

بررسی ارتباط بین ابعاد مختلف هویت اجتماعی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی در بین کارکنان نظامی

یونس کاکاوند^۱

چکیده

در بحث اقتصاد، همه مسئولیت‌ها را گردن سیاستمداران نیندازید، در واقع این مردم هستند که نقش مهم و حساس تری دارند. رهبری فرموده اند که ساختن اقتصاد برای مردم لازمه اقتصاد مقاومتی است. اقتصاد مقاومتی ما اساساً مردمی است. با توجه به اهمیت موضوع اقتصاد مقاومتی، این پژوهش با هدف بررسی نقش هویت اجتماعی در گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی با استفاده از روش‌های تحقیقات میدانی، تکنیک‌های پیمایش، ابزار پرسشنامه و نرم‌افزار SPSS می‌پردازد. جامعه مورد مطالعه شامل افراد ۱۸ سال به بالا در بین کارکنان نظامی می‌باشد. تعداد ۳۷۶ نفر با استفاده از فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. یافته‌ها حاکی از وجود رابطه مثبت، مستقیم و معنادار بین تمامی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته پژوهش است. به عبارت دیگر به عنوان هویت اجتماعی (۰/۳۵) و شاخص‌های آن مانند هویت خانوادگی ($P = 0/44$)، هویت مذهبی ($P = 0/36$)، هویت قومی ($P = 0/30$)، هویت ملی ($P = 0/34$) و هویت فردی. در میان کارکنان، احتمال بیشتری برای گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی وجود خواهد داشت ($P = 0/22$)

کلمات کلیدی: الگوهای اقتصاد مقاومتی، بیانات مقام معظم رهبری، هویت اجتماعی، کارکنان

نظامی.

مقدمه و بیان مسئله

مفهوم اقتصاد مقاومتی در ایران به عنوان پاسخی به چالش‌های اقتصادی از جمله تحریم‌ها و وابستگی به واردات مورد توجه قرار گرفته است. با اولویت‌بندی تولید داخلی، افزایش بهره‌وری و ارتقای کارآفرینی، می‌توان به اقتصاد مقاومتی دست یافت که منجر به افزایش فرصت‌های شغلی، بهبود استانداردهای زندگی و رشد اقتصادی پایدار می‌شود. با این حال، پرداختن به چالش‌های پیش روی تولید و اشتغال‌نیامند تلاش مشترک همه ذینفعان از جمله دولت، نهادها و عموم مردم است. ایران با اجرای راهبردها و سیاست‌های مؤثر می‌تواند راه را برای اقتصاد مقاومتی هموار کند و آینده‌ای مرفه را برای مردم خود رقم بزند.

در واقع با ظهور انقلاب اسلامی، شکل جدیدی از حکومت در دنیا پدیدار شد که بنای سازگاری با قطب قدرت استکبار را نداشته و به مبارزه با استکبار پرداخت. ظهور چنین حکومتی آن هم در منطقه خاورمیانه که از لحاظ اقتصادی و ژئوپلیتیکی دارای اهمیت بسیار زیاد است، باعث شد که نظام استکبار جهانی با تمام قوا به مبارزه با انقلاب برخیزد. با پایان یافتن جنگ و عدم پیروزی استکبار در زمینه‌های نظامی، تهاجمات به عرصه‌های دیگر کشیده شد. یکی از این عرصه‌ها که خصوصاً در سالهای اخیر با تهاجمات گسترده همراه بوده است، «عرصه اقتصادی» است. بنابراین خود انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و نظریه‌پردازی و الگوسازی در عرصه‌های جدید اقتصادی است. هر کشوری که علم استکبارستیزی را برپا کند، نیازمند چنین الگوهایی است. یکی از این مفاهیم «اقتصاد مقاومتی» است.

بنا به تعریف برخی از اقتصاددانان از اقتصاد مقاومتی، این نوع اقتصاد معمولاً در رویارویی و تقابل با اقتصاد وابسته و مصرف‌کننده یک کشور قرار می‌گیرد که منفعل نیست و در مقابل اهداف اقتصادی سلطه، ایستادگی نموده و سعی در تغییر ساختارهای اقتصادی موجود و بومی‌سازی آن بر اساس جهان‌بینی و اهداف دارد. برای تداوم این نوع اقتصاد، باید هرچه بیشتر به سمت محدود کردن استفاده از منابع نفتی و رهایی از اتکای اقتصاد کشور به این منابع حرکت کرد و توجه داشت که اقتصاد مقاومتی در شرایطی معنا پیدا می‌کند که جنگی وجود داشته باشد و در برابر جنگ اقتصادی و همچنین

جنگ نرم دشمن است که اقتصاد مقاومتی معنا پیدا می کند (قنبری و دیگران، ۱۳۹۵: ۹۵ - ۹۴).

تأکید مقام معظم رهبری در ابتدای سال ۱۳۹۴ بر ضرورت تداوم «تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی»، در سال ۱۳۹۵ بر ضرورت «اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل» و در سال ۱۳۹۶ بر ضرورت «اقتصاد مقاومتی: تولید- اشتغال» مبین وظیفه برای دولت، دست اندرکاران تولید و مردم می باشد، سه حلقه ای که نحوه تعامل آنها بر روی هم، تاثیر مستقیم دارد و نتیجه نهایی آن، به این تعامل وابسته است. یعنی هرچه قدر که مردم را تشویق به خرید کالای داخلی کنیم ولی کیفیت تولید کالای داخلی پایین باشد، عملاً رغبتی از سمت مردم به خرید کالای تولید داخلی نخواهد بود. اگر تولیدکننده هم برای تولید کالای باکیفیت همت کند ولی دولت و سیستم بانکی کشور، خدمات پولی و مالی ارائه ندهند و یا قوانین اقتصادی، فضای کسب و کار را سخت کند و یا مردم نسبت به کالای داخلی بی رغبت باشند، بازهم نتیجه منفی خواهد بود. لذا باید تمامی ارتباطات این سه حلقه با هم اصلاح شده و در راستای افزایش تولید ملی بهبود پیدا کند.

در بحث اقتصاد مقاومتی نباید همه ی مسئولیت ها و وظایف را به گردن دولتمردان انداخت، بلکه نقش مردم بسیار مهم تر و حساس تر می باشد. مقام معظم رهبری مردمی کردن اقتصاد را از الزامات اقتصاد مقاومتی ذکر فرموده‌اند. اقتصاد مقاومتی ماهیتاً اقتصادی مردمی است. اگر قرار باشد کشور ما اقدام به نهادسازی‌های موازی در اقتصاد مقاومتی کند، هیچ لزومی ندارد که این نهادسازی را دولت انجام دهد، بلکه ضروری است که مردم وارد این عرصه شوند تا از ورود رانت‌خوارها به اقتصاد جلوگیری کنند. الان که بحث تحریم‌ها و مشکلات مبادله‌ی پول مطرح است، نهادهای اقتصادی مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند نقش بسیار پررنگ و تعیین‌کننده‌ای داشته باشند.

از جمله عوامل مرتبط با گرایش مردم به اقتصاد مقاومتی هویت اجتماعی آنان می باشد. توجه به هویت اجتماعی نقطه عطفی در رویکرد نظری در مطالعات توسعه می باشد (ناطق پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۴: ۵۹). ابعاد هویت اجتماعی شامل: هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی و هویت فردی می باشد:

هویت خانودگی: به یکی از مهمترین گروه های مرجع یعنی والدین و خانواده مربوط می شود. ویژگی های شخصیتی و سبک زندگی والدین بر روی هویت شخصی و اجتماعی فرد شکل می گیرد (نوابی نژاد، ۲۳۷: ۱۴۰۰).

هویت دینی: به رابطه انسان با دین و نسبتی که با آن پیدا می کند اطلاق می شود. سنگ بنای هویت دینی تعهد و پایبندی است (شرفی: ۹۵، ۱۴۰۱).

هویت قومی: در مطالعه و تحقیق مسائل مربوط به هویت قومی و گروه های قومی در جامعه شناسی اتفاق نظر وجود ندارد، بر اساس دیدگاه کنشگرایی شش ویژگی برای قومیت وجود دارد که شامل: وابستگی خونی و نژاد، زبان، سرزمین، مذهب و رسوم مشترک است (احمدی، ۴۷، ۱۳۹۹).

هویت ملی: یکی از اساسی ترین اجزای تعریف هر فرد از خود است و ماهیت هویت ملی در هر جامعه ای به ابعاد سازنده و وضعیت آن بستگی دارد و به تبع ماهیت ابعاد سازنده و وضعیت آن نتایج متفاوتی را در جوامع مختلف به همراه خواهد داشت (اسدی: ۵۶: ۱۴۰۱).

هویت فردی: مجموعه ای از ویژگی های جسمانی، عاطفی، اخلاقی و عقلانی یک فرد که موجب تفاوت او با دیگران و در بستر هویت اجتماعی شکل می گیرد (حیدر خانی، ۲۷: ۱۳۹۹). بر جامعه شناسان ثابت شده است که هویت اجتماعی یکی از شاخص های رشد و توسعه جوامع به شمار آمده و در غیاب آن پیمودن راه توسعه دشوار می گردد. توسعه شهری در بعد شهروندی نیز به عنوان یکی از ابعاد توسعه، با چگونگی و شیوه زندگی افراد یک جامعه پیوندی تنگاتنگ داشته و به دنبال ایجاد بهبود در وضعیت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی یک جامعه است که برای تحقق آن نیز شکل گیری و تقویت هویت اجتماعی مورد نیاز می باشد (حقیقتیان و حیدر خانی، ۱۳۹۹: ۶۸).

بنابراین با توجه به توضیحات داده شده می توان به این نکته پی برد که هویت اجتماعی با کلیه شاخص های مورد بحث آن شامل هویت خانودگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی و هویت فردی می تواند از طریق ایجاد اعتماد، همبستگی، آگاهی و مشارکت افراد در سطح جامعه گرایش آنها را به پیروی از الگوهای اقتصاد مقاومتی افزایش دهد.

