

مرکز مطالعات راهبردی روابط فرهنگی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
سال پنجم، شماره یازدهم، تابستان ۱۳۹۸، ۳۳-۵۴

اقتصاد مقاومتی به مثابه یکی از مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در شرایط تحریم

مهری توتونچیان^۱

ایرج افشاراحمدی^۲

چکیده

اقتصاد مقاومتی به عنوان ایده‌ای سوی حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی مطرح شده است که نقش بسیار مهمی در تدوین الگوی اقتصادی نظام اسلامی در شرایط مختلف از جمله شرایط تحریم ایفا می‌کند. از این منظر، توجه به مؤلفه‌های اصلی اقتصاد مقاومتی می‌تواند به عنوان راهکاری برای رفع مشکلات داخلی تلقی شود و علاوه بر آن، زمینه‌ساز تبدیل شدن جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک الگوی مطلوب برای نظام‌های سیاسی منطقه و مسلمانان جهان باشد. حال دغدغه اصلی پژوهش حاضر، پاسخگویی به این سؤال است که: اقتصاد مقاومتی به عنوان الگوی اقتصادی مدنظر رهبر معظم انقلاب اسلامی در چه صورتی می‌تواند به عنوان دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مورد استفاده قرار گیرد؟ مهم‌ترین یافته‌های پژوهش حاضر این است که اقتصاد اسلامی با مدنظر قرار دادن سبک زندگی اسلامی-ایرانی، توجه به توان داخلی ملت‌ها در برابر شرایط تحریم، نفی وابستگی و همچنین اقتصاد عدالت‌محور می‌تواند بخشی از دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز تلقی شود. بدین ترتیب، شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی در صورت تحقق می‌توانند جمهوری اسلامی ایران را به عنوان یک مدل و الگو مطرح سازند و نفوذ و اعتبار بین‌المللی و منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران را به عنوان یک نظام سیاسی مستقل در شرایط تحریم نیز افزایش دهند. با توجه به رویکرد مقاله، روش توصیفی-تحلیلی و جمع‌آوری اطلاعات از اسناد، کتب، مقالات و سخنرانی‌های رهبری معظم انقلاب اسلامی به عنوان روش پژوهش انتخاب شده است.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی، دیپلماسی فرهنگی، ج.ا. ایران، تحریم.

^۱. دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

Email: mehri.toutouchian@gmail.com

^۲. دکتری گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران.

i.afsharhadi@gmail.com

مقدمه

دیپلماسی فرهنگی یکی از نیازهای اصلی نظام‌های سیاسی معاصر به شمار می‌رود که از راه‌های متفاوتی نیز حاصل می‌شود. بدین معنا که نه تنها عرصه‌های فرهنگی، بلکه عرصه‌های اقتصادی، اجتماعی، تاریخی، دینی و مذهبی می‌توانند به عنوان راهکاری برای تحقق دیپلماسی فرهنگی یک کشور تلقی شوند. به عنوان مثال، هنگامی که دولتمردان مصری از اهرام ثلاثه به عنوان نمادی برای معرفی تاریخ و فرهنگ تمدنی خویش به سایر کشورها بهره می‌برند، در واقع درصدد به کارگیری پدیده‌ای تاریخی برای تحقق دیپلماسی فرهنگی به نفع خویش هستند. این موضوع می‌تواند برای چین، کره جنوبی و کشورهای حوزه شرق آسیا در قالب الگوی اقتصادی و پیشرفت‌های شگرف صنعتی نیز پدیدار شود. در هر صورت می‌توان گفت برخی از پیشرفت‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در یک کشور می‌توانند در صورت پذیرش از سوی دیگران به عنوان چارچوبی برای بسط و اشاعه دیپلماسی فرهنگی به کار گرفته شوند.

در همین راستا، اقتصاد مقاومتی به عنوان طرحی اقتصادی که طی سال‌های اخیر از سوی مقام معظم رهبری مطرح شده است، دارای مؤلفه‌ها و شاخصه‌های متفاوتی است که البته در شرایط تحریم‌های ظالمانه و همچنین کاستی‌های داخلی در عرصه اقتصاد از سوی ایشان تبیین شده است. با این حال، اقتصاد مقاومتی دارای مؤلفه‌های مهم و قابل توجهی است که در صورت توجه به آنان می‌تواند به عنوان ابزارهایی برای تحقق دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز در نظر گرفته شوند. از این منظر، دیپلماسی فرهنگی از یک جهت می‌تواند توسط ابزارها و روش‌های اقتصادی نیز حاصل شود. بدین معنا که کشورها تلاش می‌کنند تا با ارائه الگوهای اقتصادی خویش، برنامه‌ریزی و مدیریت اقتصادی و همچنین ارائه الگوی مدیریت اقتصادی مدنظر خود وجهه و اعتباری در نزد سایر ملت‌ها و دولت‌ها پیدا کنند و بر میزان نفوذ و اعتبار بین‌المللی خود بیفزایند.

موضوع اقتصاد مقاومتی، مخصوصاً در شرایط ناشی از تنگناهای اقتصادی از جمله تحریم مورد توجه بیشتری قرار گرفته است و در صورت برطرف کردن دغدغه‌ها و مشکلات

اقتصادی می‌تواند به عنوان راهکاری برای رفع مشکلات و افزایش اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران تلقی شود. بدین ترتیب، از ظرفیت‌های مطلوبی برای تبدیل شدن به الگویی برای تحقق دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران دارا خواهد بود. به همین دلیل پژوهش حاضر با درک این مسأله که اقتصاد مقاومتی مدنظر مقام معظم رهبری چگونه می‌تواند در شرایط تحریم به عنوان الگویی برای دیپلماسی فرهنگی در نظر گرفته شود، به بازخوانی مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی پرداخته است. بدین ترتیب این موضوع که اقتصاد مقاومتی در صورت تحقق چگونه می‌تواند به عنوان ابزاری برای معرفی جمهوری اسلامی ایران به کار گرفته شود و حتی در خدمت دیپلماسی فرهنگی نیز قرار گیرد، به عنوان محور پژوهش حاضر قرار گرفته است. از این منظر، بررسی آثار ایده اقتصاد مقاومتی بر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در شرایط تحریم به عنوان هدف پژوهش حاضر انتخاب شده است.

۱. چارچوب نظری؛ چیستی دیپلماسی فرهنگی

دیپلماسی به عنوان ابزار مورد استفاده دولت‌ها و ملت‌ها در طول تاریخ، همواره اشکال تازه‌ای به خود می‌گیرد و روش‌ها، ابزارها، رویکردها و شیوه‌های تازه‌ای در زمینه به کارگیری آن دیده می‌شود. با این حال، عصر ارتباطات، وجه خاصی به دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از شیوه‌های دیپلماسی بخشیده است. همچنان که در دهه‌های اخیر، دیپلماسی به تقویت و حل و فصل اختلافات و مجموعه‌ای از فعالیت‌های مدیریتی متمرکز شده است که در جهت توسعه اقتصادی و توسعه کشور مانند کمک‌های اقتصادی و فعالیت‌های صلح-آمیز حرکت می‌کند (Stempel, 1995, 11). به علاوه اینکه، شرایط ناشی از تحولات جهانی شدن دولت‌ها را ملزم می‌سازد که نسبت به دیپلماسی فرهنگی بی‌توجه نباشند و از این ابزار به عنوان شیوه‌ای برای قدرت‌یابی خود بهره ببرند.

