

ادراک فارغ التحصیلان دوره متوسطه اول از اقتصاد مقاومتی:

پژوهشی پدیدارشناسانه

نویسندگان: اصغر ابراهیمی هرستانی^۱، یوسف ادیب^۲، یوسف رضاپور^۳، مهدی طغیانی^۴

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۲/۳

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۲/۲۱

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و یکم، شماره ۷۸، بهار ۱۳۹۷

چکیده

با توجه به اهمیت تربیت اقتصادی دانش آموزان به منظور فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی، هدف این پژوهش شناسایی و توصیف ادراک دانش آموزان از اقتصاد مقاومتی بود. به این منظور، از روش پدیدارشناسی که کانون توجه خود را بر تجارب زیسته و ادراک بشر قرار می دهد، استفاده شد و با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته به بررسی تجربیات و ادراک فارغ التحصیلان متوسطه اول از اقتصاد مقاومتی پرداخته شد، پس از اشیاع داده ها تعداد آنها به ۲۵ نفر رسید. با استفاده از روش اسمیت، تجزیه و تحلیل داده ها انجام شد و ۷ مضمون اصلی شامل مفهوم، ضرورت، اهداف، الزامات، اقدامات، موانع و مغالطات اقتصاد مقاومتی و ۲۰ مضمون فرعی استخراج شد. دانش آموزان ادراک صحیحی نسبت به اقتصاد مقاومتی ندارند، گفتار و رفتار آنها در این مورد متناقض است. اقتصاد مقاومتی به خوبی برای آنها تبیین نشده است و درک صحیحی از مبانی، اهداف، ضرورت، الزامات و مؤلفه های آن ندارند و از آنجایی که درک صحیحی از موضوع ندارند، اقدامات مناسبی انجام نداده اند. بنابراین فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی برای دانش آموزان به طور شایسته مورد توجه نبوده است. طراحی و اجرای برنامه درسی تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی می تواند نقش ویژه ای در بهبود وضعیت ایفا کند.

واژگان کلیدی:

ادراک اقتصاد مقاومتی، فارغ التحصیلان دوره متوسطه اول، تربیت اقتصادی.

۱- دانشجوی دکتری برنامه ریزی درسی، دانشگاه تبریز، ebrahimi9090@yahoo.com

۲. استادیار گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تبریز، yousef_adib@yahoo.com

۳. استادیار گروه روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تبریز، razapouryousef@yahoo.com

۴. استادیار گروه اقتصاد، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، mtoghyani@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

در سال‌های اخیر بیش از هر زمان دیگری هجمه دشمنان انقلاب اسلامی برای متوقف کردن روند پیشرفت کشور بر عرصه اقتصاد تمرکز یافته است و عرصه اقتصادی به‌عنوان خط مقدم مبارزه علیه انقلاب اسلامی طراحی شده است، برای موفقیت در این مبارزه و با توجه به شرایط و نیازهای حال و آینده جامعه، اتخاذ راهبرد اقتصاد مقاومتی ضروری است.

از نظر مقام معظم رهبری، اقتصاد مقاومتی الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی است که اگر کشور از آن پیروی کند، نه تنها بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار در برابر این ملت بزرگ صف‌آرایی کرده، به شکست و عقب‌نشینی وامی‌دارد، بلکه خواهد توانست در جهانی که مخاطرات و نا اطمینانی‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار، مانند بحران‌های مالی، اقتصادی، سیاسی و ... در آن رو به افزایش است، با حفظ دستاوردهای کشور، در زمینه‌های مختلف و تداوم پیشرفت و تحقق آرمان‌ها را محقق سازد و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد. (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲/۱۱/۲۹)

با توجه به اهمیت اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل در زمینه اقتصاد مقاومتی ضروری است. البته تحقق اقتصاد مقاومتی نیازمند بسترسازی و ایجاد شرایط و زمینه‌هایی است که بدون ایجاد و ترویج این بسترها نمی‌توان امید به تحقق آن در جامعه داشت. تا جایی که تحقق اقتصاد مقاومتی بدون وجود و ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای متناسب با آن در جامعه، امکان‌پذیر نیست (اصغری، ۱۳۹۵). فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی به‌منظور شکل‌گیری بینش و نگرش به اقتصاد مقاومتی، از طریق مهم‌ترین بسترهایی که اقتصاد مقاومتی بر بنیاد آن شکل می‌گیرد. بنابراین اولین و اساسی‌ترین اقدام در جهت عمل به اقتصاد مقاومتی، فرهنگ‌سازی آن در بین مردم است و همچنان که مقام معظم رهبری تأکید کرده‌اند جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، باید تصویر درستی از اقتصاد مقاومتی ارائه شود و گفتمان‌سازی شود تا مردم بدانند و معتقد باشند و بخواهند. (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲/۱۲/۲۰). ضرورت فرهنگ‌سازی مباحث مربوط به اقتصاد مقاومتی، در سیاست‌های کلی که مقام معظم رهبری در این چند سال اخیر ابلاغ فرموده‌اند، مورد تأکید است: در سیاست‌های کلی اصلاح الگوی مصرف در ذیل مواردی همچون: اصلاح فرهنگ مصرف فردی، اجتماعی و سازمانی، ترویج فرهنگ صرفه‌جویی و قناعت و مقابله با اسراف، تبذیر، تجمل‌گرایی و مصرف کالای خارجی با استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی، آموزشی و هنری و رسانه‌ها به‌ویژه رسانه ملی، آموزش



همگانی الگوی مصرف مطلوب و ... بیان شده است (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹). در سیاست‌های کلی اشتغال در ذیل مواردی همچون: ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید، کارآفرینی و استفاده از تولیدات داخلی به‌عنوان ارزش اسلامی و ملی با بهره‌گیری از نظام آموزشی و تبلیغی کشور و ... تأکید شده است (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰). در سیاست‌های کلی تولید ملی، حمایت از کار و سرمایه ایرانی در ذیل مواردی همچون: توسعه فرهنگ حمایت از سرمایه، کار، کالاها و خدمات ایرانی مورد تأکید قرار گرفته است (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱). در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در ذیل مواردی همچون: تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت، بهره‌وری، کارآفرینی، تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن و ... مطرح شده است (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲).

پژوهش‌های متعددی بر اهمیت فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی، به‌عنوان مهم‌ترین و اثرگذارترین عامل برای تحقق اقتصاد مقاومتی اذعان داشته‌اند و بر نقش اعتقاد قلبی، ارزش‌های دینی و توجه به مبانی اسلامی در تحقق اقتصاد مقاومتی تأکید کرده‌اند (اخوان، ایمانی و نبی زاده، ۱۳۹۵؛ اصغری، ۱۳۹۵؛ تیرگر و آقاری، ۱۳۹۲؛ تیرگر و یدالله پور، ۱۳۹۴؛ خوشخوی، ۱۳۹۴؛ رحمان پور، نصر اصفهانی، سیادت، ۱۳۹۴؛ ذاکری و اسدی، ۱۳۹۵).

فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی به‌عنوان مهم‌ترین عامل تحقق اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموزان به‌عنوان آینده‌سازان جامعه اسلامی ضروری است. از آنجایی که معمولاً خانواده‌ها تربیت فرزندان خود را به آموزش و پرورش واگذار نموده‌اند (رهنمایی، ۱۳۸۱، ص ۲۴۵) و وضعیت کنونی خانواده‌های جامعه اسلامی ما گویای این مطلب است که کمتر کوششی در زمینه تربیت فرزندان خود انجام می‌دهند (سالم، ۱۳۹۰، ص ۱۲۸) و متأسفانه پرداختن به مشکلات زندگی و تلاش برای رفاه و لذت بیشتر، بسیاری از والدین را از وظایف مهم تربیتی دور کرده است (بیاری، چراغی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۷) و از طرف دیگر، رسانه ملی نیز نتوانسته تأثیرگذاری لازم را در ترویج مصرف کالاهای داخلی داشته باشد (حسین زاده، نیازی، شفائی مقدم، ۱۳۹۴) و با توجه با پژوهش سبکتکین، جعفری و جعفری (۱۳۹۳) که موفقیت اقتصاد مقاومتی را به نهادینه شدن مؤلفه‌های آن در جامعه دانستند و نقش آموزش و پرورش را در نهادینه ساختن این نوع از سبک زندگی بسیار راهبردی مطرح نمودند. بر این اساس جهت‌گیری نظام آموزش و پرورش برای تربیت اقتصادی و فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی ضروری است. اساساً کارکرد نظام آموزشی آن است که کودکان، نوجوانان و جوانان یک کشور را متناسب با شرایط



و نیازهای تاریخی آن برهه تربیت کند. نظام آموزش و پرورش اغلب کشورهای پیشرفته، به منظور فرهنگ سازی در حوزه اقتصاد برنامه‌ها و اقداماتی را تحت عنوان «تربیت اقتصادی» مبتنی بر دیدگاه اقتصادی جامعه خود انجام می‌دهند (طغیانی، ۱۳۹۱). در کشور جمهوری اسلامی ایران نیز تربیت اقتصادی به منظور فرهنگ سازی اقتصاد مقاومتی ضروری است.

تربیت اقتصادی دانش‌آموزان را آماده می‌کند تا همگام با سیاست‌های اقتصادی کشور حرکت کنند و باعث بهبود وضعیت جامعه و پیشرفت کشور می‌شود و شکل‌گیری انتظارات و عکس‌العمل متناسب در برابر سیاست‌های اقتصادی از سوی مردم، مستلزم برخورداری عموم مردم جامعه از تربیت اقتصادی است. اگر دانش‌آموزان به عنوان آینده‌سازان جامعه که در آینده عهده‌دار مسئولیت‌های مختلف می‌شوند، از تربیت اقتصادی برخوردار نباشند و در شناخت و تحلیل جریانات و تحولات و وقایع اقتصادی کشور و همچنین برای تدبیر در زندگی فردی از توانایی لازم برخوردار نباشند، باعث ناتوانی آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مبتنی بر فرهنگ و مقتضیات ملی می‌شود و در نتیجه، چنین رفتاری بر رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه کشور تأثیرگذار است (همان). سیبر و همکاران^۱ (۲۰۱۲) اذعان نموده‌اند که تربیت اقتصادی به عنوان بخشی از آموزش عمومی، دانش‌آموزان را برای زندگی فردی و برای مشارکت در جامعه و همچنین به لحاظ سیاسی دانش‌آموزان را برای کمک به جامعه توانمند می‌کند (به نقل از رملی و سیبر^۲، ۲۰۱۲، ص ۱۹۸). اهمیت تربیت اقتصادی در فرایند یادگیری و تجربه دانش‌آموزان به خوبی تأیید شده است و درک مناسب از اقتصاد، تأثیر سازنده‌ای در اعتقادات، نگرش‌ها و عقاید اجتماعی و سیاسی دارد (محمد^۳، ۲۰۰۷).

بر این اساس، توجه نظام آموزش و پرورش به تربیت اقتصادی دانش‌آموزان در جهت زمینه‌سازی برای انتخاب آگاهانه فرهنگ اقتصاد مقاومتی و شکل‌گیری ادراک صحیح دانش‌آموزان نسبت به اقتصاد مقاومتی ضروری است، زیرا دانش‌آموزان بر مبنای ادراک از اقتصاد مقاومتی به اقدام و عمل در این زمینه می‌پردازند، در همین زمینه استرابت و کارپینتر^۴ (۱۹۹۹) اذعان می‌دارند که ادراکات ما اساس عمل ما را تشکیل می‌دهد (به نقل از ادیب حاج باقری و دیگران، ۱۳۸۶، ص ۹۰). ادراک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی بیانگر وضعیت توجه نظام آموزش و پرورش به تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است و ادراک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی و تجربیات آن‌ها در

1. Seeber & et al
2. Remmele & Seeber
3. Muhammad
4. Straubert and carpenter



این زمینه، نتیجه اقداماتی است که نظام آموزش و پرورش در زمینه تربیت اقتصادی به منظور فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی انجام داده است.

با توجه به اهمیت فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموزان به‌عنوان آینده‌سازان جامعه به‌منظور شکل‌گیری ادراک صحیح از اقتصاد مقاومتی، آنچه در این پژوهش مهم به نظر رسید، این بود که وضعیت توجه نظام آموزش و پرورش به تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی چگونه است. به این منظور، به این پرداخته شد که دانش‌آموزان چه ادراکی از اقتصاد مقاومتی دارند؟

برای پاسخ به این سؤال، با استفاده از روش پدیدارشناسی^۱ که کانون توجه خود را بر تجارب زیسته و ادراک بشر قرار می‌دهد، با استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته به بررسی ادراک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی پرداخته می‌شود و سپس با تجزیه و تحلیل داده‌ها، مضامین (تم‌هایی) که بیانگر ادراک دانش‌آموزان نسبت به موضوع است، استخراج می‌شود. سپس در بستر پیشینه به بحث و نتیجه‌گیری از یافته‌ها پرداخته می‌شود و پیشنهادها ارائه می‌شود.

۲- ادبیات نظری و پیشینه موضوع

۲-۱- ادبیات نظری

۲-۱-۱- مفهوم اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی، رویکردی اقتصادی مبتنی بر مبانی دین مبین اسلام برای دستیابی به زندگی مطلوب اسلامی است. اقتصاد مقاومتی در حالتی فعال، بنای اقتصادی کشور را به‌گونه‌ای تنظیم می‌کند که تکانه‌های جهانی در آن اثر نگذارد (مقام معظم رهبری ۱۳۹۳/۱۱/۲۹) و با استحکام بنیه درونی اقتصاد (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳/۰۴/۱۶)، چه در شرایط تحریم، چه در شرایط غیر تحریم، بارور خواهد بود و حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی دارد (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۱/۰۵/۱۶) و با تکانه‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیر آمریکا زیور و نمی‌شود و متکی به مردم است. (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۳/۰۲/۱۰). عبدالملکی (۱۳۹۳) اذعان می‌دارد که اقتصاد مقاومتی، اقتصادی است که در شرایط دشواری، تهدید و دشمن، بتواند به هدف‌های خودش برسد.

