دیپلماسی می‌باشد، چرا که با توجه به تغییرات و تحولات حادث بر این مفهوم، نوع عملکرد دیپلماسی نیز تغییر می‌کند.

دیپلماسی، مفهومی کلیدی در عرصه روابط بین‌المللی است که دارای قدمتی بس طولانی می‌باشد. دیپلماسی به مفهوم فرایند ارتباطات و مذاکره میان کشورها و بازیگران بین‌المللی دیگر در جهت همکاری برای تحقق منافع، از تحولات عرصه جهانی همواره تأثیر می‌پذیرد. بدون در نظر گرفتن و توجه به تحولات جهانی و تغییرات مفهومی در عرصه بین‌المللی و همچنین تحولات متدولوژیک در عرصه دیپلماسی، دیپلماسی کشورها، دیپلماسی کارآمد و روز آمدی نخواهد بود و نخواهد توانست اهداف مفروض سیاست خارجی کشورها را متحقق کند. به نظر می‌رسد برای بازتعریف دیپلماسی در دنیای امروز باید به چهار متغیر زیر توجه کرد: اولین متغیر مهم در باز تعریف دیپلماسی، پایان جنگ سرد است. پایان جنگ سرد پدید آورنده تغییرات در عرصه بین‌المللی به عنوان ظرفی شدن، که در آن دیپلماسی متحقق می‌گردید. پایان رودررویی ایدئولوژیک میان شرق و غرب و فروپاشی اتحاد شوروی موجب گردید که در سطح بین‌المللی، الویت‌ها و استلزامات جدیدی شکل گیرد و واحدهای سیاسی ناگزیر در مقام پاسخ، سیاست‌های جدیدی را به کار گیرند. بنابراین در تعریف جدید از دیپلماسی، هر واحد سیاسی باید به پایان جنگ سرد و پیامدهای آن در عرصه‌های سیاست، اقتصاد و فرهنگ توجه کافی داشته باشد.

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

پایان جنگ سرد، و شکل‌گیری سیستم تک قطبی با تسلط هژمونیک آمریکا، فضای بازی کشورهای کوچک و انتخاب‌های آنها را در عرصه بین‌المللی، بسیار محدودتر کرده است و این کشورها دیگر نمی‌توانند از رقابت دو ابرقدرت در جهت منافع خود استفاده کنند. بنابراین، پس از پایان جنگ سرد، فضای بازی، قواعد بازی، بازیگران و بازی بازیگران دچار تغییرات و تحولات شگرفی شده که باید با شناخت این تغییرات به بازتعریف دیپلماسی به عنوان مفهومی کلیدی در دیپلماسی اقتصادی دست زد.

متغیر دوم در بازتعریف دیپلماسی، جهانی شدن است. جهانی شدن به عنوان فرایندی در حال شدن، تأثیرات شگرفی بر فضای بین‌المللی داشته است که بدون تحلیل عمیق پیامدهای آن هیچ موضوعی به ویژه دیپلماسی نمی‌تواند موفق باشد. جهانی شدن تنها یک روند در حال گذار نیست بلکه یک نیروی تغییردهنده سیستم جهانی است که می‌تواند هم سیاست‌های داخلی و هم سیاست خارجی هر کشوری را از خود متأثر کند (Bretherton and Ponton, 1000: 1-23).

بنابراین با توجه به فرصت‌ها و تهدیداتی که فرایند جهانی شدن برای کشورها ایجاد کرده، بدون دقت کافی در این فرایند، نمی‌توان دیپلماسی را به درستی بازتعریف کرد. سومین متغیر مهم در بازتعریف دیپلماسی، اهمیت روزافزون اقتصاد در سطح بین‌المللی است. این اهمیت تا بدان حد مورد تأکید اندیشمندان و تحلیلگران قرار گرفته است که برخی اعتقاد دارند که سیاست بین‌الملل مبتنی بر ژئوپلیتیک جای خود را به سیاست بین‌الملل مبتنی بر ژئواکونومیک داده است. در فرایند جهانی شدن اقتصاد محوریت دارد و با وابستگی متقابل روزافزون اقتصادی، ارتباط بازارهای مالی، جریان آزاد سرمایه و پول، قدرت‌گیری شرکت‌های چندملیتی و تأثیر روزافزون نهادهای اقتصاد بین‌الملل شرایطی شکل گرفته که اقتصاد اولویت اول در سلسله مراتب اهداف ملی گردیده است. از این رو در بازتعریف دیپلماسی باید جایگاه اقتصاد به درستی تعریف گردد تا در آن راستا برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات در جهت دیپلماسی اقتصادی مقرون به صحت باشد.

چهارمین متغیر در بازتعریف دیپلماسی که باید بدان توجه کرد، نقش بازیگران غیردولتی در فرایندهای جهانی به ویژه تعاملات اقتصادی است. به طور سنتی دیپلماسی مبتنی بر روابط

فصلنامه مطالعات سیاسی؛ سال دوم، شماره ۵، پاییز ۱۳۸۸

دولت - دولت^۱، بوده است در حالی که دیپلماسی در دنیای جدید به دلیل تغییر و تحولات بنیادین شاهد حضور بازیگران غیردولتی است که دارای تأثیر بسیار زیادی بر روابط کشورها به ویژه در عرصه اقتصادی هستند.

بازیگران غیردولتی مانند شرکت‌های چندملیتی، سازمان‌های غیردولتی، گروه‌های فشار و لابی‌های اقتصادی، دیپلمات‌های بازرگان و نهادهای اقتصادی بین‌المللی، دیپلماسی سنتی را دگرگون کرده‌اند. بنابراین بدون در نظر گرفتن و کسب آگاهی کامل نسبت این بازیگران غیردولتی قدرتمند نمی‌توان به درستی در دنیای پرتلاطم امروزی منافع کشور به ویژه منافع اقتصادی را کسب کرد.

بنابراین با توجه به مسائل گفته شده، دیپلماسی در ابتدای قرن بیست و یکم از دو وجه مهم برخوردار است، اول آنکه دیپلماسی اکنون کاملاً چهره‌ای جهانی برای اولین بار در تاریخ بشر دارد و دیگر تمایزات ایدئولوژیک موجب جدایی بازیگران از یکدیگر نمی‌گردد و دوم آنکه دیپلماسی چهره‌ای بسیار متنوع و پیچیده به خود گرفته است (Baylis and Smith, 2005: 256).