بدین ترتیب می‌توان گفت شاید بهتر باشد تحولات حادث شده در تاریخ دیپلماسی را از سر نیاز به «سهولت، سرعت و دقت» ارتباطات سیاسی نظام بین‌الملل دانست و این پوست-اندازی‌ها را تلاش نظام بین‌الملل جهت پاسخگویی مناسب به این سه نیاز در نظر گرفت (ایزدی و تکبیری، ۱۳۹۳: ۵). ضمن اینکه به کارگیری دیپلماسی فرهنگی به معنای شیوه‌های قدرت‌یابی پیشین و سنتی است، بلکه حتی دولت‌ها می‌توانند با افزایش توان نظامی، اقتصادی و سیاسی خویش، وجهه‌ای برای خود دست و پا کنند و با بهره‌گیری از رسانه‌ها نسبت به اشاعه آنان در عرصه نظام بین‌الملل اقدام نمایند. به عبارتی دیگر، در کنار دیپلماسی، ابزارهای قدرتمند دیگری از قبیل اقتصاد، قدرت نظامی، فرهنگ و نیز رسانه به ایفای نقش می‌پردازند. این ابزارها با همپوشانی یکدیگر، کمک شایانی برای نقش‌آفرینی بهتر دیپلماسی دارند. به این شکل که داشتن اقتصاد قوی سبب تقویت دیپلماسی آن و وابستگی آن سبب تضعیف شرایط یک کشور در مذاکرات دیپلماتیک می‌شود. تبلیغات به جا و حساب شده زمینه‌های لازم را برای ارتباط دیپلماتیک فراهم می‌آورد و تبلیغات ضعیف یا بهره‌گیری نادرست از آن ممکن است کشور را پیش از مذاکره دچار شکست کند. نیروی نظامی کشوری با اقتصاد نیرومند و تبلیغات مناسب در بسیاری از مذاکرات زمینه اطمینان و ثبات را برای آن و شرایط ترس و تسلیم را برای دیگران فراهم می‌آورد. فرهنگ و ایدئولوژی نیز در صورتی که به گونه درستی گسترش یافته باشد و از تبلیغات و رسانه‌ها در این راستا به خوبی بهره‌گیری شده باشد، دیپلماسی کشور را به سوی توفیق پیش می‌برد (بیژنی، ۱۳۸۴: ۱۱۹).

بدین ترتیب باید گفت، دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌های نوین ارتباطی پیوند وثیقی با یکدیگر پیدا کرده‌اند و می‌توان شالوده دیپلماسی فرهنگی را «اطلاعات» دانست. از این منظر، دیپلماسی فرهنگی می‌تواند خصوصیات نظیر دیپلماسی عمومی داشته باشد. بدین معنا که با گذر از رویکرد «دولت-دولت» پیشین، رویکرد «ملت-ملت» را به عنوان شیوه تعامل خویش برگزیند. از این منظر، خصوصیات زیر نیز برای دیپلماسی فرهنگی قابل تصور است:

نخست، حکومت‌ها به اطلاعات بیشتری دسترسی دارند. این امر فقط مربوط به حکومت‌ها نمی‌شود، بلکه شهروندان نیز در معرض افکار و نظرات دیگران قرار دارند. بنابراین مرزهای امنیتی به شدت نفوذپذیر شده است.

دوم، شبکه‌های جهانی فرایند تصمیم‌گیری را می‌توانند متمرکز یا غیرمتمرکز کنند.

سوم، انحصار حکومت‌ها بر اطلاعات و وسایل ارتباطی راهبردی از بین می‌رود.

چهارم، شبکه‌های جهانی سبب شفافیت برای همه می‌شوند.

پنجم، قدرت نرم و فراتر از آن قدرت هوشمند بیش از پیش واجد اهمیت می‌شوند.

ششم، امنیت دچار تحول مفهومی می‌گردد و بُعدی نرم‌افزاری و فرهنگ‌محور می‌یابد

(کبریایی‌زاده و میرزایی‌فرد، ۱۳۹۰: ۳۱).

امروزه دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یکی از شیوه‌های مهم قدرت نرم مورد استفاده دولت‌های مختلف قرار می‌گیرد. حتی می‌توان گفت بخش اعظمی از تلاش دولت‌های بزرگ نیز این است که با بتوانند با شیوه‌های نرم و اقناعی، تصمیمات و رفتارهای خود را در عرصه‌های مختلف مشروع جلوه دهند و یا اینکه مقبولیتی در نزد سایر ملت‌ها پیدا کنند. به علاوه اینکه، دیپلماسی فرهنگی به عنوان تعاملات فرهنگی میان ملت‌ها، هم در عرصه‌های صلح و همکاری و هم در شرایط جنگ و منازعه نیز کاربرد پیدا می‌کند. در حقیقت، در گذشته نحوه به کارگیری انواع قدرت (سخت و نرم) در چالش‌ها، تهدیدها و منازعات این گونه بود که کاربرد قدرت سخت را منحصر به شرایط جنگی و کاربرد قدرت نرم را بیشتر در شرایط صلح و آرامش می‌دانستند. در حالی که چالش‌ها، منازعات و تهدیدات آینده نه تنها ابعاد نرم را شامل می‌شوند، بلکه ابعاد سخت قدرت را نیز تحت سیطره خود قرار داده‌اند. امروزه به کارگیری این ابعاد قدرت به طور همزمان و در شرایط جنگ و صلح مرسوم است. به کارگیری همزمان این قدرت‌های متنوع و گوناگون تهدیدهای مهلکی به وجود آورده است که آن را تهدیدهای هوشمند نام نهاده‌اند (حسنلو، ۱۳۹۱: ۳۷۴). حتی ابداع و به کارگیری عباراتی نظیر جنگ نرم، تهدید نرم، جنگ رسانه‌ای، قدرت نرم و ... حاکی از نقش آفرینی فرهنگ و دیپلماسی فرهنگی در دوره معاصر است.