۲-۱-۲- تفاوت اقتصاد مقاومتی با اقتصاد ریاضتی و تاب‌آوری اقتصاد

اقتصاد مقاومتی کاملاً با اقتصاد ریاضتی^۲ متفاوت است. اقتصاد ریاضتی، به طرحی گفته

1. Phenomenology

2. Austerity



می‌شود که دولت‌ها برای کاهش هزینه‌ها و رفع کسری بودجه، به کاهش و یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی، صرفه‌جویی در مخارج جاری کشور، کاهش هزینه‌های رفاهی و تعدیل کارمندها در بخش دولتی دست می‌زنند. این طرح که به‌منظور مقابله با کسری بودجه توسط برخی دولت‌ها انجام می‌شود، گاهی اوقات به افزایش میزان مالیات و افزایش دریافت وام‌ها و کمک‌های مالی خارجی می‌انجامد (سیفلو، ۱۳۹۳). با توجه به اینکه اقتصاد مقاومتی بر اساس رویکرد اسلامی است، در جوامع دیگر، به این شکل وجود ندارد، ولی مفهیمی مانند «انعطاف‌پذیری یا تاب‌آوری^۱ و ضد شکنندگی^۲ اقتصادی» مطرح است که بیانگر توجه کشورها به مقاوم‌سازی اقتصاد است. یکی از این مفاهیم انعطاف‌پذیری اقتصادی است که توانایی یک نهاد یا سیستم برای حفظ عملکرد (به‌عنوان مثال، ادامه تولید) در هنگامی که به تولید آن شوک وارد شده است. (رز، ۲۰۰۹). کریسترفسن^۳ و همکاران (۲۰۱۰) اذعان داشته‌اند که علاقه به مفهوم انعطاف‌پذیری در اقتصاد، در سال‌های اخیر با توجه به بحران‌های اقتصادی و زیست‌محیطی اخیر رشد کرده است (به نقل از برودبریج و ریکس^۴، ۲۰۱۴، ص ۴۲). انعطاف‌پذیری اقتصاد عبارت است از آنکه اقتصاد در برابر تکانه‌های خارجی و خطرناک خود را بازیابی کند و در برابر تأثیرات آن مقاومت کند (بریگوگلیو، پیچینو^۵، ۲۰۰۶، ص ۲). با توجه به این تعاریف، اقتصاد مقاومتی متفاوت با این مفاهیم است. در این مفاهیم اقتصاد حالت انفعالی دارد و اقتصاد این‌گونه در نظر گرفته می‌شود که هر موقع تکانه‌هایی بر اقتصاد وارد شد، در برابر آثار این تکانه‌ها بتواند مقاومت کند و به حالت قبلی خود بازگردد. ولی در اقتصاد مقاومتی، اقتصاد در حالتی انفعالی نیست که پس از وارد شدن تکانه‌ها خود را بازیابی کند. بلکه در حالتی فعال، بنای اقتصادی کشور را به‌گونه‌ای تنظیم می‌کند که تکانه‌های جهانی در آن اثر نگذارد و با استحکام بنیه درونی اقتصاد، چه در شرایط تحریم، چه در شرایط غیر تحریم، بارور خواهد بود و حتی در شرایط فشار هم رشد و شکوفایی دارد و با تکانه‌های جهانی، با سیاست‌های آمریکا و غیر آمریکا زیرورو نمی‌شود و متکی به مردم است.

در همین زمینه عبدالملکی (۱۳۹۳) اذعان می‌دارد که در اقتصاد متعارف، مفهیمی وجود دارد که مضمون «کلی» این مفاهیم با مفهوم «کلی» اقتصاد مقاومتی نزدیک است. مفاهیم تاب‌آوری و ضد شکنندگی، به این خاطر است که اقتصادها در مسیر

1. resilience
2. anti-fragility
3. Rose
4. Christopherson
5. Broadbridge & Raikes
6. Briguglio & Piccinino



خود با امواج و نوساناتی مواجه می‌شوند و باید بتوانند در مقابل این‌ها تاب بیاورند. اقتصادهای دنیا چون مبتنی بر لیبرالیسم و اومانیزم می‌باشند، هدفشان برآورده کردن حداکثر غرایض و امیال شخصی افراد است؛ اما در اقتصاد مقاومتی، هدف، برآورده شدن هدف‌ها اقتصادی مکتب اقتصادی اسلام و هدف‌ها اقتصادی انقلاب اسلامی یعنی استقلال اقتصادی، رفاه عمومی و پیشرفت اقتصادی است. اختلاف دیگر، نحوه رسیدن به این هدف‌ها است و مهم‌ترین تفاوت، در بُعد فرهنگ اقتصادی است. شالوده فرهنگی اقتصاد مقاومتی، عنصر جهاد اقتصادی است و این در مجموعه ادبیات اقتصاد متعارف، هیچ جایگاهی ندارد (به نقل از غفاری، ۱۳۹۳).

۲-۱-۳- ضرورت اقتصاد مقاومتی

اقتصاد مقاومتی به انقلاب اسلامی کمک می‌کند تا در مقابل اهداف اقتصادی سلطه، ایستادگی کند و ساختارهای اقتصادی موجود را تغییر دهد و انقلاب اسلامی را به‌عنوان یک الگوی برتر به جهانیان معرفی نماید (پیغامی، ۱۳۹۱). عمل به اقتصاد مقاومتی که الگوی اقتصادی بومی و علمی برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی است، راه شکست نظام سلطه است. اگر کشور از آن پیروی کند، نه تنها بر همه مشکلات اقتصادی فائق می‌آید و دشمن را که با تحمیل یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار در برابر این ملت بزرگ صفا آرایی کرده، به شکست و عقب‌نشینی وامی‌دارد، بلکه با حفظ دستاوردهای کشور، در زمینه‌های مختلف و تداوم پیشرفت و تحقق آرمان‌ها را محقق سازد و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد. (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲/۱۱/۲).

همچنان که مقام معظم رهبری فرموده‌اند، مبارزه اقتصادی با دشمنان اسلام و کشورهای قدرتمند جهان، تنها راه‌هایی از این وضعیت و رسیدن به فضای مطلوب است؛ زیرا آن‌ها هرروز برای تضعیف جوامع مسلمان برنامه‌ریزی می‌کنند تا از هر راهی که می‌توانند، جوامع اسلامی را عقب‌افتاده نگه‌دارند و زمینه رشد علمی و اقتصادی مسلمانان را از بین ببرند... در شرایط کنونی نیز دشمن در حال یک جنگ اقتصادی تمام‌عیار برای شکست و حذف انقلاب اسلامی از موازنه جهانی و تبدیل انقلاب اسلامی به یک پدیده منفعل در مقابل غرب است. (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۱/۱) و از حدود زمستان سال ۹۰، به یک جنگ تمام‌عیار اقتصادی تبدیل شد، نه مسئله هسته‌ای، نه مسئله حقوق بشر و نه مسائل دیگری از این قبیل است؛ علت، استقلال‌خواهی ملت ایران است؛ علت، داشتن یک حرف نو بر پایه مبانی اسلام است که برای کشورهای دیگر و ملت‌های مسلمان الگو خواهد شد (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۰۶/۱۶) دشمنی آمریکا با ملت ایران و نظام اسلامی واضح است و ادامه تهدیدهای مکرر آمریکایی‌ها



و تلاش بی‌وقفه آن‌ها برای جلوگیری از بهره‌مندی ایران از نتایج برجام، تهدید به تحریم‌های دیگر، از نشانه‌های آشکار آن است (مقام معظم رهبری، ۲۰ / ۱۱ / ۱۳۹۲). همه این تلاش‌ها برای این است که سلطه به این کشور برگردد. (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۰۶/۱۶) لزوم دوری از سلطه‌پذیری، ضرورت استقلال اقتصادی و عزتمندی کشور اتخاذ رویکرد اقتصاد مقاومتی را ضروری می‌سازد. اقتصاد مقاومتی نه تنها اقتضای ایمان در مبارزه اقتصادی با دشمنان اسلام به منظور مقابله با نظام سلطه و تزلزل ساختار سلطه‌گر - سلطه‌پذیر و درنهایت نابودی نظام سلطه است، بلکه باعث رونق اقتصادی کشور و راه پیشرفت همه‌جانبه جامعه اسلامی است (ادیب و همکاران، ۱۳۹۵).

مسلمانان باید از طریق اقتصاد مقاومتی قدرتمند شوند و با تسلط بر امکانات قدرت و ثروت، مانع از گسترش فساد و عامل اصلاح در زمین شوند و ساختار سلطه‌گر - سلطه‌پذیر را تغییر دهند تا هم مستضعفان را از سلطه مستکبران بیرون آورند و هم شالوده‌های سلطه‌گری را متزلزل کنند و زمینه را برای ظهور امام زمان (عج الله تعالی فرجه الشریف) و استقرار حکومت مستضعفان فراهم نمایند (مظاهری سیف، ۱۳۸۹). اقتصاد مقاومتی برای جهان اسلام الهام‌بخش و کارآمد است و موفقیت کشور در اقتصاد مقاومتی، زمینه‌ای می‌شود برای اینکه دیگر کشورها نیز این رویکرد را اتخاذ کنند. بر این اساس، اتخاذ راهبرد اقتصاد مقاومتی برای کشور ضروری است.

۲-۱-۴- اهمیت فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی

بانگاهی گذرا به رفتارهای اقتصادی مردم جامعه، رفتارهای اقتصادی غلط مشهود است. این رفتارهای اقتصادی بر همه فعالیت‌های اقتصادی جامعه آثار سوء دارد. بسیاری از اوقات اسراف یک عده باعث رسیدن ضرر به دیگران می‌شود؛ افزایش مصرف، بهره‌گیری از منابع بیشتر را به دنبال دارد و زمینه سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد. در نتیجه، افزایش مصرف و کاهش سرمایه‌گذاری، فقر و رکود را به دنبال خواهد داشت. از این رو وظیفه الگوی صحیح مصرف را می‌توان شناسایی نیازهای واقعی، رعایت اعتدال و صرفه‌جویی در بهره‌برداری از امکانات و منابع دانست (خلیلیان، ۱۳۸۲). چون اسراف پرداختن به نیازهای کاذب انسان است، باعث می‌شود که انسان در رفع نیازهای اساسی دچار مشکل شود و موجب افتادن در ورطه مصرف‌گرایی می‌شود که این باعث می‌شود تا قسمت عمده درآمد افراد جامعه به جای پس‌انداز، هزینه شود و به کاهش سرمایه‌گذاری منجر گردد. پیامد این مسئله در آینده، کاهش تولید و فقر اقتصادی است (دلاور، ۱۳۹۰)؛ بنابراین، اصلاح الگوی مصرف اهمیت ویژه‌ای دارد زیرا مصرف، تولید را جهت می‌دهد. البته اصلاح الگوی مصرف، به معنای مصرف نکردن



و ریاضت نیست، بلکه مصرف منابع در حد اعتدال آن هاست. یکی دیگر از رفتارهای غلط اقتصادی، استفاده از کالاهای خارجی است که مشابه آن در داخل کشور تولید می‌شود، نتیجه این رفتار کم رونقی و توقف واحدهای تولیدی داخلی است و به دنبال آن منجر به افزایش بیکاری که از عوامل مهم بروز مشکلات اجتماعی و بیماری‌های جسمی و روانی است، می‌شود و میزان ارتکاب جرائم اجتماعی را افزایش می‌دهد (حکمت‌نیا، افشانی، ۱۳۸۹). ما باید کالای ایرانی را به کالای خارجی ترجیح بدهیم، زیرا استفاده از تولیدات خارجی، موجب وابستگی به تولیدات خارجی و ضربه به استقلال اقتصادی و عزت کشور و آسیب‌های همراه با این وابستگی، از جمله تهاجم فرهنگی می‌شود. اساساً نظام اقتصاد سرمایه‌داری به سردمداری آمریکا به دنبال این است که کشورهای اسلامی مصرف‌کننده محض تولیدات آن‌ها باشند و از طریق رسانه‌هایی که در اختیار دارند، به ایجاد احساس نیاز کاذب و روحیه مصرف‌گرایی و اسراف می‌پردازند تا از طریق وابستگی اقتصادی، به استعمار و سلطه‌گری در کشورها بپردازند. استفاده از تولیدات داخلی باعث افزایش تولید داخل و رونق اقتصادی می‌شود و در نتیجه باعث کاهش نرخ بیکاری که اصلی‌ترین چالش پیش روی کشور است و پیامدهای نامطلوب آن تمام بخش‌های جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد، می‌شود (اصغری، ۱۳۹۲). در این زمینه توجه به فرهنگ‌سازی مصرف کالای تولید داخلی در برنامه‌های درسی نظام آموزش و پرورش ضروری است. در مدارس کره جنوبی دانش‌آموزان کسانی را که شکلات خارجی مصرف کنند، نام دانش‌آموز رادر تابلو اعلانات مدرسه می‌نویسند و خائن به میهن می‌نامند (پیغامی، ۱۳۹۴، ص ۸۴). با توجه به این مباحث، فرهنگ‌سازی اهمیت و ضرورت مصرف تولیدات داخلی و حمایت از تولید ملی، اصلاح الگوی مصرف و مدیریت صحیح مصرف و فرهنگ‌سازی سایر مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، از طریق تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی ضروری است.

۲-۱-۵- مفهوم تربیت اقتصادی در سایر کشورها و تربیت اقتصادی در کشور جمهوری اسلامی ایران

در جمهوری اسلامی ایران هدف غایی نظام آموزش و پرورش «دستیابی متربی به مراتبی از قرب الی الله، خلافت الهی، عبودیت خدا و حیات طیبه» است. بر این اساس جهت‌گیری همه اقدامات نظام برنامه‌ریزی درسی آموزش و پرورش به منظور تحقق این هدف غایی است و دستیابی دانش‌آموزان به حیات طیبه جایگاه ویژه‌ای در نظام آموزش و پرورش دارد. حیات طیبه مفهومی یکپارچه و کلی، ولی دربردارنده شئون متعددی است. یکی از شئون حیات طیبه، شأن اقتصادی و حرفه‌ای است که تحقق



اهداف این شأن از حیات طیبه، مستلزم تربیت اقتصادی دانش‌آموزان است. با توجه به شرایط و نیازهای حال و آینده جامعه ما، اقتصاد مقاومتی نسخه روز اقتصاد اسلامی و برگرفته از آن است، بنابراین جهت تحقق اهداف شأن اقتصادی و حرفه‌ای حیات طیبه، باید تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی مورد توجه قرار گیرد. در سند مبانی نظری تحول بنیادین، در تعریف تربیت اقتصادی این‌گونه بیان شده است که تربیت اقتصادی، ناظر به آماده‌سازی متربیان در مسیر تحقق شأن اقتصادی و حرفه‌ای حیات طیبه است (۱۳۹۰، ص ۴۳۳). بر این اساس، تربیت اقتصادی فرایند زمینه‌سازی برای انتخاب آگاهانه فرهنگ اقتصادی مبتنی بر دیدگاه اقتصادی و تربیتی جامعه است که بستر دستیابی به حیات طیبه است. با توجه به اینکه دیدگاه اقتصادی و تربیتی جامعه، اقتصاد مقاومتی است؛ تربیت اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران باید مبتنی بر اقتصاد مقاومتی باشد و بنابراین، منظور از تربیت اقتصادی مبتنی بر رویکرد اقتصادی جمهوری اسلامی ایران، تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است که عبارت است از فرایند زمینه‌سازی برای انتخاب آگاهانه فرهنگ اقتصاد مقاومتی، جهت تحقق شأن اقتصادی حیات طیبه. تعریفی که سایر کشورها از تربیت اقتصادی دارند با تعریفی که از تربیت اقتصادی در کشور جمهوری اسلامی ایران مطرح است، متفاوت است؛ به‌طور خلاصه، تعریف تربیت اقتصادی در غرب در چارچوب رویکرد اقتصاد متعارف است، ولی تعریف تربیت اقتصادی در جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است.

بنابراین فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی از طریق تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی ضروری است و تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی بستر ساز در دستیابی دانش‌آموزان به حیات طیبه است و تحقق شأن اقتصادی حیات طیبه، منوط به تربیت اقتصادی دانش‌آموزان مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است. از طرفی نیز، دستیابی به اقتصاد مقاومتی نیازمند فرهنگ‌سازی آن از طریق تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی است، بنابراین رابطه همسویی بین تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی و دستیابی به هدف غایی آموزش و پرورش برقرار است و این دو لازم و ملزوم یکدیگر هستند.

