

واکاوی جامعه‌شناختی مفهوم اقتصاد مقاومتی

محمد کارکنان نصرآبادی^۱

چکیده

سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در بهمن‌ماه سال ۱۳۹۲ باهدف تقویت نقش مردم و فعالان بخش‌های مختلف به ویژه اقتصادی کشور در تحقق حماسه اقتصادی توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی ابلاغ شد. تأمین شرایط فعال‌سازی همه امکانات، منابع مالی و برنامه انسانی، توانمندسازی نیروی کار، به‌کارگیری ظرفیت‌ها، حمایت هدفمند از صادرات کالاها، تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد بهره‌وری، کارآفرینی و اشتغال‌زایی نکته‌های مهمی است که در ابلاغ حکیمانه سیاست‌های اقتصاد مقاومتی توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی مد نظر قرار گرفته است. «اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار و متعاقباً تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن آن‌ها و در شرایط آرمانی تلاش برای تبدیل این فشارها به فرصت است. اقتصاد مقاومتی در راستای کاهش وابستگی‌ها و تاکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش بر خوداتکایی است. لذا، اقتصاد مقاومتی به معنای اقتصاد خودکفا، مولد، مستقل و شکوفایی که در برابر همه فشارها بتواند مقاومت کند و ستون‌های جامعه را به استواری محافظت نماید. بنابراین، از مهم‌ترین مؤلفه‌ها و شاخصه‌های اقتصاد مقاومتی باید از خودباوری و اعتماد جامعه دانست؛ زیرا تا زمانی که جامعه از نظر فکری و فرهنگی به این مرحله از رشد و بالندگی نرسد که ما می‌توانیم، هرگز نمی‌تواند چنین اقتصادی را شکل بخشد. لذا، مهندسی فرهنگ اقتصاد مقاومتی به معنای مدیریت افکار سازی جامعه به گونه‌ای است که بتواند نسبت تعادلی و تکاملی را میان عوامل و متغیرهای تشکیل‌دهنده اقتصاد مقاومتی شکل دهد. در این جا برخلاف مهندسی فرهنگی، خود فرهنگ به عنوان یک موضوع قابل مدیریت در دستور کار قرار می‌گیرد تا چنین رویکرد فرهنگی در جامعه برای رسیدن به هدفی چون اقتصاد مقاومتی پدید آید. در این نوشتار اقتصاد مقاومتی از منظر جامعه‌شناختی مورد بررسی قرار گرفته و ضمن اشاره به مفهوم، شاخص‌ها، ابعاد، ویژگی‌ها و الزامات اقتصاد مقاومتی، از منظر دو نظریه جامعه‌شناختی رفتار برنامه‌ریزی‌شده و جامعه‌شناسی چندبعدی نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: اقتصاد، اقتصاد مقاومتی، نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نظریه جامعه‌شناسی

چندبعدی