توضیح اینکه، دیپلماسی فرهنگی از لوازمات قدرت‌یابی دولت‌ها در دوره فراگیری رسانه‌ها به شمار می‌رود. چنان‌چه به تدریج و با تغییر شرایط داخلی کشورها، گسترش و انقلاب تکنولوژیکی، افزایش مسافرت‌ها و مهاجرت‌ها، اهمیت یافتن رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و نیز ظهور اینترنت و فضای مجازی نوعی دیپلماسی به وجود آمد که می‌توان از آن به عنوان «دیپلماسی باز» تفسیر کرد. در این نوع از دیپلماسی شاهد برقرای ارتباط علمی، ورزشی، تجاری، فرهنگی، درمانی هستیم که با عناوینی مانند دیپلماسی علم، دیپلماسی فوتبال، دیپلماسی رسانه، دیپلماسی محیط زیست، دیپلماسی آب، دیپلماسی انرژی مورد خطاب قرار می‌گیرد. در این نوع دیپلماسی، نقش «افکار عمومی» بسیار حائز اهمیت است (ایزدی و تکبیری، ۱۳۹۳: ۴۰). بنابراین به کارگیری دیپلماسی فرهنگی، ادبیات حاکم بر صحنه روابط بین‌الملل را نیز دچار تغییرات گسترده‌ای نموده است. چنان‌چه در این باره می‌توان استدلال کرد که دیپلماسی «ملت-ملت» جای دیپلماسی «دولت-دولت» را گرفته است. به گونه‌ای که از این نوع دیپلماسی با عنوان «دیپلماسی باز» نیز نام برده می‌شود. دیپلماسی باز به تحولات اخیر رسانه‌ای و ارتباطاتی معطوف می‌شود که در آن نقش محوری دولت‌ها به‌عنوان تصمیم‌گیرندگان دیپلماسی از بین رفته است و حتی ملت‌ها به عنوان عناصر اصلی نظام بین‌الملل در قالب بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای متعدد ارتباطی، عرصه سیاست را به تسخیر خود درآورده‌اند.

دیپلماسی فرهنگی محیط سیاسی و ارتباطات میان دولت‌ها را دچار تغییرات متعددی کرده است. از این جهت با توجه به نقش آفرینی رسانه‌ها و دیپلماسی فرهنگی در دوره معاصر، محیط بین‌المللی جدید دارای مشخصات زیر است:

- وجود کشور-ملت‌ها با اقتدار کمتر به استثنای چند قدرت بزرگ، اگرچه آنها نیز نیازمند توجه افکار عمومی برای رفتارهای داخلی و بین‌المللی خود می‌باشند. افزون بر کشورها، بازیگران دیگری نیز در صحنه بین‌المللی وجود دارند. از جمله سازمان‌های غیر دولتی، قدرت‌های مجازی با هویت شبکه‌ای.

-قدرت سخت و نرم هر دو اساس بقای کشورها و اهرم تعیین کننده در تعاملات میان آنها خواهند بود.

-سیاست واقعی همچنان اساس محاسبات کشورها در برقراری و تنظیم روابط با یکدیگر خواهند بود ولی تعیین کنندگی دانش و اطلاعات در هزاره سوم آنان را ناگزیر می‌نماید که "سیاست دانش‌مدار" را مکمل سیاست واقعی نمایند.

-دیپلماسی سنتی کماکان مجرا و مدار ارتباطات میان کشورها است، ولی ضرورت ارتباط با بازیگران نامحدود زمینه اتخاذ دیپلماسی دیجیتال را فراهم می‌آورد (بیات، ۱۳۸۵: ۲۳).

۲. انقلاب اسلامی و دیپلماسی فرهنگی

امروزه دیپلماسی فرهنگی به عنوان یکی از مولفه‌های قدرت نرم، نقش اساسی در شکل دهی و جهت دهی به سیاست خارجی کشورها از جمله جمهوری اسلامی ایران دارد. این نوع از دیپلماسی به واسطه آن که مخاطب خود را مردم قرار می‌دهد و شکل دادن به افکار عمومی را مد نظر دارد، اخیراً مورد توجه دولت‌ها قرار گرفته است و دولت‌ها در تلاش هستند با تاثیر و نفوذ بر افکار عمومی نظر آنان را به سیاست‌ها و جهت‌گیری‌ها و اقدامات خود جلب کنند و از این طریق منافع ملی خود را تامین کنند. ضمن اینکه روش‌های مختلفی برای بهره‌گیری از دیپلماسی فرهنگی در نزد دولت‌ها وجود دارد. به عنوان مثال، برخی هویت و تاریخ دیرینه خود را به عنوان ابزاری برای ترویج دیپلماسی فرهنگی مدنظر قرار می‌دهند و برخی دیگر رویکردهای علمی و پیشرفت خویش را به عنوان ابزاری برای قدرت دیپلماسی فرهنگی خود به کار می‌گیرند. به نظر می‌رسد، اقتصاد مقاومتی مدنظر رهبر معظم انقلاب اسلامی به عنوان الگویی برای اقتصاد در شرایط تحریم به خوبی می‌تواند جایگاه مناسبی در دیپلماسی فرهنگی ج.ا. ایران پیدا کند.

انقلاب اسلامی ایران از نظر ماهوی و ارزش‌های بنیادی با جوامع دیگر منطقه و به طور کلی با جهان اسلام اشتراکات فرهنگی و مذهبی زیادی دارد. تکیه بر ارزش‌های مشترک اسلامی ویژگی فراملی به آن می‌دهد و جهت‌گیری مردمی و ارزشی حکومت تاسیسی ناشی

از این نوع حرکت نمایان‌تر بوده، که در قانون اساسی بر آن تأکید شده و در جهت‌گیری‌ها و عملکرد بعدی حکومت آشکارتر نیز شده است. در چنین حکومتی مردم و ارزش‌های مردمی چه در داخل و چه در خارج جایگاه والایی در تعیین سیاست‌ها و جهت‌گیری‌های آن دارند. جمهور اسلامی ایران اهمیت زیادی به برداشت مردم سایر کشورهای اسلامی نسبت به ایران و جمهوری اسلامی می‌دهد و این مسئله را در تعیین سیاست خارجی کشور مهم تلقی می‌کند (یزدان‌فام، ۱۳۹۴: ۹۰). بنابراین سیاست برقراری ارتباط مستقیم با ملت‌های مسلمان منطقه خاورمیانه و مستضعفان جهان از این نوع نگرش و پیشینه‌ای ناشی می‌شود. به طور کلی، جمهوری اسلامی ایران در ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی به خوبی توانسته از قدرت نرم خود در منطقه و جهان بهره‌برد. به ویژه اینکه انقلاب اسلامی با شعارها و رسالت‌های مشخص در منطقه و جهان معرفی شد و توانست در میان بسیاری از مردم کشورهای مختلف از جمله کشورهای اسلامی طرفدارانی داشته باشد که مهم‌ترین آنها تشکیل حکومت بر مبنای باورهای دینی و مردم‌سالاری دینی در چهارچوب فکری رهبری انقلاب، امام خمینی (ره) است.

