

Identifying and Prioritizing Obstacles and Solutions to Building a Resistance Economy Discourse

Hamzeh Sheikhiyani*

Abstract

One of the most important strategies for implementing resistance economy policies is to create a discourse on resistance economy. For this reason, this research, as a descriptive-analytical study, aims to identify the most important solutions and obstacles to the discourse of resistance economics. The first question of the present study is: "What are the most important strategies for creating a resistance economy discourse?" The second question is: "What are the most important obstacles to creating a resistance economy discourse?" To answer these questions, library studies and the Delphi technique were used. The results of statistical analysis and the Delphi technique showed that entrepreneurship education, assisting the Islamic Republic of Iran Broadcasting in preparing special resistance economy programs and holding special resistance economy courses for officials and authorities are among the most important strategies for building a resistance economy discourse. In response to the second question of this research, the inadequacy of school and university textbooks with the category of resistance economy and the lack of appropriate discourse among students have been considered the most important obstacles to the discourse of resistance economy. Since universities and education systems are known as centers that have high potential for discourse-building, university and school officials should make a more serious effort in this regard.

Keywords: Resistance Economy, Discourse Building, Delphi Technique, Textbooks.

* PhD in Economics, Shiraz University. email: sheikhiyani_kaki@yahoo.com

شناسایی و اولویت‌بندی موانع و راه‌حل‌های ایجاد گفتمان اقتصاد مقاومتی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۷/۲۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۷

حمزه شیخیانی*

چکیده

یکی از مهم‌ترین راهکارهای اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی است. به همین دلیل این تحقیق به‌عنوان یک پژوهش توصیفی تحلیلی بر آن است که مهم‌ترین راهکارها و موانع گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی را به دست آورد. سؤال اول تحقیق حاضر عبارت از این است که «مهم‌ترین راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟» سؤال دوم نیز عبارت از این است که «مهم‌ترین موانع گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟» برای پاسخ به این سؤالات از مطالعات کتابخانه‌ای و تکنیک دلفی^۱ استفاده شده است. نتایج تحلیل آماری و تکنیک دلفی نشان می‌دهد که آموزش کارآفرینی، کمک به صداوسیما در تهیه برنامه‌های ویژه اقتصاد مقاومتی، برگزاری دوره‌های ویژه اقتصاد مقاومتی برای مسئولان از مهم‌ترین راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی به‌شمار می‌رود. در پاسخ به سؤال دوم این پژوهش، عدم تناسب متون درسی مدارس و دانشگاه‌ها با مقوله اقتصاد مقاومتی و نبود گفتمان مناسب در بین دانشجویان به‌عنوان مهم‌ترین موانع گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی شمرده شده است. از آنجاکه دانشگاه‌ها و آموزش و پرورش به‌عنوان مراکزی شناخته می‌شوند که توان بالقوه بالایی در جهت گفتمان‌سازی دارند، باید مسئولان دانشگاه‌ها و مدارس در این باره تلاش جدی‌تری صورت دهند.

واژگان کلیدی: اقتصاد مقاومتی، گفتمان‌سازی، تکنیک دلفی، متون درسی.

* دکترای اقتصاد، پژوهشگر و مدرس دانشگاه، مسئول گروه حکمرانی بسیج اساتید.

Email: sheikhiani_kaki@yahoo.com

1. Delphi Technic

۱. مقدمه

معضلات اقتصاد ایران به مثابه کلاف سردرگمی است که اصلاح آن نیازمند تمرکز ویژه به منظور یافتن سرنخ‌های اصلی است. اقتصاد مقاومتی تعبیری است که با تیزهوشی و درایت مقام معظم رهبری برای خنثی کردن دشمنی نظام سلطه در بعد اقتصادی لحاظ شده است و به تعبیر ایشان جهاد مقدسی است که باید برای پیشبرد آن زیربنای اساسی را طراحی و عملیاتی کرد. نخستین زیربنا که در ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی هم آورده شده، تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان‌سازی آن به ویژه در محیط‌های علمی، آموزشی، رسانه‌ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی است. سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی در حقیقت، یک دکترین اقتصاد سیاسی و یک گفتمان است که می‌توان همه نشانه‌ها و اجزای یک گفتمان جامع را در آن مشاهده کرد.

محتوای سیاست‌های کلی نشان می‌دهد که اقتصاد مقاومتی یک تاکتیک مقطعی و واکنشی نسبت به پدیده‌های جاری نیست؛ بلکه یک دکترین و گفتمان تمام‌عیار است که افق تبدیل کردن کشور به اقتصادی توسعه‌یافته و یک قدرت اقتصادی بین‌المللی را پیش رو دارد؛ گفتمانی که مقاومت در برابر تهاجم اقتصادی است، مقاومت در برابر ساختار نادرست، فساد، بوروکراسی از بین برنده استعدادها و ظرفیت‌ها، رانت‌خواری و به‌طور خلاصه، مقاومت در برابر هر عاملی است که مانع ایجاد اقتصادی پویا و سالم متناسب با مبانی و ظرفیت‌های انقلاب و جمهوری اسلامی است. اقتصاد مقاومتی، گفتمان رسیدن به اقتصادی جامع است که در آن همه فعالیت‌ها و رشته‌های اقتصاد ملی با یکدیگر همبستگی و هماهنگی داشته باشند و مجموعه متجانسی را تشکیل دهند. پس باید از برخوردهای مقطعی و دوره‌ای با این سیاست‌ها پرهیز شود و راهبردها و تاکتیک‌هایی متناسب با تراز یک گفتمان برای تثبیت و عملیاتی شدن آنها طراحی شود.

توسعه زیرساخت‌های اقتصادی، اصلاح الگوی مصرف، تغییر سبک زندگی، حمایت از تولید داخلی، توجه به کیفیت تولید و دیگر عرصه‌های اقتصادی و سیاسی کشور بدون مشارکت هوشمندانه و فطری مردم و نخبگان میسر نخواهد شد. اصولاً در دنیای امروزی، بار اصلی توسعه سیاست‌های اقتصادی و سیاسی را رسانه‌ها و ابزارهای گفتمان‌ساز برعهده دارند.

بدون مشارکت بدنه جامعه، تغییر سیاست‌های اقتصادی امری سخت و طاقت‌فرسا و همراه با هزینه‌های گزاف خواهد بود. این امر را می‌توان با مرور فعالیت‌های مختلف اقتصادی کشور و دلایل عدم پیشرفت آن بیشتر مشاهده نمود. هنگامی که از گفتمان‌سازی صحبت می‌شود، نگاه اندیشمندان از بخشنامه و ادبیات دستوری، به اقناع فکری و فرایندی زمان‌بر و برنامه‌ریزی شده منعطف می‌شود. به عبارتی، گفتمان‌سازی امری دستوری نیست و نیاز به طراحی فرایندی علمی با توجه به ویژگی‌های جامعه هدف دارد و باید گفت در واقع، گفتمان‌سازی تغییر نگرش و رفتار است

و با اطلاع‌رسانی تفاوت اساسی دارد. هنگامی که از پیوست گفتمان‌سازی در انجام فعالیت‌ها و برنامه‌های کلان اقتصادی و سیاسی صحبت می‌شود، منظور شیوه‌های تبدیل برنامه به ادبیات حاکم بر زندگی تک‌تک نخبگان و مردم جامعه است.

در جامعه ما ورودی‌های مختلفی وجود دارد که شناسایی آنها و برنامه‌ریزی جهت گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی از این ورودی‌ها می‌تواند نقش مهمی در ترویج گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی داشته باشد؛ ورودی‌هایی همچون بیانات مقام معظم رهبری، دولت، گروه‌های مرجع مثل روحانیون، رسانه‌ها، گروه‌ها و شخصیت‌های سیاسی، تصمیمات نگاه‌های اقتصادی، نهادهای آموزشی، شبکه مساجد و بسیج و کانون‌های فرهنگی و گروه دوستان و خانواده در جامعه دارای نقش‌های مهمی هستند که این تحقیق به بیان نقش و جایگاه آنها در گفتمان‌سازی و رتبه‌بندی آنها از نظر میزان اهمیت و نقش آنها در گفتمان‌سازی پرداخته است.

مقصد گفتمان نیز بخش‌های مختلفی هستند که می‌توانند به سه بخش مدیریتی، نخبگان و توده مردم تقسیم شوند. در این تحقیق باید راهکارهای ارتباط بین بخش‌های ورودی و مقصد را بررسی کرد. بدین ترتیب که نخست، ظرفیت‌های گفتمان‌سازی را شناخت و سپس شیوه گفتمان‌سازی این ظرفیت‌ها و موانع تحقق آن را تشریح و سپس به ترتیب، هر یک از ظرفیت‌های گفتمان‌سازی و موانع تحقق آن را اولویت‌بندی کرد. بنابراین، این تحقیق باید به دو سؤال پاسخ بدهد: سؤال اول تحقیق عبارت از این است که «مهم‌ترین راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟» و سؤال دوم نیز عبارت از این است که «مهم‌ترین موانع گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟»

۲. روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق یک تحقیق کیفی از نوع توصیفی تحلیلی است و به روش مطالعات کتابخانه‌ای و استفاده از تکنیک دلفی انجام شده است. در مطالعه کتابخانه‌ای یا روش اسنادی از منابع داخلی و خارجی مختلفی در جهت بیان پیشینه تحقیق، تهیه پرسش‌نامه، بیان مبانی نظری و تعاریف اولیه و اصطلاحات استفاده می‌شود. بنابراین، مطالعات اسنادی در این تحقیق از جایگاهی ویژه برخوردار است.

برای استخراج روش‌های گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی و موانع تحقق آن از تکنیک دلفی استفاده شده است. مهم‌ترین شرایط موردنیاز برای کاربرد دلفی، نیاز به قضاوت متخصصان و نظرات گروه وسیع، توافق گروهی در دستیابی به نتایج، وجود مشکل پیچیده، بزرگ و بین‌رشته‌ای و عدم توافق یا ناکامل بودن دانش، در دسترس بودن متخصصان با تجربه و متخصص، از نظر جغرافیایی پراکنده، لزوم گمنامی در جمع‌آوری داده‌ها، عدم محدودیت زمانی و... است. اجزای

اصلی دلفی شامل تکرار یا بازگویی^۱ پرسش‌نامه، متخصصان، بازخورد کنترل‌شده، گمنامی، آنالیز نتایج، اجماع، زمان و... است. منظور از تکرار یک‌سری راندها به‌صورت فرایندی، روشمند و نوشتاری به‌وسیله پرسش‌نامه و با هدف روشن‌تر شدن تا اجماع نظرات است. از نظر تعداد راندها، مقالات ۲ تا ۱۰ راند را گزارش داده‌اند (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۷۷).

در این پژوهش، نخست، چهار راند با حضور کارشناسان مختلف برگزار شد و به‌صورت کتبی و شفاهی نظرات خود را درخصوص سؤال اصلی این تحقیق بیان کرده‌اند. پس‌از آن، این نظرات دسته‌بندی شد و از مجموع نظرات، پرسش‌نامه‌ای با طیف لیکرت تهیه شده است. پس‌از آن مجدداً با حضور تعداد ۳۶ نفر از کارشناسان این پرسش‌نامه تکمیل و نتایج آن تجزیه و تحلیل شد. تجزیه و تحلیل نتایج این پرسش‌نامه‌ها شامل رتبه‌بندی کردن موارد بیان‌شده در هر یک از سؤالات تحقیق است که در چهار راند قبل از تهیه پرسش‌نامه، شناسایی شده‌اند.