۲-۲- پیشینه موضوع پژوهش

پژوهش‌های انجام‌شده و تألیف کتاب در مورد تربیت اقتصادی بسیار کم است و بیشتر به تبیین مؤلفه‌های تربیت اقتصادی بدون توجه به اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند و یک مورد هم به بحث رابطه مبانی برنامه درسی ملی با اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند. پژوهش‌هایی که مرتبط با موضوع فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی هستند شامل: پژوهش‌هایی که به



تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی و بررسی عوامل گرایش به مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی و میزان آن در جامعه پرداخته‌اند و پژوهش‌هایی که به بررسی مباحث مرتبط با اقتصاد مقاومتی در ارتباط با دانش‌آموزان پرداخته‌اند که این پژوهش‌ها به دودسته تقسیم می‌شود: پژوهش‌هایی که به بررسی میزان توجه کتاب‌های درسی به مؤلفه‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند و دسته دیگر پژوهش‌هایی که عوامل گرایش دانش‌آموزان به مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند. دو پژوهش نیز به بررسی ارتباط درک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی و گرایش به مصرف بهینه و استفاده از کالای داخلی با استفاده از روش آزمایشی پرداخته‌اند. در ادامه خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش در جدول شماره ۱ ارائه می‌شود.

با جستجو در کتابخانه‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی و مرور پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تربیت اقتصادی و فرهنگ‌سازی اقتصادی مقاومتی مشخص شد که در هیچ‌یک از پژوهش‌ها، به بررسی ادراک و تجربیات دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی به‌منظور تشخیص وضعیت توجه نظام آموزش و پرورش به تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی نپرداخته‌اند.

جدول شماره ۱- پژوهش‌های انجام‌شده در مورد تربیت اقتصادی و فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی

نویسندگان (سال) - روش	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
حسین زاده، نیازی، شغائی مقدم (۱۳۹۴) پیمایشی	بررسی عوامل مؤثر بر میزان تمایل مصرف‌کنندگان به مصرف محصولات داخلی	متغیر هویت ملی با حجم اثر در حد متوسط در رتبه اول، رضایت از کالای خارجی در رتبه دوم و متغیرهای رضایت از کالای داخلی و تبلیغات تلویزیونی به ترتیب با حجم اثر کم در رتبه‌های بعدی قرار دارند. تبلیغات تلویزیونی دارای اهمیت، ولی نتوانسته تأثیر بالایی بر ترویج مصرف کالاهای داخلی داشته باشد.
قنبری، رشادی، محبی، حیدرخانی (۱۳۹۵) پیمایشی	بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی در نواحی شهری و روستایی گیلان غرب	به جز متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی، بین تمامی متغیرهای استفاده از رسانه‌های داخلی، اعتماد اجتماعی، دین‌داری، سن، جنس و وضعیت تأهل با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی ارتباط معناداری وجود دارد.
رحمان پور، نصر اصفهانی، سیادت، (۱۳۹۴) تحلیل محتوا	بررسی رابطه مبانی و اصول برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران با مضامین اقتصاد مقاومتی	مضامین برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران دارای دلالت‌ها و همپوشی‌های مناسبی برای تحقق مضامین اقتصاد مقاومتی در ابعاد گوناگون است.



نویسندگان (سال - روش)	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
انصاری (۱۳۹۳) تحلیل محتوا	ارزشیابی چگونگی بازتاب آسیب‌های مربوط به الگوهای مصرف و تولید در کتاب‌های درسی برگزیده پایه‌های ششم و هفتم	در کتاب‌های درسی پایه‌های ششم و هفتم از مجموع هفت مؤلفه «آسیب‌های الگوی مصرف»، تنها به سه مؤلفه اشاره شده. از ظرفیت کتاب‌های هدیه‌های آسمانی، فارسی، تفکر و پژوهش و کار و فناوری استفاده نشده. در بخش آسیب‌های الگوهای تولید نیز از هفت کتاب پایه ششم تنها به مؤلفه «بهره‌وری پایین» و در پایه هفتم، به مؤلفه «بی‌تناسبی رشد واردات با رشد تولید» در قالب یک پرسش، اشاره شده؛ در نتیجه متون مرتبط با «آسیب‌های الگوی مصرف و تولید»، سازگاری اندکی با محتوای کتاب‌های درسی منتخب دارند.
جانقلی (۱۳۹۴) آزمایشی	بررسی رابطه علی ادراک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی، ارزیابی شناختی و استفاده از کالای تولیدشده ایرانی	اقتصاد مقاومتی از طریق تأثیرگذاری بر باورها، باور ظرفیتی تلاش بر جهت‌گیری مصرف بهینه تأثیر دارد و بین ادراک جوانان از اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی و ارزیابی شناختی و استفاده از کالای تولید داخلی رابطه وجود دارد.
بهارلو، الیاسی، کمرئی (۱۳۹۴) آزمایشی	حاضر بررسی رابطه علی بین ادراک نوجوانان از اقتصاد مقاومتی، ارزیابی شناختی جهت‌گیری مصرف بهینه	اقتصاد مقاومتی از طریق تأثیرگذاری بر باورها، باور ظرفیتی تلاش بر جهت‌گیری مصرف بهینه تأثیر دارد و بین ادراک نوجوانان از اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی و ارزیابی شناختی و جهت‌گیری مصرف کالا رابطه وجود دارد.
موسی زاده، عظیم زاده اردبیلی، صنعتی (۱۳۹۴) تحلیلی	تبیین مؤلفه‌های تربیت اقتصادی در حوزه توزیع بر اساس آموزه‌های اسلامی	مؤلفه‌ها در حوزه توزیع در سه مقوله هدف توزیع، ابزارهای مالی توزیع و آسیب‌شناسی توزیع ثروت به همراه زیر مقوله‌هایشان قابل طبقه‌بندی است: ذیل مقوله هدف توزیع، زیر مقوله برقراری عدالت؛ ذیل مقوله ابزارهای مالی توزیع، زیر مقوله‌های انفاق، قرض، زکات و خمس؛ و ذیل مقوله آسیب‌شناسی توزیع ثروت زیر مقوله مفاسد اقتصادی
طغیانی (۱۳۹۱) نظریه برخاسته از داده‌ها	استخراج مؤلفه‌های کلیدی و اهداف آموزشی تربیت اقتصادی	استخراج مؤلفه‌های تربیت اقتصادی
اخوان، ایمانی و نبی زاده (۱۳۹۵) روش دیمتلفازی	تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در کشور	مؤلفه فرهنگ مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عامل برای تحقق اقتصاد مقاومتی است و پیش از هر فعالیتی در جهت اقتصاد مقاومتی، ابتدا باید به‌صورت عمیق مقوله فرهنگ را مورد واکاوی قرار داد. مواردی مانند عوامل اجتماعی، حمایتی، فرهنگی، انسانی، دولتی و سیاسی، فناوری (نرم و سخت) و اقتصادی از عوامل ضروری برای تحقق اقتصاد مقاومتی است.



نویسندگان (سال) - روش	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
ربیعی و محبی (۱۳۸۸) محتوا کمی و کیفی	محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی تا چه میزان به سازه الگوی مصرف و مؤلفه‌های آن توجه کرده است.	بیشترین فراوانی مؤلفه‌های الگوی مصرف در کتاب‌های دوره ابتدایی مربوط به کتاب علوم تجربی و کمترین فراوانی مربوط به کتاب مدنی است. در بین پایه‌ها بیشترین فراوانی در پایه پنجم و کمترین در پایه اول و سوم. مؤلفه آب بیشترین فراوانی و مؤلفه البسه کمترین فراوانی.
تیرگر، پدالله پور- آزمایشی	ترسیم وضعیت آگاهی، نگرش و عملکرد گروهی از کارکنان دانشگاهی در خصوص اقتصاد مقاومتی و مقایسه وضعیت موجود با مقطع زمانی دیگری در گذشته	۱۱۵ تن از کارکنان واژه اقتصاد مقاومتی را شنیده و به همین تعداد در قبال آن احساس مسئولیت می‌کرده‌اند. از این تعداد، ۸۴ نفر نیز به ادعای خود اقداماتی هرچند کوچک انجام داده بودند. البته اگر مطالعه در زمینه اقتصادی مقاومتی را نیز اقدامی در راستای اقتصاد مقاومتی قلمداد نماییم، ۵۵ نفر (۴۳٪) از شرکت‌کنندگان مبادرت به مطالعاتی در خصوص این موضوع را گزارش کردند. با توجه به جایگاه ویژه دانشگاه و دانشگاهیان، این نسبت راضی‌کننده نبوده و ضروری است تا در جهت بهبود آن کوشید. وضعیتی به مراتب بهتر مورد انتظار است.
تیرگر، آقاری (۱۳۹۲) پیمایشی	میزان آگاهی، نگرش و عملکرد شهروندان و دانشگاهیان از اقتصاد مقاومتی	تفاوت فراوانی گروه‌های مورد بررسی با یکدیگر و گروه‌های مذکور علی‌رغم اطلاع از طرح چنین سیاستی در سطح جامعه از اقدامات و رفتارهایی که به اقتضای این سیاست باید در پیش گرفته شود، آگاه نبودند.
خوشخوی (۱۳۹۴) تحلیلی	شناسایی و اولویت‌بندی مؤلفه‌های اقتصادی و فرهنگی مؤثر بر بهبود کارایی مصرف انرژی در بخش خانوار	سیاست‌های اقتصادی (چه از نوع قیمتی و چه غیر قیمتی) از تأثیر قابل قبولی در جهت بهبود و اصلاح رفتار مصرفی انرژی در بخش خانوار برخوردار نیست و رابطه ضعیفی بین این دسته از مؤلفه‌ها و رفتار مصرف انرژی در جامعه ایران دیده شده است. در نقطه مقابل، باورها و هنجارهای اجتماعی و ملی تأثیر بسزایی را بر رفتار مصرفی دارد و تأثیر بالقوه ارزش‌های دینی و اخلاقی بر باورها و هنجارهای اجتماعی و ملی نیز به اثبات رسید.
انصاری (۱۳۹۵) کمی و کیفی	عناوین و ترتیب اولویت راهبردها، سیاست‌ها و اقدام‌های مرتبط با پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش از نظر خبرگان، صاحب‌نظران و متصدیان کدام‌اند؟	راهبردهای گسترش مشارکت و سهم آموزش و پرورش در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و تخفیف نابرابری در توزیع درآمد، افزایش کارایی و بهره‌وری در تولید و ارائه خدمات آموزشی و برابری دسترسی به فرصت‌های آموزشی و بهره‌مندی از آموزش، به ترتیب دارای اولویت هستند.



نویسندگان (سال) - روش	اهداف و یا سوالات اصلی	مهم ترین یافته‌ها
سبکتکین، جعفری و جعفری (۱۳۹۳)	بررسی عوامل مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی	میزان گرایش دانش‌آموزان به سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی با متغیرهای استفاده از رسانه، میزان مصرف‌گرایی خانواده، جامعه‌پذیری دینی، اهتمام مدرسه به فرهنگ اقتصاد مقاومتی و شخصیت اجتماعی پیشرفته همبستگی معنادار دارد.
پیغامی، طغیانی (۱۳۹۵) توصیفی	مجموعه دوجلدی تعلیم و تربیت اقتصادی	جلد اول به بررسی کلیات و گستره موضوع «تربیت اقتصادی در غرب» تربیت اقتصادی در تمدن اسلامی «ساحت تربیت اقتصادی در دانش تعلیم و تربیت» تربیت اقتصادی در منابع اصیل دینی و سرانجام تحلیل استانداردهای ملی تربیت اقتصادی در آمریکا پرداخته شده است. جلد دوم به بررسی الگویی پیشنهادی برای جمهوری اسلامی ایران پرداخته شده است که به تعریف سواد اقتصادی و حرفه‌ای به‌عنوان یکی از انواع سواد لازم برای جامعه و توجه به اهمیت تدوین چارچوب محتوایی این نوع سواد پرداخته و سواد اقتصادی را در شکل‌گیری تفکر و سپس رفتارهای متناسب در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی ضروری دانسته است.

۳- روش تحقیق

روش پدیدارشناسی، پدیده‌های تعلیم و تربیت را به‌نحوی که متصدیان آن، همچون والدین، معلمان، تأمین‌کنندگان مالی و دانش‌آموزان، آن‌ها را درک می‌کنند، توصیف می‌کند (باقری و دیگران، ۱۳۸۹، ص ۲۸۷) و به شناخت از وضعیت حال زندگی کودکان و درک از واقعیت تجربه زیسته در مدرسه و برنامه درسی کمک می‌کند (ون من^۱، ۱۹۸۲، ص ۱۰۳) و روشی برای فهم موقعیت‌های اجتماعی و تجارب زیسته است (پاسکال^۲، ۲۰۱۰) که هدف اصلی آن آشکار ساختن معانی پنهان برنامه درسی اجراشده در نظام‌های ارزشی مختلف است (اسنیوما^۳، ۱۹۸۶، ص ۲۷). در پدیدارشناسی، پژوهشگر علاقه‌مند به فهم پدیده‌های اجتماعی و روانشناسی از دیدگاه مصاحبه‌شونده‌ها است (ولمن و کرگر^۴، ۱۹۹۹، به نقل از گرینیولد^۵، ۲۰۰۴، ص ۲) و پژوهشگر به‌عنوان بخشی از مطالعه محسوب می‌شود و به بطن موقعیت‌های واقعی در زندگی افراد توجه می‌کند (بنگسون^۶ به نقل از لندل، ۲۰۱۰، ص ۱۰). هدف اساسی تحقیق پدیدارشناسی این

1. Van Manen
2. Pascal
3. Asanuma
4. Welman and Kruger
5. Groenewald
6. Bengtsson



است که جزئیات کاملاً توصیفی را در اختیار محقق قرار دهد تا مشخص سازد که این افراد چه درکی از پدیده مورد نظر دارند.

۳-۱- مراحل گردآوری داده‌ها

با توجه به ویژگی‌های دانش‌آموزان و اهداف تحصیلی دوره‌های تحصیلی ابتدایی و متوسطه اول، دانش‌آموزان این دو دوره مورد توجه قرار گرفتند و به بررسی ادراک و تجارب زیسته فارغ‌التحصیلان دوره متوسطه اول از اقتصاد مقاومتی، با استفاده از روش پدیدارشناسی پرداخته شد و از مصاحبه که بهترین روش برای ورود به دنیای تجربیات انسان‌ها است (ون منن، ۲۰۰۶، ص ۱۲۴) استفاده شد. در این روش، به عقیده واندرمش (۲۰۰۴) دسترسی به تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان، به‌طور عمده از طریق استفاده از مصاحبه نیمه ساختاریافته حاصل می‌شود. بر این اساس، مصاحبه با پژوهشیده‌ها با استفاده از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته صورت گرفت.

در این پژوهش، دانش‌آموزانی از شهرستان اصفهان که فارغ‌التحصیل دوره متوسطه اول بودند، مورد پژوهش قرار گرفتند و با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع حاشیه‌ای، دانش‌آموزانی که از لحاظ علمی در سطح بالا و دانش‌آموزانی که از لحاظ علمی در سطح پایینی بودند، انتخاب شدند. نحوه تشخیص اینکه دانش‌آموزان از لحاظ علمی در کدام سطح هستند، از طریق بررسی وضعیت علمی آن‌ها بود. پس از اشباع داده‌ها، تعداد شرکت‌کنندگان به ۲۵ نفر رسید. اشباع داده‌ها زمانی بود که مشخص شد، داده‌های که جمع‌آوری می‌شود، تکرار داده‌های است که در مصاحبه‌های قبلی به‌دست آمده است و با انجام مصاحبه‌های دیگر، اطلاعات جدیدی حاصل نمی‌گردد. مدت مصاحبه‌ها بین ۴۰ تا ۵۰ دقیقه و تعداد جلسات برای هر نفر ۲ جلسه بود.