جمهوری اسلامی ایران در سه دهه اخیر به دلیل تعقیب آرمان‌های انقلابی، تضادهای ایدئولوژیک با شرق و غرب و نیز تفاوت‌های رفتاری در حوزه سیاست خارجی، همواره آماج بیشترین حملات رسانه‌ای و تبلیغاتی در افکار عمومی بین‌المللی بوده است (پروژه‌های اسلام‌هراسی، شیعه‌هراسی و ایران‌هراسی)، اما غالباً نقشه راه مناسبی برای مقابله با این هجمه‌ها نداشته و این در حالی است که کم‌کاری در این زمینه و عدم انعکاس سیاست‌های داخلی و خارجی کشورمان به ملل جهان با استفاده از ابزارهای مناسب باعث شده زمینه‌ها برای سوء استفاده بسیاری از رسانه‌های توجیه شده کشورها و سازمان‌های جهانی فراهم شود که به هر شکلی که مایل باشند در ساختن افکار عمومی جهان علیه ما وارد عمل گردند (سلطانی‌فر و خانزاده، ۱۳۹۲: ۱۸۱). در همین راستا، جمهوری اسلامی ایران نیز با توجه به ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی و تمدنی خاص خود تلاش می‌کند تا با بهره‌گیری از رسانه‌ها، جذب نیروهای سیاسی در منطقه، برقراری ارتباطات سیاسی، فرهنگی و

آموزشی، کمک‌های مادی و معنوی به برخی گروه‌های آزادی‌خواه در منطقه، توسعه روابط دیپلماتیک با برخی کشورهای همسایه در منطقه و ... به مقابله با تهدیدهای فراروی خود بپردازد.

از طرفی دیگر، انقلاب اسلامی ایران، ماهیتی فرهنگی و هویت بخش را در خود جای داده است. همچنان که ریشه اصلی انقلاب در فرهنگ انقلابی شیعی قرار دارد. بدین ترتیب، گفتمان شیعه برطبق اسناد اعتقادی خود حمایت از مستضعفین و مقابله با مستکبرین را سرلوحه کار خود قرار داده است و به هر نحو ممکن خواهان تغییر وضع موجود و افتادن حکومت‌ها به دست مردم در سطح منطقه می‌باشد (عباسی و گلی، ۱۳۹۴: ۱۶۳). به علاوه اینکه، انقلاب اسلامی ایران با دفاع از رویکردهای مستقل خود در عرصه‌های داخلی و خارجی درصدد است تا از این رویه‌ها به عنوان ابزاری برای تحقق دیپلماسی فرهنگی در سطوح مختلف منطقه‌ای و بین‌المللی بهره ببرد. در همین راستا، جمهوری اسلامی در سطح منطقه‌ای نیز همان سیاست تغییر را دنبال می‌کند و چهارچوب گفتمانی خود را بر ضدیت با نظام سلطه و حامیان و پیروان منطقه‌ای این شرایط غیرعادلانه قرار داده است. جمهوری اسلامی حاکمان خودکامه منطقه را به بی‌ارادگی در مقابل سلطه جهانی و منطقه‌ای متهم می‌کند. گفتمان انقلاب اسلامی صدور آموزه‌های انقلابی خود به سایر کشورهای منطقه را دنبال می‌کند (عباسی و گلی، ۱۳۹۴: ۱۶۵).

با این اوصاف، دیپلماسی فرهنگی از جمله شیوه‌هایی است که می‌تواند انقلاب اسلامی ایران را روح تازه‌ای ببخشد و باعث تحقق اهداف و آرمان‌های انقلاب در دوره کنونی گردد. بنابراین با توجه به نیازهای جامعه، باید توجه به فرهنگ در دستور کار مسئولین قرار گیرد و از آنجایی که فرهنگ را همگان می‌سازند، گام اول را باید از طریق رسانه‌ها و سپس همه بخش‌ها به فکر نهادینه کردن اقتصاد مقاومتی باشند. بنابراین برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی، اول باید مدیریت فرهنگ‌سازی برای ایجاد تغییرات متناسب و لازم انجام گیرد تا جامعه در مسیری قرار گیرد که به دو اصل توانستن و مقاومت در برابر تهدیدات برسد و شکل جدیدی از اقتصاد و تولید را سامان دهد (اسماعیلی خوشمردان، ۱۳۹۵: ۶). همچنین،

دیپلماسی فرهنگی ایرانی باید کنش مند و دست‌کم کنشگر باشد. کنش‌مندی به آن معناست که دیپلماسی فرهنگی باید قادر به فرصت‌سازی فرهنگی از طریق گفت‌وگوهای فرهنگی در سطح منطقه‌ای و جهانی باشد. به گونه‌ای که دیگر کشورها در چارچوب گفت‌وگوهای فرهنگی و صحنه فرهنگی‌ای که جمهوری اسلامی تهیه و تدارک دیده و کارگردانی کرده، به نقش‌آفرینی بپردازند. کنشگری نیز به این معناست که دیپلماسی فرهنگی بتواند دست‌کم از فرصت‌ها و بسترهای فرهنگی موجود برای تأمین اهداف و منافع ملی کشور حداکثر استفاده را ببرد.

علاوه بر این مسائل، شرایط خاص ناشی از تحریم‌های بین‌المللی بر علیه ج.ا. ایران باعث شده تا دیپلماسی فرهنگی به عنوان ابزاری مؤثر در برنامه سیاستمداران کشور قرار گیرد. به طوری که می‌توان گفت تحریم‌های هسته‌ای و غیرهسته‌ای که بر علیه ج.ا. ایران تصویب شده است، هم چالش‌های تازه‌ای را ایجاد کرده‌اند و هم باعث خلق فرصت‌های تازه‌ای شده‌اند. به عنوان مثال، در دوره‌ای از حیات ج.ا. ایران، تحریم‌ها و فشارهای زیادی بر علیه کشور اعمال شده بود. مانند تعلیق کلیه همکاری‌های داوطلبانه هسته‌ای با نهادهای بین‌المللی و غربی و تصویب شش قطعنامه شورای امنیت سازمان ملل متحد علیه جمهوری اسلامی ایران، تحریم‌های فزاینده را برای کشور به دنبال داشت (شهرابی، ۱۳۹۳: ۲). هرچند بر اثر برخی تحولات، این تحریم‌ها کمابیش تعدیل و یا کنار گذاشته شدند، اما با این حال، بروز برخی مسائل باعث شد تا دوباره سایه تحریم‌ها و تهدیدها بر سر نظام جمهوری اسلامی ایران سنگینی کند. به هر حال، شرایط مذکور باعث شده تا برخی الگوهای اقتصادی در شرایط تحریم به عنوان ابزارهایی در راستای تحقق دیپلماسی فرهنگی به کار گرفته شوند که به برخی از جلوه‌های مهم آن اشاره می‌شود.

۳. نقش اقتصاد مقاومتی در تحقق دیپلماسی فرهنگی در شرایط تحریم

اقتصاد مقاومتی در قالب سیاست‌های کلی در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۹۲ و در ۲۴ بند، توسط مقام معظم رهبری به سران سه قوه ابلاغ شد. در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، تأمین

نیازهای اساسی کشور، رشد پویای جامعه در عرصه‌های گوناگون و دستیابی به اهداف چشم انداز از مهم‌ترین اهداف محسوب می‌شوند که نیازمند رویکردی جهادی، مولد، درون‌زا و برون‌گرا در عرصه‌های مختلف است. بنابراین اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری در صورت دستیابی به اهداف تعیین شده برای آن، خواهد توانست الگوی اقتصاد اسلامی را به نحو مطلوبی به جهانیان عرضه نماید. از این جهت، اقتصاد مقاومتی حتی می‌تواند باعث افزایش اعتبار نظام اسلامی در عرصه‌های منطقه‌ای و جهانی گردد. در چنین رویکردی، اگر بتوان هدف اصلی از دیپلماسی فرهنگی را کسب نفوذ و اعتبار بین‌المللی از منظر سایر بازیگران سیاسی تلقی کرد، اقتصاد مقاومتی دارای شاخصه‌ها و مؤلفه‌هایی است که در صورت تحقق می‌توانند بر نفوذ و اعتبار بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران نیز بیفزایند. در اینجا مؤلفه‌های مهم اقتصاد مقاومتی که در صورت تحقق می‌توانند به عنوان حامی دیپلماسی فرهنگی در شرایط تحریم تلقی شوند، مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند.

