

تدوین و اولویت‌بندی سیاست‌های تحقق بستر فرهنگی شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: شورای عالی انقلاب فرهنگی)

نویسندگان: حمیدرضا اسمعیلی گیوی^۱، علی نظرمنصوری^۲، حمید پورنگ^۳، احمد فضائلی^۴

تاریخ دریافت: ۹۷/۴/۱۷

تاریخ پذیرش نهایی: ۹۷/۸/۱۱

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست‌ویکم، شماره ۸۱، زمستان ۱۳۹۷

چکیده

با گذشت هفت سال از طرح بحث اقتصاد مقاومتی توسط مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) صحبت از چیستی و چرایی اقتصاد مقاومتی به اندازه چگونگی تحقق آن در اولویت پژوهش نیست. نظریه پردازان اقتصادی معتقدند فرهنگ، بر اقتصاد تأثیر داشته و آن را عاملی مهم در تشویق فعالیت‌های مفید اقتصادی مانند کار و تلاش می‌دانند و همواره بر اهمیت اثر فرهنگ بر رشد اقتصادی تأکید کرده‌اند. از آنجاکه شورای عالی انقلاب فرهنگی در جایگاه قرارگاه فرهنگی کشور و متشکل از تمامی نهاد‌های حقوقی فرهنگی جمهوری اسلامی و خبرگان برتر این حوزه در کشور است انتظار می‌رود سیاست‌های فرهنگی لازم برای تحقق اقتصاد مقاومتی را تصویب و ابلاغ نماید. پژوهش حاضر با رویکرد ترکیبی (کمی کیفی)، انجام شده است؛ در بخش کیفی با استفاده از روش‌های مطالعه اسنادی و فرا ترکیب پژوهش‌های پیشین و نیز تحلیل مصاحبه‌های انجام‌شده به استخراج سازه‌ها، مؤلفه‌ها، مفاهیم و متغیرهای فرهنگی مؤثر در تحقق اقتصاد مقاومتی پرداخته شد و بر این اساس مدل مفهومی پژوهش ساخته شد. در بخش کمی با استفاده از ابزار پرسشنامه و نظرسنجی از خبرگان از نرم‌افزار PLS برای مدل‌سازی معادله ساختاری و آزمون مدل نهایی بهره گرفته شد. در نهایت با استفاده از مدل کانو حوزه‌های دارای اولویت برای سیاست‌گذاری مشخص شدند و بر اساس اولویت‌های سیاست‌گذاری استخراج شده، با انجام آزمون فریدمن ۲۶ اقدام سیاستی از میان ۱۲۲ اقدام، انتخاب شده و به‌عنوان بسته سیاستی فرهنگی برای تحقق اقتصاد مقاومتی ارائه شد.

واژگان کلیدی: فرهنگ، اقتصاد مقاومتی، سیاست‌گذاری، سیاست فرهنگی

۱. دکتری مدیریت و مدیرکل دفتر پژوهش‌های علمی و فرهنگی معاونت پژوهشی شورای عالی انقلاب فرهنگی،

esmaely@gmail.com

۲. دانش‌آموخته دکتری علوم اجتماعی (نویسنده مسئول)، nazarmansori@yahoo.com

۳. مدیر گروه پژوهش‌های فرهنگ و علم معاونت پژوهشی شورای عالی انقلاب فرهنگی، pourang.hamid@gmail.com

۴. دانشیار مدیریت آموزشی، عضو هیأت علمی دانشگاه امام حسین (ع)، abomoh787@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

امروزه جمهوری اسلامی در حوزه‌های اقتصادی خود با مسائل یا مفاهیمی مواجه است که تاکنون در عرصه‌های نظری و عملی، چندان مسبوق به سابقه نیستند. 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. اصطلاح اقتصاد مقاومتی در سال‌های اخیر توسط مقام معظم رهبری مطرح و سپس به مفهوم رایج مباحث اقتصاد سیاسی تبدیل شده است. صاحب‌نظرانی با رویکردهای گوناگون به این حوزه عطف نظر کرده‌اند. عمده مباحث شکل گرفته پیرامون اقتصاد مقاومتی از منظر ادبیات علم اقتصاد و ادبیات اقتصاد اسلامی بوده است. یکی از ساحت‌های اثرگذار و کلیدی در عرصه اقتصاد مقاومتی حوزه فرهنگی است که در مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در این زمینه، کمتر محل توجه و ارجاع بوده است. فرهنگ در سطوح کلان خود به‌مثابه مجموعه‌ای از ارزش‌ها، نگرش‌ها و باورها و همچنین در سطوح رفتاری و نمادین می‌تواند به‌عنوان پیشران عرصه اقتصاد مقاومتی عمل نموده و علاوه بر این، خود نیز ارزش افزوده خلق کند.

رفتارسازی مطلوب در حوزه اقتصاد، مقوله‌ای است که در طول سالیان گذشته همواره مدنظر برنامه‌ریزان اقتصادی و اجتماعی کشورهای پیشرفته البته منطبق بر دیدگاه آن‌ها از الگوی مطلوب و مادی زندگی فردی و اجتماعی قرار داشته و برای اجرایی نمودن آن سیاست‌گذاری هدفمندی را در عرصه نظام فرهنگی و آموزشی تدارک دیده‌اند. جهان امروز دریافته است که توجه به فرهنگ‌سازی و تربیت افراد نوعی سرمایه‌گذاری ملی است و هر کشوری که در این راه تلاش بیشتری نماید، از ثمرات آن برخوردار خواهد شد. فقدان درک صحیح و جامع از مفاهیم و رویکردهای اقتصادی در این فرض جلوه می‌کند که مثلاً فرد در زندگی اجتماعی خود، در موقعیتی با ویژگی‌های اقتصادی قرار می‌گیرد و نیاز به بروز رفتار و تصمیمی اقتصادی مبتنی بر فرهنگ و ارزش‌های بومی و مقتضیات ملی خویش دارد و در این مقام نه یک دانش سازمان‌یافته و نهادینه شد از مفاهیم، نه چارچوبی برای تحلیل اوضاع اطراف خود و نه یک فرهنگ حاکم اقتصادی مبتنی بر ارزش‌های جامعه و مصالح فردی، اجتماعی هیچ‌کدام وی را همراهی نمی‌کنند. نتیجه چنین ضعف و فقدان، بر رشد اقتصادی و توسعه همه‌جانبه، پیشاپیش معلوم است چراکه فرد در مقام یک عضو خانواده، نیروی کار، شهروند مسئول در عرصه اجتماعی مصرف‌کننده و تولیدکننده کالا و خدمات، پس‌انداز کننده و سرمایه‌گذار و در بستری از انواع شاکله‌های جمعی و فردی مانند



فرهنگ کار، فرهنگ مصرف، فرهنگ اتخاذ تصمیم‌های بهینه، فرهنگ هزینه فایده، فرهنگ استفاده بهینه و کارا از منابع، فرهنگ بهره‌وری، فرهنگ تعامل با محیط انسانی و فیزیکی اطراف از جمله محیط‌زیست و ده‌ها بستر فرهنگی دیگر قرار می‌گیرد و برآیند رفتارهای جمعی در چنین فضایی است که موجبات رشد یا انحطاط ملیتی را فراهم می‌آورد. نتیجه این فرهنگ‌سازی را شاید بتوان حلقه مفقوده بسیاری از ناهنجاری‌های رفتاری و به شکست کشاندن یا پیروزی و موفقیت سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دانست (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۶، ص ۴۳). به یک معنا می‌توان گفت که فرهنگ‌سازی اقتصادی در کشور ما تا حد زیادی مغفول و این موضوع حلقه مفقوده سیاست‌گذاری‌های اقتصادی بوده است و به عقیده برخی علت بسیاری از شکست‌های سیاست‌گذاری‌های اقتصادی کشور نیز ناشی از همین حلقه مفقوده است (پیغامی، ۱۳۹۴، ص ۱۸۴).

بر این اساس لازم است مفاهیم و متغیرهای فرهنگی مؤثر بر شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی برای تدوین بسته‌های سیاستی و برنامه‌ریزی بر اساس آن‌ها در مرحله اجرا و اقدام، شناسایی و با عنایت به محدودیت‌ها در منابع اولویت‌بندی لازم ارائه شود تا بتوان به تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی به‌صورت تدریجی امیدوار بود. از آنجاکه تخصصی‌ترین و مهم‌ترین نهاد سیاست‌گذاری فرهنگی کشور شورای عالی انقلاب فرهنگی است و مقام معظم رهبری بارها از آن با عنوان قرارگاه فرهنگی کشور نام برده است انتظار می‌رود خبرگان این نهاد سیاست‌های لازم را استخراج، تدوین و ابلاغ نمایند چراکه به فرموده ایشان «شورای عالی انقلاب فرهنگی را در واقع باید اتاق فرمان فرهنگی کشور یا ستاد عالی فرهنگی و علمی دستگاه‌های کشور اعم از دستگاه‌های فرهنگی و سایر دستگاه‌ها و مرکز مهندسی فرهنگی کشور به حساب آورد» (Sccr.ir، ۱۳۹۶). در همین راستا این پژوهش در صدد است با بهره‌بردن از خبرگان شورای عالی انقلاب فرهنگی برای پرسش‌های ذیل پاسخ مناسب ارائه نماید:

این پژوهش با رویکرد کاربردی و توسعه‌ای به دنبال پاسخ به پرسش‌های ذیل است:

- متغیرها، سازه‌ها و مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی کدام‌اند؟

- ارتباط و تأثیر و تأثر این متغیرها در کنار یکدیگر چگونه و چقدر است؟

- ابزارها و واسطه‌های عملکردی این متغیرها و سازه‌های فرهنگی (مدل جامع

- ارتباط متغیرها با یکدیگر و اقتصاد مقاومتی) کدام‌اند؟

- برای کارآمد بودن سیاست‌های این حوزه باید از کجا شروع کرد؟ به عبارتی



حوزه‌های فرهنگی دارای اولویت کدام‌اند؟

- اقدامات سیاستی برای عملکرد بهینه هر کدام از این سازه‌ها و متغیرها چه می‌باشند و اولویت با اجرای کدام است؟

۲- مبانی مفهومی و پیشنهاد موضوع

۲-۱- مبانی مفهومی

اقتصاد مقاومتی یک مفهوم عقلی است و تمام کشورها و ملت‌ها همواره سعی در مقاوم‌سازی بافت‌ها و ساختارهای خویش داشته‌اند و این امر نیز با تکامل دانش همواره در مسیر خویش روبه‌پیشرفت بوده است، بدین معنا که جهت‌گیری تمام تئوری‌های جدید نیل به این هدف، یعنی قوام و مقاوم‌سازی است (سمیعی نسب و سلیمانی، ۱۳۹۵، ص ۱۳۲). بدین ترتیب صحبت از چرایی اقتصاد مقاومتی به نوعی بحث از بدیهیات است. در ادبیات علمی اقتصاد، اقتصاد تحریم، اقتصاد جنگ، اقتصاد حمایتی و اقتصاد ریاضتی و اقتصاد تاب‌آوری وجود دارد و دارای ادبیات علمی نسبتاً گسترده‌ای است و با اقتصاد مقاومتی نیز قرابت‌هایی دارد ولی در مجموع اقتصاد مقاومتی اصطلاح جدیدی است که اولین بار به صورت صریح در سال ۸۹ توسط مقام معظم رهبری مطرح شده است (میرمعزی، ۱۳۹۵، ص ۸۳). از نظر ایشان اقتصاد مقاومتی عبارت است از:

«اقتصادی علمی و بومی، برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام است که ضمن مقاوم‌سازی اقتصاد در برابر تهدیدهای نظام سلطه از توان تقویت اقتصاد و تحقق پیشرفت جهشی اقتصادی نیز برخوردار است. این نوع اقتصاد، پیشرو، فرصت‌ساز، مولد، درون‌زا، برون‌گرا، انعطاف‌پذیر، عدالت‌بنیان، مردم‌بنیاد، با رویکرد جهادی».

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 می‌کند (غفارپور و پور حاتمی، ۱۳۹۱، ص ۲۳).