جهت رتبه‌بندی مسائل شناسایی شده از آزمون فریدمن^۲ استفاده شده است. از آزمون فریدمن برای بررسی یکسان بودن اولویت‌بندی تعدادی از متغیرهای وابسته و رتبه‌بندی متغیرهای مستقل براساس بیشترین تأثیر بر متغیر وابسته استفاده می‌شود. نتیجه آزمون شامل دو خروجی است: خروجی نخست، آماری توصیفی است که میانگین رتبه‌های هر متغیر را نشان می‌دهد. خروجی دوم، به ترتیب تعداد داده‌های هر متغیر، مقدار آماره کای دو، درجه آزادی و ضریب معناداری را ارائه می‌کند. اگر مقدار ضریب معناداری از ۵ درصد کمتر باشد، فرضیه صفر مبنی بر ادعای یکسان بودن رتبه یا اولویت رد می‌شود و اگر این ضریب از ۵ درصد بیشتر باشد، فرضیه صفر پذیرفته می‌شود (مؤمنی و قیومی، ۱۳۸۷، ص ۱۰۹).

جامعه آماری این تحقیق شامل متخصصان حوزه اقتصاد مقاومتی بوده است. این افراد در جلسات مختلف سؤالات این تحقیق را بررسی و سپس از مجموع مباحث مهم‌ترین شاخص‌ها را شناسایی کرده‌اند. پژوهشگر نیز از آن شاخص‌ها در جهت تهیه پرسش‌نامه اولیه بهره‌برداری کرده است. پس‌از آن پرسش‌نامه جهت تعیین اعتبار^۳ مجدداً در یکی از جلسات به بحث گذاشته شده است. در جلسه‌ای دیگر این پرسش‌نامه توسط کارشناسان بیشتری تکمیل و نظرات آنان رتبه‌بندی شده است.

پس از تکمیل پرسش‌نامه توسط کارشناسان، برای رتبه‌بندی شاخص‌های شناخته‌شده در تکنیک دلفی از آزمون فریدمن استفاده شده است. از آنجاکه در بیشتر موارد در تکنیک دلفی، از

1. Iteration

2. Friedman test

3. validity

روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف استفاده می‌شود (احمدی و همکاران، ۱۳۸۷، ص ۱۷۸)، نمونه‌گیری این تحقیق نیز از نوع مبتنی بر هدف است. بدین ترتیب که ابتدا جهت شناسایی شاخص‌های گفتمان‌سازی و راهکارها و موانع اجرای آن، کارشناسانی مرتبط با موضوع، در یک کارگروه به بحث و تبادل نظر پرداخته‌اند. سپس جهت اولویت‌بندی متغیرهای شناسایی شده، یک پرسش‌نامه تهیه و توسط همین کارشناسان و کارشناسان دیگری از جامعه هدف تکمیل شده است که با مسائل اقتصاد مقاومتی آشنایی دارند.

۳. پیشینه تحقیق

از آنجاکه بحث اقتصاد مقاومتی موضوع جدیدی است، درخصوص گفتمان‌سازی آن تحقیق خاصی صورت نگرفته است؛ اما در این بخش تحقیقات مشابهی بیان می‌شود که درخصوص اقتصاد مقاومتی انجام شده است. نقوی و پیگناتارو (۲۰۱۵) در یک پژوهش، تأثیر و نقش حکومت دینی و فنریت اقتصادی را در برابر بحران‌های اقتصادی بررسی کرده‌اند. این نوشته یک تئوری ساده را برای توضیح تأثیر بحران‌ها بر سیاست‌ها و رفتار دولت فراهم کرده و نشان می‌دهد که بحران‌ها ممکن است یک مشروعیتی برای تصدی‌گری دولتی به‌وسیله تأثیرگذاری سطح بهینه ایدئولوژیکی اعتقادات بر قدرت و منابع فراهم کند. مدل طراحی شده، نشان می‌دهد هر چه اعتقادات مذهبی افزایش یابد، تأثیرگذاری تحریم‌ها کمتر خواهد شد.

امیری، پرتابیان و صفری (۲۰۱۴) در مقاله‌ای نقش دانشگاه‌ها در تحقق اقتصاد مقاومتی را با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی به همراه مطالعات اسنادی بررسی کرده‌اند. از نظر نویسندگان، تعیین مفاهیم سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، جریان‌سازی تفکر اقتصاد مقاومتی، ظرفیت‌سازی و گفتمان‌سازی از عناصری هستند که دانشگاه‌ها می‌توانند در تحقق آنها نقش ایفا نمایند. خدمات فرهنگی به‌عنوان قابل‌اعتمادترین عنصر فعالیت‌ها آموزشی در تحقق اقتصاد مقاومتی به‌شمار می‌رود. سؤال اصلی تحقیق این است که نقش استادان، کتب درسی، تشکلات دانشجویی و مدیریت بهینه مصرف منابع مالی و مادی در اجرای فرمان‌های رهبری در خصوص اقتصاد مقاومتی چیست؟ نتایج مهم به‌دست‌آمده این است که دانشگاه‌ها می‌توانند از روش‌های زیر در تحقق اقتصاد مقاومتی کمک نمایند:

۱. برگزاری سخنرانی، کارگاه و کرسی‌های آزاداندیشی^۱ با هدف گفتمان‌سازی و تشریح عناصر

اقتصاد مقاومتی؛

1. Free told seat

۲. توسعه نظریات اقتصاد مقاومتی؛
 ۳. هدایت تحقیقات کاربردی با رویکرد اقتصاد مقاومتی؛
 ۴. برنامه درسی با موضوعات مقاومت؛
 ۵. سازمان‌دهی دانشجویان از طریق توسعه گفتمان اقتصاد مقاومتی؛
 ۶. ایجاد کمیته اقتصاد مقاومتی در مراکز مرتبط با واحدهای صنعتی و مراکز تولیدی؛
 ۷. تشکیل گروه‌های فعال در زمینه اقتصاد مقاومتی با تمرکز بر دانشکده‌های اقتصاد در سراسر کشورهای جهان؛
 ۸. افزایش ارتباط صنعت و دانشگاه و افزایش روحیه جهادی در بین دانشجویان و دانشگاهیان. آقاصلاح (۲۰۰۸) در مطالعه‌ای به طراحی مدلی مبتنی بر اقتصاد مقاومتی برای محصولات کشاورزی در باریکه غزه پرداخته است. از نظر نویسنده از سال ۲۰۰۶ که باریکه غزه با محاصره مواجه شد و صادرات از این منطقه و واردات به آن تحت تحریم قرار گرفت، وضعیتی پیش آمد که باید بر منابع محلی در دسترس به‌ویژه بخش کشاورزی تکیه کرد. بنابراین، دولت فلسطین برنامه‌ریزی کرد که برای برآوردن نیازهای جمعیتی، از زمینه‌ای دولتی برای کاشت محصولات کشاورزی استفاده شود.
- براساس این طرح در ابتدا موضوعات و زیرشاخه‌های اداره اقتصاد براساس اقتصاد مقاومتی شناسایی شد. سپس، محصولات براساس اهداف تعیین‌شده توسط دولت و وزارت کشاورزی، با به‌کارگیری روش AHP رتبه‌بندی شدند. یافته‌های تحقیق اهمیت کشاورزی پایدار را به‌عنوان مهم‌ترین بخش در توسعه پایدار در شرایط اقتصاد مقاومتی نشان می‌دهد.
- لاسی و نیو (۲۰۰۴) در مقاله‌ای تئوری تحریم‌های اقتصادی^۱ و نقش ترجیحات و اطلاعات را در تأثیرگذاری تحریم‌ها بررسی کرده‌اند. طبق این مطالعه اگرچه تحریم‌ها تهدیدکننده هستند، اما نمی‌توانند تأثیرگذار باشند و اگر تأثیری بگذارند، نمی‌توانند موفقیت‌آمیز باشند.
- داوودی و سادات (۱۳۹۳) با اعتقاد به اینکه آموزه‌های اقتصاد نهادی مشابهت‌های فراوانی با گفتمان انتقادی اسلامی - ایرانی علیه اقتصاد مرسوم دارد، معتقدند: برای آنکه کشوری قادر باشد در مواجهه با تنش‌های ناشی از تحولات خارجی خود را در جریان تعدیل و تطبیق سریع قرار دهد، باید کارایی تطبیقی یا انعطاف‌پذیری ساختار نهادی آن بهبود یابد و از آنجاکه یکی از عوامل مهم در ساختار نهادی جوامع ساختار قدرت است، بنابراین، نیازمند ترسیم ساختار قدرتی متناسب با

راهبرد اقتصاد مقاومتی هستیم. مزیت چنین ساختاری این است که به واسطه گسترش تعاملات دولت و افراد از مجرای این نظام‌ها با تقویت روابط علیّی پایین به بالا نظارت و کنترل مردم بر تصمیمات دولت گسترش یافته و در سالم‌سازی اقتصاد، جلوگیری از اقدامات رانت‌جویانه دولتمردان و گروه‌های وابسته به آنان و هدایت دولت به سمت سیاست‌های کارایی نتیجه‌بخش واقع می‌شود و کارایی تطبیقی افزایش می‌یابد.

فشاری و پورغفار (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای، ضمن تعریف و بیان مفهومی اقتصاد مقاومتی و همچنین، شاخص‌ها و مؤلفه‌های آن به ارائه راهکارهای مناسب برای ترویج فرهنگ اقتصاد مقاومتی و راه‌حل مقابله با تحریم‌ها و نیز، تقویت توان و ظرفیت تولید داخلی می‌پردازند. نویسندگان، عوامل حمایت از تولید ملی، سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، و توجه به نخبگان و استفاده از فناوری‌ها و فناوری‌های نوین را از محورهای مهم اقتصاد مقاومتی می‌دانند. کامفیروزی، بنیادی و موسوی لقمان (۱۳۹۳) در یک کار پژوهشی به بررسی نقش نظام‌مند عوامل گوناگون بر اقتصاد بدون نفت در الگوی اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند. آنها با استفاده از روش داده‌بنیاد به مدل‌سازی پرداخته‌اند. در این پژوهش سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها مهم‌ترین و اثرگذارترین عامل در نظام شناخته شد. پس از آن، فرهنگ‌سازی عاملی مهم شمرده می‌شود. در مرحله تقریر نظریه حاصل از این روش، دو بعد برای پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی در نظر گرفته شده است: بعد نرم که بر جامعه و فرهنگ حاکم بر آن ناظر است و بعد سخت که بر سیاست‌گذاری‌های عمومی دولت ناظر است. مقوله مبارزه با مفاسد اقتصادی و امنیت اقتصادی نیز به نوعی جزئی از بعد سخت شمرده می‌شود؛ اما نظر به اهمیت آن به صورت عامل مستقلی در نظر گرفته شده است.

تراب‌زاده جهرمی و همکاران (۱۳۹۲) تلاش کرده‌اند در یک تحقیق با تحلیل سخنان مقام معظم رهبری و با بهره‌گیری از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد مدل مفهومی سخنان ایشان پیرامون ابعاد، ویژگی‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی را استخراج کنند. مدل نهایی این تحقیق شامل پنج مقوله اساسی است که تعداد ۵۶ مفهوم کلی را دربرمی‌گیرد که مستخرج از ۳۰۲ کد است. مدل نهایی چنین است که محوریت اقتصاد مقاومتی در نگاه رهبری، تحقق اهداف اقتصادی است و برای تحقق بخشیدن به این اهداف، باید از ابتدای فرایندهای اقتصادی تا تحصیل نتیجه را مدنظر قرار داد.