۳-۱. اقتصاد مقاومتی؛ الگویی فرهنگی

اقتصاد مقاومتی صرفاً یک دیدگاه اقتصادی مجزا از سایر ابعاد جامعه نیست. بدین معنا که نمی‌توان اقتصاد مقاومتی را تنها یک الگوی اقتصادی مجزا دانست که نسبتی با سایر مؤلفه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و جامعه نداشته باشد. این موضوع مخصوصاً در آراء رهبری معظم انقلاب اسلامی نیز بیان شده است که بر ضرورت تلقی فرهنگ گونه از اقتصاد مقاومتی تأکید دارند. بدین معنا، اقتصاد مقاومتی یک الگوی فرهنگی و ارزشی برای اصلاح رفتارهای اقتصادی جامعه اسلامی است که تحقق این مسأله می‌تواند بر اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در شرایط تحریم بیفزاید. به تعبیر مقام معظم رهبری که در این باره چنین بیان می‌کنند:

«فرهنگ، هویت یک ملت است. ارزش‌های فرهنگی روح و معنای حقیقی یک ملت است. همه چیز مترتب بر فرهنگ است. فرهنگ، حاشیه و ذیل اقتصاد نیست، حاشیه و ذیل سیاست نیست، اقتصاد و سیاست، حاشیه و ذیل فرهنگ هستند. به این باید توجه کرد.

نمی‌توانیم فرهنگ را از عرصه‌های دیگر منفک کنیم» (بیانات رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲/۹/۱۹).

به طور کلی باید گفت اقتصاد مقاومتی به نوبه خود و قبل از اینکه یک تز اقتصادی باشد، برنامه‌ای فرهنگی در حوزه‌های مختلف از جمله سبک زندگی اسلامی است. به طوری که در مقوله اقتصاد مقاومتی، روحیه و فرهنگ حاکم بر جامعه، براساس اخلاقیات، ارجحیت داشتن منافع ملی و جمعی بر فردی، مقاومت در مقابل دشمن، کار و همت مضاعف، ایثار و فداکاری، تولید حداکثری و مصرف به میزان نیاز و در یک کلام حاکمیت دین و معنویات بر سبک زندگی است (سرخدهی، ۱۳۹۲: ۲). از این جهت، اقتصاد مقاومتی یک برنامه فرهنگی مبتنی بر توجه به سبک‌ها و نُرم‌های فرهنگی است که گسترش دادن و جهانی شدن آن می‌تواند مشروعیت و مقبولیتی نیز پدید آورد و اعتباری مضاعف برای نفوذ منطقه‌ای و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران پدید آورد. بنابراین فرهنگی نگریستن اقتصاد مقاومتی به نوبه خود بیانگر اشاعه ابعاد و مؤلفه‌های آن به سایر کشورها و همچنین پذیرش آن توسط کشورهای همگرا دارد.

حمایت از تولید ملی یکی از مؤلفه‌های اساسی اقتصاد مقاومتی است که در رویکرد درون‌زا و برون‌نگر اقتصاد مقاومتی جای می‌گیرد. از این جهت، الگوی اقتصادی مطلوب برای دستیابی به اهداف نظام اسلامی، رویکرد درون‌زا با نگاه به بیرون است که به خوبی در بیانات رهبر انقلاب اسلامی مشهود است. ایشان می‌فرمایند: «اینکه ما از بیگانه طلب بکنیم و متعهد در مقابل بیگانه بشویم، این خطای بزرگی است؛ باید اقتصاد درون‌زا باشد. البته معنای درون‌زا بودن اقتصاد این نیست که درهای کشور را ببندیم؛ نه، ما گفته‌ایم «درون‌زا و برون‌گرا» (بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱ فروردین ۱۳۹۷).

رویکرد درون‌زا و برون‌نگر در نهایت می‌تواند به صورت یک الگوی مطلوب اقتصادی، معرف نظام اسلامی در ابعاد اقتصادی باشد که آثار و نشانه‌های مقاومت در برابر تهدیدات و فشارهای دشمنان را نشان می‌دهد. در این زمینه، جمهوری اسلامی ایران به دلیل جایگاه خاصی که در منطقه و جهان دارد، از همان ابتدا با تهدیدات و چالش‌های منطقه‌ای و

بین‌المللی متعددی روبرو بوده است. یکی از این چالش‌ها، معرفی جمهوری اسلامی ایران به عنوان نظامی فاقد الگو و برنامه و ضعیف نشان دادن آن به عنوان الگویی برای کشورهای مسلمان است. علاوه بر این، به کارگیری رویکرد اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم، خود نشانگر نوعی فرهنگ مقاومت است که می‌تواند الگویی برای سایر کشورها نیز تلقی شود. چنانچه در بیانات رهبری نیز به این مسأله اشاره می‌شود:

«البته نیاز ما به اقتصاد مقاومتی بیش از کشورهای دیگر است، زیرا از یک طرف کشور ما همچون کشورهای دیگر مرتبط با اقتصاد جهانی و مصمم به ادامه این ارتباط است و طبیعتاً از مسائل اقتصادی جهان متأثر خواهد بود و از طرف دیگر نظام اسلامی، به دلیل استقلال خواهی و عزت‌مداری و تأکید بر تحت تأثیر قرار نگرفتن از سیاست‌های قدرت‌های جهانی، مورد تهاجم، سوء نیت و اخلال‌گری است» (بیانات رهبری در دیدار با کارگزاران نظام، ۲۰ اسفند ۱۳۹۲).

بر همین اساس، به اعتقاد برخی از پژوهشگران که اقتصاد مقاومتی را الگویی برای جهان اسلام معرفی می‌کنند و بر این عقیده هستند که به کارگیری ملزومات اقتصاد مقاومتی در درازمدت می‌تواند باعث افزایش اعتبار جمهوری اسلامی ایران در شرایط تحریم گردد که به نوبه خود نوعی زمینه‌سازی برای تحقق دیپلماسی فرهنگی است. به این دلیل که موفقیت اقتصاد مقاومتی به معنای کسب اعتبار برای ایده‌پرداز و اجراکننده آن است. این موضوع نیز به خوبی در قالب ترسیم اهداف بلندمدت اقتصاد مقاومتی در آراء رهبر انقلاب اسلامی نمایان است که می‌فرمایند:

«این رویکرد، چشم‌اندازی کلان به اقتصاد جمهوری اسلامی ایران دارد و یک اقدام بلندمدت را شامل می‌شود. در این رویکرد، ما در پی اقتصاد ایده آلی هستیم که هم اسلامی باشد و هم ما را به جایگاه نخست اقتصاد منطقه برساند؛ اقتصادی که برای جهان اسلام الهام بخش و کارآمد بوده و زمینه‌ساز تشکیل تمدن بزرگ اسلامی باشد» (فشاری و پورغفاری، ۱۳۹۳: ۳۵).