از این رو بازتعریف دیپلماسی در واقع نیازها، الزامات و اهداف جدید را در عرصه روابط خارجی باز می‌شناساند و برنامه‌ریزی دیپلماسی اقتصادی را واقعی می‌کند. دومین اقدام در سطح ملی برای دیپلماسی اقتصادی ایران باید به تغییر و بازتعریف وظایف دستگاه دیپلماسی و در دو عرصه بینش (فکر) و کنش (عمل) باز می‌گردد و در مرحله بعد به بازتعریف وظایف دیپلمات‌ها باز می‌گردد.

در این راستا اولین تغییر، تغییر بینش دستگاه دیپلماسی و فرایندهای سیاست خارجی است. بینش، پیش‌فرض‌های ذهنی برای اقدام عملی در عرصه نظام بین‌المللی است و نوع نگاه به روابط در سطح جهان را شکل می‌دهد. بینش، انگاره‌های ذهنی تصمیم‌ساز یا تصمیم‌سازان سیاست خارجی است که نقطه عزیمت آنها برای اجرای یک رفتار در عرصه بین‌المللی می‌باشد (طباطبایی، ۱۳۸۱). بنابراین بینش تعابیر و تفاسیر سیاستگذاران خارجی و تصمیم‌سازان را از موقعیت‌ها تغییر می‌دهد. اینکه رهبران چگونه یک موقعیت را تعبیر و تفسیر می‌کنند و به راه و

1- State to State Diplomacy

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

شیوه‌ای که برای حل یک مسأله سیاست خارجی انتخاب می‌کنند، تأثیر بسیار زیاد دارد (Raymond, 1999).

به نظر می‌رسد سه موضوع بسیار مهم و باید در بینش دستگاه دیپلماسی کشور حتماً باید تغییر کند تا اقدامات آتی به‌ویژه در عرصه دیپلماسی اقتصادی به نتیجه برسد. موضوع اول، تغییر در نوع نگاه به «زمان» در دیپلماسی است. در حال حاضر در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، کمتر به عنصر زمان توجه می‌شود. زمان تنها متغیر در مجموع متغیرهای سیاست خارجی است که قابل بازبایی مجدد نیست. تحقیقاً در سیاست خارجی و دیپلماسی کشور، باید از متغیر زمان باز تعریف مجددی صورت گیرد. فرایند سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران و اقدامات دستگاه دیپلماسی در رسیدن به اهداف مورد نظر زمان‌بر است. برای آن، زمان خاصی تعریف نمی‌شود و یا اگر می‌شود، تعبیر نمی‌شود و به واقعیت نمی‌پیوندد (طباطبایی، ۱۳۸۱: ۴۵۰).

بنابراین هنگامی که یک موقعیت در سیاست خارجی در ظرف زمانی «یا چه وقت» چارچوب‌بندی و تعریف شود، فرصت‌ها تبدیل به الزامات خواهد شد (Raymond, 1990). در این هنگام اراده تصمیم‌سازان سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی در جهت استفاده از امکانات برای تحقق آن الزامات در زمان تعریف شده، معطوف خواهد بود. موضوع دوم تغییر در بینش، نگاه به محیط پیرامون و شکل‌گیری بینش ائتلاف جو است. اقدام در عرصه نظام بین‌المللی مستلزم شناخت پویای قدرت، روابط قدرت و قواعد بازی است. بدون این فرایند «شناخت» رفتارهای هیچ واحد سیاسی مقرون به صحت و عمل نخواهد بود. یک قاعده مهم بازی در عرصه بین‌المللی، همکاری، ائتلاف و اتحاد است. در نظام بین‌الملل کنونی، واحدهای سیاسی با همکاری، ائتلاف و اتحاد با دیگر واحدهای سیاسی برای حصول به منافع ملی خود، تلاش می‌کنند.

در روابط خارجی ایران، با تمامی کشورهای همسایه، درجه‌ای از تنش وجود دارد. این خصوصیت به واسطه خاص بودن نظام جمهوری اسلامی ایران است که با عمده روندهای جاری بین‌المللی ناسازگاری و عدم تطابق دارد. در چنین قالب و شرایطی ایران برای تحقق اهداف کلان خود و برای پیشبرد آنها باید ائتلاف و نهایتاً اتحاد کند (سریع‌القلم، ۱۳۷۹: ۶۴). بنابراین دومین موضوعی که در بینش سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران باید تغییر کند، ذهنیت نسبت به همکاری و سپس ائتلاف و در نهایت اتحاد است.

سومین موضوع تغییر بینش در سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی، «خارجی‌تر» کردن سیاست خارجی است. سیاست خارجی در اصل ادامه سیاست داخلی است ولی منظر فکری و حیطة عمل آن متفاوت می‌باشد. بر هر اندازه سیاست خارجی، خارجی‌تر باشد، اصیل‌تر و کارآمدتر می‌تواند باشد. اگر رویکرد سیاست خارجی، درون‌گرایانه باشد و فرض مفروض آن پاسخ به نیازها و مطالبات گروه‌ها (اعم از سیاسی، منافع، مذهبی و فشار) باشد، به همان اندازه از درک و سنجش دقیق از موضوعات نظام بین‌الملل فاصله می‌گیرد. سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی باید با رویکردی برون‌گرایانه‌تر به الزامات، موقعیت‌ها و موضوعات خارجی توجه کند و منافع ایران را متحقق کند. بنابراین در این چارچوب، سیاست خارجی و دستگاه دیپلماسی در مرحله عمل، دیگر برای کسب امتیاز یا سلب امتیاز از گروه‌های داخلی، عملی را صورت نخواهد داد و دیگر رفتار دستگاه دیپلماسی، وجه المصالحه و وجه‌المذاکره گروه‌بندی‌های داخلی نخواهد بود و نتایج آن نیز در سبد منافع گروه‌های داخلی نخواهد ریخت.

در عرصه کنش (عمل) نیز برای تحقق دیپلماسی اقتصادی دیگر وظایف سنتی دستگاه دیپلماسی کفایت نمی‌کند و دیپلمات‌های سنتی نیز نمی‌توانند در دنیای پرشتاب امروزی نقش خود را ایفا کنند. دیپلماسی اقتصادی نیازمند دستگاه دیپلماسی است که بتواند بین وظایف سنتی دستگاه دیپلماسی در ایجاد ارتباط دولت - دولت و وظایف جدید دستگاه دیپلماسی به ویژه در عرصه اقتصادی ارتباط و توازن برقرار کند.

