

The Investigation of the Role and Position of National Identity in the Economic Power of Countries

Behzad Karam Hajivand¹, Seyyed Hadi Zarghani^{*2}, Hadi Aazami³

1. M.A Student in Political Geography, Department of Geography, Faculty of Humanities, Ferdowsi University of Mashhad
2. Associate Professor in Political Geography, Department of Geography, Faculty of Humanities, Ferdowsi University of Mashhad
3. Associate Professor in Political Geography, Department of Geography, Faculty of Humanities, Ferdowsi University of Mashhad

Received: 16.06.2023

Accepted: 29.12.2024

Abstract

The values and shared characteristics of an independent nation foster a sense of belonging among its people, shaping their national identity. National identity serves political, economic, social, and military functions, and governments aim to leverage these functions to enhance national cohesion and ensure the survival of the political system. This study investigates the role and impact of national identity on the economic dimensions of a nation, employing a descriptive-analytical method based on library resources and field studies. In the field study, a questionnaire was distributed to gather opinions from scholars concerning these impacts. Due to the limited size of the statistical population, sampling was unnecessary; the questionnaire was sent to 200 experts and specialists, resulting in the collection of 96 completed responses after extensive follow-up. The independent t-test was employed for data analysis, confirming the normality of the data. The findings indicate that strengthening national identity enhances the sense of territorial belonging and patriotism among citizens, positively influencing self-confidence, innovation, and economic independence. In the production sector, individuals with a strong national identity are motivated to produce high-quality goods and services using domestic resources. In the consumption sector, there is a notable preference for purchasing and consuming domestic products.

* Corresponding author, Email: h-zarghani@um.ac.ir



Copyright© 2025, TMU Press. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.



Consequently, national identity contributes to the development of high-quality domestic goods, increases domestic consumption, boosts production, strengthens the national currency, and generates employment, ultimately benefiting the national economy. Field findings results supported by descriptive statistics and statistical tests, confirm the theoretical framework, showing that experts strongly believe in the impact of national identity on enhancing various aspects of a country's economic power.

Keywords: National Power, National Identity, Economic Competition, Culture

Extended Abstract

Introduction

The national identity of an independent nation is shaped by shared values and characteristics, fostering awareness and a sense of belonging among its citizens. This national identity serves multiple functions—political, economic, social, and even military—and governments strive to leverage these functions to reinforce the country's core purpose and ensure the longevity of their political systems. This research study, conducted through a descriptive-analytical approach utilizing both library resources and field studies, aims to examine the impact and role of national identity on a nation's economic aspects and overall development.

Methodology

In the field study phase, questionnaires were employed to gather insights from scholars regarding these impacts. Given the relatively small size of the statistical population, sampling was unnecessary; questionnaires were distributed among 200 experts. A total of 96 completed questionnaires were collected and utilized for analysis after thorough follow-ups.

Findings

The literature review findings indicate that strengthening national identity contributes to fostering a sense of territorial belonging and patriotism among citizens. Additionally, it positively influences the development of self-confidence, innovation, and economic independence. Consequently, in the production sector, individuals in a nation with a strong national identity focus on producing high-quality goods and services, making use of domestic resources. Similarly, in the consumption sector, citizens prioritize the purchase and use of domestic products.



Conclusion

National identity significantly influences the production of high-quality domestic goods, increases the consumption of domestic products, enhances production capabilities, strengthens the national currency, and drives job creation. These factors collectively exert a positive impact on a country's economy. The findings from the field study, along with descriptive statistics and statistical tests, confirm the theoretical framework of this research. An independent sample t-test was performed, validating the research hypothesis as the data exhibited normal distribution. The results from the statistical analysis indicate that experts rated the impact of national identity on strengthening various dimensions of a country's economic power as high to extremely high, underscoring the positive influence of national identity on the economic strength of nations.

Keywords: National Identity, Production, Consumption, Country, Economic Power..