چند سال اخیر در عرصه گفت‌وگو سازی، پیشرفت‌های خوبی حاصل شده و ادامه‌ی آن نیازمند اعتماد، آگاهی و انسجام هرچه بیشتر در سطح جامعه است. مردم باید به سیاست‌ها و برنامه‌های داخلی اعتماد کنند و با آگاهی از فواید اقتصاد مقاومتی و همچنین حفظ روحیه‌ی همبستگی اقتصاد مقاومتی را با اهداف بلند مدت اجرایی کنند. بنابراین برای این کار، نقش مردم اهمیت دارد و در گام اول می‌بایست توانمندسازی آحاد مردم در دستور کار قرار گیرد تا زمینه برای حضور موثر همه افراد در فعالیت‌های مولد اقتصادی فراهم شود. وحدت و همکاری میان فعالان می‌تواند به اشکال گوناگون شبکه سازی، خوشه سازی، زنجیره تامین و... در دستور کار قرار گیرد. لیکن با محوریت هویت اجتماعی، آرمان‌های مردم سازی اقتصادی محقق شده و سطح پایداری و مقاومت اقتصادی در برابر تحریم‌ها و فشارها ارتقاء می‌یابد.

علاوه بر ترویج و تبلیغ مفاهیم عام حوزه فرهنگ مقاومت همچون جهاد و مبارزه، در حوزه اقتصادی نیز بایستی مفاهیم فرهنگی مناسبی بسط و توسعه یابد. اعتماد به کالای داخلی، حفظ انسجام و مشارکت مردم در فعالیت‌های مختلف سیاسی - اجتماعی مساله مهمی است که باید مورد تأکید قرار گرفته شود.

بنابراین در رسیدن به اهداف اقتصاد مقاومتی نقش مردم غیرقابل انکار است و هویت اجتماعی می‌تواند به نقش‌پذیری هرچه بیشتر آنها در راستای اقتصاد مقاومتی در جهت ایجاد شرایطی نسبتاً پایدار، اقتصادی ایمن و مقاوم و خود کفایی که آرزوی هرملتی است کمک نماید. بنابراین در یک جمع بندی کلی باید گفت که جهاد اقتصادی به عنوان مسئله‌ای اجتماعی و فرهنگی بسیار مهم مطرح می‌باشد و به عنوان یک مسئله‌ی اجتماعی و فرهنگی لازم است که در ارتباط با متغیرهای اجتماعی از جمله هویت اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد. در همین پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این سؤال اصلی است که نقش هویت اجتماعی در گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی در کارکنان نظامی به چه میزان می‌باشد؟

اهداف پژوهش

هدف اصلی

- بررسی ارتباط بین هویت اجتماعی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

اهداف فرعی

- بررسی ارتباط بین هویت خانوادگی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

- بررسی ارتباط بین هویت دینی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

- بررسی ارتباط بین هویت قومی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

- بررسی ارتباط بین هویت ملی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

- بررسی ارتباط بین هویت فردی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی

پیشینه پژوهش

تحقیقات داخلی

- قنبری و دیگران (۱۳۹۵) پژوهشی را با عنوان «بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی در نواحی شهری و روستایی» به انجام رساندند. پژوهش حاضر که با هدف بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی در نواحی شهری و روستایی می‌باشد، از نظر نوع هدف یک بررسی کاربردی، از نظر وسعت پهناگر، از نظر دامنه خرد و از نظر زمانی یک بررسی مقطعی می‌باشد. روش تحقیق در این پژوهش روش میدانی با استفاده از تکنیک پیمایش، و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه می‌باشد. همچنین حجم نمونه در این تحقیق ۳۷۶ نفر می‌باشد. با توجه به اهمیت بحث از فرهنگ اقتصاد مقاومتی در پژوهش حاضر به بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های داخلی، هویت خانوادگی، دینداری، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سن، جنس و وضعیت تأهل به عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان دادند که به جز متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی، بین تمامی متغیرهای مستقل با متغیرهای وابسته ارتباط معناداری وجود دارد.

- دولو و دیگران (۱۳۹۵) پژوهشی را با عنوان «تاثیر نقش هوش معنوی بر سرمایه فکری و اجتماعی در اقتصاد مقاومتی» به انجام رساندند. در این پژوهش به تبیین تاثیر

نقش هوش معنوی بر سرمایه های فکری و اجتماعی در راستای مقاوم سازی اقتصاد کشور پرداخته شده است. از آنجاکه مقاومت یک اقتصاد در مقابل ضربه های داخلی یا خارجی، تابع مقاومت عوامل اصلی آن است که بیشترین نقش را در ضربه پذیر نمودن اقتصاد ایفا می نمایند لذا سرمایه های فکری و اجتماعی به عنوان عوامل اصلی پیش برندگی در مسیر اقدام و عمل اقتصاد مقاومتی مطرح هستند و ضرورت دارد تا در جهت تقویت و استحکام آنها اقدامات مقتضی صورت گیرد، با این دیدگاه که وجود سرمایه های فکری و اجتماعی رشدیافته و بالنده، با جهان بینی های قوی و متعهد به ارزش های معنوی ، تضمین کننده رشد و شکوفایی اقتصاد کشور می باشند

- زینال اقدم و دیگران (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «بررسی جایگاه هویت اجتماعی و تاثیر آن بر سرمایه گذاری در تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی» به انجام رساندند. نتایج نشان دادند که مشاهده آثار همدلی و همراهی ناشی از اقتصاد مقاومتی، زمینه حضور آحاد جامعه را فراهم می آورد، همراهی و همکاری مردم با برنامه ریزان اقتصادی و مدیران جامعه آغاز می شود و در نتیجه ی این امر، کل جامعه حتی نسل های آتی نفع می برند؛ در این شرایط مفهوم هویت اجتماعی خود را نشان داده و با افزایش اعتمادپذیری و روحیه همکاری در بین نیروهای انسانی، جامعه را در نیل به اهداف اقتصادی یاری می رساند.

- شیخ پور و مهدی زاده (۱۴۰۰) پژوهشی را با عنوان «نقش سرمایه های اجتماعی بر اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم» به انجام رساندند. در این پژوهش آمده است که پس از پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی و عدم توفیق آمریکا برای به انحراف کشاندن و مصادره انقلاب، این کشور، لجاجت آشتی ناپذیری را به دلیل از دست رفتن منافع اش از خود نشان داده و این لجاجت و دشمنی در سه دهه به گونه های مختلف ظهور و بروز کرده است. در مقابل اتخاذ چنین رویکردی از سوی غرب، مقام معظم رهبری، بحث اقتصاد مقاومتی را مطرح و آن را به عنوان یک روش مهم و استراتژیک در تغییر مسیر حرکت اقتصادی کشور عنوان کردند. در اینجا تلاش شده مفهوم هویت اجتماعی و نظریات موجود در باب آن و نقش هویت اجتماعی بر اقتصاد مقاومتی و به طور همزمان و موازی بر خنثی نمودن تحریم ها بیان شود. طبق بررسی های انجام در این مقاله

معلوم می‌گردد که هویت اجتماعی از اساسی‌ترین مولفه‌ها در رشد سرمایه‌های اقتصادی هر جامعه است.

- رستمی و دیگران (۱۳۹۸) پژوهشی را با عنوان «سبک زندگی جهادی مبتنی بر هویت اجتماعی در اقتصاد مقاومتی» به انجام رساندند. در این مقاله آمده است که فایل سبک زندگی جهادی واژه‌ای ترکیبی از موضوعی اجتماعی و جهاد به عنوان یکی از عمیق‌ترین اعتقادات دینی است. در این میان توجه به آسیب‌های موجود در راه اثربخشی ابعاد سازنده هویت اجتماعی حائز اهمیت است. این عوامل با توجه به مفهوم هویت اجتماعی به چهار گروه آسیب‌های اعتقادی، رفتاری، فرهنگی و روانی تقسیم شده‌اند که برای هر کدام از آنها یکی از مولفه‌های هویت اجتماعی پیشنهاد شده و تلاش شده تا نقش موثر هویت اجتماعی در کمک به شکل‌گیری یک سبک مناسب از زندگی جهادگونه در شرایط اقتصاد مقاومتی که به تحقق حماسه اقتصادی می‌انجامد نشان داده می‌شود.

- تراب زاده جهرمی و دیگران (۱۴۰۱) مطالعه‌ای را با عنوان «بررسی ابعاد و مولفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای» به انجام رساندند. جمهوری اسلامی در حوزه‌های اقتصادی با مسائل یا مفاهیمی مواجه است که به هیچ‌عنوان تاکنون چه در عرصه نظر و چه در عرصه عمل و تجارب بشری مشابه و مابه‌ازای واقعی نداشته است. بنابراین خود انقلاب اسلامی مکلف به نوآوری و ابتکار و نظریه‌پردازی و الگوسازی در این عرصه‌های جدید اقتصادی است. یکی از این مفاهیم، «اقتصاد مقاومتی» است. حوزه موضوعی اقتصاد مقاومتی که توسط مقام معظم رهبری طرح گردیده، بسیار گسترده است. براین اساس در تبیین حوزه اقتصاد مقاومتی ابتدا نیاز است ابعاد موضوع شناسایی و موضوعات مختلف به لحاظ اهمیت طبقه‌بندی شوند.

- میر معزی (۱۳۹۷) مطالعه‌ای را با عنوان «اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری)» به انجام رساند. فرضیه‌ای که نویسنده به دنبال اثبات آن می‌باشد آن است که از دیدگاه مقام معظم رهبری، اقتصاد مقاومتی شکل خاصی از نظام اقتصادی اسلام است که در وضعیت حمله همه‌جانبه اقتصادی دشمن که کیان نظام اسلامی را به خطر می‌اندازد، پدید می‌آید. در نظام اقتصادی اسلام در این وضعیت با تغییر در اولویت هدف‌ها و به تبع آن در اصول راهبردی و سیاست‌های کلان و حاکمیت

روحیه جهاد بر رفتارهای اقتصادی دولت و مردم، راهبردی کلان طراحی می شود که تهدید را تبدیل به فرصت کرده و باعث رشد شود.