اقتصاد مقاومتی را می‌توان چهار گونه تعریف نمود و چهار الگو از آن یا ترکیبی از همه آن‌ها را در کشور به‌عنوان پروژه‌هایی ملی پیگیری کرد. این چهار تعریف از اقتصاد مقاومتی به‌نوعی باهم رابطه «عموم و خصوص من وجه» دارند، منتها برخی کوتاه‌مدت و برخی بلندمدت هستند و البته ترکیبی از استراتژی‌های مطلوب را نیز برایمان به تصویر می‌کشند: تعریف اول از اقتصاد مقاومتی به‌مثابه «اقتصاد موازی» است؛ یعنی همان‌طور که انقلاب اسلامی با توجه به نیاز خود به نهادهایی با روحیه و عملکرد انقلابی، اقدام به تأسیس نهادهایی مانند کمیته امداد، جهاد سازندگی، سپاه پاسداران و بنیاد مسکن نمود، امروز نیز بایستی برای تأمین اهداف انقلاب، این پروژه را ادامه داده و تکمیل کند؛ چراکه انقلاب اسلامی به اقتصاد مقاومتی و به نهادسازی‌های مقاومتی در اقتصاد نیاز دارد که چه‌بسا ماهیتاً از عهده نهادهای رسمی اقتصادی برنمی‌آید. پس باید نهادهایی موازی برای این کار ویژه ایجاد کند. تعریف دوم از اقتصاد مقاومتی عبارت از اقتصادی است که در پی «مقاوم‌سازی»، «آسیب‌زدایی»، «خلل‌گیری» و «ترمیم» ساختارها و نهادهای فرسوده و ناکارآمد موجود اقتصادی است. یعنی اگر در رویکرد قبلی می‌گفتیم که فلان نهاد نمی‌تواند انتظارات ما را برآورده کند، در رویکرد جدید به دنبال آن هستیم که با بازتعریف سیاست‌های نهادهای موجود، کاری کنیم که انتظارات ما را برآورند. تعریف سوم از اقتصاد مقاومتی، متوجه «هجمه‌شناسی»، «آفندشناسی» و «پدافندشناسی» ما در برابر آن هجمه است. چهارمین تعریف نیز این است که اساساً اقتصاد مقاومتی یک رویکرد کوتاه‌مدت سلبی و اقدامی صرفاً پدافندی نیست؛ برخلاف سه تعریف قبلی که اقتصاد مقاومتی را یا پدافندی یا کوتاه‌مدت می‌دانستند، این رویکرد چشم‌اندازی کلان به اقتصاد جمهوری اسلامی ایران دارد و یک اقدام بلندمدت را شامل می‌شود. این تعریف هم که به نظر می‌رسد دور از دیدگاه‌های رهبر معظم انقلاب نیست، رویکردی ایجابی و دوراندیشانه دارد. در این رویکرد، ما در پی «اقتصاد ایده‌آلی» هستیم که هم اسلامی باشد و هم ما را به جایگاه اقتصاد اول منطقه برساند؛ اقتصادی که برای جهان اسلام الهام‌بخش و کارآمد بوده و زمینه‌ساز تشکیل «تمدن بزرگ اسلامی» باشد. بدین معنا اساساً در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، یکی از مؤلفه‌های مهم الگو می‌باید متضمن مقاومت و تحقق آن باشد. در این مقوله است که اقتصاد مقاومتی مشتمل بر اقتصاد کارآفرینی و ریسک‌پذیری و نوآوری می‌شود (پیغامی، ۱۳۹۳، ص ۴۷-۵۰).

یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی که در تعاریف و نظریات مرتبط با این موضوع مدنظر قرار گرفته بحث فرهنگ و سویه‌های فرهنگی اقتصاد مقاومتی است. به‌طور کلی تا



پیش از شکل گیری انتقادات نظری و معرفتی به توسعه با الگوی نوسازی غربی، توسعه فرایندی تصور می شد که طی آن جوامع مختلف از شرایط اولیه عقب ماندگی و توسعه نیافتگی با عبور از مراحل تکاملی کم و بیش یکسان و تحمل دگرگونی های کیفی و کمی به جوامع توسعه یافته تبدیل خواهند شد. این تلقی ایدئولوژیک از توسعه، در پرتو نقدهای متنوع و بسیار در دهه ۱۹۷۰ و به خصوص در سال های دهه ۱۹۸۰ به بن بست رسید.

الگوی توسعه و نوسازی غربی از سه ناحیه مورد نقد و تجدیدنظر قرار گرفته است که عبارت اند از تجدیدنظر طلبان نظریه مدرنیزاسیون، که در سال های ۷۰ - ۱۹۶۰ اندیشه های خود را مطرح کردند. از جمله این تجدیدنظر طلبان می توان به هایتنگتون، ایزنشتات، هیرشمن، رودلف و گاسفیلد اشاره کرد که این افراد در دیدگاه های خود به تجدیدنظر در مبانی و چارچوب های کلان نظریه نوسازی و توسعه خطی پرداختند. دومین گروه از انتقادات به ذهنیت توسعه تک خطی، از سوی اعضای مکتب وابستگی بین دهه های شصت و هفتاد مطرح شد. در این خصوص می توان به اندیشه ها و انتقادات باران، فرانک، امین و کاردوسو اشاره کرد. اما گروه سوم که بیشتر به تخریب ذهنیت توسعه تک خطی پرداخت، تا تجدیدنظر در آن، انتقادات ساختار شکنانه پسامدرنیست ها بود که دیدگاه هایی نظیر دیدگاه میشل فوکو و ادوارد سعید از آن جمله اند (منوچهری، ۱۳۷۴، ص ۶۷). بر این اساس با توجه به طرح چنین انتقاداتی، مفهوم عنصر فرهنگی در مباحث توسعه و اقتصاد جایگاه و اهمیت خود را پیدا نمود. در ادبیات رایج در مورد رابطه فرهنگ و اقتصاد بحث های مختلفی از سوی نظریه پردازان و اقتصاددانان، از آدام اسمیت گرفته تا دانشمندان امروز مطرح شده است که تقریباً همگی ارتباط این دو مقوله را تأیید و مهم بر شمرده اند. با نگاهی کلی به نظریات مطرح در این زمینه می توان دو رویکرد کلی را دریافت. بر اساس رویکرد اول - که به نوعی نگاه به فرهنگ ابزاری است - افراد معتقدند با تحولات فرهنگی می توان توسعه و رشد اقتصادی را سرعت بخشید مثل مایکل تودارو (تودارو، ۱۳۸۱)، فرانسوا پرو (ستاری فر، ۱۳۷۴)، مک کله لند (حریری اکبری)، اینگلز (افروغ، ۱۳۷۹)، ماکس وبر (وبر، ۱۳۶۴)، گیلفورد گیرتز (متوسلی، ۱۳۷۸) و ... در رویکرد دوم فرهنگ را جزئی از یک سیستم نظام اجتماعی می دانند و برای متغیرهای فرهنگی و اجتماعی با اقتصاد تعامل های چند جانبه می بینند و معتقدند فرهنگ هم تأثیر می پذیرد و هم تأثیرگذار است مثل پارسونز (۱۹۸۸)، اسپنسر (۱۸۷۴)، مید (۱۹۷۱) و ...

در خصوص تأثیر و تأثرات عرصه اقتصاد و فرهنگ سه رویکرد کلی قابل ارائه است:



در رویکرد اول بر اولویت تأثیر فرهنگ بر اقتصاد تأکید می‌شود که لزوم تغییرات فرهنگی را به‌عنوان اساس توسعه مدنظر قرار می‌دهد در رویکرد دوم اقتصاد مقدم بر فرهنگ دیده‌شده و توسعه فرهنگی را مترتب به توسعه اقتصادی می‌داند و در نهایت رویکرد سوم به اثرات متقابل دو عرصه تأکید می‌کند (دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۶: ص ۱۴۶)

جدول ۱- مقایسه رویکردهای رابطه اقتصاد و فرهنگ

ویژگی‌ها	نوع رویکرد
۱- لزوم تغییرات فرهنگی به‌منظور نیل به توسعه تأکید می‌کردند. ۲- فرهنگ دلیل اصلی اختلاف اقتصادهاست.	۱- اولویت اثر فرهنگ بر اقتصاد
۱- توسعه اقتصادی خود زمینه‌ساز توسعه فرهنگی است. ۲- توسعه اقتصادی خود به‌تدریج تغییر در عادات را پدید می‌آید.	۲- اولویت اثر اقتصاد بر فرهنگ
۱- به عناصر فرهنگی به‌جای کلیت آن توجه می‌نماید. ۲- به جنبه‌هایی از فرهنگ مانند مذهب، اخلاق ملی، ارزش‌های تأکید دارد. ۳- این رویکرد راه‌راه‌برای بررسی متقابل اثر فرهنگ بر اقتصاد و توسعه‌باز می‌کند. ۴- در غالب این رویکرد ارتباطی میان فرهنگ، نهادها و رشد اقتصادی و توسعه برقرار می‌شود. ۵- بر نقش نهادها بر عملکرد اقتصادی تأکید می‌کند. ۶- رابطه‌ای درهم‌تنیده میان اقتصاد، فرهنگ و سیاست وجود دارد. ۷- این رویکرد تبیین دقیق‌تری از رابطه میان فرهنگ و اقتصاد ارائه می‌نماید. ۸- با استفاده از این رویکرد می‌توان به تحلیل دقیق آثار سیاست‌گذاری اقتصادی بر فرهنگ پرداخت.	۳- اثر متقابل فرهنگ و اقتصاد با تأکید بر جزئیات فرهنگ نه فرهنگ به‌عنوان یک کل

(دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۶، ص ۱۴۸)

همان‌طور که از تعریف اقتصاد مقاومتی از نظر مقام معظم رهبری هم مشخص است و دربندهای مختلف سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغ‌شده از سوی ایشان نیز برمی‌آید فرهنگ قرار است نقشی اساسی برای تحقق آن ایفا کند و نگاه حاکم بر نوع ارتباط فرهنگ و اقتصاد نیز نگاه سیستمی است، یعنی قرار است با تأثیر و تأثر فرهنگ و اقتصاد و دیگر خرده نظام‌ها از یکدیگر پیشرفت اقتصادی پایدار مطلوب را انتظار بکشیم. تحقق اقتصادی که از انعطاف و چابکی لازم در مواجهه با تهدیدات و چالش‌های بیرونی برخوردار باشد و در صورت نیاز بتواند خود را با شرایط تحمیلی تطبیق دهد به هوشمندی و هدمندی رفتار و فرهنگ اقتصادی نیازمند است. طبیعی است متناسب با رفتار و فرهنگ اقتصادی مطلوب بایستی مؤلفه‌های جامعه‌پذیری آن نیز تبیین و عزم عمومی برای تحقق آن به لحاظ فکری و روانی بسیج گردد.



توسعه و ترویج چنین فرهنگی در بدنه اجتماعی نیازمند نوعی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی است که ناظر به ابعاد مختلف اقتصاد مقاومتی باشد. به‌طور کلی سیاست در سطح کلان به معنای تدوین راه‌حل عملی برای حل مشکل خاص اجتماعی یا برای دستیابی به هدفی ویژه تعریف‌شده است (اشتریان، ۱۳۸۱، ص ۵۱). از این منظر، سیاست‌گذاری فرهنگی را باید به‌عنوان تعیین خط‌مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی یعنی همکاری‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، میراث فرهنگی و هویت فرهنگی قلمداد نمود (حسین‌لی، ۱۳۷۹، ص ۲). سیاست‌گذاری فرهنگی بخشی از سیاست‌گذاری کلان ملی است لذا همانند آن می‌تواند از دو سطح مکمل برخوردار باشد: سطح نخست یا کلان نگر که به‌منظور هماهنگی و برقراری پیوند و ارتباط بین بخش‌های گوناگون فعالیت‌های فرهنگی (نظیر میراث فرهنگی، آموزش و هنر) و سیاست‌های سایر حوزه‌ها (نظیر آموزش، ارتباطات، علوم، فناوری و محیط‌زیست) تدوین می‌گردد و درواقع سیاست‌گذاری برای توسعه عمومی جامعه است. سطح دوم نیز که سیاست‌گذاری فرهنگی خرد نگر نامیده می‌شود مرتبط با فرهنگ به معنای خاص آن است و ماهیتی بخشی دارد (همایون و جعفری هفت‌خوانی، ۱۳۸۷، ص ۱۷).

۲-۲- پیشنهاد پژوهش

از سال ۱۳۸۹ که از سوی رهبری مسئولان و مردم به تلاش برای تحقق و اجرای اقتصاد مقاومتی دعوت علنی شدند تاکنون تلاش جامع و منسجمی برای تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی صورت نگرفته است. از مهم‌ترین پژوهش‌هایی که در این زمینه صورت گرفته‌اند می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

عزیزی (۱۳۹۳) در پایان‌نامه کارشناسی خود با عنوان "برنامه حوزه فرهنگ در سند راهبردی پدافند اقتصادی کشور" تلاش دشمن برای ضربه زدن با استفاده از ابزارهای نرم مثل تغییر فرهنگ اقتصادی مردم را جدی دانسته و سعی می‌کند بر اساس اصول برنامه‌ریزی راهبردی به ارائه راهبردهای کلان مربوطه بپردازد. این راهبردهای کلان عبارت‌اند از ارتقای سطح دانش و معلومات مردم، اصلاح الگوی مصرف مردم، ترغیب به مصرف کالاهای داخلی، انجام احکام و انفاق، تقویت فرهنگ کار و تولید و مقابله با عملیات روانی دشمن و رفتار مناسب مسئولین.

میرمنافی (۱۳۹۵) در گزارشی با عنوان "فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی و حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان" دانش‌بنیان شدن اقتصاد را مؤلفه‌ای مهم برای مقاومتی



شدن اقتصاد برمی‌شمارد و معتقد است باید برای دانش‌بنیان شدن اقتصاد کشور فرهنگ‌سازی کرد که البته پیشنهاد جامعی نیز برای تحقق این امر ارائه نمی‌کند.