تحلیل نقش و جایگاه هویت ملی در قدرت اقتصادی کشورها

بهزاد کرم حاجیوند^۱، سید هادی زرقانی^{۲*}، هادی اعظمی^۳

۱. کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۲. دانشیار جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۳. دانشیار جغرافیای سیاسی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۰۹

چکیده

ارزش‌ها و خصوصیات مشترک هر ملت مستقل که افرادشان نسبت به آن‌ها خودآگاهی و شعور یافته‌اند و به واسطه آن‌ها به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند، هویت ملی آن‌ها را شکل می‌دهد. هویت ملی دارای کارکردهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و حتی نظامی است و حکومت‌ها تلاش می‌کنند از این کارکردها در جهت تقویت علت وجودی کشور و بقای نظام سیاسی استفاده کنند. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و با استناد به منابع کتابخانه‌ای و مطالعه میدانی به دنبال بررسی نقش و تأثیر هویت ملی بر ابعاد اقتصادی یک ملت و کشور است. در بخش مطالعه میدانی و به منظور گردآوری نظرات اندیشمندان درمورد این تأثیرات، از ابزار پرسش‌نامه استفاده شد. با عنایت به محدود بودن جامعه آماری، نیازی به نمونه‌گیری نبود و پرسش‌نامه در اختیار ۲۰۰ نفر از کارشناسان و خبرگان قرار گرفت و در نهایت بعد از پیگیری‌های فراوان تعداد ۹۶ پرسش‌نامه تکمیل شده گردآوری شد و با توجه به نرمال بودن داده‌ها از آزمون تی تک نمونه مستقل برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. یافته‌های پژوهش در بخش کتابخانه‌ای حاکی از آن است که تقویت هویت ملی موجب افزایش احساس تعلق سرزمینی و وطن‌دوستی در افراد یک ملت می‌شود و بر ایجاد روحیه خودباوری، نوآوری و استقلال اقتصادی یک ملت تأثیر مثبت دارد. بر این اساس، در بخش تولید، تلاش افراد یک ملت دارای هویت ملی قوی، تولید کالاها و خدماتی با کیفیت مطلوب و با استفاده از ظرفیت‌های داخلی و در بخش مصرف تأکید و تعصب افراد ملت بر خرید و مصرف کالاهای داخلی است. در نتیجه هویت ملی بر ساخت کالای باکیفیت داخلی، افزایش مصرف کالای داخلی، افزایش تولید، تقویت ارزش پول ملی، ایجاد اشتغال تأثیر داشته و در نهایت بر اقتصاد یک کشور تأثیر مثبتی دارد. یافته‌های میدانی و نتایج آمار توصیفی و آزمون آماری نیز تأییدکننده مطالعات نظری است و نشان می‌دهد کارشناسان نیز به تأثیرگذاری مؤلفه‌های هویت ملی بر تقویت ابعاد مختلف قدرت اقتصادی کشورها اعتقاد زیادی داشته‌اند.

کلمات کلیدی: قدرت ملی، هویت ملی، رقابت اقتصادی، فرهنگ.



۱. مقدمه

افزایش قدرت ملی به جهت ایجاد آسایش و امنیت شهروندان و دستیابی به اهداف و منافع ملی در سطوح مختلف همواره مورد توجه همه کشورهای و دولت‌ها بوده است. در این میان اقتصاد به عنوان یکی از ابعاد و ارکان بسیار مهم قدرت ملی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و با افزایش روند جهانی شدن و گسترش مناسبات اقتصادی میان کشورها در قالب اتحادیه‌های اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی و دیگر مناسبات و سطوح دیگر، نقش‌آفرینی اقتصاد در رشد و توسعه کشورهای اهمیت روزافزونی پیدا کرده است. به بیان بهتر اقتصاد مطلوب به عنوان یک رکن اساسی نقش ویژه‌ای در افزایش درآمدهای ملی، کاهش فقر و بیکاری، پیشرفت و توسعه و رشد سایر بخش‌های هر کشوری ایفا می‌کند. پیشرفت هر جامعه‌ای در زمینه‌های مختلف رابطه مستقیمی با قدرت اقتصادی آن جامعه دارد. با وجود آنکه پیشرفت علمی و ظرفیت‌های مادی از مؤلفه‌های اصلی تعیین سطح قدرت اقتصادی محسوب می‌شوند، اما نمی‌توان تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی را در ارتقای قدرت اقتصادی یک جامعه نادیده گرفت. به هر میزانی که یک جامعه دانش علمی بیشتری داشته باشد توانایی بالاتری برای فعلیت بخشیدن به ظرفیت‌های اقتصادی خود خواهد داشت. اما رسیدن به دانش و به کار بردن آن در راستای تقویت اقتصاد و پیشرفت یک جامعه زمانی میسر خواهد شد که آن جامعه دارای یک بافت منسجم و درهم‌تنیده باشد. به این معنا که جامعه می‌بایستی در بادی امر دارای هویت ملی مشخصی باشد و از جایگاه و درجات بالا و قابل توجهی برخوردار باشد تا بتواند مبتنی بر آن هویت برای خود وضعیت مطلوبی را به عنوان هدف غایی در نظر بگیرد و شوق به آن هدف واحد موجب تقویت عزم و اراده جمعی جامعه و به تبع آن تلاش و حرکت به سمت هدف شود؛ حال این اراده می‌تواند چه در زمینه پیشرفت علمی و چه در زمینه تولید و مصرف تولیدات داخلی و چه در هر زمینه‌ای که موجب تقویت اقتصاد می‌شود به کار گرفته شود. درواقع تحقق قدرت اقتصادی لوازم و مقدماتی دارد که فراهم شدن این لوازم و مقدمات به اراده جمعی جامعه بستگی دارد و اراده جمعی هم زمانی حاصل می‌شود که مقدم بر آن هویت ملی مشخصی در آن جامعه وجود داشته یا شکل گرفته باشد.