تحقیقات خارجی

- بریگاگیو (۲۰۱۹) از اصطلاحی به نام «فنزیت اقتصادی» برای اشاره به توان سیاست ساخته یک اقتصاد برای بهبود (یا انطباق با) آثار شوک های برونزای مخالف استفاده کرده است. این اصطلاح با تعریفی که از آن شده، نزدیک ترین مفهوم به «اقتصاد مقاومتی» در ادبیات رایج کشور ماست. بریگاگیو بیان می دارد که اصطلاح فنزیت اقتصادی به دو مفهوم به کار می رود: اول، توانایی اقتصاد برای بهبود سریع از شوک های اقتصادی تخریب کننده خارجی؛ دوم، توانایی اقتصاد برای ایستادگی در برابر آثار این شوکها. توان اقتصاد برای بهبود یافتن از آثار شوکهای مخالف به شدت محدود خواهد شد اگر برای مثال، کسری های مالی مزمن وجود داشته باشد. از طرف دیگر، این توان ارتقا خواهد یافت اگر ابزارهای سیاستی بتواند برای خنثی سازی آثار منفی شوک ها مورد استفاده قرار گیرد؛ مانند موقعیتی که کشور از وضعیت مالی قوی برخوردار است و می تواند مخارج احتیاطی یا تخفیف های مالیاتی را برای برخورد با آثار منفی شوک ها مورد استفاده قرار دهد. این نوع فنزیت اقتصادی نوعی «تقابل با شوک» است.

- ساباتینی (۲۰۲۰) در پژوهشی نقش هویت اجتماعی در توسعه اقتصادی را مورد مطالعه قرار داد. در مطالعه ذکر شده ۳ شاخص پیوندهای خانوادگی، روابط دوستانه و عضویت در سازمان های داوطلبانه به عنوان شاخص های هویت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفتند. مطالعه ساباتینی نشان داد که عضویت در سازمان های داوطلبانه، دارای تأثیر مثبت و پیوندهای قوی خانوادگی و همچنین روابط دوستانه دارای تأثیر منفی بر عملکرد اقتصادی هستند.

- نک و کی فر (۲۰۱۸) در مطالعه ی خود پی برده اند که ارتباط مستقیمی بین اعتماد و رشد اقتصادی وجود دارد و این ارتباط در کشورهای فقیر قوی تر است. آنان بر این باورند که این ارتباط در وهله ی اول از طریق افزایش میزان سرمایه گذاری در یک کشور، خود را نشان می دهد. بدین گونه که هویت اجتماعی با ایجاد و گسترش اعتماد

در جامعه و فراهم آوردن محیط امن و باثبات، سرمایه گذاری را تشویق و تسهیل می کند و انگیزه افراد را در جهت سرمایه گذاری بیشتر می نماید. افزایش سرمایه گذاری ناشی از وجود اعتماد و هویت اجتماعی خود منجر به رشد اقتصادی می شود.

مبانی نظری

نظریه های اقتصاد مقاومتی

با توجه به اینکه در بحث از اقتصاد مقاومتی مهمترین الگو متعلق به مقام معظم رهبری است، بنابراین در این پژوهش تنها از نظرهای ایشان به عنوان مبناى نظری اقتصاد مقاومتی استفاده خواهد شد. مقام معظم رهبری در شهریور ۸۹ برای اولین بار واژه اقتصاد مقاومتی را وارد ادبیات سیاسی و اقتصادی ما کردند و روز به روز نکات جدید و تازه ای را برای ما آشکار می سازند. از کنار هم گذاشتن نام چند سال اخیر می توان به اهمیت آن پی برد و چگونگی عمل به آنها روش پیاده سازی اقتصاد مقاومتی را به ما نشان می دهد.

در ذیل به چند نمونه از بیانات رهبر انقلاب در این خصوص پرداخته می شود:

بیانات در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور ۸۹/۶/۱۶: «ما باید یک اقتصاد مقاومتی واقعی در کشور به وجود بیاوریم. امروز کارآفرینی معناش این است.»

بیانات در دیدار کارگزاران نظام ۱۳۹۰/۵/۳: «حرکت بر اساس برنامه، یکی از کارهای اساسی است. تصمیمهای خلق الساعه و تغییر مقررات، جزو ضربه‌هائی است که به «اقتصاد مقاومتی» وارد می شود و به مقاومت ملت ضربه میزند. این را، هم دولت محترم، هم مجلس محترم باید توجه داشته باشند؛ نگذارند سیاست های اقتصادی کشور در هر زمانی دچار تذبذب و تغییرهای بی مورد شود.»

بیانات در دیدار کارگزاران نظام ۱۳۹۰/۵/۳: «به نظر ما طرح های «اقتصاد مقاومتی» جواب می دهد. همین مسئله‌ی سهمیه‌بندی بنزین، اگر چنانچه بنزین سهمیه‌بندی نمی شد، امروز مصرف بنزین ما از صد میلیون لیتر در روز بالاتر می رفت اقتصاد مقاومتی تحریم بنزین را خنثی کرد.»

بیانات در دیدار کارگزاران نظام ۱۳۹۰/۵/۳: «مسئله‌ی مدیریت مصرف، یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی است؛ یعنی مصرف متعادل و پرهیز از اسراف و تبذیر. امروز پرهیز از اسراف و ملاحظه‌ی تعادل در مصرف، بلاشک در مقابل دشمن یک حرکت جهادی است؛ انسان میتواند ادعا کند که این اجر جهاد فی سبیل‌الله را دارد».

بیانات در دیدار کارگزاران نظام ۱۳۹۰/۵/۳: «کاهش وابستگی به نفت یکی دیگر از الزامات اقتصاد مقاومتی است. این وابستگی، میراث شوم صد ساله‌ی ماست. ما اگر بتوانیم از همین فرصت که امروز وجود دارد، استفاده کنیم و تلاش کنیم نفت را با فعالیتهای اقتصادی درآمدزای دیگری جایگزین کنیم، بزرگترین حرکت مهم را در زمینه‌ی اقتصاد انجام داده‌ایم. امروز صنایع دانش‌بنیان از جمله‌ی کارهائی است که میتواند این خلأ را تا میزان زیادی پر کند. ظرفیت‌های گوناگونی در کشور وجود دارد که میتواند این خلأ را پر کند. همت را بر این بگماریم؛ برویم به سمت این که هرچه ممکن است، وابستگی خودمان را کم کنیم».

بیانات در دیدار کارگزاران نظام ۱۳۹۱/۵/۳: «مسئله‌ی اقتصاد مهم است؛ اقتصاد مقاومتی مهم است. البته اقتصاد مقاومتی الزاماتی دارد. مردمی کردن اقتصاد، جزو الزامات اقتصاد مقاومتی است. این سیاستهای اصل ۴۴ که اعلام شد، می‌تواند یک تحول به وجود بیاورد؛ بخش خصوصی را باید توانمند کرد».

بیانات در دیدار جمعی از پژوهشگران و مسئولان شرکتهای دانش‌بنیان ۱۳۹۱/۵/۸: «به نظر من یکی از بخش‌های مهمی که می‌تواند این اقتصاد مقاومتی را پایدار کند، همین کار شماسست؛ همین شرکتهای دانش‌بنیان است؛ این یکی از بهترین مظاهر و یکی از مؤثرترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی است؛ این را باید دنبال کرد».

بیانات در دیدار دانشجویان ۹۱/۵/۱۶: «اقتصاد مقاومتی معنایش حصار کشیدن دور خود و فقط انجام یک کارهای تدافعی باشد؛ نه، اقتصاد مقاومتی یعنی آن اقتصادی که به یک ملت امکان می‌دهد و اجازه می‌دهد که حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفائی خودشان را داشته باشند».

بیانات در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت ۱۳۹۱/۶/۲: «بخش خصوصی را باید کمک کرد. اینکه ما «اقتصاد مقاومتی» را مطرح کردیم، خوب، خود اقتصاد مقاومتی شراطی دارد، ارکانی دارد؛ یکی از بخش‌هایش همین تکیه‌ی به مردم است؛ همین سیاست‌های اصل ۴۴ با تأکید و اهتمام و دقت و وسواسِ هرچه بیشتر باید دنبال شود؛ این جزو کارهای اساسی شماست... بالاخره اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش پیدا کند... یک رکن دیگر اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی است... یک مسئله هم در اقتصاد مقاومتی، مدیریت مصرف است. مصرف هم باید مدیریت شود. .. فرهنگ‌سازی هم لازم است، اقدام عملی هم لازم است. فرهنگ‌سازی‌اش بیشتر به عهده‌ی رسانه‌هاست... به مصرف تولیدات داخلی هم اهمیت بدهید. در دستگاه شما، در وزارتخانه‌ی شما، اگر همین اقلام روزمره‌ای که مورد نیاز وزارتخانه است، تهیه می‌شود، سعی کنید همه‌اش از داخل باشد؛ اصلاً ممنوع کنید و بگوئید هیچ کس حق ندارد در این وزارتخانه جنس خارجی مصرف کند... یک مسئله‌ی دیگر در سرفصل اقتصاد مقاومتی، اقتصاد دانش‌بنیان است همین شرکت‌های دانش‌بنیان ... یکی از بهترین مظاهر و یکی از موثرترین مولفه‌های اقتصاد مقاومتی است».

مقام معظم رهبری ارکان اقتصاد مقاومتی را به شرح زیر می‌شمارند:

الف: مقاوم بودن اقتصاد: وظیفه‌ی همه‌ی ما این است که سعی کنیم کشور را مستحکم، غیر قابل نفوذ، غیر قابل تأثیر از سوی دشمن، حفظ کنیم و نگه داریم؛ این یکی از اقتضات «اقتصاد مقاومتی» است که ما مطرح کردیم. در اقتصاد مقاومتی، یک رکن اساسی و مهم، مقاوم بودن اقتصاد است. اقتصاد باید مقاوم باشد؛ باید بتواند در مقابل آنچه که ممکن است در معرض توطئه‌ی دشمن قرار بگیرد، مقاومت کند (بیانات مقام معظم رهبری در حرم مطهر رضوی، ۱۳۹۲/۱/۱).