سلیمانی (۱۳۹۵) در مقاله‌ای با عنوان "بررسی ابعاد گوناگون فرهنگ قرآنی قوام و مقاومت و معرفی الگوی مفهومی عوامل و موانع قوام و مقاومت اقتصادی مبتنی بر آیات" دو الگوی مفهومی عوامل و موانع قوام و مقاومت اقتصادی در قرآن کریم را ارائه کرده است. عوامل قوام بخشی از نظر این پژوهش عبارت‌اند از یاد خدا، پرهیز از تنبلی، عدم سلطه کفار، استقامت در عمل و احیاء و اتکای پرداخت‌های اسلامی. همچنین موانع قوام نیز عبارت‌اند از ربا، ترس از فقر، اسراف و تبذیر، اکل مال به باطل، مال‌اندوزی، گمراهی دیگران با پول و مال، طمع و کم‌فروشی.

بنیانیان (۱۳۹۵) نیز در مقاله خود با عنوان "الزامات فرهنگی اقتصاد مقاومتی" تحقق اقتصاد مقاومتی را منوط به تحقق عوامل فرهنگی از قبیل ارتقای نگرش علمی در تصمیم‌گیری آحاد جامعه به‌ویژه بین مدیران؛ ایجاد باور به لزوم برنامه‌ریزی و آینده‌نگری در بین آحاد جامعه به‌ویژه مدیران؛ توسعه روحیه همکاری و کار جمعی در همه عرصه‌های زندگی به‌ویژه در فعالیت‌های اقتصادی و دانسته است.

اکبرزاده و جهانیان (۱۳۹۵) نیز ارتباط اقتصاد مقاومتی و زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی را بررسی کرده‌اند و بیان نمودند نتیجه تحقیق نشان می‌دهد اقتصاد مقاومتی بدون مبارزه با مصادیق باطل از جمله مبارزه با مترفین و الگوی مصرفی آنان، و بدون الگوگیری از اخلاق اولیای الهی به‌ویژه در یازده اصل اخلاقی ارائه‌شده تحقیق نمی‌تواند عملیاتی شود.

همان‌طور که مشاهده می‌شود تاکنون پژوهشی جامع در ارتباط با شناسایی مؤلفه‌های فرهنگی اقتصاد مقاومتی انجام‌نشده است و پژوهش‌های انجام‌شده صرفاً به‌صورت پراکنده به برخی از اقدامات فرهنگی قابل اجرا برای تحقق اقتصاد مقاومتی اشاره کرده‌اند.

از طرفی نه‌تنها پژوهش جامعی صورت نگرفته است بلکه در حوزه سیاست‌گذاری و اقدام‌های اجرایی نیز همان‌طور که اشاره شد، بسته‌سیاستی جامع برای تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی ارائه نشده است. در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر انقلاب اشاراتی در برخی از ماده‌ها به حوزه فرهنگ شده است اما لازم است برنامه‌سیاستی جامع برای این مهم تدوین شود. از این‌رو این پژوهش به ارائه این بسته پرداخته است.



۳- روش تحقیق

برای پاسخ به پرسش‌های تحقیق، چهار مرحله طی شده است و در هر مرحله بنا به ضرورت برای هر یک از گام‌های جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل داده‌ها و ارائه نتایج به شرح جدول ۱ از روش‌های مشخص کمی یا کیفی بهره برده است.

در این مطالعه، ابتدا با بهره بردن از رویکرد کیفی مدل تحقیق استخراج و ارائه شده و سپس با رویکرد کمی به آزمون و تدوین مدل پرداخته شده و در نهایت اولویت‌بندی حوزه‌ها و اقدامات سیاستی صورت گرفته است. در بخش کیفی جامعه آماری مطالعه کلیه افرادی هستند که در ارتباط با فرهنگ و اقتصاد دانش و خبرگی لازم را داشته‌اند و در این زمینه دارای سابقه پژوهش یا کار اجرایی بوده‌اند. روش انتخاب آن‌ها نیز گلوله برفی بوده که مصاحبه‌ها تا حد کفایت نظری انجام شد. جامعه آماری این پژوهش در بخش کمی نیز شامل کلیه مدیران و کارشناسان ارشد مطلع دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی است. نمونه تحقیق نیز بر اساس طرح تمام‌شماری شامل ۵۰ نفر بودند که پرسشنامه‌ها برای آن‌ها ارسال شد و تعداد ۴۶ پرسشنامه دریافت گردید و در تحلیل‌ها مورد استفاده قرار گرفت. این پرسشنامه‌ها محقق ساخته بوده و با استفاده از نتایج بخش کیفی و بر مبنای الگوی پیشنهادی پژوهش ساخته شده است. برای این منظور، ابتدا مؤلفه‌ها و زیر مؤلفه‌های فرهنگی مؤثر بر تحقق اقتصاد مقاومتی مشخص شد و سپس بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده، پرسشنامه ساخته شد.

بر اساس بخش‌های مختلف گزارش از روش‌های مختلفی استفاده شده است که به شرح زیر است:

۱- روش اسنادی: در بخش مروری بر ادبیات موضوع، بررسی اقدامات شورا، بررسی اسناد بالادستی و در بخش نسبت اقتصاد مقاومتی و فرهنگ از این روش استفاده شده است. در این بخش برای جمع‌بندی نتایج پژوهش‌ها از روش فرا ترکیب، که به شیوه‌ای نظام‌مند نتایج تحقیقات دیگر را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد بهره برده‌ایم.

۲- روش مصاحبه: در فاز کیفی پژوهشی برای بررسی نسبت اقتصاد و فرهنگ از روش مصاحبه با صاحب‌نظران و خبرگان استفاده شده است. در مجموع با ۱۰ نفر از صاحب‌نظران حوزه فرهنگ و اقتصاد مقاومتی مصاحبه صورت گرفت. این مصاحبه‌ها در دو قالب نشست و مصاحبه انفرادی صورت گرفت. انتخاب این افراد با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس آثار و نوشته‌های این افراد در عرصه اقتصاد مقاومتی بوده است. همچنین از روش نمونه‌گیری گلوله برفی و پرسش از سخنرانان برای معرفی افراد صاحب‌نظر و خبره در این زمینه بهره برده‌ایم. پس از تحلیل مضامین مصاحبه‌ها،



تم‌های اصلی استخراج شد و در بخش‌های مفهومی و راهکارها و راهبردهای گزارش مورد استفاده قرار گرفتند.

۳- روش پیمایش: در بخش کمی از روش پیمایش استفاده شده است. از آنجاکه از اهداف این پژوهش ارائه الگویی برای عوامل اثرگذار بر تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی است و برای این منظور نیاز بود که مؤلفه‌های اصلی این الگو شناسایی و سپس مورد آزمون قرار گیرد، لذا این پژوهش از نوع پژوهش‌های توصیفی است که به شیوه آمیخته (اکتشافی) انجام شده است. در طرح تحقیق آمیخته اکتشافی پژوهشگر در صدد زمینه‌یابی درباره «موقعیت نامعین» است. برای این منظور، ابتدا به گردآوری داده‌های کیفی پرداخته می‌شود و جنبه‌های مختلف پدیده مورد شناسایی قرار می‌گیرد. با استفاده از این شناسایی اولیه، امکان صورت‌بندی فرضیه (هایی) درباره بروز پدیده مورد مطالعه فراهم می‌شود. پس از آن، در مرحله بعدی، می‌توان از طریق گردآوری داده‌های کمی، فرضیه (ها) را مورد آزمون قرار داد. بنابراین، مرحله کمی پژوهش با توجه به نتایج مرحله کیفی به اجرا درمی‌آید.

۴- روش دلفی: دلفی روشی است که بر پایه نظرات شهودی متخصصان قرار دارد و در آن یک گروه از متخصصان، پس از ابراز نظرات خود درباره یک مسئله مشخص، به یک اجماع دست می‌یابند. اگرچه این قضاوت جمعی متخصصان ذهنی به نظر می‌رسد، معتبرتر از اظهارات فردی است؛ چراکه نتایج عینی‌تری به بار می‌آورد (پاشایی زاد، ۱۳۸۶، ص ۷۰).

در این مطالعه پس از گردآوری داده‌های کمی و پالایش اولیه داده‌ها، نظرات و پیشنهادهای پاسخ‌گویان جمع‌بندی شده و در قالب پرسشنامه مرحله دوم مجدداً برای کلیه افراد مورد مطالعه ارسال گردید.

جدول ۱- مراحل و روش متناظر پژوهش

مرحله پژوهش	منبع داده	روش جمع‌آوری داده	روش تحلیل	رویکرد	برونداد
۱- شناسایی و اکتشاف عوامل	اسناد بالادستی، مقالات، گزارش‌های پژوهشی و بررسی پایگاه‌های اطلاعاتی فارسی و لاتین	بررسی اسنادی مطالعه کتابخانه‌ای (بررسی ادبیات پژوهش)	فرا ترکیب	کیفی	۱. شناسایی گویه‌ها، مؤلفه‌ها و مقولات برای تدوین مدل ۲. مدل اولیه
	خبرگان	مصاحبه (عمیق)	تحلیل محتوا	کیفی	



مرحله پژوهش	منبع داده	روش جمع‌آوری داده	روش تحلیل	رویکرد	برونداد
۲-آزمون میدانی مدل تحقیق	مدیران و کارشناسان ارشد دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی	پیمایش و دلفی (با ابزار پرسشنامه)	مدل یابی معادلات ساختاری (نرم‌افزار PLS)	کمی	ارائه مدل نهایی تحقیق
۳-اولویت‌بندی حوزه‌های فرهنگی			مدل کانو ضریب تأثیر روابط	کمی	اولویت‌بندی حوزه‌های فرهنگی شناسایی شده
۴-تدوین بسته‌های فرهنگی اقتصادی مقاومتی	خبیرگان دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی	پیمایش	آزمون فریدمن	کمی	بسته‌های اقتصادی مقاومتی برای تحقق بستر فرهنگی اقتصادی مقاومتی

از آنجاکه در مرحله کیفی این پژوهش از روش مصاحبه نیمه ساختاریافته جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است، لذا به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها روش کدگذاری مورد استفاده قرار گرفت. مراحل کدگذاری مصاحبه‌های صورت گرفته طی دو مرحله انجام شده است: ۱- کدگذاری باز و ۲- کدگذاری محوری.

مرحله کدگذاری باز پس از انجام اولین مصاحبه شروع می‌شد. به عبارت دیگر، محقق پس از هر مصاحبه، شروع به پیدا کردن مفاهیم و انتخاب نام‌های مناسب برای آن‌ها و ترکیب مفاهیم مرتبط می‌کرد. کدگذاری باز بخشی از تجزیه و تحلیل است که به صورت مشخص به نام‌گذاری و مقوله‌بندی پدیده‌ها از راه بررسی دقیق آن‌ها می‌پردازد. در ضمن، در کدگذاری باز داده‌ها به بخش‌های مجزا خرد می‌شوند و برای به‌دقت آوردن شباهت‌ها و تفاوت‌ها مورد مقایسه قرار می‌گیرند.

اولین گام در کدگذاری باز نام‌گذاری (انتخاب عنوان) برای پدیده‌هاست؛ به این صورت که هر پاراگراف را برمی‌داریم، به اجزایی تقسیم می‌کنیم، و به هر کدام از حوادث، ایده‌ها یا رخدادها نامی می‌نهیم. گام بعدی در کدگذاری باز کشف مقوله‌ها است. وقتی در داده‌ها پدیده‌های خاصی را مشخص کردیم آنگاه می‌توانیم مفاهیم را بر محور آن‌ها گروه‌بندی کنیم. این کار تعداد واحدهایی را که باید با آن‌ها کار کنیم کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی مفاهیم که به نظر می‌رسد به پدیده‌های مشابه ربط پیدا می‌کند، مقوله‌پردازی نامیده می‌شود. به مقوله‌ای که کدهای (برچسب‌های)



مرتبط را در برمی‌گیرد یک نام مفهومی داده می‌شود. باید توجه داشت که این نام باید انتزاعی‌تر از مفاهیم (کدها) باشد که مجموعه آن‌ها مقوله‌ای را تشکیل می‌دهد. مقولات دارای قدرت مفهومی‌اند زیرا قادرند دیگر مفاهیم را بر محور خود جمع کنند (سرمد و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۹۴).

در مرحله دوم کدگذاری که به آن کدگذاری محوری گفته می‌شود، پژوهشگر یکی از طبقه‌ها را به عنوان طبقه محوری انتخاب کرده، آن را تحت عنوان پدیده محوری (مؤلفه اصلی) در مرکز فرآیند مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر طبقه‌ها را با آن مشخص می‌کند. در مرحله دوم پژوهش و پس از انجام پژوهش کیفی و تهیه گزارش آن، از روش کمی به منظور آزمون الگوی نظری و اعتبار یابی آن الگو استفاده شده است. هدف از این مرحله پژوهش، تعیین اهمیت مؤلفه‌های اصلی مطالعه و اولویت‌بندی زیر مؤلفه‌های مرتبط بوده است. برای این منظور، از طریق تحلیل عاملی تأییدی، مدل مورد آزمون قرار گرفته و اعتبار یابی شده است. سپس برای اولویت‌بندی مؤلفه‌های اصلی مدل از روش کانو استفاده شده و نگاشت مدل در سه سطح اساسی، عملکردی و انگیزشی صورت گرفته است. لازم به ذکر است در هر سطح از مدل کانو پس از آنکه اولویت‌ها مشخص شد، بین اولویت‌های هم‌سطح آن حوزه، متغیری که دارای ضریب تأثیر بیشتری است در اولویت بالاتر قرار می‌گیرد. در مرحله بعد زیر مؤلفه‌های مدل (اقدامات سیاستی) بر اساس آزمون فریدمن اولویت‌بندی شده است.