۴. تعریف عملیاتی اقتصاد مقاومتی

هدف از اقتصاد مقاومتی نه تنها فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی و شکست و عقب‌نشینی دشمن است، بلکه خواهد توانست در جهانی که مخاطرات و بی‌اطمینانی‌های 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 و اصول قانون اساسی و سند چشم‌انداز بیست‌ساله، اقتصاد متکی به دانش و فناوری، عدالت‌بنیان، درون‌زا و برون‌گرا، پویا و پیشرو را محقق کند و الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام را عینیت بخشد (مقدمه ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، ۱۳۹۲، ص ۱۱۷).^۱

اقتصاد مقاومتی طراحی و مدل‌سازی ویژه‌ای از شرایط و سازوکارهای اقتصادی است که مبتنی بر فرض وجود حداکثر تحریم‌ها و فشارها، به صورت فعال و نه منفعل طراحی می‌شود. همچنین، بنیانی نظری برای مدل‌سازی گونه ویژه‌ای از اقتصاد است که فعالانه خود را برای مواجهه با تحریم‌های بیش از پیش آماده کرده است. مکانیسم‌های اقتصادی، فضای کسب‌وکار، تجارت خارجی، نهاد‌های مالی و واسطه‌ای و... در اقتصاد مقاومتی مبتنی بر این پیش‌فرض طراحی می‌شوند که کشور در تعارض ایدئولوژیک دائمی با نظام سلطه است و هر ضربه اقتصادی از غرب ممکن است در هر لحظه به کشور وارد شود. در چنین فضایی، تحریم‌های اقتصادی نه تهدید، بلکه فرصتی ویژه هستند که زیر فشار آنها می‌توان راهبردهای اقتصاد مقاومتی را با قدرت و اجماع ملی همراه و پیاده‌سازی آنها را تسریع کرد (ترابزاده جهرمی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۴۴).

اقتصاد مقاومتی در رویارویی و تقابل با اقتصاد وابسته و مصرف‌گرا قرار می‌گیرد و در واقع، سپری غیر منفعل در برابر اهداف اقتصادی سلطه قرار می‌گیرد و با تغییر در ساختارهای اقتصادی موجود و بومی‌سازی آن بر پایه جهان‌بینی و ارزش‌ها قرار می‌گیرد. اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص منابع تهدید و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آنها و در شرایط آرمانی تلاش برای تبدیل این تهدیدها به فرصت‌هاست و در راستای کاهش وابستگی‌ها و تأکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش بر خوداتکایی است. اقتصاد مقاومتی یک الگوی ایرانی - اسلامی توسعه بوده و از این‌رو، ابزارها و الگوهای ایرانی - اسلامی را نیز طلب می‌کند (محمدزاده، ۱۳۹۱، ص ۵۱۹).

سیفلو (۱۳۹۳) در مقاله‌ای فرضیه متناظر بودن مفهوم اقتصاد مقاومتی با تاب‌آوری یا انعطاف‌پذیری اقتصادی^۲ را آزمون کرده و به این نتیجه رسیده که منظور از اقتصاد مقاومتی می‌تواند افزایش تاب‌آوری اقتصادی در کنار کاهش آسیب‌پذیری اقتصادی^۳ باشد. اقتصاد مقاومتی را به این

1. www.khamenei.ir

2. Economic Resilience

3. Vulnerability

معنا می‌توان در دو حالت ایستا و پویا به این صورت تعریف کرد: «در حالت ایستا،^۱ انعطاف‌پذیری اقتصادی یعنی توانایی یک سیستم در حفظ کارکرد خود در هنگامی که با یک تکانه روبه‌رو می‌شود. در حالت پویا^۲ نیز به معنای سرعت احیای دوباره یک سیستم پس از رویارویی با یک تکانه منفی^۳ است (بریگوگلیو و پیکینینو، ۲۰۱۰، ص ۱۸۸)».

در این تعریف نمونه بارز کاهش آسیب‌پذیری را می‌توان در سیاست‌گذاری‌های ناظر بر کاهش وابستگی بودجه عمومی دولت به نفت لحاظ کرد. همچنین، تاب‌آوری یا فنریت را هم به صورت قابلیت‌های اقتصادی در شناسایی و ایجاد ظرفیت‌های بهره‌وری و خلق راهبردهای بهره‌بردار می‌توان متبلور نمود.

روز و کراسمن^۴ (۲۰۱۳) نیز بر چند شاخص فنریت یا تاب‌آوری اقتصادی متمرکز شده و آن را در بهبود متغیرهای واقعی مؤثر می‌دانند. به طور مثال، نرخ باسوادی، ناهمسازی توزیع درآمد و درصد ازکارافتادگان که از شاخص‌های سرمایه اجتماعی هستند می‌توانند بر متغیرهای اقتصادی تأثیرگذار باشند. اقتصاد مقاومتی، آن است که بتواند ضمن قوامیت برای جامعه، هرگونه فشار و بحران‌های داخلی و بیرونی را به‌سادگی پشت سر گذاشته و با قدرت، اقتصادی پویا و شکوفا را به نمایش بگذارد و با مقابله با هر بحرانی اجازه ندهد استقلال جامعه با خطر مواجه شود. تحقق اقتصاد مقاومتی نیازمند بسترسازی در عرصه‌های خودباوری و توانایی فکری و عملی، تولید ملی، کار و تلاش مفید، تأمین منابع انسانی و مالی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، کارآفرینی و مانند آن است تا همه نیازهای جامعه فراتر از تقاضا تولید و عرضه شود، بی‌آنکه تحت تأثیر هرگونه فشار جوامع سلطه‌گر استکباری قرار گیرد و از پویایی و شکوفایی بازماند.

برخی دیدگاه‌ها، اقتصاد مقاومتی را همانند اقتصاد ریاضتی تفسیر می‌کنند. اقتصاد ریاضتی آن است که در آن دولت کسری بودجه خود را با اعمال فشار از بخش خصوصی و مردم تأمین می‌کند و موجب نارضایتی و کاهش سطح درآمد آنها می‌شود. برخی هم اقتصاد مقاومتی را اقتصادی می‌دانند که نباید با اقتصاد دنیا در ارتباط باشد؛ در صورتی که این سیستم اقتصادی با وجود درون‌زابدن یک اقتصاد برون‌گراست. نخستین نظریه‌پرداز این نوع اقتصاد در این باره می‌نویسد: «اقتصاد مقاومتی به این معنا نیست که ما اقتصاد خودمان را محصور می‌کنیم و محدود می‌کنیم در خود کشور؛ نه!

-
1. Steady State
 2. Dynamic
 3. Adverse shocks
 4. Rose, Adam, & Elisabet Krausman

درون‌زاست؛ اما برون‌گراست؛ با اقتصادهای جهانی تعامل دارد، با اقتصاد کشورهای دیگر با قدرت مواجه می‌شود. بنابراین درون‌زاست؛ اما درون‌گرا نیست (سخنان مقام معظم رهبری، ۱/۱/۹۳)».

۵. نقش نهادها در اجرای اقتصاد مقاومتی

درحالی‌که طرفداران رویکرد رایج، تدوین نظریات توسعه خارج از قلمرو اقتصاد متعارف را خطای مهلکی تصور می‌کنند، ولی به دلیل ناتوانی نظریات اقتصادی موجود در حل معضلات کشورهای درحال توسعه، شمول قواعد اقتصادی مکتب مرسوم در دنیای واقعی از طرف مکاتب بدیل محل تشکیک واقع شده است. عدم انطباق تئوری‌های نئوکلاسیک با واقعیات کشورهای جهان سوم و خلأ موجود در تبیین راهکارهای مناسب برای غلبه بر مشکلات این کشورها از نگاه حکیمانه مقام معظم رهبری نیز مغفول نمانده است. ایشان در دوم شهریورماه سال نود در دیدار جمعی از استادان دانشگاه‌ها فرموده‌اند: «اینها نشان می‌دهد که نظریه پردازی‌های غربی، در زمینه سیاست، در زمینه اقتصاد، نظریه‌هایی ناقص، عقیم و بی‌خاصیتی است، ما را بیشتر تشویق می‌کند که برویم به درون خودمان مراجعه کنیم و فکر اسلامی و اندیشه اسلامی را پیدا کنیم».

به لحاظ اسلامی، باید یادآور شد که طبق نظر علمای اسلامی، استخراج الگوی اسلامی و دانش پژوهی با نگاه دینی به معنای کسب معرفت منحصر به تجربه و آموزه‌های دینی نیست که با تبعید اندیشه‌های دیگر پارادایم‌ها، سیاق انحصار نقلی را در تولید علوم اسلامی برگزینیم؛ بلکه با توجه به شأنی که دین در بعد معرفت‌شناسی برای عقل در کنار نقل قائل است و با توجه به نگاه تداخلی به رابطه بین علم و دین تأمل در دیگر پارادایم‌های بدیل اقتصادی می‌تواند زمینه پیدایش علم دینی را فراهم آورد و ما را در تدوین الگوی توسعه با مقبولیت دینی یاری رساند.

بی‌شک در این میان، مباحث اقتصاد نهادی که منشأ آنها نقد اندیشه‌های اقتصاد نئوکلاسیک بوده است، می‌تواند با پرتو افکندن بر نارسایی‌ها و کاستی‌های داربست فکری پارادایم رایج، در تعمیق فهم ما نسبت به مبانی لازم و صحیح برای پیشرفت نظریه پردازی در حوزه اقتصاد مقاومتی و پرورش محتوای علمی آن، نقشی به‌غایت پراهمیت ایفا کند.

به لحاظ ایرانی، از آنجاکه رویکرد نهادی به‌جای اهتمام بر ارائه گزاره‌های جهان‌شمول و احکام قطعی برای توسعه کشورهای مختلف، بر توجه هر چه بیشتر به مقتضیات ارزشی، فرهنگی و ویژگی‌های خاص هر کشور و همچنین بررسی نقش این نهادها در عملکرد اقتصادی تأکید می‌کند، می‌تواند خمیرمایه‌ای مناسب برای تولید علم بومی و متناسب با شرایط داخلی کشورمان فراهم آورد. به‌ویژه آنکه آموزه‌های این رویکرد سبب تغییرات بنیادین در مراکز سیاست‌گذاری دنیا

شده و ضرورت درک بهتر مسائل کشورهای درحال توسعه را، درگرو توجه بیشتر به نهادها، ساختارهای حقوقی و مشارکت عمومی عنوان کرده است.

اینکه کشوری قادر باشد در مواجهه با تنش‌ها و شوک‌های ناشی از تحولات خارج از اختیار، خود را در جریان تعدیل و تطبیق‌های سریع قرار دهد، طبق ادبیات نهادی «کارایی انطباقی»^۱ نامیده می‌شود. مقصود از کارایی انطباقی «توانایی جوامع، برای انطباق انعطاف‌پذیر در مقابل شوک‌هاست» که نورث^۲ آن را سرمشق و راهنمای سیاست‌گذاری‌ها معرفی می‌کند و اعتقاد دارد میزان این کارایی در اقتصاد به انعطاف‌پذیری یا انعطاف‌ناپذیری «ماتریس نهادی»^۳ آن اقتصاد بستگی دارد. درحقیقت، عامل اصلی تعیین‌کننده تفاوت بین کشورها تفاوت در ماتریس نهادی آنهاست. نظام‌های سیاسی - اقتصادی موفق هستند که ساختارهای نهادی انعطاف‌پذیر و تکامل‌یافته‌ای دارند که می‌تواند در برابر شوک‌ها و دگرگونی‌ها مقاومت کند (داوودی و جعفریه، ۱۳۹۳، ص ۱۵۴-۱۵۷).