ب: استفاده از همه‌ی ظرفیتهای دولتی و مردمی: بخش خصوصی را باید کمک کرد. اینکه ما «اقتصاد مقاومتی» را مطرح کردیم، خوب، خود اقتصاد مقاومتی شراطی دارد، ارکانی دارد؛ یکی از بخش‌هایش همین تکیه‌ی به مردم است؛ همین سیاست‌های اصل ۴۴ با تأکید و اهتمام و دقت و وسواسِ هرچه بیشتر باید دنبال شود؛ این جزو کارهای

اساسی شماسست. در بعضی از موارد، من از خود مسئولین کشور می شنوم که بخش خصوصی به خاطر کم توانی اش جلو نمی آید. خب، باید فکری بکنید برای اینکه به بخش خصوصی توانبخشی بشود؛ حالا از طریق بانک هاست، از طریق قوانین لازم و مقررات لازم است؛ از هر طریقی که لازم است، کاری کنید که بخش خصوصی، بخش مردمی، فعال شود. بالاخره اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصادی داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب پذیری اش کاهش پیدا کند. یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی جوری باشد که در مقابل ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکلهای مختلف خواهد بود، کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند. یکی از شرائطش، استفاده از همه‌ی ظرفیتهای دولتی و مردمی است؛ هم از فکرها و اندیشه‌ها و راهکارهایی که صاحب نظران می دهند، استفاده کنید، هم از سرمایه‌ها استفاده شود (بیانات مقم معظم رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

ج: حمایت از تولید ملی: یک رکن دیگر اقتصاد مقاومتی، حمایت از تولید ملی است؛ صنعت و کشاورزی. واحدهای کوچک و متوسط را فعال کنید. البته خوشبختانه واحدهای بزرگ ما فعالند، خوبند و سوددهی شان هم خوب است، کارشان هم خوب است، اشتغالشان هم خوب است؛ عمده‌ی واحدهای بزرگ ما وضعشان اینجور است - لذا همان طور که گفتید، محصول سیمانمان، محصول فولادمان، محصولات عمده‌ی اینجوری مان خوب است - لیکن باید به فکر واحدهای متوسط و کوچک باشید؛ اینها خیلی مهم است، اینها در زندگی مردم تأثیرات مستقیم دارد (بیانات مقم معظم رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

د: مدیریت منابع ارزی: مسئله‌ی منابع ارزی هم مسئله‌ی مهمی است؛ که خب، حالا آقایان توجه دارید. روی این مسئله دقت کنید، خیلی باید کار کنید. واقعاً باید منابع ارزی را درست مدیریت کرد. حالا اشاره شد به ارز پایه؛ در این زمینه هم حرفهای گوناگونی از دولت صادر شد. یعنی در روزنامه‌ها از قول یک مسئول، یک جور گفته شد؛ فردا یا دو روز بعد، یک جور دیگر گفته شد. نگذارید این اتفاق بیفتد. واقعاً یک تصمیم قاطع گرفته شود، روی آن تصمیم پافشاری شود و مسئله را دنبال کنید. به هر حال

منابع ارزی باید مدیریت دقیق بشود (بیانات مقم معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

ه: مدیریت مصرف: یک مسئله هم در اقتصاد مقاومتی، مدیریت مصرف است. مصرف هم باید مدیریت شود. این قضیه‌ی اسراف و زیاده‌روی، قضیه‌ی مهمی در کشور است. خوب، حالا چگونه باید جلوی اسراف را گرفت؟ فرهنگ‌سازی هم لازم است، اقدام عملی هم لازم است. فرهنگ‌سازی‌اش بیشتر به عهده‌ی رسانه‌هاست. واقعاً در این زمینه، هم صدا و سیما در درجه‌ی اول و بیش از همه مسئولیت دارد، هم دستگاه‌های دیگر مسئولیت دارند. باید فرهنگ‌سازی کنید. ما یک ملت مسلمان علاقه‌مند به مفاهیم اسلامی هستیم، اینقدر در اسلام اسراف منع شده، و ما متأسفانه در زندگی‌مان اهل اسرافیم! بخش عملیاتی‌اش هم به نظر من از خود دولت باید آغاز شود. در گزارشهای شماها من خواندم، حالا هم بعضی از دوستان اظهار کردند که دولت درصدد صرفه‌جوئی است و میخواهد صرفه‌جوئی کند؛ بسیار خوب، این لازم است؛ این را جدی بگیرید. دولت خودش یک مصرف‌کننده‌ی بسیار بزرگی است. شما از بنزین بگیرید تا وسایل گوناگون، یک مصرف‌کننده‌ی بزرگ، دولت است. حقیقتاً در کار مصرف، صرفه‌جوئی کنید. صرفه‌جوئی، چیز بسیار لازم و مهمی است (بیانات مقم معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

نظریه های هویت اجتماعی

در میان دیدگاه‌های جامعه‌شناختی، نظریه کنش متقابل نمادین، بیش از دیگر دیدگاه‌ها مسئله هویت و شکل‌گیری آن را مورد مطالعه و تحقیق قرار داده است. براساس این دیدگاه، معناها به طور کلی و هویت به طور خاص در جریان روابط متقابل با دیگران شکل می‌گیرد. جرج هربرت مید، نظریه پرداز این دیدگاه نظریات بدیعی در زمینه‌ی هویت ارائه می‌دهد. اگر بپذیریم که هویت پاسخی است به پرسش من کیستم؟ به نظر مید مجموعه‌ی ویژگی‌هایی که فرد برای خود بر می‌شمارد در تعامل با دیگران و در سطح جامعه شکل می‌گیرد. با یادگیری زبان و در مراحل مختلف اجتماعی شدن، هویت فرد یا تصور او در باره خودش شکل می‌گیرد و ساخته می‌شود (ریترز، ۲۷۹: ۱۳۷۷). هر چند، ریشه‌های بحث هویت اجتماعی را می‌توان در کارهای جامعه‌شناسان قرن نوزدهم

یعنی دورکیم، وبر، مارکس و زیمل پیدا کرد (پورتس و دیگران، ۲۰۱۹؛ گریکس، ۲۰۲۱). اما اولین کسی که این اصطلاح را به کار برد هانی فان بود. بعدها جیمز کلمن نقش شرکت اجتماعی را در شکل‌گیری فرهنگ و تعلیم و تربیت شرح داد. هویت اجتماعی مفهومی بود که مدتی از مباحث دور ماند اما بعد از آن جین جاکوب در اواخر دهه ۶۰ آنرا مطرح ساخت، سپس لوری در دهه ۷۰ و کلمن در دهه ۸۰ آنرا به تفصیل شرح دادند. همچنین پیر بوردیو جامعه‌شناس فرانسوی نیز تحقیقاتی در این مورد به عمل آورد (وول کوک، ۲۰۱۶: ۱۹۴). به طور کلی باید گفت: پیشرفت جدید مفهوم هویت اجتماعی از سه تألیف کلیدی، جرج هربرت مید، بوردیو، کلمن و پاتنام و تعدادی تألیفات دیگر با همکاری جریان نظریه‌ی چند نظامی پدید آمده است.

جیمز کلمن سرمایه اجتماعی را در شرکت مجریان در ساختارهای اجتماعی قرار داد. کلمن به سرمایه اجتماعی به عنوان مورثی ساختن روابط بین و داخل مجریان در یک جامعه نظر دارد که به بعضی‌ها سود می‌رساند و به بعضی نیز سودی نمی‌رسد. سرمایه اجتماعی یک واحد منفرد نیست اما یک طیفی از واحدهای متفاوت است که مشترکاً دو شاخص دارند: همه آنها شامل جنبه‌هایی از یک ساختار اجتماعی هستند و آنها به مجریان خاصی کمک می‌کنند که در داخل ساختار هستند. توسعه سرمایه اجتماعی به جنبه‌های قابلیت اعتماد، التزامات، و هنجارهای مؤثر که به وسیله شرکت‌کنندگان در شبکه‌ها نگهداری می‌شود گفته می‌شود و به حفظ فرصت‌ها و منابع در حال پیشرفت بستگی دارد. کلمن تشکیل و تخریب سرمایه اجتماعی و اثرات آن بر بستن روابط داخل گروه‌های شبکه‌ای را مورد نظر دارد. او همچنین جوانب ساختارهای اجتماعی در ایدئولوژیهای مختلف و همچنین نقش فراوانی و کمک دولتی در توسعه سرمایه اجتماعی را مورد ارزیابی قرار داد. تعریف کلمن از سرمایه اجتماعی هنوز بر کار جامعه‌شناختی اخیر برتری دارد اگر چه پژوهشگران در آن تجدید نظر کرده‌اند (سلمان و دیگران، ۲۰۱۴: ۲۵).

پاتنام مدعی است که شرکت در اجتماع مانند شبکه‌های رسمی و شبکه‌های غیر رسمی جامعه، مرکز اصلی مفهوم هویت اجتماعی است (پاتنام، ۲۰۱۵: ۵۶). وی می‌گوید که همکاری داوطلبانه در جامعه‌ای که هویت اجتماع‌عظیمی را در شکل

هنجارهای عمل متقابل و شبکه های مشارکت اجتماعی به ارث برده، بهتر صورت می گیرد (پاتنام، ۲۰۱۵: ۱۳۸). شبکه های اجتماعی، مردم را بیش تر به همکاری و اعتمادپذیری تشویق می کند تا شرایط انفرادی ناشی از پی جویی نفع شخصی (تاجبخش، ۱۳۹۹: ۱۲). هویت اجتماعیبر خلاف سرمایه اقتصادی، یک کالای عمومی است. شاید به همین دلیل است که اغلب کم ارزش تلقی شده و تلاش زیادی برای افزایش آن به عمل نمی آید. پاتنام هویت اجتماعی را به عنوان همبستگی اجتماعی محلی حاصل شده، دارای ویژگی های ذیل می داند:

۱. وجود مجموعه ای متراکم از سازمان ها و شبکه های اجتماع محلی؛
۲. سطوح بالای تعهد مدنی یا مشارکت در شبکه های اجتماعی محلی؛
۳. هویت محلی قوی و مثبت و نیز احساس تجانس و برابری با اعضای اجتماع محلی؛
۴. هنجارهای تعمیم یافته مربوط به اعتماد و کمک متقابل بین اعضای اجتماع محلی و این که آیا آنها یکدیگر را به لحاظ شخصی می شناسند یا خیر؛
۵. شبکه های مشارکت مدنی تجسم و همکاری های موفقیت آمیز گذشته هستند که می توانند همچون الگویی فرهنگی برای همکاری آتی عمل کند (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۷۸؛ برگرفته از محسنی تبریزی و آقامحسینی، ۱۳۹۸: ۱۴۹).