به طور کلی پنج وظیفه عمده دستگاه دیپلماسی شامل جمع‌آوری اطلاعات^۱ ارائه راهنمایی‌های سیاست‌گذارانه،^۲ نمایندگی کشور،^۳ انجام مذاکرات^۴ و ارائه خدمات کنسولی^۵ است (Baylis and Smith, 2005: 258). دستگاه دیپلماسی در چارچوب پنج وظیفه عمده خود باید دانش و توانایی‌های لازم در زمینه مذاکرات بین‌المللی اقتصادی، دیپلماسی تجاری، بین‌المللی شدن اقتصادهای محلی و شرکت‌ها، استراتژی‌های توسعه صادرات، تجارت بین‌الملل، استراتژی‌های بازاریابی ملی، قوانین و مقررات سرمایه‌گذاری کشور، روندهای سرمایه‌گذاری ملی، توجه به بازارهای در حال ظهور، ارزیابی کشورها از منظر اقتصادی، حقوق بین‌الملل

1- Information Gathering

2- Policy Advice

3- Representation

4- Negotiation

5- Consular Services

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

اقتصادی و حقوق بین‌الملل تجاری (www. textus. diplomacy) را باید کسب کند تا ضمن کسب منافع اقتصادی کشور به پیشبرد اهداف دیپلماسی اقتصادی کمک کند.

در راستای بازتعریف وظایف دستگاه دیپلماسی، همچنین باید مفهوم «دیپلمات» نیز دوباره بازتعریف گردد. مفهوم دیپلمات به معنای دیپلمات سیاسی در دنیای امروز به شدت به چالش کشیده شده و دیگر انتظار از دیپلمات انجام به وظیفه به عنوان دیپلمات سیاسی نیست.

«دیپلمات مدرن» دیپلماتی است که در جهت حفظ و گسترش منافع اقتصادی و سیاسی کشور مطبوع خود وظایف زیر را به درستی انجام دهد:

- ۱- تأثیر بر سیاست‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی در جهت فراهم‌سازی شرایط برای توسعه اقتصادی.
- ۲- همکاری و ارتباط با نهادهای هنجار ساز بین‌المللی که تصمیمات آنها بر تجارت بین‌الملل و قوانین مالی تأثیر می‌گذارد.
- ۳- پیش‌بینی تنش‌های احتمالی با دولت‌های خارجی، سازمان‌های غیردولتی و دیگر بازیگران اقتصادی با هدف کاهش ریسک سیاسی و اقتصادی
- ۴- به کارگیری مجامع و رسانه‌های بین‌المللی برای حفظ چهره و اعتبار کشور
- ۵- ایجاد سرمایه اجتماعی[□] برای کشور از طریق گفتگو با افراد، گروه‌ها و کشورهایی که در فرایند توسعه کشور تأثیر می‌پذیرند.
- ۶- حفظ مشروعیت و اعتبار کشور در چشم افکار عمومی و جامعه محل فعالیت (Saner and Yiu, 2003).

بنابراین دیپلمات مدرن دیگر چهره‌ای رسمی و اتو کشیده نیست که همراه با زرق و برق و مهمانی‌های با شکوه، در جستجوی تحقق منافع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی کشور مطبوع خود باشد.

همچنین دیگر دیپلمات در چهره دیپلمات سیاسی خود را نشان نمی‌دهد. دیپلمات اقتصادی[□] و دیپلمات تجاری[□]، دیپلمات‌های دیگری هستند که در عصر جهانی شدن اقتصاد در جهت تحقق اهداف اقتصادی کشور و پیشبرد دیپلماسی اقتصادی به فعالیت مشغول هستند.

1- Social Capital

2- Economic Diplomat

3- Commercial Diplomat

سومین اقدام در سطح ملی در راستای دیپلماسی اقتصادی ایران، هماهنگی میان دستگاه‌های سیاسی و اقتصادی است. در حال حاضر یکی از مهم‌ترین موانع در گسترش روابط اقتصادی ایران با دیگر کشورهای جهان، عرصه هماهنگی و ارتباط میان دستگاه‌های سیاسی، دیپلماتیک و اقتصادی است.

متأسفانه در باب جایگاه اقتصاد در دنیای امروز میان مسئولین دستگاه‌های سیاسی، نظامی و اقتصادی کشور، نظر واحد وجود ندارد. مدیران دستگاه‌ها با توجه به جایگاه خود، جایگاه اقتصاد را می‌سنجند. بنابراین باید در اولین اقدام میان مسئولین دستگاه‌ها و نهادها، اجماع نظر در باب جایگاه اقتصاد در دنیای امروز شکل گیرد.

همچنین در عرصه عمل نیز باید گفت میان دستگاه‌های سیاسی و اقتصادی هماهنگی لازم به وجود نیامده است. نارضایتی، گله رسمی و غیررسمی مس‌ وولان بخش‌های اقتصادی از بخش‌های سیاسی و دیپلماتیک در خصوص عدم اطلاع از مفاد قراردادها و مباحث سیاسی و به طور متقابل نارضایتی و گله مقامات سیاسی دیپلماتیک نسبت به بی‌اطلاعی از مفاد قراردادها و مباحث بخش اقتصادی نشان‌گر چنین موضوعی است. همچنین علاوه بر ناهماهنگی میان دستگاه‌های سیاسی و اقتصادی میان دستگاه‌های اقتصادی کشور نیز هماهنگی لازم وجود ندارد. وزارتخانه‌های اقتصادی کشور، شرکت‌های بزرگ دولتی، شرکت‌های بزرگ و کوچک شبه‌دولتی و نیمه خصوصی، نهادهای اقتصادی و نهادهای غیراقتصادی فعال در امور اقتصادی در موضوعات اقتصادی فعالند و عملکرد این دستگاه‌ها و نهادها تا آنکه هماهنگ و معطوف به تحقق استراتژیک مشخص باشد، معطوف به برنامه‌های خود دستگاه‌ها می‌باشد.

در دنیای امروز که پیچیدگی و شتاب تحولات بیش از هر زمان دیگری در تاریخ بشر است، بدون همکاری، هماهنگی و هماویی دستگاه‌های ذی‌ربط سیاست خارجی و اقتصادی و تجاری کشور، دیپلماسی اقتصادی نمی‌تواند موفق گردد.