مصاحبه‌کننده قبل از شروع مصاحبه با مطالعه در این زمینه، بر ادبیات موضوع تسلط پیدا کرد و تعدادی سؤال قبل از مصاحبه تعیین و دیگر آمادگی‌های لازم کسب گردید، سپس دو مصاحبه‌آزمایشی انجام شد. قبل از شروع مصاحبه، به‌منظور رعایت ملاحظات اخلاقی، رضایت آگاهانه مصاحبه‌شونده‌ها کسب گردید و محرمانه ماندن مشخصات آن‌ها مورد تأکید قرار گرفت و بابیان اینکه هدف از مصاحبه، سنجش اطلاعات نیست و این پژوهش هیچ‌گونه ارتباطی به آموزش و پرورش و دیگر سازمان‌های دولتی ندارد و تنها یک گفتگوی دوستانه است، اعتماد مصاحبه‌شونده جلب شد تا بتوانند آزادانه و صادقانه، ادراک خود را بیان نمایند و درنهایت، آمادگی لازم برای شروع جلسات مصاحبه در یک ارتباط دوستانه حاصل می‌گردید و مصاحبه‌ها شروع می‌شد.



۳-۲- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

چنانچه لوپ ونگ^۱ (۲۰۰۸) اذعان داشته است، فرایند تحلیل داده‌های کیفی شامل کدگذاری و طبقه‌بندی داده‌ها است و مهم‌ترین مرحله از تحلیل داده‌های کیفی به شمار می‌رود. پس از اولین مصاحبه، مصاحبه‌ها به دقت گوش داده شد و همه صحبت‌های مصاحبه‌شونده به متن تبدیل شد، به این منظور مصاحبه‌ها چندین بار مرور شد تا متن کامل مصاحبه‌ها عیناً بر روی کاغذ پیاده‌سازی شود. هم‌زمان با گردآوری داده‌ها، با استفاده از روش اسمیت^۲ داده‌های پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت؛ بدین صورت که پس از پیاده‌سازی کامل مصاحبه‌ها بر روی کاغذ، همه مصاحبه‌ها به صورت خط به خط کدگذاری و کدهای اساسی شناسایی شد. پس از کدگذاری، مضامینی که مشخص‌کننده هر یک از بخش‌های متن بود، تعیین و یک برچسب یا عنوان به آن تعلق گرفت. در مرحله بعد، عناوین مشترک در یک خوشه اصلی دسته‌بندی شد تا به تجزیه و تحلیل داده‌ها و به تم‌های استخراج‌شده، سازمان داده شود. در مرحله بعد، یک جدول خلاصه‌سازی از مضامین سازمان‌دهی شده تهیه شد. نقل‌قول‌هایی که نشانگر هر یک از مضامین بودند و نیز سایر نقل‌قول‌ها از متن مصاحبه استخراج و در جدول جاگذاری شدند (ادیب حاج باقری و دیگران، ۱۳۸۶، ص ۹۹-۹۸). پس از تجزیه و تحلیل داده‌ها، تلفیق داده‌ها انجام شد. جهت تلفیق داده‌ها با یکدیگر جدول خلاصه‌سازی که برای همان شرکت‌کننده تهیه شده بود، در تجزیه و تحلیل داده‌های بعدی از آن استفاده شد و از این جدول برای کدگذاری سایر مصاحبه‌ها استفاده شد و مضامین اصلی و فرعی جدید نیز به این جدول اضافه شدند، مضامین به صورت پیش‌رونده و در طول زمان تلفیق شد و این کار با تجزیه و تحلیل آخرین متن مصاحبه به پایان رسید.

۳-۳- بررسی اعتبار، انتقال، قابلیت اعتماد و تأیید یافته‌ها

گاباولینکلن^۳ برای پژوهش کیفی معیارهای اعتباراً را معادل روایی درونی^۴؛ انتقال^۵ را معادل روایی بیرونی^۶؛ اعتماداً را معادل پایایی^۷ و تأیید^۸ را معادل عینیت^۹ در

1. lop wong
2. esmit
3. Guba & Lincoln
4. Credibility
5. Internal validity
6. Transferability
7. External validity
8. Dependability
9. Reliability
10. Confirmability
11. Objectivity



پژوهش‌های کمی می‌دانند (به نقل از نوری و مهرمحمدی، ۱۳۹۰، ص ۳۰-۲۳).

در ادامه ضمن بررسی هر یک از این معیارها، اقداماتی که در این پژوهش در این راستا انجام شده است، ارائه می‌گردد:

الف- اعتبار. در پژوهش کیفی اصولاً هدف از بررسی روایی، دقت و استحکام آن است که اطمینان حاصل شود که پژوهش دقیقاً بیانگر تجربیات شرکت‌کنندگان در تحقیق است (استرابت و کارپنتر، ۱۹۹۹، نقل شده در ادیب حاج باقری و دیگران، ۱۳۸۶، ص ۵۶). در پژوهش کیفی، اعتبار معادل روایی درونی در پژوهش کمی است و بر مبنای معیار اعتبار به این امر پرداخته می‌شود که آیا بین شیوه ادراک واقعی شرکت‌کنندگان در پژوهش و گزارش پژوهشگر همخوانی وجود دارد؟

در این راستا پس از کدگذاری داده‌ها، متن مصاحبه‌ها و تم‌های استخراج شده به مصاحبه‌شونده‌ها عرضه گردید و صحت مطالب و این‌همانی نتایج توسط مصاحبه‌شونده‌ها تأیید شد.

ب- انتقال. در پژوهش کیفی، انتقال معادل روایی بیرونی در پژوهش کمی است. در پژوهش کیفی، انتقال به معنای آن است که بین گزارش پژوهش و بافتی که مطالعه در آن صورت گرفته چه میزان شباهت وجود دارد.

به این منظور، با بررسی موردهای چندگانه در شهرستان اصفهان این معیار بررسی و از شرکت‌کنندگان متعلق به مدارس متفاوت استفاده شد.

ج- اعتماد. در پژوهش کیفی، اعتماد معادل پایایی در پژوهش کمی است. در پژوهش کیفی، انتظار تغییر امری پذیرفته شده است، اما باید ردیابی و بازنگری شود. از این رو، در پژوهش کیفی اعتماد به معنای اطمینان حاصل کردن از ثبات نسبی فرایند دستیابی به نتایج است، نه ثبات نتایج به دست آمده در طول زمان و مکان.

به این منظور فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها به طور دقیق توصیف و بعد از کدگذاری داده‌ها، مجدداً به متن مصاحبه‌ها مراجعه و کدگذاری تحت نظر اساتید انجام و با کدگذاری اولیه مقایسه شد و کدها مورد تأیید قرار گرفت.

د- تأیید. در پژوهش کیفی، تأیید معادل عینیت در پژوهش کمی است. در پژوهش کیفی تأیید به این معناست که داده‌ها و تفسیر آن‌ها ساخته تخیلات شخصی پژوهشگر نباشند، بلکه داده‌های به دست آمده منطبق با منابع و منطق تفسیر آن‌ها روشن باشد. به این منظور در این پژوهش سعی شد که پژوهشگران پیش فرض‌های خود را در روند جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل آن‌ها دخالت ندهند.

ه- اصالت. اصالت به معنای ارائه و بازنمایی منصفانه و بی‌طرفانه همه دیدگاه‌ها،



ارزش‌ها و ایده‌ها و انعکاس آن‌ها بدون غرض‌ورزی است. در این مورد، همه مراحل پژوهش به‌دقت انجام و از کدگذار دوم هم استفاده شد و توافق بسیار زیادی میان کدهای هر دو کدگذار مشاهده شد.

۳-۴- ارائه نمونه از چگونگی تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای روشن شدن چگونگی تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش اسمیت، به‌عنوان نمونه مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها بر روی داده‌های حاصل از یک شرکت‌کننده در تحقیق ارائه می‌شود. مرحله اول تجزیه و تحلیل داده‌ها که مواجهه اولیه با داده‌ها است در جدول شماره ۲. ارائه شده است. به این منظور، در ابتدا با غوطه‌ور شدن در داده‌ها و بازخوانی مکرر داده‌ها، بر چسب‌ها یا عناوین توصیفی که منعکس‌کننده افکار اولیه و تداعی‌کننده آن بود، در حاشیه سمت چپ متن کدگذاری شد.

جدول ۲. نمونه‌ای از مرحله اول تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از یک نفر از شرکت‌کنندگان و مواجهه اولیه با داده‌ها

اداره زندگی با پول کم مدارا با درآمد کم تحمل پیشرفت خودکفایی سلطه‌گری اهمیت کیفیت ترجیح کالای خارجی مصرف کالای خارجی شعار عدم اقدام عدم اقدام اقدام در آینده بی تأثیری وظیفه قشر قوی	اقتصاد مقاومتی این است که با پول کم بتوانیم زندگی موندگار را به‌خوبی اداره کنیم زیاد کار کنیم، پول کم به دست بیاریم، ولی ناامید نشیم. بتونیم باهمان مقدار درآمد، مدارا کنیم تا مشکل مملکت و اقتصاد جامعه رفع بشه. چون ما الآن تحریم داریم، باید تحمل کنیم و صبر داشته باشیم. اقتصاد مقاومتی اینه که پیشرفت داشته باشیم. اینه که بتونیم هر چیزی که نیاز کشور است، تولید کنیم. کشورهای سلطه‌گر منافع نیاز دارند و هر کاری می‌کند که دیگه کشورها را محتاج خودشون کنند و به منافعشون برسند و دیگر کشورها را نابود کنند، به خاطر همین باید اقتصاد مقاومتی داشته باشیم. ما می‌گوییم اقتصاد مقاومتی، ولی آیا کالاها باهمان کیفیت خارجی در کشور خودمون ساخته می‌شود؟ نه. بدترین کالا تولید می‌کنیم و بعد می‌گوییم کالای تولید ملی مصرف کنیم. در صورتی که کالای خارجی بهترین کالا است و قیمتش خیلی کمتر از کالای ایرانی است. ما داروی خارجی مصرف می‌کنیم. خود مسئولین کالای خارجی مصرف می‌کنند، اقتصاد مقاومتی برای مسئولین کلیشه شده و می‌گویند این کار خوبه که از تولید داخلی حمایت کنیم ولی خودشان این کار را انجام نمی‌دهند. اقدامی در مورد اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌ام، اوج کار ما این است که عکس پروفا یلمان را اقتصاد مقاومتی بگذاریم. برای عمل به اقتصاد مقاومتی فعلاً در سمون‌رامی خوانیم. من فعلاً وظیفه‌ام اینه که درس بخونم بعد به‌جایی که برسم، اونجا کاری برای اقتصاد مقاومتی بکنم. وقتی ثروتمندان جامعه هنوز به این عقیده نرسیدند، حالا من هم به کاری هم انجام بدم من به خودم ضربه می‌زنم. مشکل قشر ضعیف جامعه نیست قشر قوی جامعه است که خرید بیشتری دارد.	۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ ۱۱ ۱۲ ۱۳ ۱۴ ۱۵ ۱۶ ۱۷
--	--	---



۱۷	هر کسی اگر وظیفه‌ای که دارد درست انجام بده، می‌توانیم پیشرفت کنیم، ولی مسئله
۱۸	اینه که هر کسی وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهد.
۱۹	کارآفرینی ایجاد شغل برای افراد جامعه است، مثلاً به مغازه بزنیم و ۴ نفر را مشغول به کار کنیم
۲۰	اشتباه

مرحله دوم تجزیه و تحلیل داده‌ها، تشخیص و برچسب زدن به مضامین (تم‌ها) است، در این مرحله مضامین موجود در متن که بیانگر کیفیت اساسی و مشخصه هر یک از بخش‌های متن بود، مشخص شد و به آن‌ها برچسب زده شد.

به منظور ارائه نمونه از نحوه کدگذاری و برچسب زدن به مضامین، بر روی داده‌های ارائه شده در جدول شماره ۲، مرحله دوم تجزیه و تحلیل داده‌ها انجام شد و در ادامه ارائه می‌شود.

به این ترتیب در تجزیه و تحلیل متن نمونه قبلی مضامین زیر مشخص شد.

- ۱- اقتصاد ریاضتی: اداره زندگی با پول کم، مدارا با درآمد کم، تحمل (سطور ۳-۱).
- ۲- پیشرفت کشور: اقتصاد مقاومتی اینه که پیشرفت داشته باشیم (سطر ۴).
- ۳- خودکفایی اقتصادی: هر چیزی که نیاز کشور است، تولید کنیم (سطر ۵).
- ۴- دوری از سلطه: کشورهای سلطه‌گر منافع نیاز دارند و هر کاری می‌کند که دیگه کشورها را محتاج خودشان کنند و به منافعیان برسند (سطر ۶-۷).
- ۵- ترجیح و مصرف کالای خارجی: بدترین کالا تولید می‌کنیم، کالای خارجی بهترین کالا است، داروی خارجی مصرف می‌کنیم (سطر ۱۰-۸).
- ۶- بی‌توجهی مسئولین به اقتصاد مقاومتی: اقتصاد مقاومتی برای مسئولین کلیشه شده و می‌گویند این کار خوب که از تولید داخلی حمایت کنیم ولی خودشون این کار را انجام نمی‌دهند (سطر ۱۲-۱۱).
- ۷- عدم اقدام: اقدامی در مورد اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌ام، اوج کار ما این است که عکس پروفایلمان را اقتصاد مقاومتی بگذاریم (سطر ۱۳).
- ۸- موکول کردن اقدام به آینده: من فعلاً وظیفه‌ام اینه که درس بخونم بعد به یه جایی که برسم، اینجا کاری برای اقتصاد مقاومتی بکنم (سطر ۱۵-۱۴).
- ۹- بی‌اثر دانستن اقدامات: وقتی ثروتمندان جامعه هنوز به این عقیده نرسیدند، حالا من هم یه کاری هم انجام بدم من به خودم ضربه می‌زنم (سطر ۱۷-۱۶).
- ۱۰- بی‌توجهی مردم به اقتصاد مقاومتی: مسئله اینه که هر کسی وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهد (سطر ۱۹-۱۸).
- ۱۱- یکسان‌انگاری کارآفرینی با اشتغال‌زایی: مثلاً به مغازه بزنیم و ۴ نفر را مشغول به کار کنیم (سطر ۲۰).



در مرحله سوم، مرتباً به متن اولیه و فهرست‌هایی که سازمان‌دهی می‌شدند مراجعه می‌شد و مضامین مرحله دوم با تجزیه و تحلیل و مقایسه مضمون‌ها، شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها شناسایی شد و مضمون‌هایی که ارتباطی با یکدیگر داشتند، خوشه‌بندی شدند و عناوین مشترک در یک خوشه اصلی دسته‌بندی شد تا به تجزیه و تحلیل داده‌ها و به تم‌های استخراج‌شده، سازمان داده شود و به خوشه‌های مضامین برچسب یا عنوان داده شد. در این مرحله دقت شد که ارتباط‌هایی که در این مرحله بر روی کاغذها برقرار می‌شود از متن نظرات شرکت‌کنندگان سرچشمه داشته باشد. جهت ارائه نمونه از این مرحله، مضامینی که در مرحله قبل استخراج‌شده است، خوشه‌بندی شد.