نحوه و چگونگی تأثیرگذاری هویت ملی بر رقابت‌های اقتصادی و قدرت ملی یک کشور موضوعی است که در پژوهش‌ها کم‌تر به آن پرداخته شده است؛ حال آنکه مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی نقش بسزایی در ابعاد مختلف قدرت ملی و به ویژه قدرت اقتصادی دارند. هویت ملی نقش مهمی در احساس تعلق سرزمینی آحاد ملت دارد و وطن‌دوستی سرمنشأ تحرک و پویایی یک ملت در عرصه‌های مختلف است. درواقع، در صورتی که هویت ملی در یک کشور به طور مطلوبی شکل گرفته و استوار شده باشد، می‌توان شاهد نقش‌آفرینی شهروندان در عرصه‌های اقتصادی، سیاسی، نظامی، فرهنگی بود. به عنوان نمونه، هویت ملی می‌تواند در افزایش اعتماد به نفس و خودباوری، تلاش برای نوآوری در تولید، تقید نسبت به خرید کالای داخلی و ... تأثیر داشته باشد و این گونه متغیرها در نهایت

موجب تقویت قدرت اقتصادی یک کشور می‌شوند. براین اساس این پژوهش به دنبال بررسی و واکاوی این سؤال است که هویت ملی چه نقش و جایگاهی در قدرت اقتصادی یک کشور دارد؟

۲. روش پژوهش

روش پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش توصیفی – تحلیلی است. گردآوری اطلاعات پژوهش به دو روش مطالعه کتابخانه‌ای و مطالعه میدانی صورت گرفته است. در مطالعه کتابخانه‌ای از منابع معتبر علمی پژوهشی همچون کتاب‌ها، مقالات، مجلات و سایت‌ها بهره‌گیری شده است. در مطالعه میدانی نیز جهت بررسی روابط میان متغیرها، پرسش‌نامه‌ای براساس طیف لیکرت تدوین شد که جامعه هدف پرسش‌نامه متشکل از استادان و کارشناسان حوزه قدرت ملی بوده است. با عنایت به تخصصی بودن موضوع و کم بودن تعداد خبرگان و کارشناسان در این زمینه از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. پرسش‌نامه نیز در اختیار حدود ۲۰۰ نفر از اندیشمندان مرتبط با موضوع پژوهش قرار داده شد که در نهایت ۹۶ پرسش‌نامه تکمیل و مبنای تحلیل آماری قرار گرفته است.