شاخص های هویت اجتماعی در نظر پاتنام اعتماد، هنجارها و شبکه های مشارکت اجتماعی است که با تسهیل کنش ها، کارایی جامعه را بهبود می بخشد. وی معتقد است روابط متقابل میان منابع هویت اجتماعی یعنی اعتماد، هنجارها و شبکه های مشارکت که خود تقویت کننده و خود افزایش دهنده هستند، از ویژگی های جامعه مدنی است. نبود این ویژگی ها یعنی عهدشکنی، بی اعتمادی، فریب، بهره کشی، انزوا و بی نظمی، یکدیگر را در حفظ دوره های باطل توسعه نیافتگی تشدید می کنند (شادی طلب و حجتی کرمانی، ۱۳۹۹: ۳۷).

بورديو در دهه ی ۱۹۷۰ تا ۱۹۸۰ مفهوم هویت اجتماعی را توسعه داد، اما این کار او نسبت به قسمت های دیگر نظریه ی اجتماعی اش توجه کمتری را جلب کرد (فیلد ، ۲۰۰۳: ۴۵ - ۴۴). یکی از سنگ بناهای نظری جامعه شناسی بورديو در نظر گرفتن

جامعه به مثابه تکثری از حوزه های اجتماعی است. شکل های سرمایه (اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی) عواملی اساسی اند که تعریف کننده ی موقعیت ها و امکانات کنشگران گوناگون در هر حوزه ای به شمار می روند (سیسمن، ۲۰۰۰: ۷۶-۷۵). از نظر او سرمایه دار در سه شکل بنیادی امکان بروز می یابد، به شکل سرمایه اقتصادی که قابلیت تبدیل شدن به پول را دارد و ممکن است در شکل حقوق مالکیت نهادینه شود؛ به شکل هویت اجتماعی که از الزامات اجتماعی (ارتباطات) ساخته شده است و در شرایط معین، قابلیت تبدیل شدن به سرمایه اقتصادی را دارد و ممکن است به صورت عنوان اشرافی یا اصالت خانوادگی نهادینه شود (ماجدی و لهسایی زاده، ۱۳۳۸: ۹۴). وی معتقد بود هویت اجتماعی یکی از ابعاد برجسته تحقیقاتی علوم اجتماعی است، این اصول اجتماعی باعث تقویت افراد و گروه ها می شود (بورديو، ۱۹۸۰: ۴۵).

بورديو اعتقاد دارد که عضویت در گروه ها و درگیر بودن در شبکه های اجتماعی، که در گروه ها حاصل می شود، و روابط اجتماعی حاصل از عضو بودن می تواند در تلاش برای بهبود موقعیت اجتماعی کنشگران در حوزه های متفاوت و گوناگون به کار برده شود. انجمن های داوطلبانه، اتحادیه های تجاری، احزاب سیاسی و انجمن های سری همگی نمونه هایی جدید از هویت اجتماعی به شمار می روند (بورديو، ۱۹۸۰: ۴۵).

فرانسیس فوکویاما هویت اجتماعی را در چارچوبی اقتصادی مطرح می کند. وی با بهره گیری از مفهوم هویت اجتماعی یک نظریه هویت خانوادگی تدوین می کند و مطرح می کند که قدرت و کارایی هویت اجتماعی در جامعه به میزان پایداری اعضای آن جامعه به هنجارها و ارزش های مشترک و توانایی آنها برای چشم پوشی از منافع شخصی در راستای خیر و سعادت همگانی بستگی دارد (محسنی تبریزی و آقامحسني، ۱۳۸۹: ۱۵۰).

جدول ۱. تعاریفی دیگر از هویت اجتماعی (به نقل از حقیقتیان و حیدرخانی، ۱۳۹۳: ۷۷).

صاحب نظران	تعاریف هویت اجتماعی
تاجفل	هویت را با عضویت گروهی پیوند می زند و آن را متشکل از سه عصر می داند، عنصر شناختی، عنصر ارزشی، عنصر احساسی (تاجفل، ۲۰۱۹: ۱۵۷۲)
کاستلز	هویت اجتماعی به زندگی افراد معنا می بخشد و هویت در جوانان فرایند ساخته شدن معنا برپایه یک ویژگی فرهنگی با یک دسته ویژگی های فرهنگی است که بر دیگر منابع

	معنا برتری دارد (کاستلز، ۲۰۲۰: ۶).
اوستروم ^۱	هویت اجتماعی دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات است که گروهی از افراد در برخورد با مسئله های غامض اجتماعی، موقعیت های عمل جمعی با خود به سازمان می آورند . . . افراد بایستی روش های تقویت انتظارات و اعتماد متقابل را جهت غلبه بر وسوسه های کوتاه مدت ناخوشایند پیدا نمایند.
لاور	هویت ها باید به عنوان سازهایی فهمیده شوند که در روابط بین شخصی ساخته می شوند (لاور، ۲۰۲۱: ۹۹۹).
جنکینز	احساس هویت به واسطه دیالکتیک بین فردی و جامعه شکل می گیرد (جنکینز، ۲۰۲۰: ۲۰)
گروتارت و ون باستلار ^۲	نهادهای، روابط، نگرش ها و ارشهایی که تعاملات بین اشخاص را مدیریت کرده و به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می نماید.
بینگتون	روابطی که اشخاص در آن سرمایه گذاری می کنند و جریانی از منافع را به وجود می آورند.
فافیچمپس	یک شبکه از پدیده های اجتماعی مرتبط (به ویژه نقشی که روابط بین فردی، عضویت شبکه های اجتماعی، در تبادل اجتماعی کارآمد بازی می کند)
کولیر ^۳	هویت اجتماعی در آغاز یک دسته فرآیندهایی است که به تولید برون بدهایی منجر می شود که حاصل کنش های اجتماعی است. بنابراین، سرمایه اجتماعی یک دسته کنش های اجتماعی است و شامل آن دست های است که یا خود با دوام هستند یا بر روی آنهاست که بادوام هستند، اثر می گذارند (کولیر، ۲۰۱۶: ۶).

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به اینکه بحث اصلی از اقتصاد مقاومتی در داخل کشور بر اساس نظرات مقام معظم رهبری می باشد و همچنین تاکنون نظریه های چندانی در زمینه ی اقتصاد مقاومتی ارائه نشده است در پژوهش حاضر مبنای تئوریک اصلی پژوهش نظریه های مقام معظم رهبری در نظر گرفته می شود.

1 . Ostrom

2 .Grootart and Van Bastelaer

3 . Collier

مقام معظم رهبری در دیدار کارگزاران نظام در ۱۳۹۰/۵/۳: فرمودند «امروز پرهیز از اسراف و ملاحظه‌ی تعادل در مصرف، بلاشک در مقابل دشمن یک حرکت جهادی است؛ انسان می‌تواند ادعا کند که این اجر جهاد فی‌سبیل‌الله را دارد».

ایشان می‌فرمایند: «واحد‌های کوچک و متوسط را فعال کنید. البته خوشبختانه واحد‌های بزرگ ما فعالند، خوبند و سوددهی‌شان هم خوب است، کارشان هم خوب است، اشتغالشان هم خوب است؛ عمده‌ی واحد‌های بزرگ ما وضعیتشان اینجور است - لذا همان طور که گفتید، محصول سیمانمان، محصول فولادمان، محصولات عمده‌ی اینجوری‌مان خوب است - لیکن باید به فکر واحد‌های متوسط و کوچک باشید؛ اینها خیلی مهم است، اینها در زندگی مردم تأثیرات مستقیم دارد» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲).

همچنین می‌فرمایند «یک مسئله هم در اقتصاد مقاومتی، مدیریت مصرف است. مصرف هم باید مدیریت شود. این قضیه‌ی اسراف و زیاده‌روی، قضیه‌ی مهمی در کشور است. خب، حالا چگونه باید جلوی اسراف را گرفت؟ ما یک ملت مسلمان علاقه‌مند به مفاهیم اسلامی هستیم، اینقدر در اسلام اسراف منع شده، و ما متأسفانه در زندگی‌مان اهل اسرافیم!» بنابراین بر اساس نظرهای گوناگون مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی در پژوهش حاضر با سه شاخص مدیریت مصرف، فرهنگ قناعت و حمایت از تولید ملی مورد بررسی قرار گرفته شده است.

اما در جهت استخراج فرضیه‌ی اصلی پژوهش یعنی ارتباط بین هویت اجتماعی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی نیز از نظریه‌ی مقام معظم رهبری استفاده شده است. مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «اینکه ما اقتصاد مقاومتی را مطرح کردیم، خب، خود اقتصاد مقاومتی شرایطی دارد، ارکانی دارد؛ یکی از بخش‌های همین تکیه‌ی به مردم است؛» همچنین ایشان می‌فرمایند «یکی از شرائطش، استفاده از همه‌ی ظرفیت‌های دولتی و مردمی است؛ هم از فکرها و اندیشه‌ها و راهکارهایی که صاحب‌نظران می‌دهند، استفاده کنید، هم از سرمایه‌ها» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲). بنابراین مشاهده می‌شود که مقام معظم رهبری به نقش مردم، سرمایه‌ها و فکرها در جهت دهی به هویت اجتماعی

مبتنی بر اقتصاد مقاومتی تأکید دارند و بنابراین از نظرات ایشان این فرضیه ی اصلی استخراج می شود که: بین هویت اجتماعی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.

علاوه بر نظریه ی مقام معظم رهبری اندیشمندان مختلف اجتماعی نیز بر ارتباط بین هویت اجتماعی و توسعه ی اقتصادی تأکید کرده اند که با توجه به اینکه اقتصاد مقاومتی یکی از اصل های اساسی و زیربنایی توسعه اقتصادی است می تواند به عنوان چارچوب نظری مورد بررسی قرار بگیرد. به عقیده ی پاتنام شبکه های مشارکت مدنی که شکاف های اجتماعی را دور می زنند موجب همکاری گسترده تری شده و بدین ترتیب انواع شبکه های مشارکت اجتماعی بخش مهمی از ذخیره هویت اجتماعی یک جامعه را تشکیل می دهند. روابط متقابل میان منابع هویت اجتماعی یعنی اعتماد، هنجارها و شبکه های مشارکت که خود تقویت کننده و خود افزایش دهنده هستند، ویژگی های جامعه مدنی است. نبود این ویژگی ها یعنی عهدشکنی، بی اعتمادی، فریب، بهره کشی، انزوا و بی نظمی، یکدیگر را در حفظ دوره های باطل توسعه نیافتگی تشدید می کنند (شادی طلب و حجتی کرمانی، ۱۳۸۷: ۳۷).