وزارت امور خارجه، وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت نفت، وزارت صنایع، وزارت بازرگانی، وزارت کشور، و نهادهای اقتصادی کشور همگی باید دارای برنامه‌های منسجم و مرتبطی در زمینه رابطه اقتصادی با دیگر کشورها و سرمایه‌گذاران خارجی باشند. در این راستا، در زمینه ایجاد هماهنگی میان وزارتخانه‌ها و نهادهای دیگر باید به نقش جدید وزارت خارجه به عنوان هماهنگ‌کننده دستگاه‌های ذی‌ربط و نه یک نگهبان ورودی مرزها اشاره کرد.

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

بنابراین، در میان دستگاه‌های مرتبط با دیپلماسی اقتصادی کشور، مهمترین نقش را وزارت خارجه بر عهده دارد. اما این نقش از منظر هماهنگ‌کننده معنا می‌یابد. در این خصوص باید گفت که در دنیای امروز نقش انحصاری وزارت خارجه در امور خارجی از میان رفته چرا که دیپلماسی دولت - دولت به شدت تضعیف گردیده و گروه‌ها و افراد جدیدی وارد روابط دیپلماتیک شده‌اند (Saner and Yiu, 2003: 5).

به‌طور طبیعی وزارت خارجه کشورها سعی می‌کنند از ورود و حضور دیگر وزارتخانه‌ها و نهادها در موضوعات بین‌المللی جلوگیری کنند، در حالی که ممانعت از چنین چیزی دیگر غیرممکن است. حضور دیگر نهادها، وزارتخانه‌ها در امور اقتصادی و تجاری بین‌المللی به شکل گسترده یک ضرورت گریز ناپذیر و غیرقابل تهدید است. حتی در مبحث دیپلماسی اقتصادی علاوه بر وزارتخانه‌های اقتصادی کشور باید به نقش «استان‌ها» در ایجاد ارتباط با کشورهای همجوار و دیگر کشورها نیز یاد کرد و بالاخره چهارمین اقدام در سطح ملی برای تحقق دیپلماسی اقتصادی ایران مرتبط با فضا سازی برای حضور بخش خصوصی و اعتقاد به آن در عرصه فعالیت‌های اقتصادی بین‌المللی است.

در دنیای امروز اقتصاد هیچ کشور بدون حضور پویای بخشی خصوصی به بار نمی‌نشیند. فراهم سازی امکانات و بسترسازی حضور بخش خصوصی در اقتصاد و نیز اقتصاد خارجی، یکی از مهمترین اقدامات هر دولتی برای افزایش رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه محسوب می‌گردد.

برای روشن شدن جایگاه واقعی بخش خصوصی، در دیپلماسی اقتصادی کشور باید به برگزاری همایش دیپلماسی اقتصادی در ۱۳۸۳ اشاره کرد که در دو روز برگزاری کنفرانس هیچ زمان خاصی برای ارائه نظرات و پیشنهادات بخش خصوصی در آن پیش‌بینی نشده بود که با دخالت و درخواست نمایندگای بخش خصوصی چنین زمانی به بخش خصوصی اختصاص داده شد.

بخش خصوصی در اقتصاد کشور در مقایسه با بخش دولتی بسیار کوچک است و بدون ارائه امتیازات ویژه و تمهیدات لازم در هیچ سطحی نمی‌تواند با بخش دولتی رقابت کند. براساس آمارهای اعلام شده بخش دولتی اقتصاد کشور را در دست دارد و با کنترل بازار، قیمت، عرضه و تقاضا به راحتی می‌تواند بخش خصوصی را تحت فشار قرار دهد. در چنین شرایطی اگر اعتقاد

فصلنامه مطالعات سیاسی؛ سال دوم، شماره ۵، پاییز ۱۳۸۸

قلبی و اراده معطوف به عمل برای تشویق بخش خصوصی میان تصمیم‌سازان و مجریان کشور موجود نباشد، بخش خصوصی کوچک دیگر نمی‌تواند به حیات خود ادامه دهد. از سوی دیگر موضوع مهم دیگری که تلاش‌های صورت گرفته برای تقویت بخش خصوصی در کشور را تحت تأثیر قرار می‌دهد، شکل‌گیری بخش شبه دولتی یا نیمه خصوصی است که توانسته است با رانت‌های سیاسی، اقتصادی و اطلاعاتی بخش عمده‌ای از فرصت‌های واقعی‌ای که می‌توانست برای بخش خصوصی فراهم گردد را به خود اختصاص می‌دهد. در واقع می‌توان این بخش نیمه دولتی، نیمه خصوصی و یا شبه دولتی را خطری عمده برای بخش خصوصی کارآفرین و مولد دانست. بنابراین در صورتی که بخش شبه خصوصی شبه دولتی با رانت‌خواری بخواهد جای بخش خصوصی را بگیرد، مطمئناً ضربه جبران‌ناپذیری بر اقتصاد کشور فرود خواهد آمد.

در عرصه دیپلماسی اقتصادی اگر جایگاه ویژه‌ای به حضور بخش خصوصی در آن قائل نگردیم، در واقع از همان ابتدا خبط بزرگی را در برنامه‌های خود مرتکب شده‌ایم. در سفرهای مقامات عالی‌رتبه کشورها، ما همواره شاهد حضور پررنگ بخش خصوصی می‌باشیم. حضور گسترده بخش خصوصی در سفرهای مقامات نشان‌گر میزان علاقه و قدرت بخش خصوصی در روابط آتی کشورها می‌باشد. از سوی دیگر حضور بخش خصوصی نشانگر میزان ثبات سیاسی و اقتصادی در داخل و ارتقا شرکت‌های داخلی به شرکت‌های بین‌المللی می‌باشد.

بنابراین نگاه به بخش خصوص باید به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در فرایندهای اقتصادی باید نگاهی استراتژیک قلمداد گردد. دوره حضور دولت در فعالیتهای اقتصادی به سرآمده و باید دستگاه‌های دولت تنها به امور ستادی بپردازند و زمینه‌ساز فعالیتهای اقتصادی توسط بخش خصوصی باشند (طباطبایی، ۱۳۸۳: ۲۰).