۳. پیشینه پژوهش

رهبر و خادمی (۱۳۸۷)، در پژوهشی با عنوان «تهدیدپذیری اقتصادی، تهدیدپذیری هویت ملی (مطالعه موردی: ایران و کشورهای منطقه)»، با معرفی مفهوم تهدیدپذیری اقتصادی و تعیین ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های آن به بررسی یکی از عوامل استراتژیک شناخت تهدیدات هویت ملی (تهدیدات اقتصادی) پرداختند که براساس الگوی ارائه‌شده نشان داده شد کشورهای برخوردار از رشد اقتصادی مستمر و درون‌زای بالاتر، استقلال اقتصادی بیشتر و توزیع عادلانه‌تر کم‌تر در معرض خطر هستند. همچنین شاخص ترکیبی تهدیدپذیری اقتصادی معرفی و روند تغییرات آن طی یک دوره ۱۹۹۵-۲۰۰۵ محاسبه شده که نتایج نشان‌دهنده آن بوده است که اقتصاد ایران از نظر توزیع عادلانه، استقلال اقتصادی و تهدیدپذیری کلی اقتصادی در مقایسه با اقتصاد کشورهای ترکیه، عربستان و رژیم صهیونیستی در معرض تهدیدات بیشتری است و در بُعد رشد درون‌زای اقتصادی از میان کشورهای یادشده، در مقایسه با عربستان سعودی وضعیت بهتری دارد. کاویانی راد و فتاحی (۱۳۹۱)، در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر هویت مکانی بر همگرایی ملی» با رویکردی تبیینی سویه‌های مختلف پیوستگی و درهم‌تنیدگی مکان و هویت را در روند همگرایی ملی مورد بررسی قرار داده‌اند و به این نتیجه دست یافتند که از زمان پیدایش دولت - ملت، حفظ هم‌بستگی ملی و پیوستگی سرزمینی کار حکومت بوده است. حکومت در جایگاه میانجی ملت و سرزمین ناگزیر از مدیریت سیاسی مؤثر فضای سرزمینی است که لازمه آن، برکشیدن هویت‌های مکانی تقویت‌کننده همگرایی ملی است. طی این فرایند که با



عنوان نمادسازی از آن یاد می‌شود هویت‌های مکانی که به افزایش حس سرافرازی ملی و محلی می‌انجامد از رهگذر رسانه‌ها و سازوکارهای اجرایی و اداری تقویت می‌شوند و هویت‌های مکانی که در تعارض با هویت‌های کلان قرار می‌گیرند نیز در همان سطح باید محترم شمرده شوند. در همان حال نظام سیاسی می‌بایستی شهروندان را جدای از ناهمگونی‌های فرهنگی‌شان در روند توسعه ملی و برخورداری از زیرساخت‌ها و فرصت‌ها مشارکت دهد که در غیر این صورت هویت‌های ناهمگون به بی‌ثباتی اجتماعی و تنش مکانی می‌انجامد و کشور را از روند توسعه و مشارکت باز می‌دارد. نوروزی چاکلی و مددی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تأثیر قدرت اقتصادی بر جایگاه علم و فناوری کشورها و تحلیل رابطه متقابل بین آن‌ها» با استفاده از آزمون‌هایی که بر روی شاخص‌های زیرگروه قدرت اقتصادی و شاخص‌های زیرگروه علم و فناوری انجام دادند، دریافتند که رابطه معناداری میان قدرت اقتصادی و جایگاه علم و فناوری کشورها وجود دارد. به بیانی دیگر کشورهایی که سرمایه‌گذاری بیشتری روی شاخص‌های قدرت اقتصادی خود صرف کرده‌اند به تبع آن شاهد رشد و پیشرفت بیشتری در شاخص‌های علم و فناوری بوده‌اند.