ناتوانی نظریات اقتصادی موجود در حل معضلات کشورهای درحال توسعه، بسیاری از جریان‌های دگراندیش از جمله اقتصاد نهادگرا را به بازنگری‌های اساسی در چارچوب معرفتی و ایدئولوژیک رویکرد نئوکلاسیک ترغیب کرد. بنابراین، بسیاری از مسائلی که امروزه دغدغه کشور ماست، پیش‌تر مورد توجه برخی از اقتصاددانان صاحب‌نام در اقتصاد هتروکس بوده است (همان، ۱۵۲). نهادهای اجتماعی ساختارها و سازوکارهای نظم و همکاری هستند که رفتار گروه‌های انسانی را در اجتماعات معین راهبری می‌کنند. نهاد اجتماعی معمولاً برای اشاره به آداب‌ورسوم و الگوهای رفتاری است که برای جامعه و همچنین، سازمان‌های رسمی خاص دولتی و خدمات عمومی اهمیت دارد و به کار می‌رود.

به‌طور خلاصه، نهادها مجموعه قوانین و مقررات رسمی و غیررسمی در جامعه و نیز سازمان‌هایی هستند که آنها را اجرا می‌کنند. بنابراین، نهادهای تأثیرگذار بر پدیده‌های اقتصادی در هر جامعه دو دسته‌اند: دسته نخست، نهادهای برانگیخته و برخاسته از ساختار حاکمیت در نظام اقتصادی (نهادهای رسمی) و دسته دوم، نهادهای شکل‌گرفته در جامعه براساس آداب‌ورسوم، فرهنگ و... (نهادهای رسمی)؛ البته نهادها از هر نوع و شکل، تحت تأثیر مکتب حاکم بر جامعه خواهند بود و نهادهای مقبول و مطلوب در نظام اسلامی نهادهایی خواهند بود که حداقل با اصول و ارزش‌های مکتبی مغایرت نداشته باشند؛ هرچند که به‌عنوان واقعیت در جامعه وجود داشته

1. Adaptive Efficiency
2. North
3. Institutional Matrix

باشند (اسدی، ۱۳۹۳، ص ۲۷).

زیرساخت‌های اجتماعی و نهادها^۱ (شیوه تفکر اجتماعی، ارزش‌ها، نهاد، عرف و فرهنگ) بر رشد اقتصادی تأثیری بسزا دارند که در چارچوب خانواده، آموزش، اقتصاد، حکومت و دین متبلور است. هرگاه زیرساخت‌های اجتماعی و نهادهای موجود در یک کشور برای رشد اقتصادی مطلوب باشد، رشد اقتصادی افزایش می‌یابد و به بهبود سطح زندگی افراد منجر می‌شود؛ اما زمانی که این شاخص‌ها بازدارنده رشد اقتصادی باشند، عملکرد اقتصاد بسیار نامساعد شده و رشد اقتصادی ناچیزی ایجاد خواهد کرد که حتی در مواردی به کاهش سطح زندگی و رفاه افراد می‌انجامد (ابراهیمی و زیرک، ۱۳۹۱، ص ۳۲).

۶. عملکرد اقتصاد ایران و لزوم اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی

شاخص‌های کلان اقتصاد ایران و روند متغیرهای کلان طی سه دهه اخیر در کنار تحولات مثبت و قابل قبول صورت گرفته همچنان نسبت به شرایط مطلوب ترسیم شده در اسناد بالادستی مانند سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور شکاف زیادی دارد. ضمن آنکه تأثیرپذیری بالای اقتصاد کلان ایران از تکانه‌های برون‌زا همچون تکانه‌های شدید نفتی به بی‌ثباتی و نوسان‌های بسیار بالا در متغیرهایی همچون رشد تشکیل سرمایه، رشد اقتصادی، نرخ تورم و... منجر شده است (تشکینی و سوری، ۱۳۹۳).

به‌دیگرسخن، وجود برخی چالش‌ها و مشکلات ساختاری در بدنه اقتصاد ایران مانع از حرکت مستمر و باثبات متغیرهای کلان اقتصادی در دستیابی به اهداف اسناد بالادستی کشور شده است. به همین لحاظ باید سیاست‌هایی اتخاذ شود تا کشور در مقابل تکانه‌های مختلف اقتصادی همچون بحران جهانی، تکانه‌های شدید نفتی و... مقاوم شود. برخی از این شاخص‌های اقتصادی عبارتند از:

۱. میانگین و انحراف معیار رشد اقتصادی طی دوره ۱۳۶۰-۱۳۹۱ به ترتیب $۳/۸۹$ و $۳/۹۲$ درصد بوده است که نشان می‌دهد نرخ تورم در اقتصاد ایران بسیار بی‌ثبات و پرنوسان است. بیشترین مقدار نرخ تورم مربوط به سال ۱۳۷۴ و برابر $۴۹/۵$ درصد و کمترین مقدار این نرخ برابر ۹ درصد و مربوط به سال ۱۳۶۹ است.

۲. میانگین و انحراف معیار ضریب جینی^۲ که یکی از شاخص‌های عدالت اقتصادی است،

1. Social Infrastructure and Institutional

۲. ضریب جینی یکی از شاخص‌های سنجش نابرابری درآمدی در جامعه است. ضریب جینی عددی میان صفر و یک به خود می‌گیرد که در آن صفر به معنای توزیع کاملاً برابر درآمد یا ثروت و یک به معنای نابرابری مطلق در توزیع می‌باشد.

طی دوره ۱۳۶۰-۱۳۹۰ به ترتیب ۰/۳۹۹ و ۰/۰۲ درصد است. بیشترین و کمترین متوسط ضریب جینی براساس جدول ۱ مربوط به دوره‌های ۱۳۶۰-۶۳ و ۱۳۸۸-۹۱ به ترتیب با ۰/۴۳۳ و ۰/۳۶۷ درصد بوده است؛

۳. میانگین و انحراف معیار نقدینگی طی دوره ۱۳۶۰-۱۳۹۱ به ترتیب ۲۴/۴ و ۶/۲ درصد بوده است. مقایسه متوسط رشد نقدینگی (۲۴/۴ درصد) با رشد اقتصادی (۳/۹۲ درصد) نشان از رشد چندین برابری نقدینگی نسبت به رشد اقتصادی است؛

۴. متوسط سهم صادرات نفت و گاز از صادرات کل طی دوره ۱۳۶۰-۹۱ برابر ۸۴/۳ درصد است. سهم بالای صادرات نفت و گاز از صادرات کل در اقتصاد ایران نشان از تک‌محصولی بودن و وابستگی شدید صادرات کل و درآمدهای ارزی کشور به صادرات حوزه نفت و گاز دارد. آمارهای اقتصادی و نوسانات موجود در شاخص‌های اقتصادی در یک دوره بلندمدت نشان از مشکلات ساختاری اقتصاد ایران است. روند شاخص‌های اقتصادی نشان می‌دهد که تکانه‌های ناشی از بازار نفت، نوسان قیمت‌های جهانی و... تأثیر مستقیم و ملموسی بر بخش‌های مختلف اقتصادی ایران بر جای گذاشته است. براساس این، مهم‌ترین خروجی‌های اقتصاد غیرمقاوم به شرح زیر است:

۱. ضربه‌پذیر در برابر تکانه‌های داخلی و خارجی: شکننده بودن در برابر تکانه‌های مختلف مهم‌ترین چالش اقتصاد غیر مقاومتی است. علت آن عدم وجود ابزارهای خودتنظیم و متنوعی است که به بروز حداقل خسارت منجر شود؛

۲. غیرچابک و غیرکارآمد: اقتصادهایی که در درون خود ابزارهای انعطاف‌پذیر تعبیه نمی‌کنند، در برابر بروز تکانه‌ها، بسیار منفعل و غیرچابک عمل می‌کنند؛

۳. غیربهره‌ور و دارای قدرت رقابت‌پذیری پایین: اقتصادهای غیرمتنوع و تک‌محصول دارای بهره‌وری و قدرت رقابت‌پذیری پایین می‌باشند (تشکینی و سوری، ۱۳۹۳، ص ۸۳).

جدول ۱: روند برخی شاخص‌های اقتصادی ایران از سال ۱۳۶۰ تا ۱۳۹۱ در دوره‌های چهارساله

دوره	رشد GDP	رشد تشکیل سرمایه	نرخ بیکاری	نرخ تورم	ضریب جینی	رشد نقدینگی	صادرات نفت و گاز
۱۳۶۰-۱۳۶۳	۷/۱۹	۱۴/۷۱	۱۷/۵	۱۶/۳	۰/۴۳۳	۱۵/۵	۹۸
۱۳۶۴-۱۳۶۷	-۳/۴۱	-۱۴/۳۲	۱۶/۲	۱۸/۴	۰/۳۹۸	۱۸/۵	۹۱

۱. متوسط رشد سالانه تولید ناخالص داخلی
۲. متوسط سهم صادرات نفت و گاز از صادرات کل به درصد

							۱۳۶۷
۸۹	۲۳	۰٫۳۹۸	۱۶٫۸	۱۴٫۱	۱۶٫۱	۹٫۰۴	-۱۳۶۸ ۱۳۷۱
۸۰٫۵	۳۴٫۳	۰٫۳۹۹	۳۰٫۹	۱۰٫۴	-۱٫۰۱	۲٫۷۵	-۱۳۷۲ ۱۳۷۵
۸۱٫۵	۲۱	۰٫۴	۱۶٫۸	۱۳٫۳	۶٫۴۱	۳٫۰۶	-۱۳۷۶ ۱۳۷۹
۸۱٫۲۵	۲۸٫۸	۰٫۴۰۶	۱۴٫۴	۱۲٫۱	۱۲٫۳۷	۶٫۴۳	-۱۳۸۰ ۱۳۸۳
۸۳٫۵	۲۹٫۳	۰٫۳۹۳	۱۶٫۵	۱۰٫۹	۷٫۲۷	۴٫۸۳	-۱۳۸۴ ۱۳۸۷
۷۰	۲۴٫۸	۰٫۳۶۷	۱۹	۱۲٫۲	-۱۴٫۹	۱٫۵۰	-۱۳۸۸ ۱۳۹۱
۸۴٫۳	۲۴٫۴	۰٫۴	۱۸٫۶	۱۳٫۳	۳٫۳۳	۳٫۹۲	متوسط دوره
-	۶٫۲	۰٫۰۲	۵٫۲	۲٫۵	۱۲٫۳	۳٫۸۹	انحراف معیار

مأخذ: بانک مرکزی جمهوری اسلامی

۷. ارتباط اقتصاد اسلامی و اقتصاد مقاومتی

وقتی بحث از اقتصاد مقاومتی می‌شود، تصور از اقتصاد ریشه در جهان‌بینی توحیدی دارد و مقوله‌های مادی معیشت و معنویت را در تفسیر و الگوی خاصی دنبال می‌کند. درخصوص ارتباط اقتصاد اسلامی و اقتصاد مقاومتی دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. از دیدگاه اسدی (۱۳۹۳) اقتصاد اسلامی لزوماً مقاومتی هم هست. از طرفی اقتصاد در یک نظام اسلامی ظرفیت‌ها و قابلیت‌های علم اقتصاد و مکتب اقتصادی را هم‌زمان دارد. از نظر او اقتصاد مقاومتی واژه جدیدی است که بار ارزشی در فرهنگ دینی دارد؛ اما مفاهیم لازم در این زمینه و اعمال و اقداماتی برای مقاومت در حوزه‌های گوناگون به‌ویژه در حوزه اقتصاد در دنیا بی‌سابقه نیست. تفاوت اقتصاد مقاومتی در کشورهای مختلف در شکل مقاومت، در مکتب‌ها و فرهنگ‌ها و اهداف آنهاست. اقتصاد مادی نگر فقط با ابزارهای اقتصادی و تدابیری مانند تغییر اولویت‌های اقتصادی برنامه مقاومت را طراحی می‌کند. در مکتب الهی و توحیدی افزون‌بر استفاده از ابزارهای علمی برنامه‌ریزی اقتصادی، از ظرفیت‌های اعتقادی و ارزشی، نواقص برنامه‌ریزی‌های تخصصی را پوشش می‌دهد.