۲-۳. اقتصاد مقاومتی و الگویی در برابر تهدیدات خارجی در شرایط تحریم

با این اوصاف، به نظر می‌رسد به کارگیری اصول اقتصاد مقاومتی و تحقق آن می‌تواند از جمهوری اسلامی ایران به عنوان الگویی مناسب برای مقابله با تهدیدات دشمنان و خنثی کردن نقشه‌های دشمنان بسازد که در این صورت می‌تواند دو اثر مهم در پی داشته باشد:

۱. معرفی مؤلفه‌های برتر اقتصاد مقاومتی در برابر شرایط ناشی از تحریم و مشکلات داخلی؛
۲. خنثی شدن نقشه‌های دشمن مبنی بر نداشتن تئوری و برنامه اقتصادی منسجم از سوی جمهوری اسلامی ایران. از این منظر، تحقق این دو مسأله در سایه به کارگیری مؤلفه‌های اساسی اقتصاد مقاومتی می‌تواند نفوذ و اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران را افزایش دهد و باعث معطوف شدن بیشتر نگاه‌ها به سمت جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک نظام سیاسی ایده آل در ابعاد سیاسی و اقتصادی شود.

«الگو» سازی و تلاش برای تبدیل شدن به یک الگوی مناسب از مؤلفه‌های اساسی دیپلماسی فرهنگی است که حتی می‌تواند مهم‌ترین هدف برای نظام‌های سیاسی جهت کسب اعتبار و پرستیز بین‌المللی نیز تلقی شود. از این منظر، اقتصاد مقاومتی به عنوان الگویی که دربرگیرنده مؤلفه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیستی است، می‌تواند به عنوان الگویی برای سامان بخشیدن به اعتبار بین‌المللی و منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران به کار گرفته شود. در این رویکرد، اقتصاد مقاومتی به نظام اقتصادی ملت، یا گروه اجتماعی مقاومتی اشاره دارد که در راستای احقاق حقوق خود یا پیگیری اهداف سیاسی که از نظر آنها برحق است، مبارزه می‌کنند. هرچقدر اقتصاد ملت یا گروه اجتماعی مقاوم‌تر باشد، به آنها در راستای تحقق اهداف مقاومتی خویش بیشتر یاری می‌رساند (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳: ۳۱). بدین ترتیب مقاوم بودن اقتصاد در مقابل توطئه‌های دشمن و تلاش برای افزایش مصونیت آن از دیگر مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی است که در صورت تحقق می‌تواند بر نفوذ منطقه‌ای جمهوری اسلامی ایران نیز بیفزاید. بدین معنا که پس از تشدید تحریم‌ها علیه ایران

در سال‌های اخیر، این شیوه توسط جمهوری اسلامی ایران نیز ترویج می‌شود و هدف از آن، استفاده از توان تولید داخلی و مقاومت در برابر تحریم‌ها با ایجاد کمترین بحران است. اقتصاد مقاومتی به معنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت است (سالار و خراسانی، ۱۳۹۶: ۸۳). به نظر می‌رسد موفقیت اقتصاد مقاومتی و ایستادگی در برابر تحریم‌های یکجانبه دشمنان علیه نظام اسلامی و ادامه مسیر مقاومت و ایستادگی از جمله خصائصی است که می‌تواند از جمهوری اسلامی ایران به عنوان یک الگو، چهره‌ای مطلوب برای جهان اسلام بسازد. بدیهی است افزایش رشد و پیشرفت اقتصادی در شرایط تحریم بر مطلوب بودن این الگو و افزایش اعتبار می‌افزاید که خود ضامنی برای تحقق اهداف دیپلماسی فرهنگی به شمار می‌رود.

علاوه بر این، تلاش برای کار و سازندگی و بهبود شرایط مادی و معنوی در اقتصاد مقاومتی نشانه‌ای از توجه به فرهنگ کار و تلاش در اسلام است که همواره مورد توجه آموزه‌های اسلامی نیز قرار داشته است. هنگامی که ابعاد مخلف اقتصاد مقاومتی شکوفا شوند، زمینه‌ها برای تبدیل آن به الگو نیز پیدا می‌شود. از این جهت، اقتصاد مقاومتی می‌تواند به مانند یک دیپلماسی فرهنگی، زمینه‌ها را برای پذیرش شعارها و اهداف انقلاب اسلامی مهیا سازد. از این منظر، رویکرد اخیر، چشم‌اندازی کلان به اقتصاد جمهوری اسلامی ایران می‌دهد و یک اقدام بلندمدت را شامل می‌شود. این تعریف هم که به نظر می‌رسد دور از دیدگاه‌های رهبر معظم انقلاب نیست، رویکردی ایجابی و دوراندیشانه دارد. در این رویکرد، ما در پی اقتصاد ایده آلی هستیم که هم اسلامی باشد و هم ما را به جایگاه اول منطقه برساند؛ اقتصادی که برای جهان اسلام الهام بخش و کارآمد بوده و زمینه ساز تشکیل تمدن بزرگ اسلامی باشد.

بدین معنا اساساً در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، یکی از مؤلفه‌های مهم الگو باید متضمن مقاومت و تحقق آن باشد (میلانی، ۱۳۹۴: ۱۲).

علاوه بر این، یکی دیگر از آثار اقتصاد مقاومتی که می‌تواند در حوزه دیپلماسی فرهنگی و اشاعه فرهنگ اقتصاد مقاومتی به سایر کشورها به کار گرفته شود، تأکید بر شکوفا شدن اقتصاد اسلامی به عنوان یک مکتب و گفتمان اقتصادی مستقل است. از این جهت، اقتصاد مقاومتی به طرد الگوی اقتصادی سرمایه‌داری مبتنی بر منافع فردی، به دنبال راهی برای تحقق اهداف اجتماعی و خیر عمومی است. از این جهت، تبلیغ و اشاعه آن به خوبی می‌تواند الگویی برای کشورهای مسلمان تلقی شود. توضیح اینکه، یکی از ثمرات لیبرالیسم، اقتصاد سرمایه‌داری است که به عنوان علم اقتصاد در ایران به تقلید از غرب پذیرفته و فرامین آن به سرعت بدون توجه به بنیان‌های فکری و نظام انگیزشی حاکم اجرا شد که نتیجه آن تغییرات در فرهنگ و سبک زندگی و اخلاقیات جامعه به سمت سبک زندگی و فرهنگ غربی بوده است لذا چون این فرهنگ براساس منافع شخصی و سودمحوری طراحی شده به عنوان مانع مهمی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی محسوب می‌شود (سرخدهی، ۱۳۹۲: ۳).