صدیقی و عباسی (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان «قدرت اقتصادی و مدیریت امنیت ملی» به دنبال تبیین رابطه میان مدیریت امنیت ملی و اقتصاد داخلی از طریق پرداختن به موضوع امنیت اقتصادی به عنوان یکی از ابعاد بسیار مهم امنیت ملی بوده‌اند که نتایج بیانگر آن بوده است که جهت‌گیری اقتصادی بر سیاست‌های ملی و منطقه‌ای اثر می‌گذارد و وجود رابطه محکم میان بخش‌های اقتصادی و دفاعی برای تثبیت امنیت ملی را ضروری تر می‌کند. بحران‌های اقتصادی روحیه ملی را تضعیف و پایه قدرت نظامی را که برای ساماندهی و استحکام امنیت ملی ضروری است سست می‌کند. درنهایت توان اقتصادی چه در تقلیل تهدیدهای خارجی و چه در ترمیم آسیب‌پذیری‌های داخلی نقشی تعیین‌کننده دارد و بدون وجود امنیت اقتصادی، توسعه اقتصادی که از عوامل مهم تقویت و اداره هر چه بهتر امنیت ملی است به تعویق می‌افتد. صالح آبادی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی و ارزیابی متغیرهای اقتصادی مؤثر بر قدرت ملی کشورها»، به دنبال پاسخ‌گویی به این پرسش بوده‌اند که اساسی‌ترین و مهم‌ترین شاخص‌ها و متغیرهای تشکیل‌دهنده قدرت اقتصادی کشورها چه عواملی هستند؟ نتایج پژوهش نشان داد که چهار مؤلفه اصلی قدرت اقتصادی شامل منابع مالی، سطح تولید، مبادله تولید و امور زیر بنایی می‌توانند بر قدرت اقتصادی تأثیرگذار باشند. بر همین اساس زیرساخت‌های اقتصادی، صادرات تکنولوژی سطح بالا، واردات مواد غذایی و ذخایر ارزی بین‌المللی دارای بیشترین درجه اهمیت بودند و از طرف دیگر متغیرهایی از جمله سهم فقیرنشینان در مصرف درآمد ملی، مالکیت خارجی، رقابت اقتصادی و هزینه‌های تجاری جرائم خشونت‌آمیز دارای کم‌ترین درجه اهمیت بودند. درنهایت کشورها برای رسیدن به اهداف و منافع ملی خود ناگزیرند به عوامل و متغیرهای قدرت‌آفرین در بُعد اقتصادی توجه داشته باشند. نجفی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «تبیین عوامل اقتصادی کلیدی تأثیرگذار بر قدرت دفاعی ایران در افق زمانی ۱۴۱۰» چنین نتیجه گرفتند

که قدرت عامل اصلی بقای کشورها و دولت‌ها بوده و کشورهایی که اقدام به تقویت و توسعه مؤلفه‌های مؤثر بر قدرت خود کنند، می‌توانند بقا، حیات و پیشرفت خود را در فضای آنارشیک بین‌الملل تأمین و تضمین کنند که در این میان مؤلفه‌های اقتصادی با اهمیت و تأکیدی که بر نقش و تأثیر آن‌ها بر تقویت بُعد نظامی قدرت ملی و به تبع آن تأمین امنیت ملی و منافع ملی وجود دارد می‌بایستی مورد توجه قرار گیرد. حافظ نیا و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی تحت عنوان «بررسی رقابت‌پذیری قدرت اقتصادی ایران با کشورهای منطقه غرب آسیا (مطالعه موردی ایران، عربستان، ترکیه، پاکستان و مصر)»، چنین نتیجه گرفتند که مهم‌ترین مزیت‌های اقتصادی ایران در برابر رقبا (عربستان، ترکیه، مصر و پاکستان) دارا بودن نیروی انسانی جوان، ذخایر طبیعی هیدروکربنی فراوان، تعداد بالای معادن و موقعیت ژئوپلیتیکی از مهم‌ترین توانایی‌های قابل اتکا و ارزشمند در زمینه رقابت اقتصادی کشور هستند و متغیرهایی همچون تغییر سیاست‌ها و برنامه‌ها همراه با تغییر دولت‌ها، عدم تنوع در ابزارهای تأمین مالی در بازار سرمایه، ضعف دیپلماسی کشور، نبود تحرک و پویایی در تولید کل و سرانه، بزرگ بودن دولت، تحریم‌های بین‌المللی به عنوان بزرگ‌ترین موانع توسعه اقتصادی کشور به‌شمار می‌روند.

جست‌وجو در پژوهش‌ها و مقالات به زبان انگلیسی نشان می‌دهد پژوهش‌ها و مقالات عمدتاً به بررسی موضوعاتی چون ماهیت و مؤلفه‌های هویت ملی و هویت‌های محلی، مشکلات ملت‌های چند قومی و ترکیبی در رابطه با نسبت هویت‌های قومی با هویت ملی، نقش نمادهای ملی در هویت ملی و رابطه بین هویت ملی و میهن‌دوستی پرداخته‌اند. در ادامه مطلب به این پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