طبق این نظریه، اقتصاد مقاومتی زیرشاخه‌ای از اقتصاد اسلامی است که یکی از لوازم آن وابستگی آن به مکتب اسلام است و دیگری علمی بودن آن است. از نظر اسدی اقتصاد مقاومتی محصول اقتصاد اسلامی است. از نظر ایشان اگر اقتصادی اسلامی باشد، در نتیجه، قابلیت‌ها و

ویژگی‌های یک اقتصاد مقاوم را در خود دارد.

سیفلو (۱۳۹۳) اقتصاد مقاومتی را به‌مثابه یک نظام اقتصادی می‌داند. ایشان این فرضیه را مطرح می‌کند که اقتصاد مقاومتی، مترادف اقتصاد اسلامی است یا نظام اقتصاد اسلامی همان نظام اقتصاد مقاومتی است. از نظر نویسنده نظام اقتصاد اسلامی بهترین ظرف برای اجرای اقتصاد مقاومتی برای جمهوری اسلامی ایران است؛ ولی نمی‌توان اجرا و عملیاتی شدن اقتصاد اسلامی را فقط در این ظرف مقدور دانست و با این استدلال تا زمان پیاده‌سازی و استخراج و مدون شدن نظام اقتصاد اسلامی، اجرا و تحقق بخشی اقتصاد مقاومتی را به تعویق انداخت.

میرمعزی (۱۳۹۱) نظریه دیگری را مطرح می‌کند. به این ترتیب که اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری مترادف با نظام اقتصادی اسلام نیست؛ بلکه شکل خاصی از این نظام است که در وضعیت خاص پدید می‌آید و اگر مقصود مقام معظم رهبری از اقتصاد مقاومتی همان نظام اقتصادی اسلام بود، وجهی نداشت که به جای تأکید بر تحقق نظام اقتصادی اسلام و بیان ویژگی‌های آن از اصطلاح اقتصاد مقاومتی استفاده و بر تحقق آن تأکید کند.

نقدی که بر مقاله میرمعزی وجود دارد این است که ایشان در یک استدلال خود بیان کرده که «اقتصاد مقاومتی شکل خاصی از نظام اقتصادی اسلام است که در وضعیت تهدید و فشار اقتصادی دشمن پدید می‌آید» (میرمعزی، ۱۳۹۱، ص ۵۳). این درحالی است که طبق بیان مقام معظم رهبری اقتصاد مقاومتی مخصوص همه شرایط اقتصادی است و اختصاص به شرایط کنونی اقتصاد و شرایط تحریم ندارد. از نظر معظم له این نوع اقتصاد چه در شرایط تحریم و چه در شرایط غیر تحریم، بارور خواهد بود و به مردم کمک می‌کند (بیانات، ۹۳/۱/۱).

آنچه در این تحقیق پذیرفته می‌شود این است که اقتصاد مقاومتی شکل خاصی از نظام اقتصادی اسلام است و زیرشاخه‌ای از نظام اقتصادی اسلام است که در شرایط فعلی جهت حل مشکلات اقتصادی کشور باید اجرایی شود و درحقیقت، اقتصاد مقاومتی گام مهمی در جهت تحقق نظام اقتصادی اسلام به شمار می‌رود.

یکی از محورهای مهم در عرصه اقتصاد اسلامی، اقتصاد فرهنگ است که شامل همه منابع انسانی، مالی، تجهیزات، سخت‌افزار، فضا و امکانات می‌شود. اقتصاد بخش فرهنگ نقش مؤثری در پیشرفت فرهنگ اسلامی در سطوح مختلف جامعه دارد. اگر اقتصاد فرهنگ مبتنی بر فرهنگ اقتصادی منبعث از اسلام نباشد، نه تنها موجب پیشرفت جامعه اسلامی نخواهد شد، بلکه به‌عنوان یک اهرم بازدارنده و مخرب هم عمل خواهد کرد و مانع پیشرفت فرهنگ اسلامی در تمامی ابعاد خواهد بود. پس اگر فرهنگ اسلامی را پایه و اساس شکل‌گیری تمامی پدیده‌ها و ازجمله نظام

اقتصادی بدانیم، آنگاه در خواهیم یافت که اقتصاد فرهنگ تابعی از فرهنگ اقتصاد است که امروزه از آن به عنوان مکتب اقتصادی یاد می کنند.

پس اقتصاد مقاومتی یکی از ارکان «مکتب اقتصاد اسلامی» به شمار می آید که دیگر ارکان آن شامل «عدالت اقتصادی»، «تدبیر معیشت» و «عقلانیت اقتصادی»، الگوی تولید، توزیع و مصرف اقتصادی است. این ارکان را در اصطلاح «فرهنگ اقتصاد» می نامند. حال اگر اقتصاد خالی از این ارکان باشد، دیگر نمی توان آن را اقتصاد اسلامی نامید. پس اسلامیت اقتصاد قوام یافته به وجود معنویت، عدالت و عقلانیت برخاسته از فرهنگ اسلامی در همه عرصه های تولید، توزیع و مصرف ثروت است. فرهنگی مبتنی بر معنویت و عدالت و عقلانیت دینی، فرهنگی مقاوم و سالم و مقتدر هم خواهد بود. آنگاه حضور و جریان این فرهنگ در دیگر ابعاد جامعه و از جمله حضور فرهنگ در نظام سیاسی، حضور فرهنگ در نظام فرهنگی و حضور فرهنگ در نظام اقتصادی موجب سلامت نظامات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی خواهد شد.

۸. گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی

یکی از الزامات اجرای اقتصاد مقاومتی گفتمان سازی آن است. مقام معظم رهبری در این باره می فرماید: «از الزامات و انتظارات سیاست های اقتصاد مقاومتی، گفتمان سازی است. باید تصویر درستی از اقتصاد مقاومتی ارائه بشود. البته صداوسیما و رسانه های کشور موظف اند اما مخصوص آنها نیست. دستگاه های تبلیغاتی مخالف با کشور، مخالف با انقلاب، مخالف با پیشرفت ملی ما، خیلی چیزها در چننه دارند و شروع هم کرده اند - ما دیدیم - بعد از این هم بیشتر خواهند کرد. درباره اقتصاد مقاومتی، اشکال تراشی، مانع تراشی، گاهی هو کردن، بی اهمیت جلوه دادن آنچه در کمال اهمیت و نهایت اهمیت است، از این کارها می کنند. نقطه مقابل آنها باید کار بشود. مسئولین، صاحبان فکر و دلسوزان، بایستی تصویر درستی را از این حرکت بزرگ و عمومی ارائه بدهند و گفتمان سازی بشود تا مردم بدانند و معتقد باشند و بخواهند؛ در این صورت، کار عملی خواهد شد (بیانات، ۹۲/۱۲/۲۰)».

مهم ترین راهکاری که برای حل مشکلات ساختاری در اقتصاد ایران توسط مقام معظم رهبری پیشنهاد شده، اجرای اصول سیاست های اقتصاد مقاومتی است. یکی از این اصول که راهکاری ضروری برای اجرای دیگر اصول سیاست های ابلاغی اقتصاد مقاومتی نیز به شمار می رود، گفتمان سازی اقتصاد مقاومتی است. تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان سازی آن به ویژه در محیط های علمی، آموزشی و رسانه ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی، بیستمین بند از

سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغ شده از سوی مقام معظم رهبری است که اجرای آن نیاز به همکاری همه سازمان‌ها و نهادها دارد. یکی از ضروریات انجام این پژوهش تأکیدی است که مقام معظم رهبری در خصوص گفتمان‌سازی و تبیین اقتصاد مقاومتی دارند. برخی از بیانات مقام معظم رهبری در این باره عبارت‌اند از:

۱. برای اجرای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی، فرهنگ‌سازی و ایجاد گفتمان رایج و فراگیر از ضروریات است و باید محورهای اصلی این سیاست‌ها با استدلال صحیح و منطقی برای مردم بیان شوند تا به تدریج در بخش‌های مختلف جامعه رسوخ پیدا کند و به یک مطالبه عمومی تبدیل شود؛
۲. گفتمان‌سازی در خصوص اقتصاد مقاومتی و تبدیل آن به یک گفتمان عمومی، بسیاری از مشکلات را برطرف و کارها را تسهیل خواهد کرد (بیانات، ۹۲/۱۲/۶)؛
۳. یکی از محورهای مهم سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مشارکت مردم و چگونگی مردمی کردن اقتصاد است؛

رهبر معظم انقلاب فرمودند که سیستم اقتصادی مطلوب جمهوری اسلامی یک اقتصاد مردمی است، بااراده مردم، سرمایه مردم و حضور مردم تحقق پیدا می‌کند؛ یعنی اقتصادی که قرار است جمهوری اسلامی را به نقطه اوج برساند و آن را به یک الگو برای جهان تبدیل کند، یک اقتصاد مردمی است که تمام بار آن بر دوش آحاد مردم است و تک‌تک افراد باید ظرفیت‌های خود را به میدان بیاورند تا این کار به ثمر بنشیند.

اگر تلاش نکنیم تا سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به‌ویژه در بحث اصلاح الگوی مصرف، اقتصاد بدون نفت، توجه به اقتصاد دانش‌بنیان و حمایت از تولید داخلی و تولید کیفی، به گفتمان غالب جامعه تبدیل شود، متأسفانه شاید شاهد شکست این سیاست‌های ابلاغی باشیم و لزوم توجه به این امر به‌خوبی در بند بیست‌ویک سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی نیز آمده است (سیاست‌های ابلاغی، ۹۲/۱۱/۲۹).

مقام معظم رهبری در دیدار نمایندگان مجلس خیرگان، گفتمان‌سازی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: «گفتمان یعنی باور عمومی؛ یعنی آن چیزی که به‌صورت یک‌سخن موردقبول عموم تلقی بشود، مردم به آن توجه داشته باشند، این با گفتن حاصل می‌شود، با تبیین لازم - تبیین منطقی، تبیین عالمانه و دور از زیاده‌روی‌های گوناگون - حاصل می‌شود؛ با زبان صحیح، با زبان علمی و منطقی و با زبان خوش، بایستی این مطالب را منتقل کرد (بیانات، ۹۲/۱۲/۱۵)». برخی از تعاریف و راهکارهای گفتمان‌سازی از نظر معظم‌له عبارت‌اند از:

۱. ایجاد یک فکر، یک گفتمان، یک جریان فکری در جامعه، به دست خواص جوامع است. به

دست اندیشمندان جامعه است. آنها هستند که می‌توانند فکر ملت‌ها را به یک سمتی هدایت کنند که مایه نجات ملت‌ها شود، همچنان که خدای نخواستہ می‌توانند به‌سمتی ببرند که مایه بدبختی و اسارت و تیره‌روزی ملت‌ها شود (بیانات، ۹۱/۹/۲۱).