ب) سطح دوم: اقدام در سطح بین‌المللی

دومین سطح اقدام دیپلماسی اقتصادی ایران، اقدام در سطح بین‌المللی است. اقدام در سطح بین‌المللی حلقه مکمل اقدام در سطح ملی برای دیپلماسی اقتصادی ایران می‌باشد. از آنجایی که اقدامات داخلی و در سطح ملی تنها بخش اولیه اقدامات دیپلماسی اقتصادی است، اقدام

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

خارجی و در سطح بین‌المللی ضمن تکمیل آن اقدامات شرایط را برای استفاده از ظرفیت‌های خارجی و استخراج منابع بین‌المللی فراهم می‌کند. اولین اقدام در سطح بین‌المللی برای دیپلماسی اقتصادی کشور، اتخاذ استراتژی‌های مناسب است. ماهیت و سرعت تغییر و تحولات سال‌های پایانی قرن بیستم و ابتدای قرن بیست و یکم به شکلی است که واحدهای سیاسی را در عرصه‌های نظام بین‌المللی با چالش‌های اساسی روبه‌رو کرده است و بازیگران، قواعد بازی و محیط بازی را در سطح ملی و بین‌المللی را به شدت از خود متأثر ساخته است.

در این فضای پر از تنش، تنوع و تغییر، واحدهای سیاسی باید بیش از هر چیز ضمن شناسایی دقیق محیط پیرامونی، چشم‌انداز آینده خود را مشخص کنند. در پرتو این شناسایی و طرح‌ریزی است که کشورها توانایی بازی در این محیط را خواهند داشت. تعیین استراتژی به ویژه استراتژی اقدام در سطح بین‌المللی در عرصه اقتصادی در واقع چارچوب‌بندی فعالیت‌های اقتصادی و نشانه‌گذاری برای فعالیت‌های دیپلماسی اقتصادی در فراسوی مرزها است. بنابراین تعیین استراتژی طراحی عمل در صحنه بین‌المللی است که همراه با درک عمیق و شناخت دقیق تحولات و به ویژه کارویژه نهادهای بین‌المللی صورت می‌گیرد و رفتار هر کشور را در نظام بین‌المللی جهت‌دهی می‌کند.

در طراحی استراتژی اقتصادی در مرحله اول باید به عناصر امنیت ملی توجه کرد. این عناصر شامل امنیت سیاسی، امنیت نظامی، امنیت اجتماعی، امنیت زیست محیطی و امنیت اقتصادی است (Buzan, 1991: 115). در مرحله بعد استراتژی اقتصادی باید با توجه به چهار متغیر ذیل طراحی گردد. اول آنکه این استراتژی باید جامع و منسجم[□] باشد. این بدین معنا است که نباید نگاه بخشی در درون موجود باشد و تنها با توجه به یک عامل یا توجه به یک بخش خاص طراحی گردد. متغیر دوم در طراحی این استراتژی، ایجاد تناسب میان خواست‌ها، ابزار و اهداف[□] است. این استراتژی باید میان خواست‌ها ابزارها و اهداف ارتباط منطقی ایجاد کند. بنابراین استراتژی از آنجایی که «معطوف به عمل»[□] است، با درک عمیق و شناخت دقیق

-
- 1- Comprehensive and Coherent
 - 2- Coordination Between Wills, Means and Ends
 - 3- Action Oriented

خواست‌ها و تقاضاهای موجود در سطح ملی و بین‌المللی، ابزارها و امکانات موجود مادی و معنوی کشور، اهداف قابل درک و قابل اجرا را ترسیم می‌کند.

سومین متغیر «توجه به آینده» است. تغییرات آتی در بستر زمان و در چارچوب اقتصادی، تغییرات شگرفی را در اقتصادهای ملی و بین‌المللی و در پیامد آن در جوامع ایجاد خواهد کرد. با تغییر و تحول در محیط بازی، بازیگران و قواعد بازی نیز تغییر خواهند کرد. این استراتژی، چارچوبی را بنا می‌کند که تغییرات پیش‌بینی کردند و با ارزیابی آن، بازی مناسب را برای کشور در عرصه اقتصاد ملی و بین‌المللی تجویز کند. بنابراین آینده‌شناسی در این استراتژی جایگاه ویژه‌ای دارد و چهارمین متغیر در طراحی استراتژی «بومی کردن تجربه دیگر کشورها» است. اگرچه استراتژی امنیت اقتصادی می‌تواند دارای متدولوژی واحدی باشد اما محتویات و روش عملیاتی کردن آن دارای تفاوت‌های بسیاری در میان کشورها است. واحدهای سیاسی در دنیای امروز دارای سطوح متفاوتی از قدرت، ثروت و اطلاعات هستند. از این رو دامنه منافع ملی و اهداف آن متفاوت است. بنابراین استراتژی اقتصادی هر یک از کشورها می‌تواند با شیوه‌های متفاوت صورت گیرد. در تعیین استراتژی، باید از تجربیات دیگر کشورها بهره گرفت ولی آنها را نمی‌توان برای دیگر کشورها تجویز کرد. مهمترین نکته در این فرایند، بومی کردن یا محلی کردن تجربیات دیگر کشورها و استفاده از آن است. در صورت عدم توجه به سوابق گذشته و تجربیات دیگر کشورها، فرایند آزمون و خطاها به شکلی متوالی، اجتناب‌ناپذیر خواهد شد.

دومین اقدام در سطح بین‌المللی در دیپلماسی اقتصادی ایران توجه به ژئوپلتیک بی‌همتای ایران است. نگاهی سطحی به ژئوپلتیک ایران امتیازات ویژه و شرایط منحصر به فرد ژئوپلتیک ایران را مشخص می‌کند.