روبرت آندولینا^۱ و همکاران (۲۰۰۵) در مقاله خود با عنوان «توسعه و فرهنگ: هویت‌سازی فراملی در بولیوی»^۲، به تحلیل ساخت هویت قومی در بولیوی معاصر می‌پردازند و رویکردهایی از علوم سیاسی ساخت‌گرایانه، جغرافیای انسانی و دیگر رشته‌ها را ترکیب می‌کنند. این پژوهش بر مردم بومی در ارتفاعات بولیوی که حول آیللو آند سکونت دارند متمرکز است و یافته‌های این مقاله نشان می‌دهد که چگونه چارچوب‌های گفتمانی فراملی و تصورات فضایی از طریق اقدامات شبکه‌های بازیگران مختلط که در مقیاس‌های محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی فعالیت می‌کنند، هویت‌های قومی محلی را شکل می‌دهند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد بازتعریف هویت‌های بومی شامل نمایش و اعتباربخشی به افراد و بازیگران درون گفتمان‌های فراملی است که نئولیبرالیسم و چندفرهنگ‌گرایی را به هم می‌آمیزند. با توجه به اینکه پلتفرم‌ها و مفاهیم جنبش‌های بومی به‌طور فزاینده‌ای در نهادهای رسمی و چارچوب‌های سیاستی نهادینه شده‌اند، درخواست‌های آن‌ها برای حکمرانی و توسعه فرهنگی مناسب در عمل به عنوان فرهنگی مناسب برای حکومت و توسعه پیاده‌سازی می‌شود. از این رو این تغییرات توانایی این قوم برای تعریف هویت خود و

1. Andolina, Robert

2. Development and culture: Transnational identity making in Bolivia



دسترسی به منابع سیاسی و اقتصادی هم‌زمان هم تسهیل کرده و هم محدود کرده است. در پژوهشی دیگر الیزابت وو^۳ (۲۰۲۲) در مقاله خود با عنوان «تعلق به ملت: مذاکره درباره روایت‌های هویت ملی در آتاروا نیوزیلند»^۴، به بررسی یکی از مهم‌ترین و در عین حال پیچیده‌ترین مباحث سیاسی معاصر مرتبط با احساس تعلق در جوامع متنوع قومی می‌پردازد و نمونه مورد مطالعه کشور نیوزیلند است. در حالی که پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر چگونگی تلاش جوانان برای انطباق با ملت تمرکز داشته‌اند، این پژوهش به بررسی فرایندهایی پرداخت که از طریق آن‌ها جوانان اقلیت‌های قومی روایت‌های تعلق ملی را بازتولید، بازاندیشی و به چالش می‌کشند. شرکت‌کنندگان اقلیت قومی این پژوهش، نارضایتی گسترده‌ای از روایت‌های سنتی، محدود و تک‌فرهنگی هویت ملی ابراز کردند و بسیاری از آن‌ها بر مفاهیم عاطفی تعلق ملی تأکید داشتند. در پژوهشی مشابه دیوید جانسون^۵ (۲۰۰۳) در مقاله خود با عنوان «اورینتالیسم داخلی در ایالات متحده آمریکا»^۶، تلاش دارد با ایجاد یک چارچوب نظری به بررسی ساخت فضایی هویت ملی در نمونه مورد مطالعه خود ایالات متحده آمریکا بپردازد. در حالی که محققان نقش «دیگری‌سازی داخلی» در تولید هویت‌های ملی را بررسی کرده‌اند، این مطالعات یا به فضا توجهی نداشته‌اند یا آن را به عنوان یک مؤلفه فرعی در نظر گرفته‌اند؛ این پژوهش بر لزوم در نظر گرفتن اولویت فضا (به معنای فضای تصویری یک منطقه در درون کشور) در ساخت هویت ملی تأکید می‌کند.

برخی دیگر از پژوهشگران غیرفارسی‌زبان در آثار خود به ارتباط بین هویت ملی و ملی‌گرایی و میهن‌دوستی پرداخته‌اند. به عنوان نمونه می‌توان به دانی آس بورن^۷ (۲۰۱۷) اشاره کرد که در مقاله خود با عنوان «اقتدارگرایی و هویت ملی، ناسیونالیسم و میهن‌پرستی»^۸، به بررسی تأثیرات جهت‌گیری سلطه اجتماعی و اقتدارگرایی بر ملی‌گرایی و میهن‌پرستی می‌پردازد. به حیث نظری و براساس مدل فرایند دوگانه ایدئولوژی و تعصب، تمایل افراد به تبعیت از مقامات گروهی و اولویت سلسله‌مراتب گروهی باعث باور به برتری ملت خود (ملی‌گرایی) و وابستگی به وطن (میهن‌پرستی) می‌شود. این پژوهش براساس مطالعه موردی در نیوزیلند انجام شده است و نتایج نشان می‌دهد که اقتدارگرایی تأثیرات مثبت بر ملی‌گرایی و میهن‌پرستی دارد، در حالی که جهت‌گیری سلطه اجتماعی تأثیر مثبت بر ملی‌گرایی و تأثیر منفی بر میهن‌پرستی دارد. درواقع، ملی‌گرایی و میهن‌دوستی شیوه‌هایی مرتبط، اما متمایز برای شناسایی با یک ملت هستند که در نهایت در اقتدارگرایی ریشه دارند. روکاس و برور^۹ (۲۰۰۲) در مقاله خود با عنوان