۴- یافته‌های تحقیق

۴-۱- یافته‌های بخش کیفی

همان‌طور که در قسمت روش تحقیق توضیح داده شد، پس از بررسی اسناد، تحقیقات و پژوهش‌های انجام‌شده و تحلیل محتوای آن‌ها و نیز تحلیل محتوای مصاحبه‌های انجام‌شده ۹ مضمون یا مؤلفه اصلی شناسایی شد. در ادامه هر کدام از آن‌ها تشریح خواهد شد.

۱- الگوی سبک زندگی: ضرورت طراحی یک الگوی مشخص از شیوه زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی برای عموم مردم و به‌خصوص آن‌هایی که قائل به صحت و صدق ایده اقتصاد مقاومتی هستند اهمیت فراوانی دارد؛ یعنی ما چه الگویی مشخصی را برای بدنه‌ای از مردم ارائه دهیم که بدانند نیازها و مقتضیات انقلاب چه نوع سبک زندگی را می‌طلبد؟ ابتدا باید دولت را در سبک اداره امور و سپس این بخش از مردم را به سبک زندگی متناسب با انقلاب تشویق و تأیید کرد تا بدین‌وسیله سبک زندگی متناسب با



مقتضیات انقلاب را در جامعه پُررنگ تر کنیم. در جدول ۲ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به سبک زندگی ارائه شده است.

جدول ۲- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون سبک زندگی

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
الگوی سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی	خلق ارزش افزوده و تولید گرایی ملی	م ۲-م ۵- نقشه مهندسی فرهنگی اصغری (۱۳۹۲)/سیف و کمالی (۱۳۹۳)/حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ ناصری و همکاران (۱۳۹۳)/فرمپینی (۱۳۹۳)/پیغامی (۱۳۹۴)
	ساده زیستی و مبارزه با اسراف (اشرافیت گرایی)	م ۲-م ۵- نقشه مهندسی فرهنگی اصغری (۱۳۹۲)/سیف و کمالی (۱۳۹۳)/حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ فرمپینی (۱۳۹۳)/پژوهنده (۱۳۹۴)/اکبری دستک (۱۳۹۵)
	ارزش آفرینی	م ۱-م ۲-م ۴-م ۵- نقشه مهندسی فرهنگی اصغری (۱۳۹۳)/دانش جعفری و کریمی (۱۳۹۳)/خلیل ارجمندی (۱۳۹۳)/سیف و کمالی (۱۳۹۳)/امیرمعزی (۱۳۹۵)

۲- نظام آموزش و پژوهش: مسئله مهم بعدی عبارت از این است که نظام آموزش و پژوهش ما متناسب با اقتصاد مقاومتی عمل کند. کارکرد نظام آموزشی آن است که کودکان و نوجوانان و جوانان یک کشور را متناسب با شرایط و نیازهای تاریخی آن برهه تربیت کند. اما متأسفانه در کشور ما این اتفاق به خوبی نمی افتد. در حوزه پژوهش نیز باید به همین شکل باشد و پژوهش‌ها به صورت هدفمند در راستای اهداف اقتصاد مقاومتی تعریف شوند. در جدول ۳ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به نظام آموزش و پژوهش ارائه شده است.

جدول ۳- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون نظام آموزش و پژوهش

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
نظام آموزش و پژوهش	بسترسازی و ساماندهی نظام مالی و حقوقی آموزش و پژوهش	م ۱-م ۲-م ۴-م ۶- سند تحول آموزش و پرورش- نقشه جامع علمی کشور ابراهیمی و مراد (۱۳۹۴)/حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/
	ساماندهی نهادی و مدیریت نیروی انسانی	م ۱-م ۲-م ۴-م ۶- سند تحول آموزش و پرورش- نقشه جامع علمی کشور ابراهیمی و مراد (۱۳۹۴)/رحمان پور و همکاران (۱۳۹۵)/واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/رهبر و همکاران (۱۳۹۳)/خانباشی (۱۳۹۴)/انصاری



۳- فرهنگ عمومی: فرهنگ عمومی، شامل تمامی فعالیت‌های مبتنی بر اندیشه و عادت است که در جهت برآوردن نیازهای بشری بسته به انواع جوامع از نظر تاریخی، سیاسی، اقتصادی، مذهبی، رفتارهای عمومی مردم را شکل می‌دهد. لیکن در یک جامعه بزرگ، قوم یا ملت، بسیاری از ارزش‌ها، باورها، هنجارها، معیارها و الگوهای رفتاری هستند که گذشته از تکثر فرهنگی قومیت‌های مختلف جامعه، جنبه عام داشته، همگان آن را پذیرفته‌اند و در یک کل اجتماعی از آن پیروی می‌کنند. همین جنبه‌های عام در یک جامعه بزرگ یا ملت را به‌عنوان «فرهنگ عمومی» آن جامعه می‌توان مورد مطالعه و بررسی قرار داد. شخصیت اجتماعی مردم یک جامعه در فرهنگ عمومی آن خلاصه می‌شود و اهداف و کیفیت و مسیر حرکت به‌سوی تعالی با زوال و عقب‌افتادگی آن تحت تأثیر فرهنگ عمومی است. لذا اهمیت شناخت و بررسی فرهنگ عمومی برای ارتقاء و تحول آن در مسیر رشد و توسعه، آشکار می‌شود. در هنجار به دنبال این هستیم که چه چیز در فرهنگ مردم وجود دارد و در ارزش به دنبال این هستیم که چه باید باشد. در حقیقت نگرش آرمانی به آنچه در فرهنگ عمومی انتظار داریم، ارزش است و در فناوری، به چگونگی انجام امور توجه داریم (مرعشی و دیگران، ۱۳۷۶، ص ۳۹). در جدول ۴ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به فرهنگ عمومی ارائه شده است.

جدول ۴- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون فرهنگ عمومی

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
فرهنگ عمومی	جاذبه (همسوسازی با پیشران‌های تولید)	م ۱- م ۳- م ۵ نقشه مهندسی فرهنگی کشور- اکبری دستک (۱۳۹۵)/ پیغامی (۱۳۹۴)/ اسدی (۱۳۹۳)/ حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ مطلق و ذبیحی (۱۳۹۳)/ پژوهنده (۱۳۹۴)/ امیری طهران (۱۳۹۴)/ میلانی (۱۳۹۴)/ رهبر و همکاران (۱۳۹۳)/ اصغری (۱۳۹۲)/ مقدم و همکاران (۱۳۹۲)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)
	دفاعه (ضدیت سازی با موانع کارکردهای مثبت اقتصاد)	م ۲- م ۳- م ۵- م ۱۰- نقشه مهندسی فرهنگی کشور حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ پژوهنده (۱۳۹۴)/ کریم و همکاران (۱۳۹۳)/ اصغری (۱۳۹۳)/ فغاری و لطفعلی (۱۳۹۳)/ ناصری و همکاران (۱۳۹۳)/ نکویی نائینی (۱۳۹۴)/ اصغری (۱۳۹۲)/ خلیل ارجمندی (۱۳۹۳)/ میرمعزی (۱۳۹۵)/ میلانی (۱۳۹۴)

۴- نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغات: مورد چهارم هم در باره نظام رسانه‌ای و تبلیغاتی ما برای رواج آموزه‌های اقتصاد مقاومتی است. ما به نظام تبلیغاتی هماهنگ و منسجمی احتیاج داریم که بتواند این آموزه‌ها را از طریق رسانه‌های رسمی و غیررسمی مختلف، به خوبی و در بسته‌بندی‌های مناسب به مردم عرضه کند؛ همان‌گونه که در دوران دفاع مقدس



به‌هرحال دستگاه‌هایی مسئول کاری شبیه این کار بودند و برای آن فکر می‌کردند. بنابراین ما باید از ظرفیت همایش‌ها، سخنرانی‌ها، اینترنت، شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی و حتی مجالس مذهبی و هیئت برای رسیدن به این مقصود استفاده کنیم. در جدول ۵ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغات ارائه شده است.

جدول ۵- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغات

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی	تولید محتوا	م ۲-م ۴-م ۳-م ۱۰ خلیل ارجمندی (۱۳۹۳)/رحمان پور و همکاران (۱۳۹۵)/ملکان و جوادی (۱۳۹۳)
	اقتناع‌سازی مخاطب	م ۲-م ۴-م ۳-م ۱۰ واعظی و فدایی (۱۳۹۴)
	بسترسازی فنی	م ۲-م ۴-م ۳-م ۱۰ میلائی (۱۳۹۴)/ملکان و جوادی (۱۳۹۳)

۵- نقش مردم در نظام اقتصادی (اقتصاد مردم پایه): مؤلفه پنجم، ایفای نقش پررنگ مردم در اقتصاد مقاومتی است. اقتصاد مقاومتی ماهیتاً اقتصادی مردمی است. دوباره به تعاریف ابتدای بحث برمی‌گردیم؛ اگر قرار باشد ما اقدام به نهادسازی‌های موازی در اقتصاد مقاومتی کنیم، 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. الآن که بحث تحریم‌ها و مشکلات مبادله پول مطرح است، نهادهای اقتصادی مردمی و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند نقش بسیار پررنگ و تعیین‌کننده‌ای داشته باشند. اگر ما فضا را برای حضور جوانان مؤمن و خلاق ایران اسلامی در عرصه اقتصادی فراهم کنیم، قطعاً تحولات مثبتی را در این عرصه شاهد خواهیم بود.

برای این که عملیات جهاد اقتصادی ما موفق باشد، باید بازیگران اصلی این اقتصاد را نه به‌صورت کلی، که کاملاً جزئی تعیین کنیم. یعنی تقسیم‌بندی خود را از حالت مردم و مسئولین به یک تقسیم‌بندی تخصصی تبدیل کنیم که شامل اساتید دانشگاه، اساتید حوزه، دانشجویان، طلاب، دانش‌آموزان، معلمان و زنان خانه‌دار و همه اقشار دیگر بشود. در جدول ۶ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به نقش مردم در نظام اقتصادی ارائه شده است.



جدول ۶- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون نقش مردم در نظام اقتصادی (اقتصاد مردم پایه)

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
نقش مردم در نظام اقتصادی	آموزش مردمی	م ۲-م ۳-م ۵-م ۷-م ۸-م ۱۰- نقشه مهندسی فرهنگی باقری و تقوی (۱۳۹۳)/ حشمتی مولایی (۱۳۹۴)/ اصغری (۱۳۹۳)/ رحمان پور و همکاران (۱۳۹۵)/ رهبر و همکاران (۱۳۹۳)/ اسدی (۱۳۹۳)/ اصغری (۱۳۹۲)/ حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ ملاداوودی (۱۳۹۳)/ سپهر دوست و زمانی (۱۳۹۴)
	نهادسازی و ابزارسازی برای واگذاری اقتصاد به مردم	م ۱-م ۲-م ۳-م ۵-م ۶-م ۹-م ۱۰- نقشه مهندسی فرهنگی حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/ امیری طهرانی (۱۳۹۴)/ مقدم و همکاران (۱۳۹۲)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)/ دانش جعفری و کریمی (۱۳۹۳)/ میرمعظی (۱۳۹۱)/ مطلق و ذبیحی (۱۳۹۱)
	اقدامات فرهنگی دولت	م ۱-م ۲-م ۳-م ۴-م ۶-م ۷-م ۹-م ۱۰- نقشه مهندسی فرهنگی واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/ رهبر و همکاران (۱۳۹۳)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)/ پژوهنده (۱۳۹۴)/ میلانی (۱۳۹۴)/ عزتی و همکاران (۱۳۹۴)/ سپهر دوست و زمانی (۱۳۹۴)/ شیروی و رضایی (۱۳۹۳)

۶- **گفتمان سازی:** منظور از گفتمان سازی، تبدیل بحث اقتصاد مقاومتی به گفتمان رایج در دانشگاه‌ها، مراکز علمی و مجامع مذهبی و عموم مردم است. اگر مروری بر بیانات چندساله اخیر رهبر انقلاب داشته باشیم، متوجه می‌شویم که از منظر ایشان، آرمان‌های انقلاب اسلامی و اهداف کلان جمهوری اسلامی تنها از راه تبدیل شدن به «گفتمان» محقق می‌شوند. اگر بخواهیم منظور رهبر انقلاب از گفتمان سازی را درک کنیم، با رجوع به مجموعه صحبت‌های ایشان در این خصوص می‌توانیم بیان کنیم که گفتمان سازی آرمان‌ها و ارزش‌های انقلاب و جمهوری اسلامی به معنای «تبدیل شدن» آن‌ها به روح کلی اقدار مختلف جامعه و تبلور آن‌ها در شیوه زندگی، زیرساخت‌های اجتماعی و جریان یافتن آن در سراسر مویرگ‌های حیات اجتماعی است.