ایران در نقطه اتصال دو قاره آسیا و اروپا و در نزدیکی قاره آفریقا قرار گرفته است. ایران مناطق آسیای مرکزی و قفقاز و روسیه را به شبه قاره هند جنوب آسیا، آسیای جنوب شرقی و کشورهای عربی جنوب خلیج فارس متصل می‌کند و با ۱۵ کشور همسایگی دارد. از سوی دیگر حدود ۱۰ درصد ذخایر نفت جهان و ۱۷ درصد ذخایر گاز جهان در ایران قرار دارد. ایران دومین کشور دارای ذخایر نفت و دومین کشور دارای ذخایر گاز در جهان است. ایران تنها کشوری است که دو مرکز انرژی قرن بیست و یکم، یعنی دریای خزر و خلیج فارس را به هم متصل می‌کند. ایران ارزان‌ترین و سریعترین راه ترانزیت خطوط انرژی از ایران به طرف مراکز

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

مصرف و پایانه‌ای صادراتی است. ایران بر یکی از مهمترین تنگه‌های جهان یعنی تنگه هرمز اشراف کامل دارد. ایران توانایی صادرات گاز به بزرگترین بازارهای مصرف قرن بیست و یکم یعنی هند، چین، اروپا را دارا می‌باشد. ایران ارزان‌ترین و سریعترین راه اتصال جنوب، جنوب غربی آسیا شبه قاره، کشورهای عربی به آسیای مرکزی، قفقاز، روسیه شمال اروپا و اسکاندونیای از طریق کریدوز شمال - جنوب است و ایران تنها کشوری است که می‌تواند گروه‌بندهای اقتصادی اتحادیه اروپا، سارک، آسه‌آن، کشورهای شورای همکاری خلیج فارس را به هم متصل کند.

این نگاه اجمالی به ژئوپلیتیک ایران نشان می‌دهد که ایران یکی از پراهمیت‌ترین و بین‌المللی‌ترین کشورهای جهان است. بنابراین در دیپلماسی اقتصادی ایران هر گونه طرح و عملی که به ژئوپلیتیک ایران بی‌توجه باشد مطمئناً ره به جایی نخواهد برد. به نظر می‌رسد بی‌توجهی و عدم درک عمیق ژئوپلیتیک ایران در طراحی روابط خارجی و دیپلماسی اقتصادی و توسل به مسائلی مانند مسائل ایدئولوژیک می‌تواند گمراه کننده‌ترین موضوع ممکن برای کشور باشد.

ایران بنا به ژئوپلیتیک بی‌همتای خویش و استعدادهای مادی و معنوی، دارای جایگاه بین‌المللی انکارناپذیری است. این جایگاه بین‌المللی به طور متقابل نقش‌ها و مسئولیت‌هایی را بر عهده ایران قرار می‌دهد. اوج فعالیت دیپلماسی اقتصادی ایران استفاده از امتیازات برگرفته از ژئوپلیتیک ایران و متوازن ساختن نقش و مسئولیت‌های بین‌المللی می‌باشد.

سومین اقدام در عرصه بین‌المللی در جهت دیپلماسی اقتصادی ایران ارتباط شایسته با سازمان و نهادهای بین‌المللی اقتصادی می‌باشد. سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی اقتصاد، سازمان‌ها و نهادهایی هستند که وظیفه مدیریت، تعادل بخشی، کنترل و تسهیل اقتصاد بین‌الملل و ادامه رشد اقتصاد جهانی و انتفاع تمامی کشورها را برعهده دارند. از جمله این نهادها و سازمان می‌توان به سازمان تجارت جهانی، انکتاد، صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی اشاره کرد.

تقاضای عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی بیست و دو بار از سوی آمریکا رد شد و ایران در حال حاضر عضو ناظر این سازمان می‌باشد. تلاش ایران برای عضویت کامل در سازمان تجارت جهانی بدون دیپلماسی اقتصادی شایسته نمی‌تواند متحقق گردد. پی‌گیری عضویت ایران در این سازمان نیازمند تلاش و دیپلماسی قوی‌تری است.

ارتباط بیشتر ایران با دیگر نهادهای بین‌المللی اقتصادی مانند صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی با دو شیوه باید صورت گیرد. اول آنکه ارتباط ارگانیک ایران با این نهاد و سازمان‌ها افزایش یابد و دوم آنکه ایران بتواند در یک فرایند زمانی نخبگان فکری و اجرایی خود را در سطوح مدیریتی این نهادها به کار گمارد. در حال حاضر هر دو وجه ارتباطی ایران با این سازمان‌ها دچار اختلال شدیدی است.

هر چه میزان ارتباط ایران با این سازمان و نهادها افزایش یابد، استفاده از تسهیلات و امکانات این نهادها، می‌تواند چهره بهتری برای اقتصاد کشور ایجاد کند.

به‌عنوان مثال با آنکه بانک جهانی در کریدور شرق - غرب یا ترانسکا^۱ سرمایه‌گذاری کرده تا این پروژه سریعتر به نتیجه برسد، هیچ سرمایه‌گذاری در پروژه کریدور شمال - جنوب که با محوریت ایران در حال انجام است، صورت نداده است.

چهارمین اقدام دیپلماسی اقتصادی در عرصه بین‌الملل، شناخت بازارهای هدف و برنامه‌ریزی برای فتح آن است. به نظر می‌رسد برای اقتصاد کشور هنوز بازارهای هدف مشخص نیست و اقداماتی که در عرصه اقتصادی به وقوع می‌پیوندد متأثر از شرایط سیاسی و تحولات جاری در عرصه بین‌المللی است.

زمانی که کشورهای آسیای مرکزی و قفقاز مستقل گردیدند، اقتصاد کشور بدون برنامه به طرف آن بازارها گرایش نشان داد، زمانی دیگر کشورهای آسیای جنوب شرقی و سپس کشورهای آفریقایی به‌عنوان بازارهای ایران معرفی گردیدند. با این وجود به نظر می‌رسد هنوز بازارهای هدف ایران در تجارت جهانی مشخص نیست.

بدون آنکه بازارهای هدف مشخص گردد و شناخت عمیقی نسبت به سازوکار آن بازارها به وجود نیاید، نمی‌توان در امر صادرات و حضور در بازارها امیدوار بود. دیپلماسی اقتصادی در شناخت بازارهای هدف، و به ویژه برای ورود به بازار و فتح آن نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای دارد. دیپلماسی اقتصادی می‌تواند با ایجاد مذاکرات، گفتگو، چانه‌زنی و کسب امتیازات، شرایط مطلوب را برای حضور بخش اقتصادی و تجاری فراهم سازد. بدون این فرایند، حضور بخش تجاری کشور در دیگر کشورها هیچ‌گاه همراه با موفقیت همراه نخواهد بود.

1- Transca

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

به نظر می‌رسد در این بخش یعنی شناخت بازارهای هدف و تلاش برای فتح آن، همکاری ارگانیک میان وزارت خارجه، وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت بازرگانی و دیگر وزارتخانه‌های اقتصادی به وجود نیامده است.

بدون حضور متخصصان امور اقتصادی و تجاری در گفتگوهای رسمی و غیررسمی با کشورها نمی‌توان به آینده حضور اقتصادی ایران در بازارهای هدف امیدوار بود.