آنتونی گیدنز، اعتماد و تاثیر آن بر فرایند توسعه را زیر بنا و زمینه ساز اصلی در جوامع مدرن می داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی (به عنوان یکی از شاخص های اصلی هویت اجتماعی) بالا باشد مشارکت و همیاری مردم در عرصه های اجتماعی بیشتر و آسیب های اجتماعی کمتر است (اکبری، ۱۳۸۳: ۱۱).

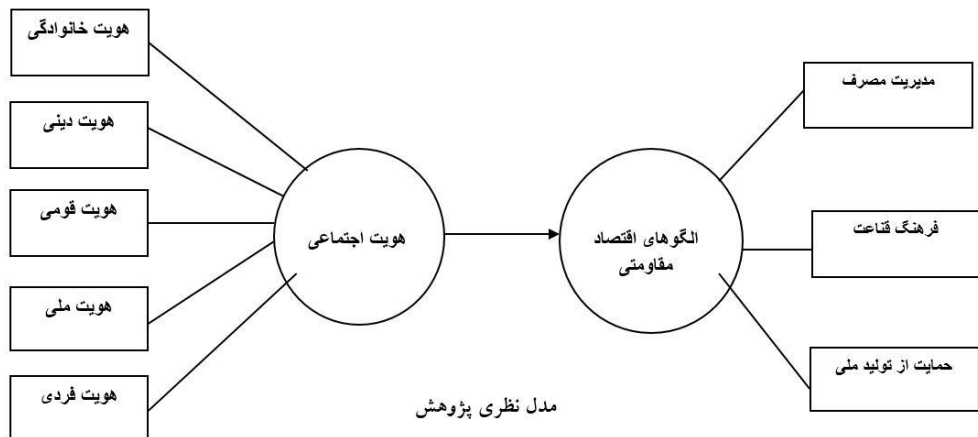
در اندیشه پاتنام و فوکویاما هویت اجتماعی بعنوان یک پدیده جامعه شناسی کلان لحاظ شده است. به نظر آن ها ملت ها می توانند از سطوح متفاوتی از هویت اجتماعی برخوردار باشند که فرصت را برای تحقق دموکراسی یا صنعتی شدن آنها فراهم می سازد، در نهایت در شرایط وجود هویت اجتماعی شاهد بسط و گسترش فرایند مشارکت در حوزه های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، و نیز بسط انجمن های داوطلبانه خواهیم بود؛ فرایندی که می تواند ساز و کار موثری برای نیل به توسعه باشد (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳: ۲۷۹). بنابراین علاوه بر نظر مقام معظم رهبری نظریه های افرادی چون گیدنز، پاتنام و فوکویاما نیز بر نقش هویت اجتماعی بر توسعه اقتصادی در

ابعاد مختلف تأکید دارند؛ همان طور که ذکر شد یکی از مهم ترین ابعاد توسعه اقتصادی، اقتصاد مقاومتی می باشد. بنابراین نظریه ی نظریه پردازان فوق نیز می تواند مبنای استخراج فرضیه ی اصلی پژوهش قرار بگیرد.

علاوه بر این دولو و دیگران (۱۳۹۵)، شیخ پور و مهدی زاده (۱۴۰۰) و زینال اقدم و دیگران (۱۳۹۹) در پژوهش های خود به ارتباط بین هویت اجتماعی و اقتصاد مقاومتی پی بردند و بنابراین مبنای تجربی پژوهش حاضر تحقیق های مذکور می باشد.

همچنین با توجه به ابعاد مختلف هویت اجتماعی از نظر اندیشمندان مختلف چون بوردیو، پاتنام، آدام و رنسویچ و کلمن که عبارت از اعتماد، انسجام، مشارکت، آگاهی و هویت فردی می باشند، این فرضیه های فرعی استخراج می شود که:

- بین هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی و هویت فردی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.



فرضیه های پژوهش

فرضیه اصلی

- بین هویت اجتماعی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.
- فرضیه های فرعی
- بین هویت خانوادگی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.
- بین هویت دینی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.
- بین هویت قومی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.
- بین هویت ملی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.
- بین هویت فردی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس نوع داده های جمع آوری و تحلیل شده، تحقیقی کمی است و از لحاظ نوع برخورد با مسأله مورد بررسی و ورود به آن مطالعه ای میدانی است. تکنیک مورد استفاده در این پژوهش پیمایش می باشد. در این مطالعه برای جمع آوری اطلاعات مورد نیاز از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. در این رابطه جهت اطمینان از اعتبار لازم به مشاوره و بهره گیری از نظرات اساتید و کارشناسان مربوطه و همچنین از آزمون آلفای کرونباخ جهت پایایی پرسشنامه اقدام شده است. برای بالا رفتن ضریب آلفا در پژوهش حاضر گویه هایی که موجب کاهش آلفا شدند حذف گردیدند تا اینکه پرسشنامه نهایی با ضریب آلفای بالای ۰/۷ استخراج گردید.

جامعه آماری این مطالعه کلیه ی افراد ۱۸ سال به بالای کارکنان نظامی می باشد. از آنجا که به طور طبیعی امکان مطالعه دیدگاه های تمامی کارکنان وجود نداشت از شیوه ی «نمونه گیری» برای تبیین نظریات افراد مورد مطالعه استفاده شده است و بر اساس فورمول کوکران تعدادی از افراد (۳۷۶ نفر) که معرف جامعه آماری تشخیص داده شدند به عنوان نمونه انتخاب و مطالعه شده است. روش نمونه گیری در این پژوهش شیوه نمونه گیری دو مرحله ای با استفاده از نمونه گیری خوشه ای و سپس نمونه گیری

تصادفی ساده می باشد. بدین صورت که با استفاده از نمونه گیری خوشه ای تعدادی از محله هایکارکنان نظامی انتخاب و با استفاده از نمونه گیری تصادفی از هر محله نمونه نهایی استخراج شد. پس از گردآوری داده ها تجزیه و تحلیل آن ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام گردید.

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

جدول ۲. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای تحقیق

تعریف مفهومی و عملیاتی		
بنا به تعریف برخی از اقتصاددانان از اقتصاد مقاومتی، این نوع اقتصاد معمولاً در رویارویی و تقابل با اقتصاد وابسته و مصرف کننده یک کشور قرار می گیرد که منفعل نیست و در مقابل اهداف اقتصادی سلطه، ایستادگی نموده و سعی در تغییر ساختارهای اقتصادی موجود و بومی سازی آن بر اساس جهان بینی و اهداف دارد. برای تداوم این نوع اقتصاد، باید هرچه بیشتر به سمت محدود کردن استفاده از منابع نفتی و رهایی از اتکای اقتصاد کشور به این منابع حرکت کرد و توجه داشت که اقتصاد مقاومتی در شرایطی معنا پیدا می کند که جنگی وجود داشته باشد و در برابر جنگ اقتصادی و همچنین جنگ نرم دشمن است که اقتصاد مقاومتی معنا پیدا می کند (قتبری و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۷).	تعریف مفهومی	اقتصاد مقاومتی
در پژوهش حاضر بر اساس نظریه های مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی با سه شاخص مدیریت مصرف، فرهنگ قناعت و حمایت از تولید ملی مورد بررسی قرار گرفته شده است.	تعریف عملیاتی	
هویت اجتماعی مفهومی است که می خواهد تعارضات موجود در هویت های گروهی را به نوعی کاهش داده و آن ها را تحت یک هویت اجتماعی، همگرا سازد و انگیزه همکاری و همدلی و هم زیستی را میان افراد جامعه فراهم نماید (آدام و رنسوویچ ^۱ ، ۲۰۲۰). از دیدگاه بوردیو سرمایه اجتماعی دو شاخص اساسی دارد: (۱) اعتماد (۲) پیوند. پاتنام مدعی است که شرکت در اجتماع مانند شبکه های رسمی و شبکه های غیر رسمی جامعه، مرکز اصلی	تعریف مفهومی	هویت اجتماعی

1. Adam, Frane and Roncevic

<p>مفهوم هویت اجتماعی است. وی سه بعد هویت خانوادگی، هویت دینی و هویت قومی را برای هویت اجتماعی قائل می شود. (پاتنام، ۲۰۱۵: ۵۶).</p>		
<p>در این پژوهش هویت اجتماعی بر اساس نظریه های جرج هربرت مید، تاجفل کاستلز، لاور، جنکینز، بوردیو، پاتنام و آدام و رنسوچ با شاخص های هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی و هویت فردی مورد بررسی قرار گرفته شده است.</p>	<p>تعریف عملیاتی</p>	

یافته های پژوهش

یافته های توصیفی

جدول ۳: آمار توصیفی متغیرهای مستقل و وابسته بر اساس میانگین

(خیلی زیاد ۵، زیاد ۴، متوسط ۳، کم ۲ و خیلی کم ۱)

متغیر	شاخص های هویت اجتماعی							الگوهای اقتصاد مقاومتی
	هویت خانوادگی	هویت دینی	هویت قومی	هویت ملی	هویت فردی	حمایت از تولید ملی	فرهنگ قناعت	
میانگین	۳/۴۹	۳/۶۶	۳/۳۱	۳/۱۱	۳/۵۰	۳/۴۶	۳/۷۲	۳/۳۸
انحراف معیار	۰/۸۸	۱/۷۱	۰/۹۳	۱/۲۵	۱/۴۴	۰/۹۲	۰/۸۰	۰/۹۶

یافته ها نشان می دهند که میانگین کلی هویت اجتماعی (۳/۴۳) یعنی بالاتر از متوسط است. در میان ابعاد مختلف هویت اجتماعی هویت خانوادگی (۳/۴۹)، هویت دینی (۳/۶۶)، هویت قومی (۳/۳۱)، هویت ملی (۳/۱۱) و هویت فردی (۳/۵۰) می باشد. همچنین میانگین کلی گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی (۳/۵۲) می باشد. در بین شاخص های الگوهای اقتصاد مقاومتی، فرهنگ قناعت دارای بیشترین میانگین (۳/۷۲) و مدیریت مصرف دارای کمترین میانگین (۳/۳۸) می باشد.