خوشه ۱: مفهوم اقتصاد مقاومتی (مضمون ۱)

خوشه ۲: اهداف اقتصاد مقاومتی (مضامین ۲ و ۳)

خوشه ۳: ضرورت اقتصاد مقاومتی (مضمون ۴)

خوشه ۴: اقدامات (مضامین ۵، ۷، ۸ و ۹)

خوشه ۵: موانع اقتصاد مقاومتی (مضامین ۶ و ۱۰)

خوشه ۶: مغالطه (مضمون ۱۱)

در مرحله چهارم از تجزیه و تحلیل داده‌ها، یک جدول خلاصه‌سازی از مضامین سازمان‌دهی شده، تهیه شد و نقل‌قول‌هایی که نشانگر هر یک از مضامین بودند و نیز اینکه این نقل‌قول‌ها از کجای متن مصاحبه استخراج‌شده‌اند، در جدول مشخص شدند. نمونه‌ای از این مرحله، در جدول شماره ۳ ارائه می‌شود.

جدول شماره ۳. جدول خلاصه‌سازی مضامین

سطر ۳-۱	اداره زندگی با پول کم، مدارا با درآمد کم، تحمل	خوشه ۱: مفهوم اقتصاد مقاومتی اقتصاد ریاضتی
سطر ۴ سطر ۵	اقتصاد مقاومتی اینه که پیشرفت داشته باشیم هر چیزی که نیاز کشور است، تولید کنیم	خوشه ۲: اهداف اقتصاد مقاومتی پیشرفت کشور خودکفایی اقتصادی
سطر ۶-۷	کشورهای سلطه‌گر منافع نیاز دارند و هر کاری می‌کند که دیگه کشورها را محتاج خودشان کنند و به منافعشان برسند.	خوشه ۳: ضرورت اقتصاد مقاومتی دوری از سلطه
سطر ۸-۱۰	بدترین کالا تولید می‌کنیم، کالای خارجی بهترین کالا است، داروی خارجی مصرف می‌کنیم. اقدامی در مورد اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌ام، اوج کار ما این است که عکس پروفایلمان را اقتصاد مقاومتی بگذاریم.	خوشه ۴: اقدامات ترجیح و مصرف کالای خارجی عدم اقدام



سطر ۱۳ سطر ۱۴-۱۵ سطر ۱۶-۱۷	من فعلاً وظیفه‌ام اینه که درس بخونم بعد به یه جایی که برسم، اونجا کاری برای اقتصاد مقاومتی بکنم. وقتی ثروتمندان جامعه هنوز به این عقیده نرسیدن، حالا من هم یه کاری هم انجام بدم من به خودم ضربه می‌زنم.	موکول کردن اقدام به آینده بی‌اثر دانستن اقدامات
سطر ۱۱-۱۲ سطر ۱۸-۱۹	اقتصاد مقاومتی برای مسئولین کلیشه شده و می‌گویند این کار خوبه که از تولید داخلی حمایت کنیم ولی خودشون این کار را انجام نمی‌دهند. مسئله اینه که هرکسی وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهد.	خوشه ۵: موانع اقتصاد مقاومتی بی‌توجهی مسئولین به اقتصاد مقاومتی بی‌توجهی مردم به اقتصاد مقاومتی
سطر ۲۰	مثلاً یه مغازه بزنیم و ۴ نفر را مشغول به کار کنیم	خوشه ۶: مغالطه یکسان‌انگاری کارآفرینی با اشتغال‌زایی

۴- یافته‌ها

پس از تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده، ۷ مضمون (تم) اصلی و ۲۰ مضمون (تم) فرعی استخراج گردید که بیانگر تجربه و ادراک دانش‌آموزان در مورد اقتصاد مقاومتی است.

۴-۱- مفهوم اقتصاد مقاومتی

اولین مطلبی که بیانگر ادراک دانش‌آموزان از اقتصاد مقاومتی است، این است که دانش‌آموزان چه مفهوم و تصویری از اقتصاد مقاومتی در نظر دارند. در مورد این مضمون اصلی، دو مضمون فرعی شناسایی شد که به شرح زیر است.

۴-۱-۱- اقتصاد ریاضی

تصویری که دانش‌آموزان از مفهوم اقتصاد مقاومتی دارند، منطبق با مفهوم اقتصاد ریاضتی است. دانش‌آموزان تصور می‌کنند که برای عمل به اقتصاد مقاومتی باید رفاهشان خیلی کم شود و امورات اقتصادی زندگی خود را به سختی و مدارا بگذرانند. نمونه‌هایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«اقتصاد مقاومتی این است که با پول کم بتوانیم زندگی مون را به خوبی اداره کنیم زیاد کار کنیم، پول کم به دست بیاریم، ولی ناامید نشیم. بتونیم باهمان مقدار درآمد، مدارا کنیم تا مشکل مملکت و اقتصاد جامعه رفع بشه».

«وقتی اقتصاد مقاومتی باشه رفاه برای خیلی‌ها کمتر میشه وقتی قیمت بالا باشه، تفریحشون کمتر میشه».



«اقتصاد مقاومتی یعنی اینکه زیاد خواه نباشیم، به کم قانع باشیم و بتوانیم با سختی‌های زندگی مدارا کنیم».

۴-۱-۲- خودکفایی در تولید کالا

از نظر دانش‌آموزان منظور از اقتصاد مقاومتی این است که در تولید کالاها خودکفا باشیم تا در هنگام تحریم بتوانیم در تولید کالاهای موردنیاز خودکفا شویم و در تأمین کالاها به کشورهای خارجی وابستگی نداشته باشیم. نمونه‌ای از اظهارات دانش‌آموزان:

«اقتصاد مقاومتی خودکفایی ملی است تا همه بخواهند و در مقابل دشمنان نشان بدهند که می‌توانیم».

«اقتصاد مقاومتی یعنی هر چیزی که نیازمون است، بتوانیم خودمان تولید کنیم و وابستگی به کشورهای خارجی نداشته باشیم».

«اقتصاد مقاومتی یعنی روی پای خودمون بیاستیم تا وقتی درها رومون بسته شد، بتوانیم خودمون نیازهامون را تولید کنیم».

۴-۲- ضرورت اقتصاد مقاومتی

همه دانش‌آموزان به ضرورت اقتصاد مقاومتی اشاره کردند، صحبت‌های دانش‌آموزان در مورد ضرورت اقتصاد مقاومتی در سه مضمون فرعی ارائه می‌شود.

۴-۲-۱- دوری از سلطه

دانش‌آموزان در بیان ضرورت اقتصاد مقاومتی اظهار داشتند که کشورهای خارجی به دنبال سلطه‌گری در کشور هستند و به این منظور به دنبال این هستند که کشور را به خود وابسته کنند و ضرورت اقتصاد مقاومتی را برای دوری از سلطه‌گری مطرح کردند. نمونه‌ای از اظهارات دانش‌آموزان:

«اقتصاد مقاومتی خیلی ضروری است، اگر به همین وضع ادامه بدهیم به‌مرور زمان بیشتر وابسته می‌شویم و دیگر دیر است که بخواهیم اقتصاد مقاومتی داشته باشیم».

«کشورهای سلطه‌گر ما را محدود می‌کنند، مثلاً می‌گویند اگر در انرژی هسته‌ای بخواهید پیشرفت کنید فلان دارو را نمی‌دهیم».

«کشورهای سلطه‌گر منافع نیاز دارند و هر کاری می‌کند که دیگه کشورها را محتاج خودشون کنند و به منافعشون برسند و دیگر کشورها را نابود کنند».

۴-۲-۲- استقلال اقتصادی

دانش‌آموزان اظهار داشتند که عدم وابستگی اقتصادی برای پیشرفت اقتصادی ضروری است و برای اینکه در شرایط تحریم با افزایش قیمت‌ها رو برو نشویم، باید بتوانیم



کالا‌های موردنیاز را در کشور تولید کنیم.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«تا آخر که نمی‌توانیم از کشورهای خارجی وارد کنیم، اگر اقتصاد مقاومتی نداشته باشیم و محتاج باشیم، وقتی که یه چیزی بخواهیم درست کنیم و پیشرفت کنیم نمی‌توانیم».

«برای عدم وابستگی و اطمینان به اینکه خودمان می‌توانیم این کالا را تولید کنیم، لازم است که از لحاظ اقتصادی مستقل باشیم».

«باید خودمون تولید کنیم و نیازی به کشورهای دیگر نداشته باشیم و وابسته به دشمنان نباشیم تا وقتی که بدانند فشارشان هیچ تأثیری در روند کار ما ندارد».

۴-۲-۳- پیشگیری از تأثیر تحریم اقتصادی

از نظر دانش‌آموزان برای پیشگیری از تأثیر تحریم‌های اقتصادی دشمنان عمل به اقتصاد مقاومتی ضروری است.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«از طریق تحریم، دشمن راحت‌تر می‌تواند بر ما تسلط پیدا کند، ولی اگر به اقتصاد مقاومتی عمل کنیم، حتی اگر یک روزی هم جنگ شد، می‌دانیم که خودمان می‌توانیم، تولید کنیم».

«مهم‌ترین چیزی که لزوم اقتصاد مقاومتی را می‌گه تحریم‌های دشمنان است تا در شرایط تحریم قیمت‌ها بالا نرود».

«چون آمریکا یک سری تحریم‌هایی برای ایران در نظر می‌گیرد مثلاً تحریم‌های دارویی، تحریم‌هایی که در نظر می‌گیرد، وقتی ما نتوانیم یه چیزی را خودمون بسازیم و همیشه مجبور باشیم از کشورهای خارجی وارد کنیم اگر تحریم کند، با مشکل برمی‌خوریم، به همین دلیل اقتصاد مقاومتی ضروری است».

۴-۳- اهداف اقتصاد مقاومتی

ادراک دانش‌آموزان از اهداف اقتصاد مقاومتی در دو مضمون فرعی ارائه می‌شود.

۴-۳-۱- پیشرفت کشور

دانش‌آموزان اذعان داشتند که پیشرفت کشور از طریق عمل به اقتصاد مقاومتی است و با پیشرفت اقتصادی، نیازی به کشورهای دیگر نداریم و پیشرفت یکی از اهداف اقتصاد مقاومتی است.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:



«اقتصاد مقاومتی اینه که پیشرفت داشته باشیم».

«اقتصاد مقاومتی یکی از روش‌هایی که بتوانیم با استفاده از آن راه و روش‌هایی برای پیشرفت کشور ایجاد کنیم».

«هدف اقتصاد مقاومتی این است که سعی کنیم پیشرفت کنیم».

۴-۳-۲- خودکفایی اقتصادی

به‌زعم دانش‌آموزان خودکفایی اقتصادی یکی از اهداف اقتصاد مقاومتی است و باعث می‌شود که بتوانیم نیازهای کشور را در داخل کشور تولید کنیم.

نمونه‌ای از اظهارات دانش‌آموزان:

«هدف از اقتصاد مقاومتی این است که خودکفا باشیم».

«بتونیم هر چیزی که نیاز کشور است، تولید کنیم».

«باید اقتصاد مقاومتی داشته باشیم تا هر چیزی می‌خواهیم دسترسی داشته باشیم

و وابسته نباشیم که اگر زمانی همه درها بسته شد، خودمان بتوانیم بازهم تولید کنیم».

۴-۴- الزامات

از نظر دانش‌آموزان تحقق اقتصاد مقاومتی الزاماتی دارد که باید مورد توجه قرار بگیرد. الزامات عمل به اقتصاد مقاومتی در چهار مضمون فرعی ارائه می‌شود.

۴-۴-۱- همدلی

به‌زعم دانش‌آموزان همه افراد جامعه باید به فکر همدیگر باشند و صرفاً نفع شخصی خود را در نظر نگیرند. تولیدکننده و مصرف‌کننده منافع جامعه را در نظر بگیرند و نسبت به یکدیگر گذشت داشته باشند.

نمونه‌ای از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«تولیدی‌ها به فکر مردم باشند و مردم هم به فکر تولیدکننده و کسی منافع شخصی خودش را در نظر نگیرد، یعنی به سود هم کار می‌کنند».

«هر کسی صرفاً به فکر زندگی خود نباشد، به فکر همدیگر باشیم و به سود همدیگر کار کنند».

«باید همه افراد جامعه از تولید داخل حمایت کنند، اتحاد داشته باشیم و باهم برادر باشیم تا پیشرفت کنیم».

۴-۴-۲- کیفیت تولید داخلی

دانش‌آموزان یکی از الزامات عمل به اقتصاد مقاومتی را بهبود کیفیت تولید داخلی می‌دانند و استفاده از کالای داخلی را مشروط به کیفیت آن می‌کنند.



نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«اگر کیفیت جنس ایرانی را بهتر کنند، ما هم ایرانی می‌خریم، هر چند گران باشد. پول می‌دهیم ولی جنس خوب می‌خواهیم».

«ما باید کیفیت را در حدی ببریم بالا که صادر کنیم. وقتی ما کیفیت نداریم که با کالای خارجی رقابت کنیم، برای چی اقتصاد مقاومتی داشته باشیم».

«وقتی کیفیت مناسب نیست مردم هم مجبورند کالای خارجی بگیرند. ما اول باید کیفیت را بالا ببریم تا مردم از کالای ایرانی استفاده کند و بتوانیم حرف از اقتصاد مقاومتی بزنیم».

۴-۴-۳- اعتماد مسئولین، تولیدکنندگان و مردم به یکدیگر

دانش‌آموزان اذعان داشتند که اعتماد مردم، مسئولین و تولیدکنندگان به یکدیگر جهت تحقق اقتصاد مقاومتی لازم است و باید به همدیگر اعتماد داشته باشند و بر نقش ویژه دولت به‌عنوان الگو، در اعتماد به تولیدکنندگان و مصرف کالای تولید داخل برای ایجاد اعتماد مردم به تولیدکنندگان تأکید کردند.

نمونه‌ای از اظهارات دانش‌آموزان:

«باید بین مردم، مسئولین و تولیدکننده اعتماد وجود داشته باشد. اقتصاد مقاومتی در یک کلمه برمی‌گردد به وحدت، وقتی که تمام مردم به هم اعتماد داشته باشند».

«مشکل اصلی ما بی‌اعتمادی به دولت است، چون بی‌اعتمادیم، می‌دانیم که حتی اگر از تولیدات ایرانی هم خرید کنیم، هیچ تأثیری ندارد و آن‌ها به فکر سود خودشون هستند».

«وقتی دولتی‌ها راضی نیستند که کالای ایرانی مصرف کنند، آن وقت مردم چطور اعتماد کنند».

۴-۴-۴- دشمن‌شناسی

تعدادی از دانش‌آموزان اذعان داشتند که جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، باید دشمنان خود را بشناسیم. دشمنانی که دلسوز کشور نیستند و نمی‌خواهند کشور ما پیشرفته باشد و با عمل به اقتصاد مقاومتی نگذاریم که دشمن به هدف خود برسد.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«باید حواسمان باشه دشمن چه کار می‌خواهد بکند، نگذاریم آن کار را بکند. دشمن می‌خواهد ما ضعیف شویم».

«اگر روزی بین ما و دشمن اختلاف افتاد، اگر دشمن آن کالایی را که قبلاً به ما می‌داده، الآن ندهد و کالایی ضروری هم باشد، اگر نتوانیم تولید کنیم، صدمه می‌بینیم».



و پایه‌های اقتصادی کشور از بین می‌رود».

«آمریکا هیچ وقت با ما خوب نمی‌شود، چه حالا و چه بعد. آمریکا به اهدافی دارد که به خاطر اهدافش تحریم را بر نمی‌دارد، حتی اگر قراردادی را هم امضا کند، تحریم‌های دیگه ای جایگزین آن می‌کند».

۴-۵- اقدامات

اقدامات و تجربیات دانش‌آموزان در مورد اقتصاد مقاومتی، در سه مضمون فرعی متبلور شد.