پنجمین اقدام دیپلماسی اقتصادی در عرصه بین‌المللی، باید معطوف به جذب سرمایه‌گذاری خارجی باشد. واقعیت این است که منابع ملی موجود به هیچ وجه تکاپوی نیازهای توسعه کشور را نمی‌کند و بنابراین استفاده از منابع بین‌المللی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

سرمایه بین‌المللی نیز بنابر ماهیت خود بسیار محتاط است و با ریسک عمل نمی‌کند. این سرمایه‌ها تنها به نواحی و کشورهای جذب می‌گردند که اولاً از نظر بین‌المللی دارای ریسک پایین بوده و از نظر مالی نیز آمادگی لازم سخت‌افزاری و نرم‌افزاری همه‌جانبه‌ای را برای جذب این سرمایه‌ها داشته باشند. بنابراین سرمایه بین‌المللی تنها به کشورهایی وارد می‌شود که در کلیه سطوح آمادگی اخذ آن را داشته باشند.

کشور ایران در منطقه‌ای قرار گرفته است که همواره در آن جنگ‌ها و ناآرامی‌های زیادی وجود داشته است. از سوی دیگر شرایط داخلی کشور نیز چندان مطلوب سرمایه‌گذاران خارجی نبوده است. به همین دلیل در سال‌های پس از انقلاب به ویژه پس از جنگ در ۱۵ سال اخیر سرمایه‌های خارجی تمایل چندانی برای سرمایه‌گذاری در ایران نداشته‌اند.

بنابراین مهمترین نقش در جذب سرمایه‌گذاران خارجی را می‌توان مرتبط با دیپلماسی اقتصادی دانست. دیپلماسی اقتصادی باید تمهیداتی بیاندیشد تا بتواند سرمایه‌گذاران خارجی را برای سرمایه‌گذاری در ایران اقناع کند. دیپلماسی خارجی باید بتواند با پررنگ کردن مزیت‌های ایران چون ژئوپلتیک منحصر به فرد، منابع نامحدود خداداد، نیروی کار ارزان و ماهر، بازار پرجمعیت داخلی و بازارهای پرجمعیت و پرمصرف در نواحی مجاور، سرمایه‌گذاران خارجی را برای حضور در ایران ترغیب کند.

دیپلماسی اقتصادی باید بتواند در تمامی مراحل سرمایه‌گذاران را برای سرمایه‌گذاری در ایران یاری دهد. تنها در این صورت است که با ورود سرمایه‌های خارجی ایران می‌توان از منابع بین‌المللی برای رفع کمبود منابع ملی استفاده شایسته‌ای کرده و به اهداف خود برسد.

و بالاخره ششمین و یکی از مهمترین اقدامات دیپلماسی اقتصادی، توجه به ایرانیان خارج از کشور است. ایرانیان خارج از کشور در هر کشوری که زندگی می‌کنند جزء برترین اقلیت‌های کشورهای محل سکونت خود هستند که هم از نظر تحصیلات و تخصص و هم از نظر ثروت در رتبه بالایی می‌باشند. به‌عنوان مثال، طبق آمار خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، در میان ایرانیان مقیم فرانسه ۱۰ درصد دارای درجه دکتری و ۱۵ درصد لیسانس و فوق‌لیسانس می‌باشند (خبیری، ۱۳۸۱: ۱۴).

کشور ایران به لحاظ مهاجرت (فرار مغزها) یکی از بالاترین نرخ‌ها را در جهان داراست. این مهاجرت‌ها به هر دلیلی که صورت گرفته از آن تعبیری سیاسی می‌شود. به همین دلیل بازگشت مهاجرین و ورود سرمایه‌های آنان همواره با مقررات پیچیده و سختی روبرو بوده است. بر اساس آمارهای اعلام شده، در حدود سه میلیون ایرانی در خارج از کشور زندگی می‌کنند. اکثریت این افراد دارای تحصیلات عالی و جایگاه اقتصادی و اجتماعی مناسب در کشورهای محل اقامت خود هستند. برخی از گزارش‌ها مجموع ثروت ایرانیان مقیم از کشورها را بالغ بر صدها میلیارد دلار تخمین زده‌اند. در این راستا، همکاری و همفکری دستگاه‌های سیاسی و اقتصادی در جهت جذب ایرانیان مقیم خارج از کشور باید افزایش یابد. همچنین همکاری دستگاه‌ها با ستاد عالی امور ایرانیان باید بیش از پیش تقویت گردد تا اطلاعات لازم و دقیق در خصوص وضعیت اقتصادی - اجتماعی ایرانیان کسب گردد.

ایرانیان خارج از کشور می‌توانند به عنوان موتور محرک اقتصاد کشور، نقش خود را بازی کنند. چنین نقشی را چینی‌های مقیم خارج از چین در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۷۰ میلادی بازی کردند. براساس گزارشات موجود در دوره گذار اقتصادی چین، سیاست اصلی چینی‌ها مبتنی بر جذب چینی‌های خارج از کشور بود که بالغ بر سی میلیون نفر بودند. در سیاست چینی‌ها، چینی‌های مقیم خارج از کشور به عنوان حلقه رابطه چین با دنیای غرب فرض شده بودند. در این راستا، چینی‌ها با ارائه تسهیلات جذاب به چینی‌های مقیم خارج سعی کردند، حضور فیزیکی آن را در چین فراهم سازند، موجب گسیل سرمایه چینی‌های خارجی به چین گردند، سرمایه‌های چینی مقیم را به هنگ کنگ و ماکائو جذب کنند و در نهایت، موجب جذب سرمایه‌های غربی در چین گردند.