3. Woo Elisabeth

4. Belonging to the nation: Negotiating narratives of national identity in Aotearoa New Zealand

5. Jansson, David

6. Internal orientalism in America

7. Danny Osborne

8. Authoritarianism and National Identity Nationalism and Patriotism

9. Rocas & Brewer

«پیچیدگی هویت اجتماعی»^{۱۰}، به بررسی ماهیت پیچیده و چندبعدی هویت اجتماعی پرداخته‌اند. این پژوهش یک چارچوب نظری جدید را جهت بازنمایی ذهنی افراد از روابط متقابل میان هویت‌های گروهی متعدد او ارائه می‌کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد پیچیدگی هویت اجتماعی نشان‌دهنده میزان هم‌پوشانی ادراک شده بین گروه‌هایی است که فرد به‌طور هم‌زمان عضوی از آن‌هاست. بدین ترتیب وقتی هم‌پوشانی گروه‌های مختلف بالا درک شود، فرد ساختار هویتی نسبتاً ساده‌ای را شکل می‌دهد، به طوری که عضویت در گروه‌های مختلف با هم ترکیب شده و یک هویت واحد و مشترک ایجاد می‌کند. اما زمانی که فرد بپذیرد و تأیید کند که عضویت در گروه‌های مختلف لزوماً هم‌پوشانی کامل یا انطباقی ندارند، ساختار هویتی مرتبط به شکل هم‌زمان بیشتر فراگیر و پیچیده‌تر می‌شود. در پژوهشی دیگر کریستوفر مک کانل و همکاران (۲۰۱۷) در مقاله خود با عنوان «پیامدهای اقتصادی حزبی‌گری در دوران قطبی شدن»^{۱۱}، به بررسی پیامدهای اقتصادی حزب‌گرایی و تأثیرات آن بر همکاری در محیط‌های سیاسی در ایالات متحده می‌پردازد. نتایج این پژوهش میدانی در یک بازار کار برخط نشان می‌دهد که کارگران زمانی که کارفرما مواضع سیاسی مشابهی با آن‌ها دارد، به‌طور سیستماتیک دستمزدهای حداقلی کم‌تری درخواست می‌کنند و این نشان‌دهنده ترجیح برای همکاری با هم‌جناح‌هاست. همچنین نتایج ارزیابی میدانی با مصرف‌کنندگان نشان می‌دهد که آن‌ها ترجیح می‌دهند با هم‌جناح‌های خود معامله کنند، به‌ویژه کسانی که تعلقات جناحی قوی‌تری دارند. درنهایت، از طریق یک نظرسنجی جمعیتی مبتنی بر انگیزش و مشوق‌ها، این نتیجه حاصل شد که تأثیر ملاحظات سیاسی بر انتخاب‌های اقتصادی حتی به افراد با تعلقات جناحی ضعیف نیز گسترش می‌یابد. برخی از پژوهش‌ها نیز نقش مؤلفه‌ها و نمادهای ملی را در ساخت هویت ملی مورد بررسی قرار داده‌اند که ازجمله می‌توان به مقاله دیوید باتز^{۱۲} (۲۰۰۹) با عنوان «نمادهای ملی به‌عنوان عوامل تغییر روانی و اجتماعی»^{۱۳}، اشاره کرد که به بررسی نقش نمادهای ملی در هویت ملی کشورها می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد نمادهای ملی در اغلب جوامع معاصر حضور گسترده‌ای دارند و سیاست‌های عمومی نیز بر برجسته‌سازی این نمادها تأکید دارد؛ با این حال، برخی پژوهش‌های کمی به نقش اثرات روان‌شناختی و اجتماعی در مواجهه با نمادهای ملی اشاره می‌کنند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد نمادهای ملی صرفاً عناصر غیرفعال محیط افراد نیستند، بلکه ممکن است اثرات روان‌شناختی و اجتماعی قابل توجهی داشته باشند. همچنین نمادهای ملی تأثیرات مهمی بر روابط بین گروهی دارند، زیرا به هویت ملی تقویت‌یافته مرتبط بوده و قابلیت فعال‌سازی خودکار مفاهیم مرتبط با ملت را دارند.