گفتمان سازی، مثل هر امر دیگری، مختصاتی دارد. یکی از مهم‌ترین مختصات آن، دوری از رفتارهای دستوری و کنش‌های مبتنی بر اجبار است. همان‌طور که در دیدار اخیر رهبر انقلاب نیز تأکید شد، نباید تصور کرد که با صدور چند بخشنامه می‌توان گفتمان سازی کرد. به عبارت دیگر، در انجام این مهم، باید مبتنی بر «اقناع فطری افراد» عمل کنیم و از اعمال نظر پرهیز نماییم. وجود روش‌ها و برخوردهای مدیریتی و سیاسی، به جای روش‌های فرهنگی در این امر، نشان‌دهنده عدم درک فعالان این حوزه



از مقوله‌ای است که پیشرو دارند. یکی دیگر از مختصات گفتمان سازی، رعایت اصل «مأمور به تکلیف» بودن به جای اصل «مأمور به نتیجه» بودن است. یعنی اگر تصور شود که در فرآیند گفتمان سازی می‌توان همواره با پیش‌بینی جلو رفت و توقع داشت که همه برنامه‌ها، به اهداف از پیش تعیین شده برسند، سر آخر به دام پراگماتیسم، دوری از کیفیت گفتمان سازی و تبدیل شدن این طرح به یک کلیشه از پیش شکست خورده خواهیم افتاد. «بیان سالاری» و «توجه صرف به آمار» در فعالیت‌های فرهنگی به عنوان هسته اصلی گفتمان سازی یکی از نشانه‌های نتیجه گرا بودن محسوب می‌شود که در دیدار هیئت دولت با رهبر انقلاب در سال ۹۰، مورد انتقاد ایشان هم قرار گرفته بود. اصل دیگری که در این بین مهم است، «پروسه محور» دانستن یا «فرآیندی بودن» امر گفتمان سازی است؛ به این مراد که نباید تصور شود گفتمان سازی مثل ساخت یک بناست و هر چه تعداد کارگران و مقدار مصالح ساختمانی بیشتر باشد، پروژه مدنظر ما سریع‌تر جلو می‌رود و ما نتیجه کار را در بازه زمانی اندکی مشاهده خواهیم کرد. در جدول ۷ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به گفتمان سازی ارائه شده است.

جدول ۷- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون گفتمان سازی

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
گفتمان سازی	آموزش ابعاد، زمینه‌ها و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی متناسب با اقسام مختلف جامعه	م ۲-م ۴-م ۵-م ۶ حسینی و همکاران (۱۳۹۳)/رحمان پور و همکاران (۱۳۹۵)/واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/اسدی (۱۳۹۳)/انصاری (۱۳۹۳)
	حمایت از ایده‌ها، طرح‌ها و نظرات در زمینه اقتصاد مقاومتی	م ۲-م ۳-م ۴-م ۵-م ۱۰ واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/انصاری (۱۳۹۳)/رحمان پور و همکاران (۱۳۹۵)/ملکان و جوادی (۱۳۹۳)/حسینی و همکاران (۱۳۹۳)
	ترویج اقتصاد مقاومتی از طریق رسانه‌ها	م ۲-م ۳-م ۴ پیغامی (۱۳۹۴)/میرمغزی (۱۳۹۱)/مقدم و همکاران (۱۳۹۲)/ملکان و جوادی (۱۳۹۳)/حسینی و همکاران (۱۳۹۳)

۷- (توجه به) سوبه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی: همان‌طور که هر طرح اقتصادی نیازمند داشتن پیوست فرهنگی و توجیه فرهنگی است، طرح‌های فرهنگی نیز نیازمند پیوست اقتصادی هستند تا از این طریق با پیوند برنامه‌های فرهنگی با بازار زمینه‌های گسترش فرهنگی کشور فراهم شود و علاوه بر آن فعالان فرهنگی را در جهت ترغیب سرمایه‌گذاری در این حوزه و سودآوری آن ترغیب و تشویق نماید. در جدول ۸ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به (توجه به) سوبه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی ارائه شده



جدول ۸ - کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون سوبه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
سوبه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی	توسعه و ارتقا کمی و کیفی اقتصاد صنایع فرهنگی	م ۱-۲- نقشه مهندسی فرهنگی افخمی (۱۳۹۵) / پیغامی (۱۳۹۴) / امیری طهرانی (۱۳۹۴) / خلیل ارجمندی (۱۳۹۳) / حسینی و همکاران (۱۳۹۳)
	حمایت از منافع و عواید مادی برنامه‌های فرهنگی	م ۲-۳-۴-۵- نقشه مهندسی فرهنگی موسایی (۱۳۹۱) / صفوی (۱۳۸۱) / ابراهیمی و مراد (۱۳۹۴) / نعامی و مطهری (۱۳۹۳)

۸- توسعه اقتصاد دانش‌بنیان: علی‌رغم تعاریف متعدد در مجامع اقتصادی یک تعریف عمده از اقتصاد دانش‌بنیان وجود دارد. اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی است که کاربرد دانش و اطلاعات در آن اهمیت بالایی داشته و تولید و توزیع، مبتنی بر آن شکل گرفته و سرمایه‌گذاری در صنایع با محوریت دانش مورد توجه خاصی قرار گرفته است. سرمایه‌گذاری در دانش نیز عبارت است از مجموع هزینه‌های انجام شده در واحدهای تحقیق و توسعه و هر هزینه‌ای که بابت فعالیت‌های ارتقای دانش انجام گیرد. با این تعریف، صنایع دانش‌بنیان نیز صناعی هستند که در آن‌ها سطح بالایی سرمایه‌گذاری در نوآوری و ابداعات جدید صورت گرفته است. اما آنچه مبرهن است، اقتصاد دانش‌بنیان اقتصادی نیست که در آن صرفاً از فناوری‌های سطح بالا استفاده شود، بلکه اقتصادی که در آن، تمامی کسب‌وکارها و صنایع به فراخور نیاز خود، از توزیع و کاربرد دانش در پیشبرد اهداف خود بهره می‌برند. شکوفایی و رشد اقتصاد دانش‌بنیان در صورتی می‌تواند محقق شود که چارچوب‌های اقتصادی و اجتماعی-سیاسی و قانونی در یک کشور دارای بسترهای لازم جهت تحقق شاخص‌های مورد نیاز اقتصاد دانش‌بنیان باشد. محیط باز برای تجارت و سرمایه‌گذاری، انگیزه‌های نوآوری و تحقق فناوری از جمله این پارامترهاست. ارتباط آن‌ها به گونه‌ای است که اقتصاد دانش‌بنیان به عنوان یکی از مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی، بلکه به عنوان مهم‌ترین مؤلفه آن، معرفی شده است (هادوی‌نیا، ۱۳۹۵، ص ۳۱۲). در جدول ۹ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به اقتصاد دانش‌بنیان ارائه شده است.



جدول ۹- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون اقتصاد دانش بنیان

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
اقتصاد دانش بنیان	ارتقاء نیروی انسانی	م ۲-م ۸-م ۹- نقشه جامع علمی خانباشی و بستان منش (۱۳۹۴)/ واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/ اصغری (۱۳۹۲)/ پیغامی (۱۳۹۴)/ فروتن (۱۳۹۵)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)
	حمایت از تحقیق و توسعه	م ۲-م ۸-م ۹- نقشه جامع علمی کشور فروتن (۱۳۹۵)/ مراد (۱۳۹۱)/ خاشعی و تمناجی (۱۳۹۵)/ واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)/ شاه‌آبادی و میرزابابایی (۱۳۹۳)/ ناصری و همکاران (۱۳۹۳)
	مدیریت دولتی دانش در اقتصاد	م ۲-م ۳-م ۴-م ۸-م ۹- نقشه جامع علمی کشور فروتن (۱۳۹۵)/ میرمغزی (۱۳۹۱)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)/ دانش جعفری و کریمی (۱۳۹۳)/ واعظی و فدایی (۱۳۹۴)/ حجازی نیا (۱۳۹۵)
	حمایت از اقتصاد دانش و علم و فناوری	م ۲-م ۳-م ۴-م ۸-م ۹- نقشه جامع علمی فروتن (۱۳۹۵)/ شاه‌آبادی و میرزابابایی (۱۳۹۳)/ خانباشی و بستان منش (۱۳۹۴)/ پیغامی (۱۳۹۴)/ میلانی (۱۳۹۴)/ مطلق و ذبیحی (۱۳۹۳)/ غفاری و همکاران (۱۳۹۳)/ سیف و کمالی (۱۳۹۳)

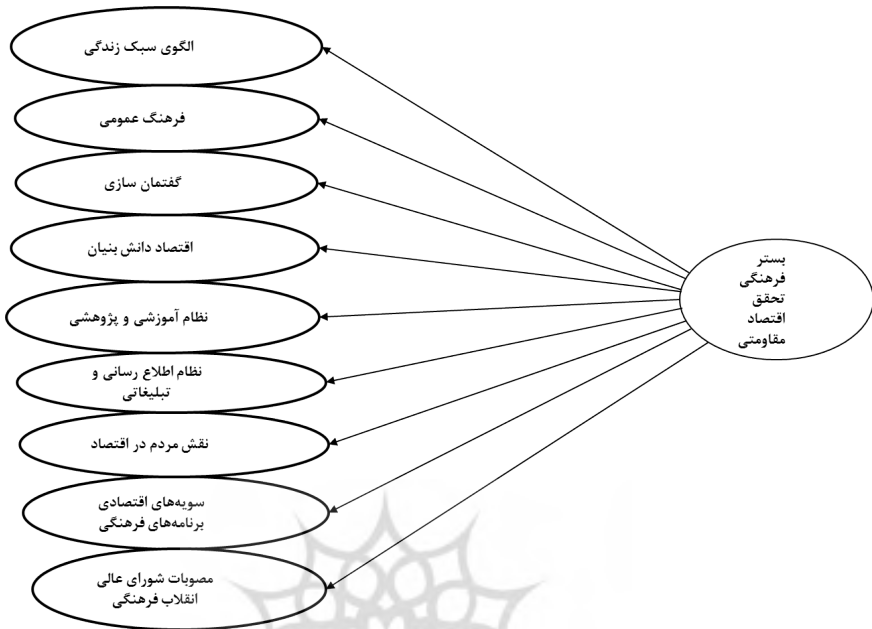
۹- عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا: برخی مواردی موجود در اسناد بالادستی شورای عالی انقلاب فرهنگی مثل نقشه مهندسی فرهنگی، نقشه جامع علمی کشور و سند تحول آموزش و پرورش به شکل مستقیم و غیرمستقیم می‌توانند به زمینه‌سازی و تقویت اقتصاد مقاومتی یاری رسانند تدوین برنامه ویژه برای عملیاتی شدن از الزامات مهم برای نقش‌آفرینی شورای عالی انقلاب فرهنگی در توسعه و بسط بسترهای فرهنگی تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نمایند. در جدول ۱۰ نتیجه کدگذاری‌های مربوط به مصوبات شورا ارائه شده است.

جدول ۱۰- کدگذاری و مؤلفه‌ها و مضمون مصوبات شورا

مضمون و مؤلفه اصلی	کدگذاری محوری	منبع
عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا	تقسیم کار درون سازمانی در جهت هم راستاسازی وظایف و مأموریت‌های کمیسیون‌ها و واحدهای دبیرخانه متناسب با هر بند	م ۵-م ۶-م ۷-م ۱۰
	تقسیم کار بین سازمانی (سازمان‌های فرهنگی) در جهت هم راستاسازی وظایف و مأموریت‌های سازمان‌ها متناسب با هر بند	م ۵-م ۶-م ۷-م ۱۰



بدین ترتیب مدل مفهومی یا اولیه قبل از آزمون بدین شکل ارائه شد (شکل ۱):



شکل ۱- مدل مفهومی یا اولیه قبل از آزمون

۴-۲- یافته‌های بخش کمی

در بخش کمی گام‌های سه‌گانه زیر طی شده است: ۱- آزمون و اعتبار یابی مدل استخراج‌شده از بخش کیفی؛ ۲- اولویت‌بندی مؤلفه‌های اصلی مدل؛ ۳- اولویت‌بندی زیر مؤلفه‌های مدل.

الف. آزمون مدل: در این بخش قصد داریم با استفاده از مدل اندازه‌گیری روش پی‌ال‌اس به تحلیل عاملی تأییدی پژوهش بپردازیم. در پی‌ال‌اس دو دسته مدل‌های ترکیبی و انعکاسی داریم. مدل پژوهش حاضر از نوع مدل‌های انعکاسی است. آزمون مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی شامل سه مرحله اصلی می‌شود:

- آزمون پایایی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، که شامل (۱) پایایی متغیرهای مشاهده‌پذیر (بار عاملی)، و (۲) پایایی مرکب، و (۳) آلفای کرونباخ.
- آزمون روایی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، که شامل (۱) روایی همگرا (AVE)، و (۲) روایی واگرا (آزمون بار عرضی یا فورنل-لارکر).
- آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳، ص ۱۴۱).