۲. گفتمان یک جامعه مثل هواست، همه تنفسش می‌کنند؛ چه بدانند، چه ندانند؛ چه بخواهند، چه نخواهند. باید این گفتمان‌سازی انجام بگیرد که البته نقش رسانه‌ها و بالخصوص نقش روحانیون و نقش بزرگان و اساتید دانشگاهی حتماً نقش بارز و مهمی است (بیانات، ۹۰/۱۰/۱۴).

۳. وقتی یک فضای گفتمانی به وجود آمد، همه در آن فضا فکر می‌کنند، همه در آن فضا جهت‌گیری پیدا می‌کنند، همه در آن فضا کار می‌کنند؛ این همان چیزی است که شما می‌خواهید. بنابراین، اگر این کاری که شما مثلاً در فلان نشستتان، در فلان مجموعه دانشجویی‌تان کردید، فکری که کردید، ترجمه عملیاتی نشد، به‌صورت یک قانون یا به‌صورت یک دستورالعمل اجرایی درنیامد، شما مأیوس نشوید؛ نگوئید پس کار ما بی‌فایده بود؛ نخیر! و من به شما عرض بکنم در این پانزده شانزده سال اخیر، همین حرکت علمی‌ای که آغاز شده، همین جور آغاز شده همین جور امروز علم شده یک ارزش؛ چند سال قبل این جور نبوده. ما همین‌طور روزبه‌روز هی پیش رفتیم (بیانات، ۹۰/۷/۱۳).

۴. تبلیغ باید فضا ایجاد کند، گفتمان ایجاد کند. گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می‌شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جداجدای برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کارِ فعال و مثل دمیدن پیوسته در وسیله فشاری است که می‌تواند آب یا مایه حیات یا هوا را به مناطق مختلفی برساند که موردنظر است. باید دائم با این دم دمید، تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه‌ریزی احتیاج دارد... گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت در برهه‌ای از زمان در یک جامعه همه‌گیر بشود (بیانات، ۸۸/۹/۲۲)؛

۵. به‌وسیله برنامه‌های خوب و برنامه‌سازی‌های خوب، گفتمان‌های موردنیاز جامعه را - که گاهی باید موضوعی را به شکل گفتمان عمومی درآورد - تأمین و تضمین کنید (بیانات، ۸۳/۹/۱۱).

۶. یکی از مهم‌ترین تأثیرات همین فکر کردن‌ها این است که شما فضا‌سازی می‌کنید، گفتمان‌سازی می‌کنید. در نتیجه در یک فضای معتقد به یک مبنای فکری یا عملی، رئیس‌جمهور هم همان جور فکر می‌کند، وزیر هم همان جور فکر می‌کند، مدیرکل هم همان جور فکر می‌کند،

کارکنان هم همه همان جور فکر می‌کنند، این خوب است. و شما این کار را انجام می‌دهید. فکر کنید، بگویید، بنویسید، در مجامع خودتان منعکس کنید، آن کرسی‌های آزاداندیشی را که من صدبار- با کم و زیادش- تأکید کردم، راه بیندازید و این‌ها را همی آنجا بگویید؛ این می‌شود یک فضا. وقتی یک فضای گفتمانی به وجود آمد، همه در این فضا فکر می‌کنند، همه در آن فضا جهت‌گیری پیدا می‌کنند، همه در آن فضا کار می‌کنند. این همان چیزی است که شما می‌خواهید (بیانات، ۹۰/۷/۱۳). به‌طور خلاصه، مهم‌ترین راهکارهای ایجاد گفتمان اقتصاد مقاومتی از دیدگاه مقام معظم رهبری عبارت‌اند از:

۱. برگزاری کرسی‌های آزاداندیشی؛
۲. ایجاد فضاهایی گفتاری، نوشتاری و تفکر درخصوص اقتصاد مقاومتی؛
۳. تلاش خواص و اندیشمندان جامعه و استادان دانشگاهی در معرفی اقتصاد مقاومتی به جامعه؛
۴. تلاش رسانه‌های دیداری و شنیداری؛
۵. تلاش روحانیون در معرفی اقتصاد مقاومتی به مردم؛
۶. ایجاد فضای تبلیغاتی درخصوص اقتصاد مقاومتی در جامعه؛
۷. برنامه‌ریزی و کار فعال و مستمر.

در بحث اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نقش افکار عمومی به‌وضوح دیده می‌شود. اگر مردم افتناع نشوند، اگر گفتمان‌سازی نشود، اگر مطالبه ملی شکل نگیرد، مردم به میدان نمی‌آیند و کاری پیش نمی‌رود. اگر قرار است مردم اراده‌ها و سرمایه‌های خود را به میدان بیاورند و آن‌گونه‌که باید در خدمت انقلاب قرار دهند، باید رسانه‌ها و کارشناسان، تولید اندیشه و فکر کنند و با تزریق آن به جامعه، گفتگو و مطالبات مردم را به این سمت سوق دهند که هرکس خود و دیگران را در پیشرفت کشور مسئول و موظف بدانند. این همان چیزی است که در کار رسانه‌ای به آن گفتمان‌سازی می‌گویند.

افزون بر آن شیوه‌های گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی که تاکنون رواج داشته شیوه‌های درستی نبوده و به همین دلیل، گفتمان‌سازی با این شیوه‌ها نتوانسته اثرات ملموسی را به همراه داشته باشد. متأسفانه برخی رسانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی فکر می‌کنند با به‌کاربردن واژه اقتصاد مقاومتی گفتمان‌سازی کرده‌اند؛ درحالی‌که این ضد گفتمان‌سازی است. باید مفاهیم اقتصاد مقاومتی استخراج و آن مفاهیم به مردم اطلاع‌رسانی شود. به‌همین دلیل باید درخصوص گفتمان‌سازی و تبیین اقتصاد مقاومتی مطالعات علمی انجام و راهکارهای علمی جهت عملیاتی کردن این گفتمان اتخاذ شود.

۸-۱. اولویت‌بندی مراکز به‌لحاظ تأثیر بالقوه بر گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

برای شناسایی مراکز دولتی و غیردولتی تأثیرگذار بر گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی، از تکنیک دلفی استفاده شده است. براساس نتایج جمع‌بندی و طبقه‌بندی نظرات کارشناسان طی چهار راند و انجام آزمون فریدمن بر نتایج پرسش‌نامه‌های تکمیل‌شده، مهم‌ترین مراکز شناسایی شده که به‌طور بالقوه می‌توانند نقش مؤثری در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی داشته باشند عبارت‌اند از: دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، صداوسیما، آموزش و پرورش، ائمه جمعه استان‌ها و شهرستان‌ها، و استانداری‌ها و فرمانداری‌ها.

در جدول ۳ مشخصات آماری و آماره مربع کای دو^۱ ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری (sig) صفر به‌دست آمده و از آلفای محقق (۵ درصد) به‌مراتب کمتر است، بنابراین معنادار بودن آزمون تأیید می‌شود. جدول ۳ نشان می‌دهد که معیار معناداری در این آزمون برابر صفر (sig=0)، مقدار کای اسکوار ۷۷/۳۹۹ با درجه آزادی ۱۴ است.

جدول ۲: تأثیر بالقوه مراکز بر گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

رتبه	گویه	عملکرد بالقوه میانگین رتبه
۱	دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	۱۰/۸۲
۲	صداوسیما	۱۰/۵۸
۳	آموزش و پرورش	۱۰/۰۷
۴	ائمه جمعه	۹/۱۷
۵	استانداری‌ها و فرمانداری‌ها	۸/۵۷
۶	سپاه استان‌ها	۸/۴۵
۷	ائمه جماعت مساجد	۸/۱۰
۸	NGO ها یا سازمان‌های مردم‌نهاد	۷/۹۵
۹	پایگاه‌های بسیج مستضعفین	۷/۰۷
۱۰	اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	۶/۸۵
۱۱	هیئت‌های مذهبی مساجد و حسینیه‌ها	۶/۷۲
۱۲	حوزه‌های علمیه	۶/۶۵
۱۳	بهبیستی و کمیته امداد	۵/۴۵

جدول ۳: معناداری آزمون فریدمن

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۳۰

1. chi-square

۷۲/۳۹۹	Chi-square
۱۴	درجه آزادی
۰/۰۰	عدد معناداری (sig)

۸-۲. اولویت‌بندی مراکز به لحاظ تأثیر بالفعل بر گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

جدول ۴ نشان می‌دهد که از نظر کارشناسان، مهم‌ترین مراکزی که از نظر عملکرد واقعی در طول ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی توانسته‌اند بهترین نقش را در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی ایفا نمایند عبارت‌اند از: سپاه استان‌ها، ائمه جمعه، و صداوسیما.

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی که از لحاظ توان بالقوه در اجرای اقتصاد مقاومتی در رتبه اول قرار دارند، متأسفانه از لحاظ عملکردی و بالفعل در رتبه سیزدهم قرار دارند. این نتیجه از نظر کارشناسان می‌تواند گویای عملکرد ضعیف دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی باشد. این در حالی است که در بند ۲۱ سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در اجرای اقتصاد مقاومتی در خصوص اقتصاد مقاومتی، به نقش دانشگاه‌ها و محیط‌های علمی و آموزشی در تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان‌سازی آن تأکید شده است. افزون‌بر آن، دانشگاه‌ها می‌توانند به پیشتازی اقتصاد دانش‌بنیان و پیاده‌سازی نقشه جامع علمی کشور و ساماندهی نظام ملی نوآوری به‌منظور ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه، در جهت تحقق بند ۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی کمک نمایند.

آموزش و پرورش که به‌طور بالقوه، در رتبه سوم اهمیت و توان گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی قرار دارد، متأسفانه طبق نظر کارشناسان، از لحاظ عملی در رتبه هفتم قرار دارد. آموزش و پرورش نیز با در اختیار داشتن جامعه هدفی که آینده‌سازان کشور هستند می‌تواند نقشی ویژه در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی جهت استحکام پایه‌های نظری و عملی اجرایی سیاست‌های کلی ابلاغ‌شده داشته باشد.

در جدول ۵ مشخصات آماری و آماره مربع کای دو ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری (sig) صفر به‌دست آمده و از مقدار ۵ درصد به‌مراتب کمتر است، بنابراین، معنادار بودن آزمون تأیید می‌شود. معیار معناداری در این آزمون برابر صفر (sig=0)، مقدار کای اسکوار ۴۸/۳۸۹ با درجه آزادی ۱۴ است.