یافته های استنباطی

آزمون کلموگروف - اسمیرنوف

جهت بررسی نرمال بودن عامل ها از آزمون تک نمونه ای کلموگروف - اسمیرنوف به قرار زیر استفاده می شود.

H0: داده ها از توزیع نرمال برخوردارند

H1: داده ها از توزیع نرمال برخوردار نیستند

جدول ۴. آزمون کلموگروف - اسمیرنوف برای تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش

مؤلفه های پژوهش	هویت خانوادگی	هویت دینی	هویت قومی	هویت ملی	هویت فردی	الگوهای اقتصاد مقاومتی
تعداد	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴	۳۸۴
مقادیر کلموگروف - اسمیرنوف	۰/۸۰۹	۱/۷۴	۲/۵۶	۲/۵۹	۳/۱۳	۲/۰۱
سطح معناداری (دو دامنه)	۰/۰۸۳	۰/۰۶۹	۰/۱۴۵	۰/۲۷۱	۰/۱۶۳	۰/۱۸۰

با توجه به جدول شماره ۴ می توان نتیجه گرفت که چون مقادیر سطح معناداری کلیه متغیرهای پژوهش بیشتر از ۰/۰۵ می باشند پس می توان گفت که بقیه متغیرها این عامل نرمال بودن توزیع داده ها را می رساند و می توان در تحلیل فرضیه های پژوهش، آزمون های پارامتریک را بکار گرفت.

آزمون فرضیه ها

- بین ابعاد مختلف هویت اجتماعی (هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی و هویت فردی) با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ارتباط وجود دارد.

جهت بررسی فرضیه های پژوهش مبنی بر ارتباط بین ابعاد مختلف هویت اجتماعی با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است. یافته ها به شرح جدول زیر می باشد.

جدول ۵. همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی		نام متغیر	
سطح معناداری	ضریب همبستگی	شاخص ها	
۰/۰۰۰	۰/۴۴	هویت خانوادگی	هویت اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۳۶	هویت دینی	
۰/۰۰۰	۰/۳۰	هویت قومی	
۰/۰۰۰	۰/۳۴	هویت ملی	
۰/۰۰۲	۰/۲۲	هویت فردی	
۰/۰۰۰	۰/۳۵	میزان کل هویت اجتماعی	

یافته ها حاکی از آن است که بین تمامی ابعاد هویت اجتماعی و همچنین میزان کل آن با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان رابطه مثبت و مستقیم و معنادار وجود دارد. در این میان رابطه بین هویت خانوادگی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی ($P=0/44$) دارای بیشترین ضریب همبستگی و رابطه بین هویت فردی و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی دارای کمترین ضریب همبستگی ($P=0/22$) می باشند.

همچنین رابطه بین هویت دینی اجتماعی ($P=0/36$)، هویت قومی ($P=0/30$) و هویت ملی ($P=0/34$) با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان دارای ضریب همبستگی مثبت و معنادار می باشد. بنابراین می توان استدلال کرد که هر چه میزان گرایش به هویت اجتماعی ($P=0/35$) و ابعاد آن بیشتر شود میزان گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان بیشتر می شود و تمامی فرضیه های پژوهش حاضر تأیید می شوند.

تحلیل رگرسیونی: رگرسیون چند متغیره تأثیر هویت اجتماعی بر گرایش به اقتصاد مقاومتی

تحلیل رگرسیون چند متغیره، روش برای مطالعه سهم یک یا چند متغیر مستقل در پیش بینی متغیر وابسته است. متغیرهای مستقل را متغیرهای پیش بین و متغیر وابسته را متغیر ملاک نیز می گویند. (سرمد و دیگران، ۱۳۷۶: ۲۲۷) رابطه چند متغیره بین متغیرهای مستقل با وابسته در جدول زیر آورده شده است.

جدول (۶) تحلیل رگرسیون چند متغیره « هویت اجتماعی بر گرایش به اقتصاد مقاومتی »

ضریب همبستگی چندمتغیره R	ضریب تبیین	ضریب تبیین واقعی
۰/۶۰	۰/۳۶۰	۰/۳۶

بر اساس اطلاعات جدول (۲۰-۴)، ضریب همبستگی چندمتغیره R (۰,۶۰) نشان می دهد که بین مجموعه متغیرهای مستقل و متغیر وابسته تحقیق (گرایش به اقتصاد مقاومتی) همبستگی نسبتاً خوبی وجود دارد. مقدار ضریب تبیین واقعی (۰,۳۶) نشان می دهد که ۳۶ درصد از کل تغییرات میزان گرایش به اقتصاد مقاومتی وابسته به ۵ متغیر مستقل ذکر شده در این مدل می باشد. به عبارت دیگر، مجموعه متغیرهای مستقل، کمتر نیمی از واریانس متغیر گرایش به اقتصاد مقاومتی را پیش بینی می کنند.

جدول (۷) سطح معناداری متغیرهای مستقل بر روی متغیر وابسته

آزمون همخطی چندگانه (VIF)	آزمون همخطی چندگانه (tolerance)	همبستگی نیمه تفکیکی ^۳	همبستگی تفکیکی ^۲	همبستگی مرتبه صفر ^۱	سطح معناداری	آماره t	بنای استاندارد شده	
-	-	-	-	-	۰,۰۰۰	۱۲,۳	-	Constant
۲,۳	۰,۷۱	۰,۲۳	۰,۳۴	۰,۶۷	۰,۰۰۰	۵,۷	۰,۴۲	هویت خانوادگی
۲,۲	۰,۵۰	۰,۱۸	۰,۲۹	۰,۵۸	۰,۰۰۰	۶,۴	۰,۳۲	هویت دینی
۱,۷	۰,۵۶	۰,۱۶	۰,۲۷	۰,۴۵	۰,۰۰۰	۴,۱	۰,۳۰	هویت ملی
۱,۹	۰,۴۳	۰,۱۰	۰,۱۶	۰,۵۱	۰,۰۰۰	۴	۰,۲۸	هویت قومی
۱,۸	۰,۳۸	۰,۱۱	۰,۱۸	۰,۴۹	۰,۰۰۰	۳,۸	۰,۲۵	هویت فردی

^۱Zero order correlation

^۲Partial correlation

^۳ Part correlation

جدول (۷)، ضرایب تاثیر رگرسیونی هر متغیر مستقل بر وابسته را نشان می دهد. تفسیر ضرایب رگرسیونی بر اساس ضریب اتای استاندارد شده صورت می گیرد. مقایسه متغیرها نشان می دهد که تاثیر هر ۵ متغیر ذکر شده مستقل بر گرایش به اقتصاد مقاومتی معنادار است زیرا سطح معناداری (sig) آنها کوچکتر از ۰,۰۵ می باشد. متغیرهای «هویت خانوادگی» با ضریب رگرسیونی ۰,۴۲ بالاترین تاثیر رگرسیونی را روی متغیر گرایش به اقتصاد مقاومتی داشته اند. به عنوان مثال، در مورد متغیر «هویت خانوادگی»، نتیجه را می توان بدین شکل تفسیر نمود که به ازای افزایش یک انحراف استاندارد در متغیر «هویت ملی»، میزان گرایش به اقتصاد مقاومتی در بین کارکنان به میزان ۰,۳۰ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت.

بحث و نتیجه گیری

فضای اقتصادی ایران امروز، رویدادهای ویژه و منحصر به فرد اقتصادی را شاهد است که وقوع بعضی از آن ها تاکنون در دنیا سابقه نداشته است، از این رو، زمانی که شرایط ویژه و بدون الگویی به وجود می آید، ضرورت نوآوری و ایده پردازی از سوی صاحب نظران برای برطرف کردن چالش های اقتصادی ضرورت پیدا می کند. رهبر معظم انقلاب در طول سال های گذشته با درک شرایط خاص ملی و بین المللی کشورمان، راهبردهایی را در چارچوب نامگذاری سال ها طراحی کردند که به طور قطع نقشه راهی برای حرکت مسئولان نظام در یک مسیر مطمئن برای دستیابی به اهداف کلان نظام و علاجی برای برون رفت از چالش هایی بود که کشور به آنها گرفتار شده است. یکی از این راهبردها اجرای الگوی اقتصاد مقاومتی در کشور می باشد.

با توجه به اهمیت بحث از اقتصاد مقاومتی به ویژه در بین افراد در پژوهش حاضر که در میان ۳۷۶ نفر از کارکنان نظامی به عنوان حجم نمونه به انجام رسید، به بررسی ارتباط بین هویت اجتماعی و ابعاد آن به عنوان متغیرهای مستقل و گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی به عنوان متغیر وابسته پرداخته شد.

نتایج آمار توصیفی متغیر گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی نشان می دهد که گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی (۳/۵۲) و هویت اجتماعی (۳/۴۳) در حد بالاتر از متوسط می باشد.

نتایج این تحقیق نشان دهنده ی رابطه ی مثبت، مستقیم و معنادار بین تمامی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته پژوهش می باشد. بدین صورت که هرچه میزان هویت خانوادگی (۰/۴۴) = P، هویت دینی (۰/۳۶) = P، هویت قومی (۰/۳۰) = P، هویت ملی (۰/۳۴) = P و هویت فردی (۰/۲۲) = P در بین کارکنان بیشتر باشد گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی بیشتر امکان پذیر

می گردد. در این میان بیشترین شدت همبستگی با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی را متغیر هویت خانوادگی و کمترین شدت همبستگی را متغیر هویت فردی دارد. همچنین میزان کل هویت اجتماعی به میزان ($P= ۰/۳۵$) با گرایش به الگوهای اقتصاد مقاومتی از دیدگاه کارکنان ارتباط دارد.