۴-۵-۱- ترجیح و مصرف کالای خارجی

دانش‌آموزان اظهار داشتند که در مصرف کالاها گرایش زیادی به مصرف کالاهای خارجی دارند و اگر شرایط برای انتخاب کالای خارجی وجود داشته باشد، کالای خارجی را بر کالای داخلی ترجیح می‌دهند و صرفاً وقتی مجبور باشند و فرصت انتخاب کالایی به‌غیر از کالای داخلی نداشته باشد از کالای داخلی استفاده می‌کنند.

نمونه‌ایی از اظهارات دانش‌آموزان:

«در انتخاب بین کالای ایرانی و خارجی، اگر پول داشته باشم، خارجی می‌خرم ولی اگر زیاد پول نداشته باشم، ایرانی می‌خرم، چون خارجی باینکه قیمت بالایی دارد ولی کیفیتش خیلی بالاتر از ایرانی است».

«تفکر ما شده که خارجی‌ها چیزهای بهتری می‌سازند. به خودمون وانمود می‌کنیم که این‌ها خوبه. تا مجبور نشیم از کالای ایرانی استفاده نمی‌کنیم، اگر کالای خارجی در بازار نباشد کالای ایرانی را انتخاب می‌کنیم».

«کالای خارجی مصرف می‌کنم چون بهتره، آخه آدم به فکر نفع خودش است، وقتی که جنس ایرانی بخریم، دو روز دیگه خرابه، نمی‌توانیم که هم پول بدهیم و هم جنس کم کیفیت بخواهیم، پس خارجی می‌گیریم».

۴-۵-۲- موکول کردن اقدام به آینده

همه دانش‌آموزان بیان کردند که در حال حاضر دانش‌آموز هستند و وظیفه‌ای در قبال اقتصاد مقاومتی ندارند و وظیفه خود را این می‌دانند که در آینده پس از دوران تحصیلات به اقتصاد مقاومتی عمل کنند.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«این حرف‌ها برای ما نیست، برای مسئولین است که همه‌چیز دست آن‌ها است.

شاید یکی از ما در آینده مسئول بشیم».



«من فعلاً وظیفه‌ام اینه که درس بخوانم، بعد به یه جایی که برسم، اونجا کاری برای اقتصاد مقاومتی بکنم».

«ما الآن باید به اقتصاد مقاومتی باور داشته باشیم تا بزرگ که شدیم، رو پا خودمون بیاستیم و کم کم مصرف کالای خارجی را کنار بگذاریم».

۴-۵-۳- بی‌اثر دانستن اقدامات

دانش‌آموزان اظهار داشتند که اقدامات آن‌ها تأثیری در اقتصاد مقاومتی ندارد، چون ثروتمندان مصرف بیشتری دارند و مصرفشان هم از نوع کالای خارجی است و با مصرف کالای خارجی توسط ثروتمندان اقدام آن‌ها در مصرف کالای داخلی بی‌اثر می‌شود. مصرف کالای داخلی توسط خود را نوعی ضرر برای خود می‌دانند و حتی با قبول این ضرر، این اقدامشان را بی‌تأثیر می‌دانند.

نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«اگر ما کالای داخلی بخریم، از اون طرف یه سرمایه‌دار که کالای خارجی بخره، کار ما در اقتصاد بی‌اثر میشه. ما هر کاری بکنیم و هر سختی هم که بکشیم، هیچ تأثیری در اقتصاد مقاومتی ندارد، چون واردات هم زیاد است».

«چون می‌دانیم با خرید تولید داخلی کیفیت کالا بهتر نمی‌شود، بلکه کیفیت کالاها بدتر می‌شود، کالای داخلی مصرف نمی‌کنیم».

«وقتی ثروتمندان جامعه هنوز به این عقیده نرسیدند، حالا من هم یه کاری هم انجام بدم، من به خودم ضربه می‌زنم».

۴-۵-۴- عدم اقدام

دانش‌آموزان اذعان داشتند که در زمینه اقتصاد مقاومتی اقدامی انجام نداده‌اند و به‌عنوان نمونه، باوجود اینکه می‌دانند که در مصرف انرژی‌ها باید صرفه‌جویی کنند، ولی در عمل رعایت نکرده‌اند و اقداماتی هم که در صرفه‌جویی داشته‌اند، به‌منظور کمک به اقتصاد خانواده بوده است.

نمونه‌ایی از اظهارات دانش‌آموزان:

«اقدامی در مورد اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌ام، اوج کار ما این است که عکس پروفایلمان را اقتصاد مقاومتی بگذاریم».

«باید در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنیم ولی در عمل انجام نمی‌دهیم».

«به خاطر کمک به اقتصاد خانواده صرفه‌جویی کرده‌ام ولی تا حالا کاری برای اقتصاد مقاومتی نکردم».



۴-۶-۴- موانع

دانش‌آموزان در بیان علت عدم اقدام در زمینه اقتصاد مقاومتی، مواردی را به‌عنوان موانع عمل به اقتصاد مقاومتی مطرح نمودند. این موانع در سه مضمون فرعی پدیدار گردید.

۴-۶-۱- تجمل‌گرایی

دانش‌آموزان بیان نمودند که ثروتمندان باید در عمل به اقتصاد مقاومتی الگو باشند، ولی تجمل‌گرایی می‌کنند که باعث می‌شود تا فخرفروشی در بین مردم رایج شود و همه مردم به تجمل‌گرایی تمایل پیدا کنند و به‌جای توجه به مصرف صحیح، اسراف کنند.

نمونه‌ای از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«کسانی که قدرت اقتصادی هستند می‌توانند در عمل به اقتصاد مقاومتی الگو باشند ولی به فخرفروشی در بین مردم راه افتاده که مارک پوشاکت چیه».

«مردم راحت‌طلب هستند و در انرژی‌ها اسراف می‌کنند، به خاطر اینکه راحت زندگی کنند».

«تجمل‌گرایی بعضی باعث میشه که بقیه هم تمایل پیدا کنند که مثل آن‌ها باشند».

۴-۶-۲- بی‌توجهی مسئولین

همه دانش‌آموزان بیان نمودند که مسئولان کشوری، توجه شایسته به عمل در زمینه اقتصاد مقاومتی ندارند و در بین مسئولین در حد شعار است.

نمونه‌ای از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«اقتصاد مقاومتی برای مسئولین کلیشه شده و می‌گویند خوب است که از تولید داخلی حمایت کنیم ولی خودشون این کار را انجام نمی‌دهند».

«سران دولت به فکر مردم نیستند، مقام‌های بالا به فکر مردمی هم که وضعیت اقتصادی مناسبی ندارند، باشند و به اقتصاد مقاومتی عمل کنند».

«اقتصاد مقاومتی برای مسئولین فقط یک شعار است. خود دولتی‌ها عمل نمی‌کنند ولی می‌خواهند ما عمل کنیم».

۴-۶-۳- بی‌توجهی مردم به اقتصاد مقاومتی

دانش‌آموزان اذعان داشتند که مردم و به‌خصوص ثروتمندان، در عمل به اقتصاد مقاومتی به وظیفه خود عمل نمی‌کنند و تمایل به کالای خارجی دارند و مردم توجهی به اقتصاد مقاومتی ندارند.

نمونه‌ای از اظهارات دانش‌آموزان:

«الآن ثروتمندها کالای خارجی استفاده می‌کنند و نباید تمایل به کالای خارجی

داشته باشند، آن‌ها مهم هستند، انتظار فقط از مردم کم‌درآمد نباشد، چون فقرا



نمی‌توانند زیاد چیزی بخرند».

«مسئله اینه که هر کسی وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهد».

«اقتصاد مقاومتی در حد حرف است. مردم به حق خود قانع نیستند و بیشتر از حق خود می‌خواهند».

۴-۷- مغالطات

دانش‌آموزان مطالبی را به اشتباه با مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی یکسان در نظر گرفته‌اند، صحبت‌های آن‌ها در دو مضمون فرعی متبلور شد.

۴-۷-۱- یکسان انگاری کار آفرینی با اشتغال‌زایی

دانش‌آموزان کار آفرینی را که یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی است با مشغول به کار شدن بیکاران، یکسان در نظر می‌گیرند. نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان: «کار آفرینی یعنی اینکه شخصی که حرفه‌ای دارد، توانایی داشته باشد تا چند نفر را مشغول به کار کند».

«کار آفرینی این است که یک کارگاه بسازیم و چند نفر را به کار بگیریم».

«مثلاً یه مغازه بزنیم و ۴ نفر را مشغول به کار کنیم».

۴-۷-۲- عدم لزوم پرهیز از مصرف کالای خارجی

از نظر نیمی از دانش‌آموزان، پرهیز از مصرف کالای خارجی در حال حاضر ضروری نیست و نمی‌توانیم از کالاهای خارجی استفاده نکنیم. دانش‌آموزان بر این باورند که همان‌طور که عدم مصرف کالای داخلی باعث بیکاری می‌شود، عدم مصرف کالای خارجی نیز باعث بیکاری عده‌ای می‌شود. نمونه‌ایی از صحبت‌های دانش‌آموزان:

«ما نمی‌توانیم کالای خارجی نخریم چون از قبل بوده است. وقتی کالای خارجی

مصرف کنیم، محتاج آن‌ها نیستیم، چون ایرانی‌ها هست، ولی خوب نیست».

«ما وابسته باشیم، مگر چه مشکلی است، ما کار نداریم که کی هستند ما جنسشون

را می‌خریم».

«وقتی کالای ایرانی مصرف نکنیم، درسته که بیکاری میشه، اما اگر ایرانی مصرف

کنیم، ممکن است افراد دیگری که کالای خارجی وارد می‌کنند، بیکار شوند».

خلاصه‌ای از یافته‌ها در جدول شماره ۴. ارائه می‌شود.



جدول شماره ۴. مضامین استخراج شده از داده‌ها

مضامین اصلی	مضامین فرعی	نقل قول‌ها
۱. مفهوم اقتصاد مقاومتی	- اقتصاد ریاضتی - خودکفایی در تولید کالا	«وقتی اقتصاد مقاومتی باشه رفاه برای خیلی‌ها کمتر میشه وقتی قیمت بالا باشه، تفریحشون کمتر میشه». «اقتصاد مقاومتی خودکفایی ملی است تا همه بخواند و در مقابل دشمنان نشان بدهند که می‌توانیم».
۲. ضرورت اقتصاد مقاومتی	- دوری از سلطه - استقلال اقتصادی - پیشگیری از تأثیر تحریم اقتصادی	«اقتصاد مقاومتی خیلی ضروری است، اگر به همین وضع ادامه بدهیم به‌مرور زمان بیشتر وابسته می‌شویم و دیگر دیر است که بخواهیم اقتصاد مقاومتی داشته باشیم». «تا آخر که نمی‌توانیم از کشورهای خارجی وارد کنیم، اگر اقتصاد مقاومتی نداشته باشیم و محتاج باشیم، وقتی که به چیزی بخواهیم درست کنیم و پیشرفت کنیم نمی‌توانیم». «مهم‌ترین چیزی که لزوم اقتصاد مقاومتی را می‌گه تحریم‌های دشمنان است تا در شرایط تحریم قیمت‌ها بالا نرود».
۳. اهداف اقتصاد مقاومتی	- پیشرفت کشور - خودکفایی اقتصادی	«هدف اقتصاد مقاومتی این است که سعی کنیم پیشرفت کنیم». «بتوانیم هر چیزی که نیاز کشور است، تولید کنیم».
۴. الزامات	- همدلی - کیفیت تولید داخلی - اعتماد مسئولین، تولیدکنندگان و مردم به یکدیگر - دشمن‌شناسی	«هر کسی صرفاً به فکر زندگی خود نباشد، به فکر همدیگر باشیم و به سود همدیگر کار کنند». «اگر کیفیت جنس ایرانی را بهتر کنند، ما هم ایرانی می‌خریم، هر چند گران باشد. پول می‌دهیم ولی جنس خوب می‌خواهیم». «وقتی دولتی‌ها راضی نیستند که کالای ایرانی مصرف کنند، آن وقت مردم چطور اعتماد کنند». «باید حواسمان باشه دشمن چه کار می‌خواهد بکند، نگذاریم آن کار را بکند. دشمن می‌خواهد ما ضعیف شویم».
۵. اقدامات	- ترجیح و مصرف کالای خارجی - موکول کردن اقدام به آینده - بی‌اثر دانستن اقدامات - عدم اقدام	«در انتخاب بین کالای ایرانی و خارجی، اگر پول داشته باشیم، خارجی می‌خرم ولی اگر زیاد پول نداشته باشم، ایرانی می‌خرم، چون خارجی باینکه قیمت بالایی دارد ولی کیفیتش خیلی بالاتر از ایرانی است». «من فعلاً وظیفه‌ام اینه که درس بخوانم، بعد به یه جایی که برسم، اونجا کاری برای اقتصاد مقاومتی بکنم». «وقتی ثروتمندان جامعه هنوز به این عقیده نرسیدن، حالا من هم یه کاری هم انجام بدم، من به خودم ضربه می‌زنم». «باید در مصرف انرژی صرفه‌جویی کنیم ولی در عمل انجام نمی‌دهیم».



<p>«مردم راحت طلب هستند و در انرژی‌ها اسراف می‌کنند، به خاطر اینکه راحت زندگی کنند.»</p> <p>«اقتصاد مقاومتی برای مسئولین فقط یک شعار است. خود دولتی‌ها عمل نمی‌کنند ولی می‌خواهند ما عمل کنیم.»</p> <p>«مسئله اینه که هرکسی وظیفه‌اش را درست انجام نمی‌دهد.»</p>	<p>- تجمل‌گرایی</p> <p>- بی‌توجهی مسئولین</p> <p>- بی‌توجهی مردم به اقتصاد مقاومتی</p>	<p>۶. موانع</p>
<p>«کارآفرینی این است که یک کارگاه بسازیم و چند نفر را به کار بگیریم.»</p> <p>«وقتی کالای ایرانی مصرف نکنیم، درسته که بیکاری میشه، اما اگر ایرانی مصرف کنیم، ممکن است افراد دیگری که کالای خارجی وارد می‌کنند، بیکار شوند.»</p>	<p>- یکسان‌انگاری کارآفرینی با اشتغال‌زایی</p> <p>- عدم لزوم پرهیز از مصرف کالای خارجی</p>	<p>۷. مغالطات</p>

۵- بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

۵-۱- بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش بررسی وضعیت توجه نظام آموزش و پرورش به فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی بود. به این منظور، ادراک فارغ‌التحصیلان دوره متوسطه اول از اقتصاد مقاومتی بررسی شد. ادراک و تجربیات دانش‌آموزان در ۷ تم اصلی: مفهوم، ضرورت، اهداف، الزامات، اقدامات، موانع و مغالطات اقتصاد مقاومتی و ۲۰ تم فرعی متبلور شد.