جدول ۴: تأثیر بالفعل مراکز بر گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

ردیف	گروه	عملکرد بالفعل میانگین رتبه
۱	سپاه‌های استانی	۱۰/۵۰
۲	ائمه جمعه استان‌ها و شهرستان‌ها	۱۰/۳۹
۳	صدا و سیما	۹/۰۷
۴	پایگاه‌های بسیج مستضعفین	۸/۸۶
۵	ائمه جماعت مساجد	۸/۸۲
۶	استانداری‌ها و فرمانداری‌ها	۸/۲۰
۷	آموزش و پرورش	۷/۹۱
۸	بهبودی و کمیته امداد	۷/۵۹
۹	هیئت‌های مذهبی مساجد و حسینیه‌ها	۷/۴۵
۱۰	دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی	۷/۱۳
۱۱	اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی	۷/۰۲
۱۲	حوزه‌های علمیه	۶/۸۹
۱۳	NGO ها یا سازمان‌های مردم نهاد	۵/۲۰

جدول ۵: معناداری آزمون فریدمن

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۲۸
Chi-square	۴۸/۳۸۹
درجه آزادی	۱۴
عدد معناداری (sig)	۰/۰۰

۳-۸. اولویت‌بندی مهم‌ترین راهکارها و الزامات گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

یکی از سؤالات پژوهش حاضر عبارت است از: «مهم‌ترین راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟» نتایج آزمون فریدمن در خصوص اولویت‌بندی راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی در جدول ۶ نشان داده شده است. در جدول ۷ نیز مشخصات آماری و آماره مربع کای دو ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری 0.02 بوده و از مقدار 5 درصد کمتر است، بنابراین، معنادار بودن آزمون تأیید می‌شود. معیار معناداری در این آزمون برابر « $sig=0/002$ »، مقدار کای اسکوار $41/216$ با درجه آزادی 19 است. بنابراین نتایج اولویت‌بندی راهکارهای گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی را می‌توان به صورت زیر تجزیه و تحلیل کرد:

۱. آموزش کارآفرینی: آموزش کارآفرینی در عین اینکه از راهکارهای اجرای اقتصاد مقاومتی به شمار می‌رود، خود نوعی گفتمان‌سازی نیز است. فشاری و پورغفار (۱۳۹۳) کارآفرینی و تحقیق و توسعه را به عنوان یکی از الگوهای اقتصاد مقاومتی معرفی کرده‌اند. نویسندگان بحث نوآوری و

تحقیق و توسعه و همچنین، کارآفرینی داخلی را به عنوان نقطه عطف الگوهای اقتصاد مقاومتی ذکر می‌کنند. در این زمینه باید تدابیری اندیشیده شود که متخصصان و استعدادهای برتر در داخل کشور جذب شوند و امکاناتی در اختیارشان قرار گیرد تا رغبت این افراد برای فعالیت در داخل کشور افزایش یافته و فناوری که در کشورهای پیشرفته به طور مرتب در حال بروز شدن است در داخل و با استفاده از تقویت فرایند تحقیق و توسعه انجام شود. بند اول سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز به بحث توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی یا تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقای درآمد می‌پردازد؛

۲. کمک به صداوسیما در تهیه برنامه‌های ویژه اقتصاد مقاومتی: همان‌طور که نتایج قسمت‌های قبل نشان داد، یکی از نهادهای مؤثر که به‌طور بالقوه و بالفعل می‌تواند نقش ویژه‌ای در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی داشته باشد صداوسیماست؛

۳. دوره‌های ویژه اقتصاد مقاومتی ویژه مسئولین: یکی از دلایلی که می‌تواند از موانع گفتمان‌سازی به شمار آید، پایین بودن سطح اطلاعات و دانش مسئولین نسبت به اقتصاد مقاومتی باشد. این دوره‌ها می‌تواند شامل دوره‌های خاص آشنایی با اقتصاد مقاومتی یا دوره‌های مرتبط با آن همانند دوره‌های کارآفرینی باشد؛

۴. عرضه و معرفی محصولات تولید داخل توسط فروشگاه‌های خاص: یکی از کارهای عملی که می‌تواند در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی کمک کند (که افزون‌بر تأثیر اجرایی، نوعی گفتمان‌سازی نیز به شمار می‌رود)، معرفی محصولات تولید داخل و عرضه این محصولات در فروشگاه‌های خاص است؛

۵. حمایت از پایان‌نامه‌های دانشگاهی با موضوع اقتصاد مقاومتی: این مورد هم همانند موارد قبل به اهمیت نقش دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به مقوله اجرای اقتصاد مقاومتی اشاره دارد. حمایت از پایان‌نامه‌ها و تحقیقات دانشجویی با موضوع اقتصاد مقاومتی موجب سوق دادن پایان‌نامه‌ها به سوی مسائل موردنیاز در خصوص اجرای اقتصاد مقاومتی می‌شود.

جدول ۶: اولویت‌بندی راهکارهای مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

ردیف	گویه	میانگین رتبه
۱	آموزش کارآفرینی	۱۳/۳۲
۲	کمک به صداوسیما در تهیه برنامه‌های ویژه اقتصاد مقاومتی	۱۳/۱۵
۳	دوره‌های ویژه اقتصاد مقاومتی ویژه مسئولین	۱۲/۷۷
۴	عرضه و معرفی محصولات تولید داخل توسط فروشگاه‌های خاص	۱۱/۲۸
۵	حمایت از پایان‌نامه‌های دانشگاهی با موضوع اقتصاد مقاومتی	۱۱/۱۳
۶	محوریت اقتصاد مقاومتی در سخنرانی مسئولان	۱۱/۰۷

۷	آموزش همگانی دوره‌های ویژه اقتصاد مقاومتی	۱۰/۸۵
۸	ایجاد سایت‌های اختصاصی معرفی محصولات تولید هر استان	۱۰/۷۷
۹	فضاسازی شهری و تبلیغات	۱۰/۶۵
۱۰	برگزاری کرسی‌های آزاد اندیشی	۱۰/۶۲

جدول ۷: معناداری آزمون فریدمن

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۳۰
Chi-square	۴۱/۲۱۶
درجه آزادی	۱۹
عدد معناداری (sig)	۰/۰۰۲

۴-۸. اولویت‌بندی موانع مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

سؤال دوم تحقیق این است که مهم‌ترین موانع گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چیست؟ نتایج آزمون فریدمن در جدول ۸ نشان داده شده است. در جدول ۹ مشخصات آماری و آماره مربع کای دو ارائه شده است. با توجه به اینکه مقدار سطح معناداری ۰/۰۱۵ به دست آمده و از مقدار ۵ درصد کمتر است، بنابراین معنادار بودن آزمون تأیید می‌شود. معیار معناداری در این آزمون برابر «sig=0/015»، مقدار کای اسکوار ۲۶/۴۰۲ با درجه آزادی ۱۳ است. بنابراین نتایج اولویت‌بندی را می‌توان به صورت زیر تجزیه و تحلیل کرد. مطابق این جدول موانع مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی به ترتیب اولویت عبارت‌اند از:

۱. عدم تناسب متون درسی در مدارس و دانشگاه‌ها با مقوله اقتصاد مقاومتی؛
۲. نبود گفتمان مناسب اقتصاد مقاومتی در بین دانشجویان؛
۳. وجود چشم و هم‌چشمی در مصرف‌گرایی؛
۴. نبود روحیه جهادی در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی؛
۵. وجود فرهنگ مصرف کالاهای خارجی.

نتایج این بخش می‌تواند از برخی جهات با نتایج بخش‌های قبل همخوانی داشته باشد. در مباحث قبل، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و آموزش و پرورش به عنوان مهم‌ترین مراکز گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی معرفی شد و از طرف دیگر عملکرد این دو مرکز تأثیرگذار وضعیت خوبی را نشان نمی‌داد. در این بخش از نظر کارشناسان مهم‌ترین مانع گفتمان اقتصاد مقاومتی عدم تناسب متون درسی در مدارس و دانشگاه‌ها با مقوله اقتصاد مقاومتی معرفی شده است. دومین مانع مهم گفتمان‌سازی نیز «نبود گفتمان مناسب اقتصاد مقاومتی در بین دانشجویان» معرفی شده

که بازهم به نکات بیان شده در خصوص اهمیت و نقش دانشگاه‌ها در اجرای سیاست‌های ابلاغی تأکید بیشتری دارد.

جدول ۸: موانع مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی

ردیف	گویه	میانگین رتبه
۱	عدم تناسب متون درسی در مدارس و دانشگاه‌ها با مقوله اقتصاد مقاومتی	۹/۱۶
۲	نبود گفتمان مناسب اقتصاد مقاومتی در بین دانشجویان	۸/۵۶
۳	وجود چشم‌و هم‌چشمی در مصرف‌گرایی	۸/۱۰
۴	نبود روحیه جهادی در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی	۸/۰۲
۵	وجود فرهنگ مصرف کالاهای خارجی	۷/۹۵
۶	عدم آشنایی جامعه زنان با مقوله اقتصاد مقاومتی	۷/۹۴
۷	نبود فرهنگ کار	۷/۸۵
۸	عدم باور عمومی بر وجود جنگ اقتصادی تمام عیار	۷/۲۱
۹	عدم آشنایی اساتید دانشگاه‌ها با اقتصاد مقاومتی	۷/۱۹

جدول ۹: معناداری آزمون فریدمن

شاخص‌های آماری	مقادیر محاسبه شده
تعداد	۳۱
Chi-square	۲۶/۴۰۲
درجه آزادی	۱۳
عدد معناداری (sig)	۰/۰۱۵

۹. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

یکی از سؤالات این تحقیق عبارت است از: «ظرفیت‌های مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی چه مرکزی است؟» برای پاسخ به این سؤال، عملکرد مراکز مؤثر به دو دسته بالقوه و بالفعل تقسیم شده و هر یک از مراکز مؤثر از نظر عملکردی که به‌طور بالقوه می‌توانند داشته باشند با عملکرد واقعی که هر یک از این مراکز در عمل از خود نشان داده‌اند، مقایسه شدند. مؤثرترین مراکز که به‌طور بالفعل عملکردی بیشترین نقش را در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی ایفا کرده‌اند عبارت‌اند از: سپاه‌های استانی، انجمن جمع‌ه استان و شهرستان‌ها، و صداوسیما. این درحالی است که مراکز مهم شناسایی شده که به‌طور بالقوه می‌توانند نقش مؤثری در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی داشته باشند عبارت‌اند از: دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، صداوسیما، و آموزش و پرورش.

دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی که از لحاظ توان بالقوه در اجرای اقتصاد مقاومتی در رتبه اول قرار دارند، متأسفانه از لحاظ عملکردی و بالفعل در رتبه مناسبی قرار ندارند. این نتیجه می‌تواند گویای عملکرد ضعیف دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی باشد.

این درحالی است که بند ۲۱ سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری در اجرای اقتصاد مقاومتی، به نقش دانشگاه‌ها و محیط‌های علمی و آموزشی در تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان‌سازی آن تأکید کرده است. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند به پیشسازی اقتصاد دانش‌بنیان و پیاده‌سازی نقشه جامع علمی کشور و ساماندهی نظام ملی نوآوری به منظور ارتقای جایگاه جهانی کشور و افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان و دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه، در جهت تحقق بند ۲ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی کمک نمایند.

آموزش و پرورش که به‌طور بالقوه در رتبه سوم از لحاظ اهمیت و توان گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی قرار دارد، متأسفانه طبق نظر کارشناسان، از لحاظ عملی در جایگاه مناسبی قرار ندارد. بنابراین، به مسئولین محترم دانشگاه‌ها و مدارس و مسئولین اجرایی دانشگاه‌ها و آموزش و پرورش پیشنهاد می‌شود به‌لحاظ توان و اهمیت زیادی که در جهت گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی دارند، تلاش بیشتری در این جهت ایفا نمایند. افزون‌بر موارد بیان‌شده مهم‌ترین موانع شناسایی‌شده در خصوص اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز تأییدکننده این مطلب است. سوال دوم تحقیق نیز عبارت است از: «مهم‌ترین موانع گفتمان اقتصاد مقاومتی چیست؟» نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد که موانع مهم به‌ترتیب اولویت عبارت‌اند از:

۱. عدم تناسب متون درسی در مدارس و دانشگاه‌ها با مقوله اقتصاد مقاومتی؛

۲. نبود گفتمان مناسب اقتصاد مقاومتی در بین دانشجویان؛

۳. وجود چشم و هم‌چشمی در مصرف‌گرایی؛

۴. نبود روحیه جهادی در اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی؛

۵. وجود فرهنگ مصرف‌کالاهای خارجی.