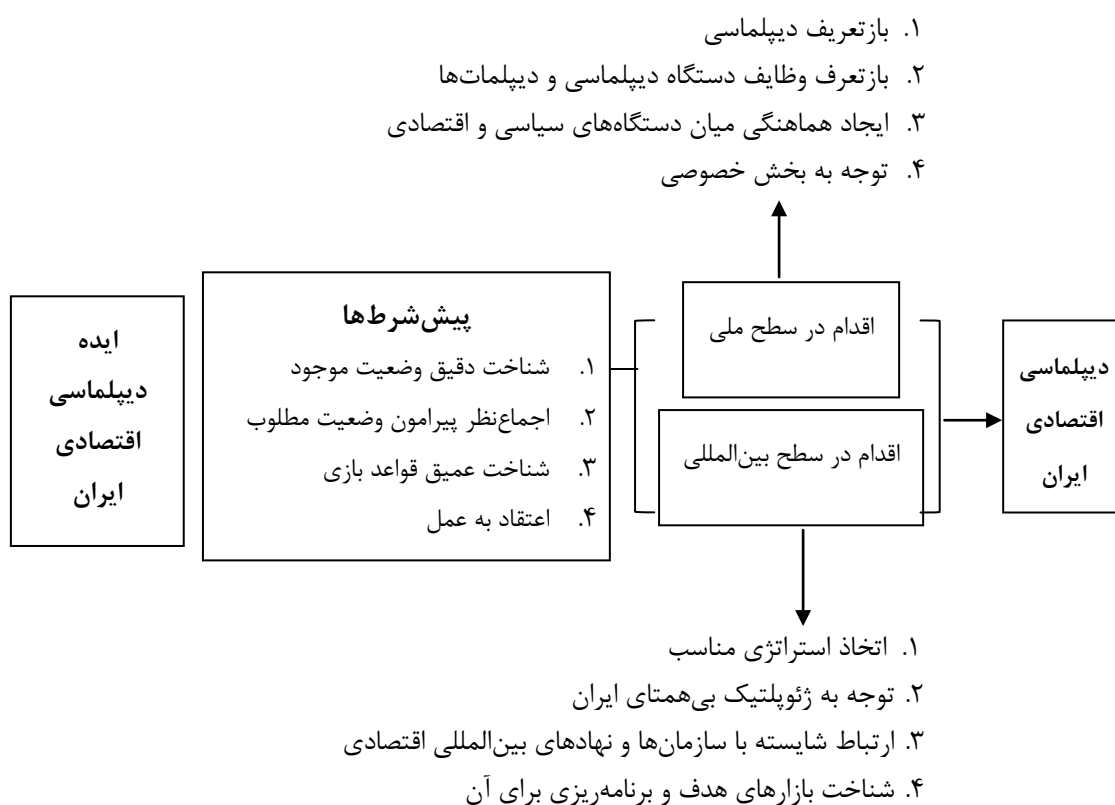
به‌نظر می‌رسد، استفاده از سرمایه‌های مادی و معنوی ایرانیان خارج از کشور با توجه به تجربه چین می‌تواند، اقدامی بسیار مؤثر در ارتقای فرصت‌های اقتصادی و توسعه اقتصادی

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن
کشور باشد. در این جهت، دیپلماسی اقتصادی ایران قطعاً باید متمرکز بر تغییر ذهنیت و جذب این سرمایه‌های واقعی گردد.

نتیجه‌گیری

یکی از مهمترین مقوله‌های که می‌تواند ایران را از وضعیت موجود که چندان شایسته ایران و ایرانی نیست، به وضعیت مطلوب برساند، دیپلماسی اقتصادی است. دیپلماسی اقتصادی محصول یک فرایند پیچیده تعاملی و ترکیبی از اندیشه و عمل و کنش در سطح ملی و بین المللی میباشد. برآیند دیپلماسی اقتصادی تغییر جایگاه ایران در نظام بین‌المللی به ویژه اقتصاد بین‌الملل باشد که تلاش شده است در قالب نمودار ذیل به تصویر در آید.

نمودار فرایند دیپلماسی اقتصادی ایران



۵. جذب سرمایه‌گذاری خارجی
۶. توجه ویژه به ایرانیان خارج از کشور

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۲). «ایران در دهه چهارم»، برداشت دوم، فصلنامه مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، سال اول، شماره یک.
- خبیری، کابک (۱۳۸۱). «نگرشی بر پدیده مهاجرت و راه‌کارهای برخورد با آن»، نشریه برداشت اول، سال دوم، شماره دوم.
- سریع‌القلم، محمود (۱۳۷۹). سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران، بازبینی نظری و پارادایم ائتلاف، مرکز تحقیقات استراتژیک
- طباطبایی، سیدعلی (۱۳۸۱). «تجویزاتی برای بینش سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، برداشت اول، نشریه مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری سال اول، شماره اول.
- _____ (۱۳۸۲). «ما و بحران ما»، نشریه برداشت اول، نشریه مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، سال دوم، شماره ۱۰.
- _____ (۱۳۸۳). «بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی»، برداشت اول، نشریه مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، سال سوم، شماره ۲۸.

ب) منابع انگلیسی

- Baylis, John, and Smith Steve (2005). The Globalization of World Politics, An Introduction to International Relations. Oxford University press.
- Bretherton, Charlotte, and Ponton, Geoffrey (1990). Global Politics, An Introduction. Cambridge: Blackwell publishers Ltd.
- Buzan, Barry (1991). People, States, Fear. Harvest Wheat sheaf
- Bayne, Nicholas, and Woodlock, Stephen (2003). The New Economic Diplomacy. LSE Publication
- Clinton, Bill (2000). A Foreign Policy for the Global Age. Address to University of Nebraska, www.Clintonfoundation.org.
- Coolsaet, Rik (2001). Historical Patterns in Economic Diplomacy. From Protectionism to Globalization, The Case of Belgium, International Studies Association, Convention, Chicago. www.isanet.org.

بایسته‌های دیپلماسی اقتصادی جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

- Held, David (2007). Anthony McGrew, Globalization Theory, Approaches and Controversies. Polity Press.
- Lechner, Frank J, and Boli, John (2008). The Globalization Reader. Black Publishing Company Ltd.
- Portuguese Economic Diplomacy, [www. textus. diplomacy. edu](http://www.textus.diplomacy.edu).
- Ponsati, Clara (2003). Economic Diplomacy. Institute d'Analisi Economical and CODE-Universitate Ausonoma de Barcelona.
- Tabatabaee, Ali (2005). Globalization or Glooportunization. 1st International Symposium and Workshop, Resource Utilizations: Local Structure Vs Globalization. Tehran University and Gian Office.
- Saner, George A. (1999). "Necessity in Foreign Policy". Political Science Quarterly, Vol., No. 4.
- Saner, Raymond, Yiu Lichia (2003). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-Modern Times. Netherlands Institute of International Relations.
- Zedillo, Ernesto (2008). The Future of Globalization, Explorations in Light of Recent Turbulence. Rotlege.