دانش‌آموزان مفهوم اقتصاد ریاضتی را به‌عنوان اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته‌اند و بر این باورند که برای عمل به اقتصاد مقاومتی باید یک سری ریاضت‌های اقتصادی همچون عدم رفاه، درآمد کم و دیگر کمبودها را باید تحمل کنند. اقتصاد ریاضتی، به طرحی گفته می‌شود که دولت‌ها برای کاهش هزینه‌ها و رفع کسری بودجه، به کاهش و یا حذف ارائه برخی خدمات و مزایای عمومی، صرفه‌جویی در مخارج جاری کشور، کاهش هزینه‌های رفاهی و تعدیل کارمندا در بخش دولتی انجام می‌دهند. این در حالی است که از مهم‌ترین اهداف اقتصاد مقاومتی افزایش رفاه در زندگی مردم است و اقتصاد مقاومتی با اقتصاد ریاضتی کاملاً متفاوت است و همچنان که مقام معظم رهبری فرموده‌اند اگر سیاست‌های اقتصاد مقاومتی اعمال شود، وضع مردم بهتر خواهد شد، طبقات ضعیف گشایش پیدا خواهند کرد و مردم در راحتی و آسایش و رفاه زندگی خواهند کرد. مفهوم دیگری که دانش‌آموزان آن را به‌عنوان اقتصاد مقاومتی در نظر دارند، خودکفایی در تولید کالاها است تا در هنگام تحریم اقتصادی به کشورهای خارجی وابسته نباشند. اگرچه از اهداف اقتصاد مقاومتی خودکفایی در کالاهای اساسی است، ولی مفهوم اقتصاد مقاومتی گسترده‌تر از خودکفایی است و اگر بخواهیم در بیان مفهوم



اقتصاد مقاومتی از اهداف آن استفاده کنیم، موارد زیادی را شامل می‌شود. علی‌رغم اینکه جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، باید تصویر درستی از اقتصاد مقاومتی ارائه شود، اما دانش‌آموزان تصویر درستی از مفهوم اقتصاد مقاومتی ندارند تا به آن باور داشته باشند و بخواهند عمل کنند.

اگرچه دانش‌آموزان بر ضرورت اقتصاد مقاومتی در جهت دوری از سلطه، استقلال اقتصادی و پیشگیری از تأثیر تحریم اقتصادی تأکید کردند، اما ضرورت اقتصاد مقاومتی را به خوبی درک نکرده‌اند و مضمون اقدامات دانش‌آموزان در زمینه اقتصاد مقاومتی بیانگر این مطلب است. با توجه به نتایج پژوهش جانقلی (۱۳۹۴) مبنی بر اینکه اقتصاد مقاومتی از طریق تأثیرگذاری بر باورها، بر جهت‌گیری مصرف‌کننده داخلی تأثیر دارد و پژوهش بهارلو، الیاسی، کمرئی (۱۳۹۴) مبنی بر اینکه اقتصاد مقاومتی از طریق تأثیرگذاری بر باورها، بر جهت‌گیری مصرف‌کننده تأثیرگذار است، بنابراین ضروری است که از همان دوران کودکی ضرورت اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموزان به خوبی تبیین گردد.

دانش‌آموزان در بیان اهداف اقتصاد مقاومتی، به پیشرفت کشور و خودکفایی اشاره کردند و از سایر اهداف اقتصاد مقاومتی بی‌اطلاع بودند. تبیین صحیح اهداف اقتصاد مقاومتی علاوه بر اینکه انگیزه اقدام و عمل به اقتصاد مقاومتی را ایجاد می‌کند، مسیر اقدام و عمل برای دستیابی به اهداف را روشن می‌سازد.

دانش‌آموزان جهت تحقق اقتصاد مقاومتی الزاماتی شامل همدلی، کیفیت تولید داخلی، اعتماد مسئولین، تولیدکنندگان و مردم به یکدیگر و دشمن‌شناسی را مطرح کردند. از نظر دانش‌آموزان افراد جامعه باید به فکر همدیگر باشند و صرفاً نفع شخصی خود را در نظر نگیرند و نسبت به یکدیگر گذشت داشته باشند، این در حالی است که آن‌ها استفاده از کالای داخلی را مشروط به کیفیت کالای دانند که این تناقض در گفتار و کردار است، اگرچه تولیدکنندگان باید کیفیت تولید خود را بالا ببرند، اما لازمه تحقق آن حمایت از تولید داخلی است تا تولیدکنندگان قادر بر بهبود کیفیت کالاها شوند. دانش‌آموزان جهت تحقق اقتصاد مقاومتی اعتماد مردم، مسئولین و تولیدکنندگان به همدیگر را لازم می‌دانند و بر نقش ویژه دولت به‌عنوان الگو در ایجاد اعتماد مردم به تولیدکنندگان، با مصرف کالای تولید داخل تأکید کردند. علی‌رغم اینکه دانش‌آموزان بر اعتماد مردم به تولیدکنندگان تأکید نمودند، اما اظهار بی‌اعتمادی دانش‌آموزان به تولیدکنندگان به خاطر رفتار دولت، بیانگر تناقض در گفتار و کردار دانش‌آموزان است. توجه نظام برنامه‌ریزی درسی بر شکل‌دهی باور به اینکه ما می‌توانیم و ایجاد



فضای اعتماد به یکدیگر در این جهت ضروری است، اگر اقتصاد مقاومتی به درستی تبیین شود و ادراک صحیحی نسبت به موضوع ایجاد شود، اعتماد و مشارکت عمومی در این زمینه جلب می‌شود. در همین رابطه هادوی (۱۳۹۱) اذعان می‌کند که آشنا نمودن دانش‌آموزان در مورد بحث‌های اقتصاد مقاومتی از دوره ابتدایی و ایجاد روحیه اعتماد به نفس ملی از همان دوران، می‌تواند روحیه جهادی را در جامعه زنده کند.

تعدادی کمی از دانش‌آموزان اذعان داشتند که جهت تحقق اقتصاد مقاومتی، باید دشمنان خود را بشناسیم تا لزوم عمل به اقتصاد مقاومتی را درک کنیم. به زعم درخشان (۱۳۹۱) باور دانش‌آموزان به این بحث که الآن جنگ اقتصادی پیش روی ما است، باعث می‌شود که دانش‌آموزان به گونه‌ای شایسته در زمینه اقتصاد مقاومتی ایفای نقش کنند. بر این اساس ضروری است که سلطه‌گری‌ها و خصومت‌های دشمنان علیه ملت ایران برای دانش‌آموزان به خوبی تبیین شود. دانش‌آموزان از سایر الزامات تحقق اقتصاد مقاومتی اطلاع نداشتند، این الزامات باید برای دانش‌آموزان تبیین شود تا درک صحیحی از چگونگی اقدام و عمل به اقتصاد مقاومتی پیدا کنند. دانش‌آموزان علی‌رغم اینکه بحث اقتصاد مقاومتی را شنیده‌اند ولی برای آن‌ها به خوبی تبیین نشده است و از اقدامات لازم و ضرورت آن مطلع نیستند و در عمل به اقتصاد مقاومتی اقدامات مناسبی نداشته‌اند که با پژوهش تیرگر و آقاری (۱۳۹۲) مبنی بر اینکه شهروندان و دانشگاهیان علی‌رغم اطلاع از طرح چنین سیاستی در سطح جامعه، از اقدامات و رفتارهایی که باید به اقتضای این سیاست در پیش گرفته شود، آگاه نیستند، همسو است. یافته‌ها حاکی از آن است که دانش‌آموزان گرایش زیادی به مصرف کالاهای خارجی دارند و کالای خارجی را بر کالای داخلی ترجیح می‌دهند که با پژوهش قنبری، رشادی، محبی، حیدرخانی (۱۳۹۵) و حسین زاده، نیازی، شفائی مقدم (۱۳۹۴) مبنی بر ترجیح مصرف کالای خارجی بر کالای داخلی توسط مردم، همسو است.

علی‌رغم اینکه دانش‌آموزان به نحوی اهمیت و ضرورت اقتصاد مقاومتی را مطرح نمودند، ولی وظیفه خود را در عمل به اقتصاد مقاومتی انجام نمی‌دهند. از نظر آن‌ها در حال حاضر وظیفه‌ای در این زمینه ندارند و اقدامات خود را به آینده و پس از تحصیلات موکول می‌کنند. دانش‌آموزان بر این باورند که حتی اگر آن‌ها ضرر مصرف کالای داخلی را بپذیرند، چون بیشترین کالاها از نوع خارجی و توسط ثروتمندان مصرف می‌شود، اقدامات آن‌ها در حمایت و مصرف کالای داخلی، تأثیری در اقتصاد مقاومتی ندارد. بر این اساس، دانش‌آموزان در زمینه اقتصاد مقاومتی آگاهی‌های لازم را دریافت نکرده‌اند و اقدامی در زمینه اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌اند که با نتایج پژوهش تیرگر



و یدالله پور (۱۳۹۴) مبنی بر اینکه آگاهی، نگرش و عملکرد مردم در خصوص اقتصاد مقاومتی رضایت بخش نیست، همسو است.

دانش آموزان اهمیت مدیریت صحیح مصرف و صرفه جویی در مصرف انرژی‌ها را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی به‌خوبی درک نکرده‌اند که با یافته‌های انصاری (۱۳۹۳) و ربیعی و محبی امین (۱۳۸۸) مبنی بر عدم توجه لازم کتاب‌های درسی به اصلاح الگوهای مصرف و تولید، همسوست و اقدامات جزئی نیز که دانش آموزان در زمینه صرفه جویی داشته‌اند، به‌منظور کمک به اقتصاد خانواده بوده است. با توجه به پژوهش خوشخوی (۱۳۹۴) مبنی بر اینکه باورها و هنجارهای اجتماعی و ملی بر رفتار مصرفی نقش و تأثیر بسزای دارد و ارزش‌های دینی و اخلاقی نیز بر باورها و هنجارهای اجتماعی و ملی تأثیر بالقوه دارد و می‌توان ظرفیت بالایی را برای نگرش‌ها و ارزش‌های دینی-اخلاقی در جهت بهبود رفتار مصرفی در کشورمان قائل بود؛ بنابراین تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی بر مبنای ارزش‌های دینی و اخلاقی، جهت شکل‌دهی باورها و هنجارهای اجتماعی و ملی در جهت بهبود رفتار مصرفی دانش آموزان ضروری است. دانش آموزان پس از آنکه اذعان نمودند که در زمینه اقتصاد مقاومتی اقداماتی نداشته‌اند، در بیان علت عدم اقدام و توجیه این رفتار، تجمل‌گرایی، بی‌توجهی مسئولین و بی‌توجهی مردم به اقتصاد مقاومتی را به‌عنوان موانع عمل به اقتصاد مقاومتی مطرح نمودند. به‌زعم دانش آموزان ثروتمندان به‌جای اینکه در عمل به اقتصاد مقاومتی الگو باشند، تجمل‌گرایی می‌کنند و تجمل‌گرایی باعث می‌شود که همه مردم به تجمل‌گرایی و فخرفروشی تمایل پیدا کنند. اگرچه تجمل‌گرایی در بین بعضی از مردم وجود دارد، ولی این دلیل نمی‌شود که دانش آموزان همانند آن‌ها به اقتصاد مقاومتی عمل نکنند. گرایش به رفتارهای تجمل‌گرایانه نباید مانع از اقداماتی همچون حمایت از تولید داخل شود، نیاز به مصرف کالاهای غیرضروری و لوکس که البته پرمصرف نیز هستند را می‌توان با تولید داخلی برطرف نمود و لازمه آن حمایت از تولید داخلی است. اگر اقتصاد مقاومتی برای دانش آموزان به‌خوبی تبیین شده بود، قادر می‌شوند موانعی که در مسیر عمل به اقتصاد مقاومتی است را به‌مرورزمان کنار بگذارند...

دانش آموزان بی‌توجهی مسئولین و عمل نکردن به وظیفه را مانع بزرگی در مسیر تحقق اقتصاد مقاومتی می‌دانند، در همین زمینه پژوهنده (۱۳۹۴) در پژوهشی تحت عنوان بررسی موانع تحقق اقتصاد مقاومتی، به این نتیجه رسید که فساد در جنبه‌های مختلف از مهم‌ترین موانع تحقق اقتصاد مقاومتی است و آموزه‌ها و فرمان‌های اسلامی، نقش اساسی در پیشگیری از فساد و کنار گذاشتن موانع تحقق اقتصاد مقاومتی دارد.



دانش‌آموزان مغالطاتی در مورد مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی مطرح می‌کنند. مؤلفه کارآفرینی را با اشتغال‌زایی یکسان در نظر می‌گیرند و مؤلفه عدم مصرف کالای خارجی را لازم نمی‌دانند و بر این باورند که همان‌گونه که عدم مصرف کالای داخلی باعث بیکاری می‌شود، عدم مصرف کالای خارجی نیز باعث بیکاری عده‌ای می‌شود. این در حالی است که کالای خارجی باعث افزایش بیکاری در کشور می‌شود و بیکاری از عوامل مهم بروز مشکلات اجتماعی و بیماری‌های جسمی و روانی است و میزان ارتکاب جرائم اجتماعی را افزایش می‌دهد (حکمت‌نیا، افشانی، ۱۳۸۹). از طرفی نیز، عدم رونق تولید داخلی و ضعف اقتصادی، باعث فقر فرهنگی و انحطاط اجتماعی می‌شود و این موارد در مجموع آسیب‌پذیری جامعه را در مقابل قدرت‌های سلطه‌گر افزایش داده و استقلال سیاسی کشور را نیز تهدید می‌نمایند و توان جامعه را در مقابله با تحریم‌های اقتصادی وضع‌شده از طرف قدرت‌های استکباری به شدت کاهش می‌دهد (علی‌نقوی، ۱۳۹۰).

بر این اساس، دانش‌آموزان درک صحیحی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی ندارند و از آنجایی که درک صحیحی نسبت به اقتصاد مقاومتی ندارند، اقدامات مناسبی نیز در این زمینه انجام نداده‌اند. همچنان که پژوهشگران اذعان داشته‌اند، متأسفانه در برنامه‌های درسی اجراشده آموزش و پرورش تربیت اقتصادی به‌طور شایسته مورد توجه نبوده است (طغیانی، ۱۳۹۱؛ پیغامی و تورانی، ۱۳۹۰؛ انصاری، ۱۳۹۳، رحمان‌پور، نصر اصفهانی، سیادت، ۱۳۹۴).

نتیجه اینکه، دانش‌آموزان ادراک صحیحی نسبت به اقتصاد مقاومتی ندارند، ضرورت اقتصاد مقاومتی را به خوبی درک نکرده‌اند و آگاهی‌های لازم را در مورد اهداف اقتصاد مقاومتی دریافت نکرده‌اند. جهت عمل به اقتصاد مقاومتی، الزامات تحقق اقتصاد مقاومتی را نمی‌دانند. اقداماتی در زمینه اقتصاد مقاومتی انجام نداده‌اند. جهت توجیه عملکرد خود، موانعی را در عمل به اقتصاد مقاومتی ترسیم می‌کنند و مغالطاتی در مورد اقتصاد مقاومتی دارند. گفتار و رفتار آن‌ها در مورد اقتصاد مقاومتی متناقض است. علت ضعف دانش‌آموزان در این مهم این است که علی‌رغم اینکه بحث اقتصاد مقاومتی را شنیده‌اند، ولی برای آن‌ها به خوبی تبیین نشده است و درک صحیحی از مبانی، اهداف، ضرورت، الزامات و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی ندارند و از آنجایی که درک صحیحی نسبت به اقتصاد مقاومتی ندارند، اقدامات مناسبی در این زمینه انجام نداده‌اند؛ بنابراین علی‌رغم اهمیت اقتصاد مقاومتی، فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموزان به‌طور شایسته مورد توجه نبوده است و تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی وضعیت مناسبی ندارد.