همچنین اقتصاد مقاومتی در راستای تقویت روحیه مقاومت و ایثار در میان ملت‌ها و از جمله ملت‌های مسلمان، رویکرد مؤثری در دفاع و پیگیری از ملت‌های ستمدیده دارد. از این منظر، اقتصاد مقاومتی، به نظام اقتصادی ملت، یا گروه اجتماعی مقاومتی اشاره دارد که در راستای احقاق حقوق خود، یا پیگیری اهداف سیاسی‌ای که از نظر آن‌ها بر حق است، مبارزه می‌کنند. هر چقدر اقتصاد ملت یا گروه اجتماعی مقاوم، به آن‌ها در راستای تحقق اهداف مقاومت یاری بیشتری رساند، مقاومتی‌تر است (خلیلی، ۱۳۹۱: ۲۷). این موضوع در

حوزه دیپلماسی فرهنگی می‌تواند به پیوند اقتصاد و رویکرد مدیریت جهادی نیز پیوند بخورد. چنان‌چه، اقتصاد مقاومتی با ترویج فرهنگ «جهاد اقتصادی» در میان ملل مسلمان راهی برای باز شدن دیپلماسی فرهنگی در سطوح مختلف است. بدین ترتیب روشن است که در حرکت به سمت اقتصاد مقاومتی باید به روحیه جهادی توجه داشته باشیم. روحیه جهادی با مظاهر فریبده ارزش‌های غربی و روی آوردن هرچه بیشتر به ارزش‌های اسلامی. از آنجایی که نظام سرمایه‌داری کنونی غرب با توجه به حجم تولیدات انبوه و برای رهایی از دام بحران اقتصادی خود مدام در پی بازارهای مصرف برای فروش کالاهای خود است، لازم می‌بیند که مردم جهان را به سمت الگوبرداری در مصرف به سبک غربی تشویق و حمایت کند (حسین‌پور و محمدی سیاهبومی، ۱۳۹۵: ۱۳۶). در این صورت، اقتصاد مقاومتی می‌تواند به مثابه دیپلماسی فرهنگی، مروج فرهنگ اسلامی در زمینه شکل‌گیری جامعه مطلوب، برقراری روابط عادلانه اقتصادی و اجتماعی باشد.

بدین ترتیب، دیپلماسی فرهنگی در صورت برآورده شدن اهداف اقتصاد مقاومتی و نشر و تبلیغ آن برای سایر کشورها می‌تواند به کسب اعتبار و وجهه منطقه‌ای و جهانی برای جمهوری اسلامی ایران منجر شود که در نهایت از اهداف اصلی دیپلماسی فرهنگی به شمار می‌رود. در همین راستا، اقتصاد مقاومتی برای تبدیل شدن به یک الگوی اقتصادی مناسب در شرایط تحریم می‌تواند از ابزارهای مختلف جهت گفتمان‌سازی و معرفی مؤلفه‌های خود بهره‌بردارد. بدین معنا که در کنار نهادهای رسمی و دولتی، صنعت تبلیغات با توجه به در اختیار داشتن ابزارهای متعدد ارتباطی و رسانه‌های تبلیغی می‌تواند با درک مسؤلیت اجتماعی، در قالب تاکتیک‌های متعارف مسؤلیت اجتماعی، زمینه‌نگرش مثبت به اقتصاد مقاومتی را فراهم سازد (سلطانی‌فر، ۱۳۹۶: ۲۰۳). در کنار امر گفتمان‌سازی، عوامل دیگری

نیز در این زمینه وجود دارند که می‌توانند شامل اصلاح الگوی مصرف و بهره‌گیری از شیوه‌های سبک زندگی اسلامی-ایرانی در جهت تحقق اقتصاد مقاومتی تلقی شوند. بنابراین اقتصاد مقاومتی با ترویج الگوی مطلوب نظام اقتصاد اسلامی در شرایط تحریم، وجهه‌ای خاص برای جمهوری اسلامی ایران ایجاد می‌نماید که می‌تواند الگویی برای ملت‌های مقاوم در برابر تهدیدات خارجی محسوب شود. بدیهی است مطلوب بودن اقتصاد مقاومتی نیازمند راهکارهای داخلی متعددی است که ثمره آن به طور محسوس بر زندگی واقعی مردم نشان داده شود. در هر صورت، رهبر انقلاب اسلامی که شکوفا شدن اقتصاد مقاومتی را نوعی الگوی فرهنگی برای سایر کشورها نیز تلقی می‌کنند. ایشان در این زمینه بیان می‌کنند:

«اگر کشور عزیز ما بتواند در زمینه‌ی مسائل اقتصادی، یک حرکت جهادگونه‌ای انجام بدهد، این گام بلندی را که برداشته است، با گام‌های بلند بعدی همراه کند، بلاشک برای کشور و پیشرفت کشور و عزت ملت ایران تأثیرات بسیار زیادی خواهد داشت. ما باید بتوانیم قدرت نظام اسلامی را در زمینه‌ی حل مشکلات اقتصادی به هم‌هی دنیا نشان دهیم؛ الگو را بر سر دست بگیریم تا ملت‌ها بتوانند ببینند که یک ملت در سایه اسلام و با تعالیم اسلام چگونه می‌تواند پیشرفت کند» (بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱/۱/۱۳۹۰).

فقره فوق به خوبی نشانگر آن است که به دست گرفتن الگو برای سایر ملت‌ها و کشورهای منطقه و جهان، مخصوصاً جهان اسلام می‌تواند از دروازه اقتصاد و شکوفایی اقتصادی عبور کند و زمینه را برای کسب اعتبار و وجهه منطقه‌ای و بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران فراهم سازد.

نتیجه‌گیری

اقتصاد مقاومتی الگویی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است که برای بهبود سبک زندگی جامعه اسلامی، رشد و توسعه اقتصادی، دستیابی به اهداف متعدد منطقه‌ای و بین‌المللی و همچنین مقاوم ساختن اقتصاد در شرایط تحریم توسط رهبر انقلاب اسلامی ایران حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در سال ۱۳۹۲ش. بیان شده است. اقتصاد مقاومتی هرچند برای بهبود و اصلاح شیوه‌های اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران طراحی شده است، اما از آنجایی که جمهوری اسلامی ایران از همان ابتدا داعیه ارائه الگویی مطلوب برای اداره جوامع اسلامی را در سر داشته است، مورد توجه سایر کشورهای مسلمان نیز قرار گرفته است. از این منظر، موفقیت اقتصاد مقاومتی به نوبه خود نوعی موفقیت برای جمهوری اسلامی و کسب اعتبار منطقه‌ای و بین‌المللی برای آن محسوب می‌شود. این موضوع مخصوصاً در شرایط تحریم و هنگامی که همگان برای اعتبارسنجی مقاوم بودن اقتصاد مقاومتی به شاخصه‌های اقتصادی و اجتماعی جمهوری اسلامی ایران نگاه می‌کنند، از اهمیت خاصی برخوردار است. بنابراین می‌توان گفت عدم دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی به نوبه خود می‌تواند اعتبار جمهوری اسلامی ایران را نیز مخدوش سازد. بدین ترتیب بهبود رفتارها و شیوه‌های اقتصادی و از بین بردن فساد، کاستن از وابستگی به نفت در اقتصاد، به کارگیری سبک زندگی اسلامی در برنامه اقتصادی و همچنین تزریق فرهنگ مقاومت در برابر ترندهای دشمنان از جمله مواردی است که می‌تواند به تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی کمک نماید و در نهایت اعتبار و وجهه جمهوری اسلامی ایران را در نزد سایر ملل افزایش دهد. به نظر می‌رسد موفقیت در عرصه عمل و مقابله با تهدیدات دشمنان در شرایط دشوار تحریم‌ها به خوبی می‌تواند الگویی مطلوب از جمهوری اسلامی ایران در اذهان سایر ملت‌ها بسازد.