یافته های پژوهش حاضر مبنی بر ارتباط بین هویت اجتماعی و اقتصاد مقاومتی با یافته های پژوهش های دولو و دیگران (۱۳۹۵)، زینال اقدم و زمانی امیرزکریا (۱۳۹۴)، شیخ پور و مهدی زاده (۱۳۹۲)، ساباتیینی (۲۰۰۵) و نک و کی فر (۱۹۹۷) همخوانی وجود دارد. دولو و دیگران (۱۳۹۵)، زینال اقدم و دیگران (۱۳۹۴) و شیخ پور و مهدی زاده (۱۳۹۲) همانند پژوهش حاضر به این نتیجه رسیدند که هویت اجتماعی باعث افزایش گرایش به اقتصاد مقاومتی می باشد. ساباتیینی (۲۰۰۵) و نک و کی فر (۱۹۹۷) نیز به ارتباط بین هویت اجتماعی و توسعه اقتصادی پی بردند.

بنابراین بر اساس یافته ها موضوع اقتصاد مقاومتی تنها یک بحث اقتصادی نیست و برای اجرای آن باید زمینه های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه را نیز مورد بررسی قرار داد. همان طور که نتایج پژوهش نشان می دهد هویت اجتماعی در اجرایی کردن الگوهای اقتصاد مقاومتی در بین افراد نقش غیرقابل انکاری دارند و تمامی مسئولان و دست اندرکاران نظام باید در راستای اجرایی کردن فرمایشات مقام معظم رهبری گام بردارند و با برقراری عدالت و ایجاد زمینه های اعتماد بین مردم و مسئولین در افزایش مشارکت مردم در جامعه حرکت کنند.

هویت اجتماعی در اقتصاد هر کشوری می تواند در اعتمادپذیری و روحیه همکاری میان نیروهای انسانی برای رسیدن به اهداف اقتصادی جامعه تأثیر مثبت داشته باشد. هویت اجتماعی ضمن شکل دهی به مجموعه قواعد و قوانین اخلاقی و رفتاری، به رفتار افراد نیز شکل می دهد و کمک می کند تا سرمایه انسانی و سرمایه مادی و اقتصادی بتوانند با هم و در تعامل با یکدیگر، به رشد و پویایی دست یابند. هویت اجتماعی با گلیه ابعاد آن (هویت خانوادگی، هویت دینی، هویت قومی، هویت ملی، هویت فردی) با استفاده از همانندی ها و همسانی های افراد از جهات گوناگون، باعث ایجاد روحیه اعتماد متقابل، مشارکت و آگاهی می شود و در خدمت منافع اقتصادی قرار می گیرد و بستر و فضایی ایجاد می کند که ضمن کاهش هزینه های استفاده از نیروهای انسانی، تعامل بین آنها نیز افزایش یابد و در نتیجه باعث افزایش توسعه اقتصادی می شود. همچنین اگر مردم هویت اجتماعی بالایی داشته باشند می توانند به کالاهای داخلی اعتماد کنند و تولیدات داخلی را به تولیدات خارجی ترجیح دهند.

منابع و مأخذ

فارسی

- ازکیا، مصطفی و غفاری، غلامرضا. (۱۳۸۳). توسعه روستایی با تاکید بر جامعه روستایی ایران. تهران: نشر نی.
- اکبری، امین (۱۳۸۳). نقش هویت اجتماعی در مشارکت: بررسی تاثیر هویت اجتماعی بر مشارکت سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسنج از توابع سقز). دانشگاه تهران: دانشکده علوم اجتماعی.
- بیانات در دیدار کارگزاران نظام، ۱۳۹۱/۵/۳:
- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از کارآفرینان سراسر کشور، ۱۳۸۹/۶/۱۶.
- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۱۳۹۱/۵/۱۶.
- بیانات مقام معظم رهبری در حرم مطهر رضوی علیه السلام، ۱۳۹۲/۱/۱.
- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۹۱/۶/۲.
- تاجبخش، کیان. (۱۳۹۹). هویت اجتماعی (اعتماد، دموکراسی و توسعه). ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان. تهران: نشر شیرازه.
- تراب زاده جهرمی، محمدصادق و دیگران. (۱۴۰۱). بررسی ابعاد و مولفه های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت اله خامنه ای. مطالعات انقلاب اسلامی، دوره ۱۰، شماره ۳۲.
- حقیقتیان، منصور؛ حیدرخانی، هابیل. (۱۳۹۳). بررسی رابطه ابعاد هویت اجتماعی و دیدگاه کارکنان نسبت به توسعه شهری (نمونه مورد مطالعه: شهر کرمانشاه). مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای، دوره ۵، شماره ۲۰.
- دولو، مریم؛ مومن مایانی، زهرا و رحمانی، فاطمه. (۱۳۹۵). تاثیر نقش هوش معنوی بر سرمایه فکری و اجتماعی در اقتصاد مقاومتی، نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی، تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- رستمی، رضا؛ ویسمرادی، اکبر؛ محمدی، عبدالمجید؛ (۱۳۹۸). سبک زندگی جهادی مبتنی بر هویت اجتماعی در اقتصاد مقاومتی. اولین کنفرانس بین المللی حماسه سیاسی (با

رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)، روده‌ن: دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.

- زینال اقدم، نجیبه؛ زمانی؛ حمیده، زکریا، امیر. (۱۳۹۹). بررسی جایگاه هویت اجتماعی و تاثیر آن بر سرمایه گذاری در تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی، اولین همایش ملی اقتصاد مقاومتی دانش بنیان، تفرش: دانشگاه آزاد اسلامی واحد پرفسور حسابی تفرش.

- سلمانی، محمد و تقی پور، فریده و رمضان زاده، مهدی و جلیلی پروانه، زهرا. (۱۴۰۱). بررسی ابعاد هویت اجتماعی در توسعه روستایی. فصلنامه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر. سال چهارم. شماره ۱۱.

- شادی طلب، ژاله و حجتی کرمانی، فرشته. (۱۳۹۹). فقر و هویت اجتماعی در جامعه ی روستایی. فصلنامه رفاه اجتماعی. سال هفتم. شماره ۲۸.

- شیخ پور، مهدیه و مهدی زاده، سمانه. (۱۴۰۰). نقش سرمایه های اجتماعی بر اقتصاد مقاومتی در شرایط تحریم، کنفرانس بین المللی اقتصاد در شرایط تحریم، بابلسر: شرکت پژوهشی طرود شمال.

- ماجدی، سید مسعود و لهسایی زاده عبدالعلی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه ای، هویت اجتماعی و رضایت از کیفیت زندگی. فصلنامه روستا و توسعه. سال نهم. شماره ۴.

- قنبری، نوذر؛ رشادی، منوچهر؛ محبی، سیروس و حیدرخانی، هابیل. (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی در نواحی شهری و روستاییکارکنان نظامی. پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال ششم، شماره ۱۹، تابستان.

- محسنی تبریزی، علیرضا و آقاحسنی، مریم. (۱۳۹۸). بررسی نقش هویت اجتماعی در توسعه شهری؛ مورد پژوهی: شهر محلات. مدیریت شهری، شماره ۲۶، پاییز و زمستان.

- میرمعزی، سیدحسین. (۱۳۹۷). اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری). اقتصاد اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۷، پاییز.

انگلیسی

-Adam, Frane and Roncevic, Borut (2020). Social capital: recent debates and research trends. Social Science Information, 42: 155-183.

-Briguglio, Lino, and Stephen Piccinino,(2019). "Growth and Resilience in East Asia and The Impact of the Global Recession", Available

at:http://www.um.edu.mt/__data/assets/pdf_file/0011/141959/Growth_with_Resilience_in_Asia_5Dec2011.Pdf.

-Briguglio, Lino, Gordon Cordina, Nadia Farrugia and Stephanie Vella, (2019). «Profiling Economic Vulnerability and Resilience in Small States: Conceptual Underpinnings Economics Department, University of Malta. Available at :

http://www.um.edu.mt/__data/assets/pdf_file/0003/89634/Vulnerability_and_resilience_May08.Pdf.

-Bourdieu, P. (1980). Le capital social: notes provisoires; Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 3, 2–3.

-Field, J. (2003). Social capital. London: Routledge.

-Grix, J. (2021). Social capital as a concept in the social sciences: The current state of the debate. Democratization, Vol.8, No.3, pp189-210.

-Knack, Stephan and Philip, Keefer. (2013). Does Social Capital Have an Economic Payoff? Across-country Investigation, Quarterly Journal of Econometrics No.112 November.

-Portes, A. (2019). Social capital: Its origins and application in the modern sociology. Annual Review of Sociology. 24: pp 1-24.

-Putnam, R.D, (2015). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community; New York: Simon & Schuster.

-Sabatini, F. (2020). The role of social capital in Economic development. Investigating the causal nexus through structural Equations Models. University of Rome la Sapienza, Department of

public Economics and SPES Development Studies Research centre,
University of casino, Department of Economics.

-Sisaman, M. (2000). Two concepts of social capital: Bourdieu vs.
Putnam. Paper Presented at ISTR Fourth International Conference.
Dublin, Ireland .

-Woolcock, Michael. (2016). The place of social capital in
understanding social and economic outcome. Canadian journal of
policy researches .

Investigating the relationship between different dimensions of social identity and tendency towards resistance economy patterns among military personnel

Younes kakavand

Abstract

In the discussion of economy, do not put all the responsibilities on the shoulders of politicians, in fact, it is the people who have a more important and sensitive role. The leaders have said that building an economy for the people is a necessity of a resistance economy. Our resistance economy is basically people's. Considering the importance of resistance economy, this research aims to investigate the role of social identity in the trend towards resistance economy patterns using field research methods, survey techniques, questionnaire tools and SPSS software. The studied population includes people aged 18 and above among military personnel. 376 people were selected as the sample size using Cochran's formula. The findings indicate the existence of a positive, direct and significant relationship between all the independent variables and the dependent variable of the research. In other words, as social identity (0.35) and its indicators such as family identity ($P = 0.44$), religious identity ($P = 0.36$), ethnic identity ($P = 0.30$), national identity ($P = 0.34$) and individual identity. Among the employees, there will be more possibility to tend to resistance economy patterns ($P = 0.22$).

Key words: resistance economy patterns, Supreme Leader's statements, social identity, military personnel.