اولویت اول و دوم این بخش نیز به اهمیت نقش و توان دانشگاه‌ها و مراکز علمی و مدارس و آموزش و پرورش تأکید دارد. از لحاظ آماری و استفاده از تکنیک دلفی راهکارهای مهم گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی عبارت‌اند از:

۱. آموزش کارآفرینی: بند اول سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز به بحث توسعه کارآفرینی و به حداکثر رساندن مشارکت آحاد جامعه در فعالیت‌های اقتصادی یا تسهیل و تشویق همکاری‌های جمعی و تأکید بر ارتقای درآمد می‌پردازد؛

۲. کمک به صداوسیما در تهیه برنامه‌های ویژه اقتصاد مقاومتی: یکی از نهادهای مؤثر که به‌طور بالقوه و بالفعل می‌تواند نقشی ویژه در گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی داشته باشد، صداوسیماست؛

۳. دوره‌های ویژه اقتصاد مقاومتی برای مسئولین: یکی از دلایلی که می‌تواند از موانع

گفتمان‌سازی به شمار آید، پایین بودن سطح اطلاعات و دانش مسئولین نسبت به اقتصاد مقاومتی باشد. این دوره‌ها می‌تواند شامل دوره‌های خاص‌آشنایی با اقتصاد مقاومتی یا دوره‌های مرتبط با آن همانند دوره‌های کارآفرینی باشد.

منابع و مأخذ

* نهج البلاغه (۱۳۷۹). ترجمه محمد دشتی.

۱. ابراهیمی، محسن و معصومه زیرک (۱۳۹۱). «رابطه علی شاخص مقاومتی و سرمایه‌گذاری در ایران: تحلیلی تجربی از اقتصاد مبتنی بر رویکرد مقاومتی». بررسی مسائل و سیاست‌های اقتصادی، ۹ و ۱۰، ۲۵-۴۶.
۲. احمدی، فضل‌اله؛ نصیریانی، خدیجه و پروانه ابادری (۱۳۸۷). «تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق». مجله ایرانی آموزش در علوم پزشکی، ۸(۱): ۱۷۵-۱۸۵.
۳. برومندجزی، شهزاد و آزاد مهر کهرام (۱۳۸۴). «اثر کسری بودجه و نرخ ارز بر کسری حساب جاری تراز پرداخت‌های خارجی ایران». پژوهشنامه اقتصادی، ۵(۲): ۱۱۳-۱۳۰.
۴. جمعی از نویسندگان (۱۳۷۹). مبانی اقتصاد اسلامی. چاپ سوم، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سمت.
۵. پیرایی، خسرو و حسین کوروش پسندیده (۱۳۸۱). «مطالعه تجربی رابطه بین نرخ ارز و تورم در ایران». پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ۱(۴): ۶۱-۸۰.
۶. سمیعی‌نسب، مصطفی؛ تراب‌زاده جهرمی، محمدصادق و علیرضا سجادیه (۱۳۹۲). «بررسی ابعاد و مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران در اندیشه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای». مطالعات انقلاب اسلامی، ۱۰(۳۲): ۳۱-۳۶.
۷. تشکینی، احمد و امیررضا سوری (۱۳۹۳). تحلیلی بر شاخص‌های کلان اقتصادی در ایران (با رویکرد اقتصاد مقاومتی). چاپ اول، تهران: الغدیر.
۸. حسینی، سیدمحمد (۱۳۹۱). مبادله‌داری باهدف کسب سود از نگاه اقتصاد اسلامی. مجموعه مقالات همایش چالش‌های بازارهای مالی ایران و دیدگاه اقتصاد اسلامی، تهران: دانشگاه ارومیه، ۱۲۷-۱۳۸.
۹. حکیمی، اخوان و احمد آرام (۱۳۸۰). الحیاه. ترجمه احمد آرام، ج ۳، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۰. حلافی، حمیدرضا؛ اقبالی، علیرضا و ریحانه گسگری (۱۳۸۳). «انحراف نرخ ارز واقعی و رشد اقتصادی در اقتصاد ایران». پژوهشنامه اقتصادی، ۴(۱۴): ۱۶۷-۱۸۷.
۱۱. خسروی، موسی (۱۳۶۴). مواعظ امامان علیهم‌السلام. ترجمه جلد هفدهم بحارالانوار. ج ۱، چاپ اول، تهران: اسلامیه.
۱۲. خلیلی، حسام‌الدین (۱۳۹۱). «مقاومت اقتصادی در پرتو اقتصاد مقاومتی». کارآگاه، ۵(۲۰): ۲۴-۴۳.

۱۳. داوودی، پرویز و فاطمه‌سادات جعفریه (۱۳۹۳). «نگرش نهادی بر ساختار سازی قدرت در عرصه داخلی برای نیل به اقتصاد مقاومتی». برنامه‌ریزی و بودجه، ۱۹(۳): ۱۵۱-۱۷۲.
۱۴. سازمان بسیج علمی، پژوهشی و فناوری (۱۳۹۲). ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی (به‌ضمیمه گزارش همایش ملی نفت و توسعه اقتصادی). چاپخانه روزنامه جوان
۱۵. سبحانی، جعفر (۱۳۷۸). سیمای اقتصاد اسلامی. چاپ اول، تهران: مؤسسه تحقیقاتی و تعلیماتی امام صادق (علیه‌السلام).
۱۶. سیف، اله‌مراد (۱۳۹۲). «مقدمه‌ای بر نقشه راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی». فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۶(۶۱): ۸۹-۱۱۶.
۱۷. سیف، اله‌مراد، و حافظیه، علی‌اکبر (۱۳۹۲). «راهبردهای تجارت بین‌الملل اقتصاد مقاومتی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۶(۶۰): ۲۱۶-۱۸۳.
۱۸. سیفلو، سجاد (۱۳۹۳). «مفهوم‌شناسی اقتصاد مقاومتی». معرفت اقتصاد اسلامی، ۵(۲): ۱۵۱-۱۷۳.
۱۹. شیخیان، حمزه (۱۳۸۶). «تأثیر سیاست‌های پولی بر اشتغال در ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد، قم: دانشگاه مفید.
۲۰. شیرازی، همایون و خدیجه نصرالهی (۱۳۹۲). «مدل‌های پولی و پیش‌بینی نرخ ارز در ایران: از تئوری تا شواهد تجربی». فصلنامه سیاست‌های مالی و اقتصادی، ۱(۴): ۵-۲۴.
۲۱. صدر، محمدباقر (۱۳۶۰). اقتصاد ما. ترجمه اسپهبدی. جلد دوم، تهران: اسلامی.
۲۲. عزیزنژاد، صمد و سیدمحمدرضا سیدنورانی (۱۳۸۹). «بررسی آثار تحریم بر اقتصاد ایران با تأکید بر تجارت خارجی». مجلس و پژوهش، ۱۶(۶۱): ۱۶۵-۲۱۰.
۲۳. فراهانی‌فرد، سعید (۱۳۷۸). سیاست‌های پولی در بانکداری بدون ربا. چاپ اول، قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی.
۲۴. فشاری، مجید و جواد پورغفار (۱۳۹۳). «بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران». مجله اقتصادی، ۵ و ۶، ۲۹-۴۰.
۲۵. کامفیروزی، محمدحسن؛ بنیادی‌نائینی، علی و سیده اشرف موسوی لقمان (۱۳۹۳). «بررسی نقش عوامل در اقتصاد بدون نفت در الگوی اقتصاد مقاومتی». اقتصاد اسلامی، ۱۳(۵۲): ۵۹-۸۷.
۲۶. کوزه‌چی، هادی (۱۳۹۲). بررسی تحولات بازار ارز و عوامل تأثیرگذار بر آن. همایش استراتژی‌های سرمایه‌گذاری در سال ۱۳۹۲. تهران: مرکز مطالعات تکنولوژی دانشگاه صنعتی شریف.

۲۷. کمره‌ای، محمدباقر (۱۳۶۴). آداب معاشرت. ترجمه جلد شانزدهم بحارالانوار، ج ۲، چاپ اول، تهران: اسلامیه.
۲۸. کمره‌ای، محمدباقر (۱۳۶۵). آداب و سنن. ترجمه جلد شانزدهم بحارالانوار، ج ۲، چاپ اول، تهران: اسلامیه.
۲۹. کمره‌ای، محمد باقر (۱۳۷۶). ترجمه تحف العقول. چاپ ششم، تهران: کتابچی.
۳۰. محمدزاده، یوسف؛ احمدی، علی محمد و احمد عباس‌زاده (۱۳۹۱). «بررسی اهمیت مالیات‌های اسلامی در تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی». مجموعه مقالات پنجمین همایش مالیات‌های اسلامی: پیش‌نیازها و الزامات مالی دولت اسلامی، ۵۱۷-۵۴۷.
۳۱. بیکر، تریال. (۱۳۸۹). روش تحقیق نظری در علوم اجتماعی. ترجمه هوشنگ نایبی. چاپ هفتم، تهران: دانشگاه پیام نور.
۳۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱). مفاتیح الحیوه. چاپ پنجاه و پنجم، قم: اسراء.
۳۳. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱). «بیانات علامه جوادی آملی در تبیین الگوی نظری اقتصاد مقاومتی». نشریه شجره طیبه صالحین، ۱(۱): ۲۱-۲۳.
۳۴. کیوی، ریمون و لوک وان کامپنهود (۱۳۸۸). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. چاپ چهارم، تهران: توتیا.
۳۵. دفتر مطالعات اقتصادی (۱۳۹۱). اقتصاد مقاومتی و مؤلفه‌های آن (ویرایش اول). مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۲۵۴۶.
۳۶. مؤمنی، منصور (۱۳۸۷). تحلیل‌های آماری با استفاده از *spss*. چاپ دوم، تهران: کتاب نو.
۳۷. میرمعزی، سیدحسین (۱۳۹۱). «اقتصاد مقاومتی و ملزومات آن (با تأکید بر دیدگاه مقام معظم رهبری)». اقتصاد اسلامی، ۴۷، ۴۹-۷۶.
38. AghaSalah, R. (2008). A multi criteria crop planning model based on the resistive economic characteriaing the situation in Gaza strip. 8th International conference on Islamic Economics and Finance, Center for Islamic Economics and Finance, Qatar Faculty of Islamic studies, Qatar Foundation.
39. Amiri, Mahdi, and partabian, Akbar & Safari, Mahmoud (2014). Study the Role of the University and its Elements in Realizing Resistive Economy. *Resistive Economics International Journal*, 5(35-65),
40. Briguglio, Lino, & Piccinino, Stephen (2010), Growth with resilience in East Asia and the 2008-2009 Global recession. *Asian development review*, 29(02), 183-206.

41. Dana, Tariq (2014). A resistance Economy: What is it and can it provide an alternative?, Rosa Luxemburg Stiftung regional office PALEATINE.
42. Lacy, Dean, & Emerson M.S. Niou (2004). A theory of economic sanction and issue linkage, The roles of preferences, Information, and threats. *The journal of politics*, 66(1): 25-42.
43. Naghavi, Alireza, & Pignataro, Giuseppe (2015). Theocracy and resilience against economic sanction. *Journal of economic behavior and organization*, 111, 1-12.
44. Rose, Adam, & Krausman, Elisabet (2013). An economic framework development of resilience index for business recovery. *International journal of disaster risk reduction*, 5, 73-83
45. www.ghadr110.ir
46. www.khamenei.ir
47. www.mashreghnews.ir
48. www.siasi.porsemani.ir
49. www.sharif.ir