در نهایت اینکه، اگر هدف اساسی دیپلماسی فرهنگی تکیه بر ارزش‌ها و هنجارهای درونی یک جامعه است، اقتصاد مقاومتی به عنوان یک الگو می‌تواند نمایانگر بخش مهمی از

فرهنگ مقاومت منبعث از آموزه‌های دینی و اسلامی باشد. اقتصاد مقاومتی در محورهای مختلفی از جمله توجه به فرهنگ مقاومت و ایثار، کار و تلاش خستگی‌ناپذیر، تکیه بر توان داخلی ملت‌ها در شرایط تحریم و فشارهای بین‌المللی و داخلی، رهایی از وابستگی به مواد خام و اقتصاد تک محصولی، عدم پیروی از رویکرد اقتصادی مسلط و سرمایه‌داری و همچنین توجه به مؤلفه‌های بومی در ترویج عدالت اجتماعی و اقتصادی می‌تواند معیارهایی برای دیپلماسی فرهنگی فراهم آورد. از این جهت، ترویج رویه‌های فوق با بهره‌گیری از آموزه‌های دینی و انقلابی و تکیه بر آراء رهبر انقلاب اسلامی به عنوان مروج این ایده به خوبی می‌تواند راهکاری برای رفع مشکلات داخلی ناشی از تحریم‌ها باشد و از سوی دیگر الگویی برای سایر کشورهای جهان نیز تلقی شود. بنابراین ترویج مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی به وضوح نمایانگر دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است که به شکل قابل توجهی در میان انبوهی از چالش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی به دنبال پیدا کردن مسیر مستقل خویش در عرصه‌های مختلف است.

منابع

- اسماعیلی خوشمردان، علی (۱۳۹۵)، «زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی لازم برای دستیابی به اهداف اقتصاد مقاومتی»، دفتر تحقیقات و سیاست‌های بخش‌های تولیدی، آبان ۹۵.
- ایزدی و تکبیری، جهانبخش و مجتبی (۱۳۹۳)، «تأثیر دیپلماسی هوشمند در ارتباطات سیاسی نظام بین الملل»، پژوهش نامه روابط بین الملل (مطالعات روابط بین الملل)، دوره ۷، شماره ۲۶.
- بیات، محمود (۱۳۸۵)، «دیپلماسی دیجیتالی»، تهران، وزارت امور خارجه.
- بیژنی، مریم (۱۳۸۴)، «دیپلماسی در گذر زمان»، اطلاعات سیاسی-اقتصادی، شماره ۲۲۲-۲۲۱.
- حسنلو، خسرو (۱۳۹۱)، «امنیت پایدار و جهان آینده»، مجموعه مقالات امنیت پایدار، تهران، انتشارات دانشگاه امام حسین(ع).
- حسین‌پور، داوود، محمدی سیاهبومی، حمیدرضا (۱۳۹۵)، «سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی برای برون رفت از بحران»، فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، سال چهارم، شماره ۱۶، صص ۱۵۰-۱۲۱.
- خلیلی، حسام‌الدین (۱۳۹۱)، «مقاومت اقتصادی در پرتو اقتصاد مقاومتی». فصلنامه کارآگاه، دوره دوم، سال پنجم، ۴۳-۲۴.
- سالار، حبیب‌الله، خراسانی، فاطمه (۱۳۹۵)، بررسی راهبردها و راهکارهای مناسب جهت تحقق اقتصاد مقاومتی با رویکرد سبک زندگی، مجله اقتصادی، شماره های ۳ و ۴، صص ۱۰۶-۷۹.
- سرخدهی، فاطمه (۱۳۹۲)، راهکارها و چالش‌های تحقق سبک زندگی اسلامی؛ به مثابه تحقق بستر اقتصاد مقاومتی، همایش ملی سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی، دوره ۱، شماره ۵، صص ۱۸-۱.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۹۶)، گفتمان‌سازی رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال ششم، شماره بیست و سوم، صص ۲۲۱-۲۰۱.
- سلطانی‌فر محمد، خان‌زاده، لیلا (۱۳۹۴)، «دیپلماسی رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران (فرصت‌ها، چالش‌ها، آسیب شناسی و راهبردها)»، نشریه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره ۱۴، شماره ۲۲، مسلسل ۵۴.

- عباسی و گلی، ابراهیم و محمد (۱۳۹۴)، «واکاوی زمینه‌های ناسازواری ایران و عربستان براساس رویکرد تحلیل گفتمان»، پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، سال ششم، شماره بیست و پنجم، زمستان ۹۴.
- فشاری، مجید و پورغفار، جواد (۱۳۹۳)، بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران، مجله اقتصادی، شماره‌های ۶ و ۵، صص ۴۰-۲۹.
- کبریایی‌زاده، حسین، میرزایی فرد، راضیه (۱۳۹۰)، «از امنیت لویاتانی تا امنیت نرم، مفهوم سازی امنیت نرم در عصر قدرت هوشمند»، ماهنامه روابط فرهنگی، سال نخست، شماره ۴، دی ماه ۹۰.
- میلانی، جمیل (۱۳۹۴)، اقتصاد مقاومتی و خودباوری ملی، فرصت‌ها و چالش‌های تحقق آن، مجله اقتصادی، شماره ۷ و ۸، صص ۲۲-۵.
- یزدان‌فام، محمود (۱۳۹۳)، «دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران»، تهران: انتشارات پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- آدرس سایت‌ها:
- بیانات رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲/۹/۱۹؛ قابل بازیابی در سایت: <http://farsi.khamenei.ir>
- بیانات رهبری در دیدار با کارگزاران نظام، ۲۰ اسفند ۱۳۹۲؛ قابل بازیابی در سایت: www.leader.ir
- بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱ فروردین ۱۳۹۷؛ قابل بازیابی در سایت: <http://farsi.khamenei.ir>
- بیانات رهبری در حرم رضوی، ۱/۱/۱۳۹۰؛ قابل بازیابی در سایت: <http://farsi.khamenei.ir>

منابع انگلیسی:

- Stempel, John (1995), Patterson School of DiplomacyRev. The Patterson School of Diplomacy and International Commerce University of Kentucky.