پایایی از سه طریق سنجش بارهای عاملی خارجی و معناداری آن‌ها، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی یا Rho بررسی می‌گردد. بار عاملی مقدار عددی است که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان (سازه) و متغیر آشکار (شاخص) مربوطه را طی فرآیند تحلیل مسیر مشخص می‌کند. هر چه مقدار بار عاملی یک شاخص در رابطه با یک سازه مشخص بیشتر باشد، آن شاخص سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند (داوری و رضازاده، ۱۳۹۲، ص ۵۳). آلفای کرونباخ معیاری برای سنجش پایایی و سنجه‌ای مناسب برای ارزیابی پایداری درونی (سازگاری درونی) محسوب می‌گردد. پایداری درونی نشانگر میزان همبستگی بین یک سازه و شاخص‌های مربوط به آن است (همان، ص ۷۹). پایایی ترکیبی توسط ورتس و همکاران (۱۹۷۴) معرفی شد و برتری آن نسبت به آلفای کرونباخ در این است که پایایی سازه‌ها نه به صورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه‌هایشان با یکدیگر محاسبه می‌گردد.

طبق گفته محققان در صورتی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، مدلی همگن خواهد بود که قدر مطلق بار عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌پذیر متناظر با متغیر پنهان آن مدل، دارای حداقل مقدار ۰/۷ باشد و در سطح معناداری مورد نظر معنادار باشد. چنانچه این مقدار بالای ۰/۴ باشد نیازی به حذف آن در صورت اجبار از مدل نداریم. برای ارزیابی پایایی هر یک از متغیرهای مشاهده‌پذیر باید به جدول بارهای خارجی از خروجی گزارش الگوریتم PLS و جدول معناداری بارهای خارجی از دستور Bootstrapping مراجعه نماییم (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳، ص ۱۴۲).

در صورتی که مقدار بارهای عاملی خارجی کمتر از ۰/۷ بوده ولی تعداد مشاهده پذیرها کم (دو یا سه) بوده و AVE متغیر مربوطه بالای ۰/۵ باشد، می‌توان متغیر مشاهده‌پذیر را در مدل اندازه‌گیری انعکاسی حفظ نمود (همان، ص ۱۶۸). مقادیر معناداری بارهای عاملی در سطح ۹۵ درصد اطمینان قدر مطلق این مقادیر باید از عدد ۱/۹۶ بزرگ‌تر باشد. مقدار ملاک برای مناسب بودن آلفای کرونباخ بالای ۰/۷ است. برای پایایی مرکب، مقادیر بالای ۰/۷ (نانلی، ۱۹۷۸) نشان‌دهنده سازگاری درونی مدل‌های اندازه‌گیری انعکاسی است.

در پژوهش حاضر تمامی مقادیر مربوط به شاخص‌های مذکور در بازه استاندارد قرار دارند و بدین ترتیب پایایی مدل ارائه‌شده مورد تأیید قرار می‌گیرد.

روایی واگرا: روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده‌پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیری‌های موجود در مدل را می‌سنجد (محسنین و اسفیدانی، ۱۳۹۳، ص ۶۴). در صورتی که یک سازه



شاخص‌های مربوط به خودهمبستگی بیشتری داشته باشند تا با سازه‌های دیگر، روایی واگرا مناسب مدل تأیید می‌شود. در نرم‌افزار Smart PLS دو معیار برای آن مطرح شده است: آزمون بار مقطعی و آزمون فورنل- لارکر. انجام هر دو آزمون نشان داد که مدل از روایی مناسبی برخوردار است (به دلیل محدودیت تعداد صفحه امکان ارائه تمام جداول نیست).

روایی متقاطع: کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی توسط شاخص اشتراک با روایی متقاطع (CV Com) محاسبه می‌شود. این شاخص در واقع توانایی مدل مسیر را در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق مقادیر متغیر پنهان متناظرشان می‌سنجد. مقادیر مثبت این شاخص نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی است. جدول اشتراک با روایی متقاطع برای پژوهش حاضر نشان می‌دهد، مقادیر همه شاخص‌ها مثبت است که نشان‌دهنده کیفیت مناسب مدل اندازه‌گیری انعکاسی است.

ب. اولویت‌بندی مؤلفه‌های اصلی مدل: ۱. بر اساس مدل کانو: یکی از مدل‌های شناخته‌شده اولویت‌بندی مدل کانو است. این مدل در اصل برای تعیین عوامل رضایت مشتری طراحی شده است اما قابل کاربست به سایر حوزه‌های علمی نیز هست (عباسیان و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۳۲). در این بخش صرفاً نتایج تحلیل مدل کانو ارائه می‌شود و از مراحل تجزیه و تحلیل و ماتریس‌ها و جداول و فرمول‌ها چشم‌پوشی می‌گردد.

با توجه به شکل ۳، مؤلفه‌های «الگوی سبک زندگی»، «گفتمان سازی»، «نظام آموزشی و پژوهشی»، «نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی» و «نقش مردم در اقتصاد» در گروه خدمات انگیزشی با عملکرد پایین قرار دارند.

مؤلفه‌های «فرهنگ عمومی» و «اقتصاد دانش‌بنیان» در گروه خدمات انگیزشی با عملکرد بالا قرار دارند. این امر نشان می‌دهد که نیاز به بهبود عملکرد این مؤلفه‌ها نیست و باید عملکرد این مؤلفه‌ها در سطح کنونی حفظ شود.

مؤلفه «سویه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی» جزء خدمات عملکردی با عملکرد بالا است. در این گروه خدمات مؤلفه منجر به رضایت در زمان عملکرد بالا و همچنین نارضایتی در عملکرد پایین می‌شود. با توجه به اینکه این مؤلفه در وضعیت عملکرد بالا قرار دارد، لازم است در جهت حفظ و ارتقای بیشتر آن کوشش شود.

مؤلفه «عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا» جزء خدمات اساسی با عملکرد بالا است. در تفسیر گروه خدمات اساسی باید گفت، اگر امتیاز عملکرد بالا باشد، گروه خدمات اساسی، تأثیر و نفوذ اندکی را بر رضایت مخاطبین نشان می‌دهد. گروه خدمات اساسی با عملکرد بالا نیاز به بهبود ندارد، اما



اگر این گروه خدمات به خدمات اساسی با عملکرد پایین تقلیل یابد، باعث کاسته شدن میزان تأثیر فرهنگی بر تحقق اقتصاد مقاومتی خواهد شد.



نتایج آزمون کانو نشان می‌دهد:

۱) برای توسعه بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی باید بر مؤلفه‌هایی که در بخش انگیزشی با عملکرد پایین تأکید ورزید در این بخش مؤلفه‌های زیر قرار می‌گیرد:

- گفتمان سازی
- الگوی سبک زندگی
- نظام آموزشی و پژوهشی
- نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی
- نقش مردم در اقتصاد

۲) مؤلفه‌های فرهنگ عمومی و اقتصاد دانش‌بنیان در بخش انگیزشی با عملکرد بالا قرار داشته و میزان اثرگذاری بالایی بر تقویت بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی دارند ولی به دلیل سطح عملکرد بالای آن‌ها در دبیرخانه در حال حاضر نیاز چندانی به توسعه و تقویت آن‌ها وجود ندارد.

۳) مؤلفه سویه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی در بخش عملکردی با سطح عملکرد بالا قرار دارد که ضروری است ضمن تلاش جهت جلوگیری از سطح عملکرد آن بر تقویت آن پس از مؤلفه‌های دیگر کوشید.

۴) مؤلفه «عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا» در گروه خدمات اساسی با عملکرد بالا است که باید سعی شود سطح آن حفظ گردد.



۲. بر اساس میزان اثرگذاری مؤلفه‌ها (اثر مستقیم و اثر غیرمستقیم): به منظور شناسایی روابط درونی بین متغیرهای ۹ گانه و همچنین بررسی اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مورد مطالعه بر تحقق بستر فرهنگی اقتصاد مقاومتی، مدل روابط بین متغیرهای مدل طراحی و تدوین گردید. این مدل برآمده از داده‌های کیفی و کمی مطالعه بوده و به صورت مدل نهایی تحقیق به شکل زیر قابل ترسیم است.

بر اساس مدل ارائه شده ۶۳ درصد از واریانس «بستر فرهنگی تحقق اقتصاد مقاومتی» توسط متغیرهای ۹ گانه مدل قابل تبیین است. به عبارت دیگر ۳۷ درصد واریانس باقی مانده و تبیین نشده، مربوط به سایر متغیرها و مؤلفه‌هایی است که به نظر می‌رسد مربوط به وظایف و مأموریت‌های سایر دستگاه‌های فرهنگی کشور خواهد بود.

بر اساس آزمون انجام شده کلیه روابط در سطح معناداری مطلوب قرار دارند. از آنجایی که نرم‌افزار پی‌ال‌اس قادر به محاسبه اثرات غیرمستقیم و معناداری آن‌ها نیست به ناچار محاسبات به صورت دستی صورت گرفته است که در جدول ۱۱ ارائه شده است.

جدول ۱۱- میزان اثر مستقیم، غیرمستقیم، اثر کل و اولویت متغیرها بر اساس اثر کل

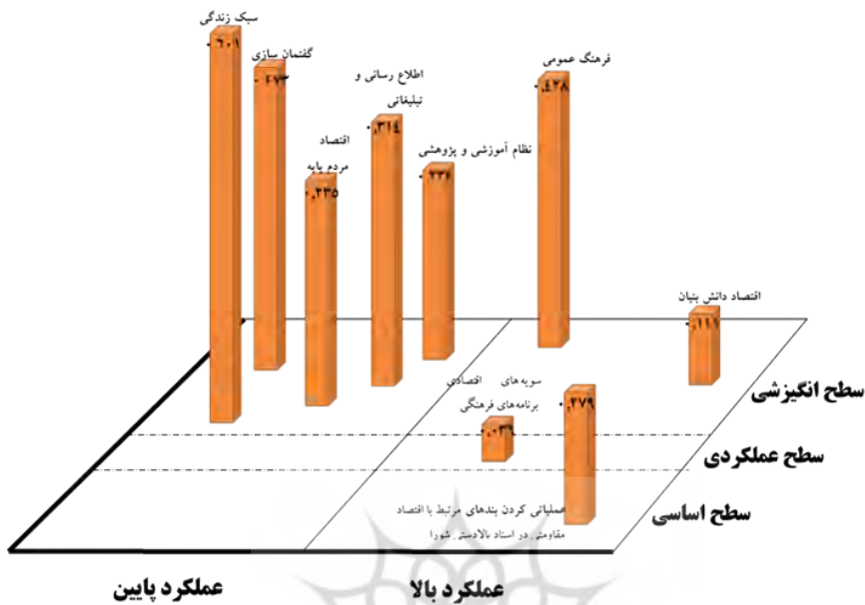
متغیرهای مدل	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل	اولویت
الگوی سبک زندگی	۰,۳۰۹	۰,۲۹۲	۰,۶۰۱	۱
گفتمان سازی		۰,۱۶۴	۰,۴۷۳	۲
فرهنگ عمومی	۰,۴۲۸	-	۰,۴۲۸	۳
نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی	-	۰,۳۲۵	۰,۳۲۵	۴
عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا	۰,۱۶۸	۰,۱۱۱	۰,۲۷۹	۵
نقش مردم در اقتصاد		۰,۲۳۵	۰,۲۳۵	۶
نظام آموزشی و پژوهشی		۰,۲۳۴	۰,۲۳۴	۷
اقتصاد دانش‌بنیان		۰,۱۱۱	۰,۱۱۱	۸
سویه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی		۰,۰۳۶	۰,۰۳۶	۹

به این دلیل که اولویت‌های به دست آمده از مدل کانو بر اساس طبقه‌بندی است و ممکن است در یک طبقه چند مؤلفه قرار بگیرند و با توجه به اینکه مدل کانو پیشنهادی برای تقدم بین آن‌ها در این حالت ندارد به نظر می‌رسد ترکیب اولویت‌بندی بین مؤلفه‌ها بر اساس مدل کانو و ضریب تأثیر (اثر کل) بسیار کاربردی باشد.

همچنین شکل ۵ نمایش اولویت‌بندی ترکیبی بر اساس دو شاخص به خوبی نمایش



می‌دهد. در هر ربع متغیری (ستونی) که بیشترین ضریب تأثیر را دارد باید در اولویت اقدام قرار گیرد.