۵-۲- پیشنهادها

بر این اساس، ضروری است اقتصاد مقاومتی برای دانش‌آموزان به‌عنوان آینده‌سازان، به‌خوبی فرهنگ‌سازی شود تا نه‌تنها به اهمیت و ضرورت آن پی ببرند، بلکه از همین سنین کودکی و نوجوانی متناسب با مقتضیات خویش، عملکرد مناسبی در تحقق اقتصاد مقاومتی داشته باشند. نظام آموزش و پرورش به‌صورت مستقیم با ۱۳ میلیون دانش‌آموز به‌عنوان آینده‌سازان جامعه اسلامی و ۱ میلیون نفر متصدی در ارتباط است و به‌صورت غیرمستقیم با خانواده‌های آن‌ها مرتبط است و توانایی و ظرفیت زیادی برای فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی از طریق تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی دارد. دانش‌آموزان نه‌تنها می‌توانند اقدامات فردی متناسب با وظیفه خود در این زمینه انجام دهند، بلکه می‌توانند نقش ویژه‌ای در فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی ایفا کنند و در بین خانواده و سطح عمومی جامعه در جهت ایجاد رغبت و عمل به اقتصاد مقاومتی اثرگذار باشند. همچنان که در طرح «همیار پلیس» در فرهنگ‌سازی قوانین رانندگی موفق بود، در مسئله تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی نیز به‌منظور فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی در قشر عظیمی از جامعه، ضروری است نقش خود را به‌خوبی ایفا نماید.

طراحی برنامه درسی تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی می‌تواند نقش ویژه‌ای در این زمینه ایفا کند و به‌عنوان راهنمای متصدیان نظام آموزش و پرورش در تدوین و اجرای برنامه درسی تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی، برای انجام وظیفه نظام آموزش و پرورش در زمینه فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی راهگشا باشد. فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی از طریق رسانه ملی و تبیین ضرورت و اهمیت عمل به اقتصاد مقاومتی، می‌تواند مکمل اقدامات نظام آموزش و پرورش و باعث هم‌افزایی و تأثیرگذاری بیشتر در این زمینه شود.

نهادهای فرهنگی از جمله سازمان بسیج مستضعفین باید از طریق توانایی‌های تربیتی و فرهنگی همچون طرح تربیتی صالحین و سایر برنامه‌های فرهنگی، به فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی بیش‌ازپیش بپردازد.

نهادهای فرهنگی جامعه به‌منظور فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی، باید ارائه مبانی و اهداف اقتصاد مقاومتی در اولویت قرار بگیرد تا به‌ضرورت و اهمیت موضوع آگاه شوند و سپس الزامات و ابعاد آن برای دانش‌آموزان تبیین شود تا درک صحیحی از چگونگی اقدام و عمل به اقتصاد مقاومتی پیدا کنند.



۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

الف) مقاله‌ها

۱. اخوان، پیمان، ایمانی، ساناز، نبی زاده، معصومه (۱۳۹۵). تبیین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی در کشور با بهره‌گیری از روش دیمتل - آی. اس. ام فازی، فصلنامه علمی- پژوهشی راهبرد دفاعی، سال چهاردهم، شماره ۵۳، ۱۵-۱.
۲. ادیب، یوسف، ابراهیمی هرستانی، اصغر، رضاپور، یوسف، طغیانی، مهدی (۱۳۹۵). بررسی مبانی دینی الگوی مطلوب برنامه درسی تربیت اقتصادی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، سال دهم، شماره ۳۶، ۴۱-۵۹.
۳. اصغری، محمود (۱۳۹۵). اقتصاد مقاومتی و رابطه آن با ارزش‌ها و هنجارهای اقتصادی اجتماعی، مجله پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال بیست و دوم، شماره اول.
۴. انصاری، عبدالله (۱۳۹۵). پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در آموزش و پرورش؛ برنامه اقدام. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال نوزدهم، شماره ۷۰، ۱۵۹-۱۸۸.
۵. انصاری، عبدالله (۱۳۹۳). ارزشیابی مؤلفه‌های اصلاح الگوهای مصرف و تولید در کتاب‌های درسی پایه‌های ششم و هفتم، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، (۶۳)، ۵۳-۷۱.
۶. بیاری، علی‌اکبر؛ چراغی، اسماعیل (۱۳۸۵). نقش خانواده در انتقال محبت حضرت مهدی به فرزندان، فصل‌نامه علمی پژوهشی مشرق موعود، سال اول، شماره اول.
۷. بهارلو، محسن؛ ایاسی، فرنگیس؛ و کمرئی، علیرضا (۱۳۹۴). طراحی الگوی علی ادراک نوجوانان از اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی، ارزشیابی شناختی و جهت‌گیری مصرف مناسب در نوجوانان شهرستان‌های تهران، مجموعه مقالات دومین اجلاس بین‌المللی آینده‌پژوهی، مدیریت و توسعه اقتصادی.
۸. پژوهنده، محمدحسین (۱۳۹۴). بررسی موانع تحقق اقتصاد مقاومتی، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال بیست و یکم، شماره سوم، ۱۸۵-۲۳۸.
۹. پیغامی، عادل؛ و تورانی، حیدر (۱۳۹۰). نقش برنامه درسی اقتصاد در برنامه تعلیم و تربیت رسمی و عمومی دنیا، ارائه یک برنامه عمل برای یک برنامه درسی مغفول، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، (۳۷)، ۳۱-۵۲.
۱۰. تیرگر، آرام، آقاری، زهرا (۱۳۹۲). پژوهشی در: اقتصاد مقاومتی از منظر شهروندان و دانشگاهیان، کیهان فرهنگی، شماره ۳۲۷-۳۲۶-۳۲۵.
۱۱. تیرگر، آرام، یدالله پور، محمدهادی (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی در گذر زمان، ماهنامه آموزشی اطلاع‌رسانی معارف، شماره ۱۰۸، ۱۱-۱۳.



۱۲. جانقلی، فاطمه (۱۳۹۴). تدوین الگوی علی ادراک دانش آموزان از اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی، ارزشیابی شناختی و استفاده از کالای تولید داخلی. مجموعه مقالات اجلاس بین‌المللی مدیریت، اقتصاد و سامانه‌های مالی، تهران.
۱۳. حسین زاده، علی. نیازی، محسن. شفائی مقدم، الهام (۱۳۹۴). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش شهروندان به مصرف کالاهای داخلی مورد مطالعه: شهروندان شهرستان کاشان، معرفت اقتصاد اسلامی، سال هفتم، شماره اول، ۳۵-۵۴.
۱۴. حکمت‌نیا، حسن؛ وافشانی، علیرضا (۱۳۸۹). حاشیه‌نشینان و ارتکاب جرائم اجتماعی (مطالعه موردی شهر یزد)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۲، ۱۶۶-۱۵۷.
۱۵. خلیلیان اشکذری، محمدجمال (۱۳۸۲)، الگوی صحیح مصرف مبانی نظری و راهبردی در قرآن کریم و روایات، ماهنامه علمی ترویجی معرفت، شماره ۶۶، ۳۸-۲۶.
۱۶. راهنمایی، سید احمد (۱۳۸۱). تربیت دینی، اصلاحات، مشکلات و آسیب‌ها. مجله علمی پژوهشی تربیت اسلامی. ۲۵۴-۲۲۷.
۱۷. ربیعی، مهدی؛ و محبی‌امین، سکینه (۱۳۸۸). تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی بر حسب سازه الگوی مصرف با تأکید بر آیات و روایات، فصلنامه فرهنگی - دفاعی زنان و خانواده، سال پنجم، شماره ۱۱۳، ۱۶-۱۴۲.
۱۸. رحمان پور، محمد؛ نصر اصفهانی، احمد رضا؛ و سیادت، سیدعلی (۱۳۹۴). بررسی رابطه مبانی و اصول برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران با مضامین اقتصاد مقاومتی به‌منظور پیشنهاد برنامه درسی مطلوب، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، سال نهم، شماره ۳۱، ۶۰-۴۱.
۱۹. درخشان، مسعود (۱۳۹۱). حمله فرهنگ به اقتصاد مقاومتی، ماهنامه سوره. شماره ۶۴-۶۵.
۲۰. ذاکری، محمد؛ و اسدی، اسماعیل (۱۳۹۵). بررسی مأموریت‌ها و کارکردهای نظام آموزش عالی در راستای اقدام و عمل اقتصاد مقاومتی بر اساس دیدگاه‌های مقام معظم رهبری، فصلنامه علمی پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، سال دهم، شماره ۳۵، ۶۶-۴۷.
۲۱. سالم، مریم (۱۳۹۰). مروری بر راهبردهای تربیتی معرفت امام زمان (عجل الله تعالی فرجه الشریف) با تأکید بر خانواده، نامه پژوهش فرهنگی، سال یازدهم، شماره دهم.
۲۲. سبکتکین، قربانعلی؛ جعفری، احد؛ و جعفری همت (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر گرایش دانش‌آموزان به سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی؛ مطالعه موردی: دانش‌آموزان شهر کرج، مجموعه مقالات همایش ملی نقش سبک زندگی در اقتصاد مقاومتی، تهران: جهاد دانشگاهی واحد خوارزمی
۲۳. سیفیلو، سجاد (۱۳۹۳)، مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی، معرفت اقتصاد اسلامی، سال پنجم، شماره دوم، ۱۵۱-۱۷۳.
۲۴. علی نقوی، دلاور (۱۳۹۰). تأثیر ارزش‌های اخلاقی بر اقتصاد و رفاه از منظر قرآن و



- حدیث، مجله علمی پژوهشی سفیر، سال پنجم، شماره بیستم.
۲۵. غفاری، سیاوش (۱۳۹۳). اقتصاد مقاومتی و مفاهیم مشابه آن در اقتصاد جهان، گفتاری از حجت‌الله عبدالملکی. ماهنامه پرسمان، شماره ۱۳۸-۱۳۹، صفحه ۴۸.
۲۶. قنبری، نوذر؛ رشادی، منوچهر؛ محبی، سیروس؛ و حیدرخانی، هابیل (۱۳۹۵). بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش به فرهنگ اقتصاد مقاومتی در نواحی شهری و روستایی گیلان غرب، فصلنامه علمی- پژوهشی پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال ششم، شماره ۹۱. صفحات: ۱۲۰-۹۳.
۲۷. هادوی، اصغر (۱۳۹۱). گام‌به‌گام تا اقتصاد مقاومتی، ماهنامه پاسدار اسلام، سال سی و یکم، شماره ۳۷۱.
۲۸. یوسفی، علی؛ تابعی، ملیحه (۱۳۹۱). پدیدارشناسی تجربی راهی برای فهم تجربه‌های دینی. مجله جامعه‌شناسی تاریخی. دوره ۴، شماره ۱.
۲۹. مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۹). گامی به سوی اخلاق مهدوی، فصلنامه انتظار موعود، شماره ۳۲.
۳۰. نوری، علی. مهر محمدی، محمود (۱۳۹۰). الگویی برای بهره‌گیری از روش نظریه برخاسته از داده‌ها در پژوهش‌های تربیتی، فصلنامه مطالعات برنامه درسی، شماره ۲۳، سال ششم، ۳۵-۸.

ب) کتاب‌ها

۱. ادیب حاج باقری، محسن؛ پرویزی، سرور؛ صلصالی، مهوش (۱۳۸۶). روش‌های تحقیق کیفی، تهران: انتشارات بشری
۲. باقری، خسرو؛ سجادی، نرگس؛ توسلی، طیبه (۱۳۸۹). رویکردها و روش‌های پژوهش در فلسفه تعلیم و تربیت، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۳. عبدالملکی، حجت‌الله (۱۳۹۴). اقتصاد مقاومتی؛ مبانی، سیاست‌ها و برنامه عمل، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)
۴. مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۰). تهران: وزارت آموزش و پرورش.

ج) پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها

۱. خوشخوی، مهدی (۱۳۹۴). شناسایی و اولویت‌بندی مولفه‌های اقتصادی و فرهنگی موثر بر بهبود کارایی مصرف انرژی در بخش خانوار در جهت تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، دانشکده امور اقتصادی.
۲. طغیانی، مهدی (۱۳۹۱). مؤلفه‌های اصلی الگوی اسلامی ایرانی تربیت اقتصادی، رساله دکتری، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، دانشکده معارف اسلامی و اقتصاد.



(د) منابع اینترنتی

۱. بیانات مقام معظم رهبری. پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت الله العظمی خامنه‌ای. <http://farsi.khamenei.ir>.
۲. پیغامی، عادل (۱۳۹۴)، جزوه راهنما؛ مدرسان اقتصاد مقاومتی، مرکز مطالعات راهبردی تربیت اسلامی. نسخه الکترونیکی از <http://tarbiateslami.com>.

۶-۲- منابع انگلیسی**A) Articles**

1. Groenewald, T (2004). **A Phenomenological Research Design Illustrated**, International Journal of Qualitative Methods 3 (1): 1-26
2. Pascal, Jan (2010). **Phenomenology as a Research Method for Social Work Contexts: Understanding the Lived Experience of Cancer Survival**, New Scholarship in the Human Services, 9 (2): 1-23.
3. LP Wong, MSc. (2008). **DATA ANALYSIS IN QUALITATIVE RESEARCH: A BRIEF GUIDE TO USING NVIVO**, Malaysian Family Physician, Volume 3, No. 1
4. Løndal, K(2010). **The After-School Programme: An Arena for Interaction with Others through Body Movements in Play**. Phenomenology & Practice, Volume 4, No. 1: 30-51.
5. Muhammad, M. (2007). **THE IMPACT OF ECONOMIC EDUCATION ON STUDENT PERFORMANCE IN BUSINESS CURRICULUM: IS THERE A VARIATION BY AREAS OF CONCENTRATION?** the Academy of Business Education Conference at the Southampton Princess Resort, Hamilton, Bermuda, 27- 29.
6. Remmele, B. & Seeber, G(2012). **Integrative Economic Education to Combine Citizenship Education and Financial Literacy**. Citizenship, Social and Economics Education, 11 (3).
7. Vander Mescht, Hennie (2004). **Phenomenology in Education: A Case Study in Educational Leadership**, Indo-Pacific Journal of Phenomenology, Volume 4, Edition 1: 1-16.
8. Van Manen, M. (2007). **Phenomenology of Practice**. Phenomenology & Practice, Volume 1, No. 1: 11 – 30.
9. Van Manen, M(1982). **Phenomenological pedagogy**. Curriculum Inquiry.12(3):283-99.

B) Book

1. Broadbridge, A., & Raikes, L. (2014). **REPORT BUILDING ECONOMIC RESILIENCE AN ANALYSIS OF LOCAL ENTERPRISE PARTNERSHIPS**. Institute for Public Policy Research. From www.ippr.org/ northRegistered charity no. 800065.



pdf.

2. Van Mannen, M. (2006), **Researching Lived Experience, Human Science for an Action Sensitive Pedagogy**, Ontario, Canada: The University of Western Ontario.

C) Thesis

1. Asanuma, Shigeru (1986). **Phenomonological Curriculum Theories in North America**. Inter Subjectivity, Reflectionality, Dewey. Doctoral Dissertation. The University of Wisconsin – Madison.

D) Websites

1. Broadbridge, A, & Raikes, L, (2014), **REPORT BUILDING ECONOMIC RESILIENCE AN ANALYSIS OF LOCAL ENTERPRISE PARTNERSHIPS**, Institute for Public Policy Research, From [www.ippr.org/northRegistered charity no. 800065.pdf](http://www.ippr.org/northRegistered%20charity%20no.%20800065.pdf).
2. Briguglio, L, & Piccinino, s (2014), **Growth and Resilience in East Asia and The Impact of the 2009 Global Recession**, From [http://www.um.edu/data/assets. 141959. Pdf](http://www.um.edu/data/assets/141959.Pdf).
3. Rose, A, (2009), **ECONOMIC RESILIENCE TO DISASTERS, Final Report to Community and Regional Resilience Institute**, University of Southern California, Los Angeles Published Articles & Papers, From [http:// research.create.usc.edu /published_papers/75](http://research.create.usc.edu/published_papers/75).

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