شکل ۵- اولویت بندی با شاخص ترکیبی

ج. اولویت بندی اقدامات سیاستی استخراج شده: برای مجموعه اقدامات مرتبط با هر کدام از عوامل ۹ گانه فرهنگی مؤثر بر بستر فرهنگی تحقق اقتصاد مقاومتی آزمون فریدمن مورد استفاده قرار گرفته است و اولویت های مورد نظر برای اجرا در شورای عالی انقلاب فرهنگی احصا گردید. سه اولویت اول اقدام سیاستی استخراج شده از نتایج آزمون فریدمن برای هر یک از مؤلفه ها در جدول ۱۳ ارائه شده است:

نتایج آزمون فریدمن به شرح زیر است:

جدول ۱۳- نتایج اولویت بندی اقدام های سیاستی مؤلفه های فرهنگی اقتصاد مقاومتی

اولویت اقدامات بر اساس آزمون فریدمن	مؤلفه مدل کانو و مدل اثرات کل
<p>۱- افزایش فرهنگ بهرهوری و کیفیت تولید داخلی، معرفی کاهش قیمت تمام شده به عنوان ارزش ملی و ارتقاء استانداردهای خدمات پس از فروش و نظام تبلیغات بازرگانی</p> <p>۲- بستر سازی برای ترویج سبک زندگی اسلامی و فرهنگ صرفه جویی، قناعت و مصرف صحیح و بهینه در حوزه های انرژی، آب، حمل و نقل، دارو، خوراک و پوشاک مبتنی بر آموزه های دینی، منافع ملی و توجه به اقشار محروم</p> <p>۳- ارزشمند نمودن مصرف کالای داخلی و جلوگیری از تبلیغ کالاهای خارجی در رسانه ها</p>	الگوی سبک زندگی



اولویت اقدامات بر اساس آزمون فریدمن	مؤلفه مدل کانو و مدل اثرات کل
<p>۱- شناسایی نخبگان علمی و دانشگاهی مؤثر و باورمند به اقتصاد مقاومتی و سنجش ظرفیت‌های آنان جهت کارگفتمان‌سازی</p> <p>۲- تشکیل گروه‌های علمی و اتاق‌های فکر مشترک میان صاحب‌نظران اقتصادی و صاحب‌نظران حوزه تربیت</p> <p>۳- طراحی و برگزاری دوره‌های آموزشی آشنایی با اهداف و الزامات و روش‌های تحقق اقتصاد مقاومتی برای مدیران و کارشناسان دستگاه‌های دولتی متناسب با مأموریت‌ها و وظایف سازمانی</p>	گفتمان‌سازی
<p>۱- تولید آموزه‌های اقتصاد مقاومتی در نظام رسانه‌ای و تبلیغاتی</p> <p>۲- حذف تبلیغات کالای خارجی از رسانه ملی</p> <p>۳- تبیین دقیق از اقتصاد مقاومتی و رصد اخبار آن</p>	نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی
<p>۱- برنامه‌ریزی برای تقویت روحیه استقامت و خودباوری ملی در مقابل تهدیدها و تحریم‌های اقتصادی و مجاهدت برای رفع موانع و تحقق اهداف چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴</p> <p>۲- توسعه و تقویت بخش تعاون به‌عنوان یکی از سه‌گونه اقتصادی به رسمیت شناخته‌شده در قانون اساسی و تدوین برنامه جامع برای رشد بخش تعاون و ایجاد تعاونی‌های منطقی، معقول، قانونی، سالم و قوی</p> <p>۳- استفاده از ظرفیت نخبگان مذهبی و دانشگاهی برای تبیین و توجیه نحوه و چگونگی نقش‌آفرینی مردم در اقتصاد مقاومتی</p>	افزایش نقش مردم
<p>۱- اصلاح و تدوین نظام برنامه‌ریزی آموزشی و پژوهشی با توجه به نیازهای واقعی جامعه و نهادهای متقاضی در کشور؛</p> <p>۲- توسعه فرهنگ پژوهش و کارآفرینی در آموزش عالی و برقراری تعامل فعال با نهادها و بنگاه‌های اقتصادی و اجتماعی در برنامه‌ریزی‌های آموزشی در راستای اقتصاد مقاومتی</p> <p>۳- هدفمند کردن اعتبارات پژوهشی و تسهیل سازوکارهای مالی به‌منظور پژوهش‌های تقاضامحور جهت تثبیت تولید بومی در راستای اقتصاد مقاومتی</p>	نظام آموزشی و پژوهشی
<p>۱- ایجاد فرهنگ مبارزه همه‌جانبه و فراگیر با مفسدات اقتصادی، رباخواری، افزونه خواهی (رانت)، امتیاز طلبی، تکاثر، سودجویی، احتکار، گران‌فروشی و کم‌فروشی</p> <p>۲- احیاء و تقویت فرهنگ نهادهای اقتصادی اسلام و تبیین و ارتقای کارکردهای آن با تأکید بر وقف، قرض‌الحسنه، خمس، زکات و انفاق و همچنین خیریه‌ها و به‌کارگیری از ظرفیت‌های قانونی، حقوقی، آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی کشور در راستای آن</p> <p>۳- اشاعه و تبلیغ فرهنگ توکل، قناعت و صرفه‌جویی، مصرف صحیح و احترام به کار و کسب حلال، رزق و ثروت حلال و بیت‌المال</p>	فرهنگ عمومی
<p>۱- حمایت از توسعه مراکز رشد و مانک‌های علم و فناوری با تأکید بر مشارکت بخش خصوصی</p> <p>۲- تسهیل مراحل راهاندازی و فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان اعم از اخذ پروانه و مجوز، امور واردات و صادرات، بیمه و رفع موانع استقرار آن‌ها در شهرها</p> <p>۳- الزام دستگاه‌ها و سازمان‌های اجرایی برای شناسایی و ساماندهی و بهره‌گیری مناسب از دستاوردهای علمی و فناوری کشور</p>	توسعه اقتصاد دانش‌بنیان



اولویت اقدامات بر اساس آزمون فریدمن	مؤلفه مدل کانو و مدل اثرات کل
<p>۱- حمایت از ایده‌ها، ابتکارات، نوآوری‌های فرهنگی جهت رساندن به مرحله تولید و رقابت با کالاهای خارجی با رویکرد بازار محور</p> <p>۲- ترسیم الگوی حمایت پولی و اعتباری بانکی به منظور حمایت از تولید، توزیع و صادرات کالاها و خدمات فرهنگی و هنری و ایجاد تسهیلات و حمایت‌های ویژه برای تهیه مواد اولیه، ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز صنایع بخش فرهنگ برای نیل به بهبود کیفیت تولیدات و صدور محصولات فرهنگی، هنری و در مقیاس‌های جهانی</p> <p>۳- تقویت اقتصاد هنر و ایجاد نظام حمایت معنوی، اعتباری و مالی از صنایع هنری بومی و ملی مبتنی بر مبانی اسلامی</p>	<p>سویه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی</p>
<p>۱- تقسیم کار بین سازمانی (سازمان‌های فرهنگی) در جهت هم راستاسازی وظایف و مأموریت‌های سازمان‌ها متناسب با هر بند</p> <p>۲- تقسیم کار درون سازمانی در جهت هم راستاسازی وظایف و مأموریت‌های کمیسیون‌ها و واحدهای دبیرخانه متناسب با هر بند</p>	<p>عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا</p>

۵- بحث و نتیجه‌گیری

مقاوم‌سازی اقتصاد کشور در شرایط تحریم و فشارهای داخلی و خارجی، راهبردی عقلانی برای تداوم پیشرفت و توسعه کشور است. برای تحقق اقتصاد مقاومتی لازم است شرایط تحقق آن نیز فراهم شوند. از جمله این شرایط تحقق بستر فرهنگی آن است. تا زمانی که نتوان فضا و اتمسفر لازم را برای تحقق اقتصاد مقاومتی فراهم کرد، هیچ‌وقت موفقیتی در این زمینه حاصل نخواهد شد. نویسندگان معتقدند باید سیاست‌های فرهنگی اقتصاد مقاومتی استخراج و تدوین شوند تا با ابلاغ و اجرای آن‌ها زمینه و بستر لازم برای شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی فراهم شود. همچنین عقیده بر آن است که شورای عالی انقلاب فرهنگی کارآمدترین نهاد جمهوری اسلامی برای انجام این مهم است.

به همین دلیل سعی شد با استخراج سازه‌ها، مؤلفه‌ها، مفاهیم و متغیرهای فرهنگی‌ای که بر تحقق اقتصاد مقاومتی تأثیرگذار هستند ضمن اولویت‌بندی آن‌ها، اقدام‌های سیاستی نیز ارائه و اولویت‌بندی شوند.

با تحلیل محتوای اسناد و تحقیقات گذشته و نیز ده مصاحبه انجام شده، مؤلفه‌های فرهنگی اقتصاد مقاومتی استخراج شد و پس از رتبه‌بندی با شاخص ترکیبی کانو-اثر کل اولویت اقدام به شرح زیر مشخص شد:

۱. الگوی سبک زندگی



۲. گفتمان سازی
 ۳. نظام اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی
 ۴. نقش مردم در اقتصاد
 ۵. نظام آموزشی و پژوهشی
 ۶. فرهنگ عمومی
 ۷. اقتصاد دانش‌بنیان
 ۸. سوبیه‌های اقتصادی برنامه‌های فرهنگی
 ۹. عملیاتی کردن بندهای مرتبط با اقتصاد مقاومتی در اسناد بالادستی شورا
- بر اساس این اولویت‌ها و با بهره بردن از مدل نهایی تحقیق (شکل ۴) به‌عنوان نقشه یا راهنمای اقدام می‌توان سیاست‌های طراحی شده را عملیاتی نمود.
- در این پژوهش ۱۲۲ اقدام سیاستی نیز در قالب ۹ مؤلفه یا متغیر شناسایی شده طراحی شد که با عنایت به محدودیت‌هایی از قبیل بودجه، زمان، امکانات و ... از هر محور سه اقدام سیاستی اول - که با آزمون فریدمن تعیین شده بودند - در قالب بسته پیشنهادی تحقیق، مشتمل بر ۲۶ اقدام سیاستی ارائه گردید.

۶- منابع

۱-۱- منابع فارسی

۱. ابراهیمی آیت‌الله، سیف‌الله مراد (۱۳۹۴)، مفهوم‌شناسی و زمینه‌یابی بانکداری مقاومتی در اقتصاد ایران، روند (روند پژوهش‌های اقتصادی)، شماره: پاییز، دوره ۲۲، شماره ۷۱.
۲. اسدی علی، (۱۳۹۳) نظام اقتصاد اسلامی الگویی کامل برای اقتصاد مقاومتی، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، سال دوم، شماره پنجم،
۳. اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱)، روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران: کتاب آشنا.
۴. اصغری، محمود (۱۳۹۲)، تربیت دینی و تأثیر آن بر اقتصاد مقاومتی، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی « سال نوزدهم - شماره ۹۹.
۵. اصغری محمود (۱۳۹۳)، خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، دوره ۲۰، شماره ۳.
۶. افخمی، بهروز (۱۳۹۵)، راهبرد توسعه اقتصادی مبتنی بر میراث فرهنگی، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، شماره ۱۴، تابستان
۷. افروغ، عماد؛ (۱۳۷۹)، چشم‌اندازی نظری به تحلیل طبقاتی و توسعه، تهران، نشر توسعه و فرهنگ دانش.



۸. اکبرزاده، میثم و جهانیان، ناصر؛ اقتصاد مقاومتی و زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی (فرهنگ مقاومت)، مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی، مبانی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جلد ۳.
۹. اکبری دستک فیض اله (۱۳۹۵) جایگاه فرهنگ قناعت (اقدام و عمل) و کارکردهای آن در تبیین و تحکیم مبانی اقتصاد مقاومتی از نگاه تعالیم اسلامی، بصیرت و تربیت اسلامی، دوره ۱۳، شماره ۳۶.
۱۰. امیری طهرانی سید محمدرضا (۱۳۹۴)، مبانی سیستمی اقتصاد مقاومتی، جستارهای اقتصادی، دوره ۱۲، شماره ۲۳.
۱۱. انصاری، عبدالله (۱۳۹۳)، نقش مدرسه در توسعه اقتصاد مقاومتی؛ راهبردها و سیاست‌های مشارکت مدرسه در پیاده‌سازی اندیشه اقتصاد مقاومتی، رشد مدیریت مدرسه، مهر ۱۳۹۳ - شماره ۱۰۲.
۱۲. پاشایی زاد، حسین (۱۳۸۶)، نگاهی اجمالی به روش دلفی، مجله پیک نور، سال ششم، شماره دوم.
۱۳. پژوهنده، محمدحسین (۱۳۹۴)، موانع تحقق اقتصاد مقاومتی، پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال بیست و یکم، شماره سوم.
۱۴. پیغامی، عادل (۱۳۹۳)، درس گفتارهای اقتصاد مقاومتی، انتشارات دانشگاه امام صادق ع.
۱۵. پیغامی، عادل؛ (۱۳۹۴)، مصاحبه، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۶. تودارو، مایکل؛ (۱۳۸۱)، توسعه اقتصادی در جهان سوم، ترجمه غلامعلی فرجادی، نشر کوهسار، چاپ دهم.
۱۷. حریری، اکبر؛ (۱۳۷۸)، مدیریت توسعه، نشر قطره.
۱۸. حسین‌لی، رسول (۱۳۷۹)، مبانی و اصول سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)، تهران: نشر نی.
۱۹. حسینی، سید مصطفی (۱۳۹۰). بررسی اقتصاد هنر نقاشی پس از انقلاب ایران و تأثیر تحولات اجتماعی بر آن (با تأکید بر دهه ۸۰ ه.ش). دانشکده هنرهای تجسمی دانشگاه هنر.
۲۰. حسینی، عبدالرضا؛ رفیعی آتانی، عطاالله؛ حسینی، سید محمدحسین (۱۳۹۳)، بررسی جایگاه فرهنگ در اقتصاد مقاومتی، پاسداری فرهنگی، شماره ۱۰.
۲۱. حشمتی مولایی حسین (۱۳۹۴)، ریشه‌های هنجاری در اقتصاد مقاومتی روند (روند پژوهش‌های اقتصادی)، دوره ۲۲، شماره ۷۱.
۲۲. خاشعی وحید، تمتاجی مصطفی (۱۳۹۵)، مفهوم‌پردازی و تبیین مؤلفه‌های استانداردسازی از منظر اسلام (در جهت تحقق خط‌مشی‌های اقتصاد مقاومتی)، فصلنامه مدیریت استاندارد و کیفیت، شماره ۲۰.



۲۳. خانباشی، محمد؛ بستان منش، غلامرضا (۱۳۹۴)، سهم سرمایه‌های انسانی و نیروی کار در تحقق الگوی اقتصاد مقاومتی، کار و جامعه - شماره ۱۸۵.
۲۴. خلیل ارجمندی، غلامرضا (۱۳۹۳)، نقش اقتصاد فرهنگ و هنر در اقتصاد مقاومتی، مدیریت رسانه، شماره ۶ و ۷.
۲۵. دانش جعفری داوود، کریمی، سمانه (۱۳۹۳)، نفت، برنامه ششم توسعه و اقتصاد مقاومتی، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۲، شماره ۸.
۲۶. داوری، علی و رضازاده، آرش (۱۳۹۲). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی، تهران، متفکران.
۲۷. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای فرهنگ عمومی کشور، (۱۳۹۵)، گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی.
۲۸. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، نقشه جامع علمی کشور.
۲۹. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، نقشه مهندسی فرهنگی کشور.
۳۰. دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی؛ (۱۳۹۶)، تدوین داده و ستاده وزارت اقتصاد و امور دارایی در حوزه فرهنگ بر اساس نقشه مهندسی فرهنگی، کمیسیون پیوست نگاری فرهنگی، طرح مطالعاتی.
۳۱. دیهیم، حمید (۱۳۷۹) روش‌های اقتصادی مبارزه با آلودگی هوای تهران. تحقیقات اقتصادی، شماره ۱۸۰: ۵۶-۱۴۷.
۳۲. رحمان پور محمد*، حسن پور عصمت، نصر اصفهانی احمد رضا (۱۳۹۵)، بررسی برنامه درسی ملی ایران در ارتباط با مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی از دیدگاه صاحب‌نظران، مطالعات ملی، دوره ۱۷، شماره ۱ (۶۵).
۳۳. رهبر، فرهاد؛ سیفال‌دین، امیرعلی؛ رهبر، امیرحسین (۱۳۹۳)، رهیافتی بر هستی‌شناسی اقتصاد مقاومتی؛ تلاشی در جهت نگاه اسلامی به گذار سیستم‌های اقتصادی - اجتماعی، روش‌شناسی علوم انسانی - شماره ۷۸.
۳۴. سپهر دوست، حمید؛ زمانی شبخانه، صابر (۱۳۹۴)، بررسی نقش تعاونی‌ها در ایجاد انگیزه‌های مشارکتی و توسعه اقتصاد، مطالعات ملی، شماره ۶۳.
۳۵. ستاری فر، محمد؛ (۱۳۷۱)، درآمدی بر سرمایه توسعه، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۳۶. سرمد، زهره، بازرگان، عباس و حجازی، الهه (۱۳۸۷)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: نشر آگاه.
۳۷. سلیمانی، یاسر؛ (۱۳۹۵)، بررسی ابعاد گوناگون فرهنگ قرآنی قوام و مقاومت و معرفی الگوی مفهومی عوامل و موانع قوام و مقاومت اقتصادی مبتنی بر آیات؛ مجموعه مقالات اقتصاد مقاومتی از دیدگاه قرآن و حدیث.



۳۸. سمیعی نسب، مصطفی؛ سلیمانی، یاسر؛ ۱۳۹۵؛ تبیین مبانی علمی اقتصاد مقاومتی و معرفی شاخص‌های اندازه‌گیری مقاومت اقتصادی؛ مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی؛ مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی؛ جلد یازدهم: مبانی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی؛ تهران دانشگاه شهید بهشتی.
۳۹. سیف، اله مراد (۱۳۹۱)، الگوی پیشنهادی اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران، آفاق امنیت- شماره ۱۶.
۴۰. سیف، اله مراد؛ کمالی، روزبه (۱۳۹۳)، الگوی کارایی تخصیصی و انطباقی در اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران (بر اساس سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری)؛ آفاق امنیت، شماره ۲۵.
۴۱. شاه‌آبادی، ابوالفضل، میرزاابابازاده، سهیلا (۱۳۹۳)، چالش‌ها و فرصت‌های صادرات غیر نفتی از نقطه نظر مؤلفه‌های دانش با رویکرد مقابله با تحریم‌های اقتصادی، دومین اجلاس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۴۲. شیروی خوزانی، عاطفه، رضایی، حسین (۱۳۹۳)، تأثیر اقتصاد مقاومتی بر مزیت رقابتی پایدار، دومین اجلاس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۴۳. صفوی، بیژن. (۱۳۸۱). اقتصاد فرهنگ و هنر با تأکید بر اقتصاد سینمای ایران. دوره دوم، سال دوم، شماره سیزدهم و چهاردهم، مجله اقتصادی، ص ۱۸ تا ۲۳ مجله اقتصادی آبان و آذر ۱۳۸۱ شماره ۱۳ و ۱۴.
۴۴. عباسیان، محمد؛ مریم رضایی؛ و حمید نصرت‌آبادی (۱۳۸۹). تعیین عوامل مؤثر بر ارتقای رضایت کاربران آموزش‌های مجازی تحت وب با استفاده از مدل کانو (بر اساس مطالعه موردی دو دانشگاه مجازی استان تهران). مدیریت نظامی ۳(۱۰): ۷۷-۱۰۸.
۴۵. عزتی، مرتضی؛ احمدی، علی؛ انوری، قاسم؛ اصغری هرندی، محمد رضا (۱۳۹۴)، تأثیر اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در مقابله با تحریم‌های اقتصادی؛: مطالعات دفاعی استراتژیک - شماره ۶۱.
۴۶. عزیزی، وحید؛ ۱۳۹۳، برنامه حوزه فرهنگ در سند راهبردی پدافند اقتصادی کشور، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه علم و صنعت ایران.
۴۷. غفارپور، داود، پورحاتمی، زهره (۱۳۹۱)، اقتصاد مقاومتی، ضرورت مقاومت اقتصادی: RASEKHOON.NET/ARTICLE/SHOW/
۴۸. فردرو، محسن و دیگران (۱۳۸۰)، جامعه و فرهنگ (مجموعه مقالات) تهران، آرون، چاپ اول.
۴۹. فرمینی فراهانی، محسن (۱۳۹۳)، راهکار فرهنگی اصلاح الگوی مصرف و تحقق اقتصاد مقاومتی در سطوح مختلف و خانواده، پیوند، شماره ۴۱۴ و ۴۱۵.
۵۰. فروتن طلعت (۱۳۹۵)، اقتصاد دانش بنیان راهکاری برای نیل به اقتصاد مقاومتی (پرونده ویژه)، نشریه: امواج دانش دوره ۱، شماره ۲



۵۱. کریم محمدحسین، صفدری نهاد محمود، امجدی پور مسعود (۱۳۹۳)، توسعه کشاورزی و اقتصاد مقاومتی، جایگزین نفت، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۲، شماره ۶.
۵۲. لطفعلی پور، امین شیرازی، بابک، غفاری، رامین (۱۳۹۳)، بررسی راهکارهای اقتصاد مقاومتی با استفاده از تجزیه و تحلیلی *swot*، دومین اجلاس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۵۳. متوسلی، غلامعباس؛ (۱۳۸۷)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، نشر سمت، تهران، چاپ هشتم.
۵۴. محسنین، شهریار و اسفیدانی، محمدرحیم (۱۳۹۲). مدل‌سازی معادلات ساختاری: آموزشی و کاربردی به کمک نرم‌افزار لیزرل. تهران، مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۵۵. محسنین، شهریار و اسفیدانی، محمدرحیم (۱۳۹۳) معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی: به کمک نرم‌افزار Smart-PLS. تهران، مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۵۶. مرعشی، سیدجعفر و دیگران (۱۳۷۶)، پیرامون فرهنگ عمومی کشور، تهران، سازمان مدیریت صنعتی .
۵۷. مطلق، ناهید و ذبیحی، محمدرضا (۱۳۹۳)، بررسی و تبیین نقش صنعت و تولید ملی اقتصاد مقاومتی، دومین اجلاس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۵۸. مقدم، محمد، یوسف؛ ذوالفقاری، حسین؛ علی پور، میثم؛ رسولیان، پریسا (۱۳۹۲)، بررسی رابطه اقتصاد مقاومتی، گرایش کارآفرینانه و مدیریت دانش، مدیریت سازمان‌های دولتی، شماره ۲.
۵۹. ملاداوودی، علی اصغر (۱۳۹۳)، تبیین نقش کارآفرینان در شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی باهدف کاهش وابستگی‌های بین‌المللی، دومین اجلاس بین‌المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۶۰. ملکان، مجید؛ جوادی، زهره (۱۳۹۳)، نقش رسانه‌ها در نهادینه‌سازی اقتصاد مقاومتی، رسانه، شماره ۹۵.
۶۱. موسایی، میثم. (۱۳۹۱). اقتصاد فرهنگ، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۶۲. میرمعزی، سیدحسین؛ (۱۳۹۵)، اقتصاد مقاومتی و اقتصاد اسلامی؛ مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی؛ جلد دهم: مبانی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی؛ تهران دانشگاه شهید بهشتی.
۶۳. میرمنافی، سیدوحید؛ (۱۳۹۵)، فرهنگ‌سازی اقتصاد مقاومتی و حرکت به سمت اقتصاد دانش‌بنیان؛ دانشگاه گلستان.
۶۴. میلانی، جمیل (۱۳۹۴)؛ اقتصاد مقاومتی و خودباوری ملی، فرصت‌ها و چالش‌های تحقق آن، مجله: مجله اقتصادی «مهر و آبان»، سال پانزدهم - شماره ۷ و ۸ (صص ۵ تا ۲۲).



۶۵. ناصری، احمد، اسفندیاری فر، نیما، عمرانی، نوش آذر، محسن (۱۳۹۳)، بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی، دومین اجلاس بین المللی اقتصاد در شرایط تحریم.
۶۶. نعمی عبدالله، مظهری علی اکبر (۱۳۹۳)، تاکید بر رابطه بازایابی داخلی و منابع سپرده‌های بانک به منظور تأمین منابع مالی مولد و فعال سازی سرمایه‌های انسانی در راستای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، دوره ۲، شماره ۷.
۶۷. نکویی نائینی سیدعلی (۱۳۹۴)، سنجش پایداری نظام‌های بهره‌برداری کشاورزی در راستای اهداف اقتصاد مقاومتی.
۶۸. واعظی، سید کمال؛ فدایی، محمد (۱۳۹۴) بررسی و تبیین مؤلفه‌های مدیریت راهبردی دانشگاه اسلامی مبتنی بر الگوی اقتصاد مقاومتی، مدیریت در دانشگاه اسلامی، بهار و تابستان - شماره ۹.
۶۹. وبر، مارکس؛ (۱۳۷۱)، اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالمحمود انصاری، نشر سمت.
۷۰. هادوی نیا، علی اصغر (۱۳۹۵)، اقتصاد مقاومتی و اقتصاد دانش بنیان؛ مجموعه مقالات کنگره ملی اقتصاد مقاومتی؛ جلد یازدهم: مبانی و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی؛ تهران دانشگاه شهید بهشتی.
۷۱. همایون، محمدهادی و جعفری هفت‌خوانی، نادر (۱۳۸۷)، درآمدی بر مفهوم و روش سیاست‌گذاری فرهنگی درس‌هایی برای سیاست‌گذاران، اندیشه مدیریت، سال دوم، شماره دوم.

۶-۲- منابع لاتین

1. Mead.g.h (1967) mind, selt and society, university of Chicago Press.
2. Parsons, Talcoot (1951), The social, system, iii, nois free Press.
3. Spencer (1991). H, Principles of sociology, 3 vol, London.
4. <http://sccr.ir/pages/?current=viewdoc&type=p&Sel=121¤tDGID=0¤tNGID=0>