در زمینه ماهیت، مؤلفه‌ها و ابعاد قدرت اقتصادی پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است، لکن بررسی پیشینه

10. Social Identity Complexity

11. The Economic Consequences of Partisanship in a Polarized Era

12. Butz, David

13. National Symbols as Agents of Psychological and Social Change



نشان می‌دهد، در زمینه تأثیر هویت ملی بر ابعاد قدرت اقتصادی پژوهش جامعی صورت نگرفته است و پژوهش‌های محدود صورت گرفته بیشتر به مؤلفه قدرت اقتصادی و ارتباط آن با امنیت ملی، قدرت ملی، قدرت دفاعی و ... پرداخته‌اند. به عنوان نمونه پژوهش رهبر و خادمی، بیش از آنکه به رابطه بین تهدیدپذیری اقتصادی و هویت ملی پرداخته باشد، به ارزیابی میزان تهدیدپذیری اقتصادی کشورهای منطقه پرداخته است و تهدید اقتصادی را یکی از تهدیدات امنیت ملی می‌داند. کاویانی راد و فتاحی در پژوهش خود به تبیین رابطه بین هویت مکانی و نقش آن در همگرایی ملی و تقویت هویت ملی پرداخته‌اند و اشاره به قدرت اقتصادی نداشتند. نوروزی و مددی نیز در پژوهش خود به تحلیل نقش قدرت اقتصادی بر توان علمی و فناوری کشورها پرداخته و به هویت ملی ورود نکرده‌اند. صدیقی و عباسی نیز اگرچه در پژوهش خود به قدرت اقتصادی پرداخته‌اند، اما نقش آن را بر امنیت ملی مورد توجه قرار داده و به موضوع هویت ملی نپرداخته‌اند. همچنین در پژوهش‌های مشابه، حافظ‌نیا و همکاران و یزدان‌پناه و همکاران به بررسی و تحلیل رابطه بین قدرت اقتصادی و قدرت ملی و قدرت دفاعی پرداخته‌اند. بر این اساس می‌توان گفت موضوع پژوهش بدیع است و تلاش شده است تا ضمن بررسی نظری رابطه بین هویت ملی و قدرت اقتصادی، نظرات خبرگان و کارشناسان را نیز در این زمینه گردآوری کند.

۴. مبانی نظری پژوهش

۴-۱. تعریف و مفهوم هویت ملی

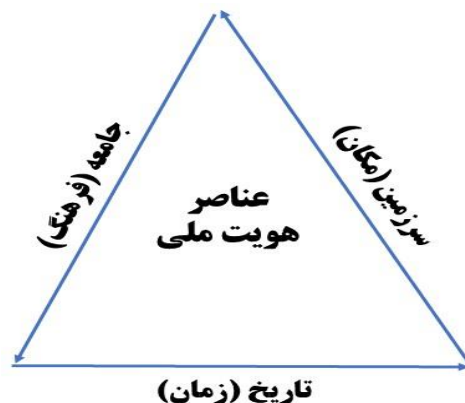
هویت به معنی چه کسی بودن است. درواقع اینکه یک گروه انسانی یا یک فرد چگونه خود را می‌شناسد یا چگونه شناسانده شود یا تمایل دارد چگونه شناخته شود هویت نام دارد (Mojtahedzadeh, 2007: 66). جاکوبسن^{۱۴} معتقد است که هویت به معنای احساس تداوم، تمایز، و استقلال فردی است که طی آن شخص بفهمد همانی است که بوده و دیگران نیستند (Jacobson, 1998, 9). هویت ملی نیز عبارت است از ارزش‌ها و خصوصیات مشترک یک ملت مستقل که افراد ملت نسبت به آن‌ها خودآگاهی و شعور یافته‌اند و به واسطه آن‌ها به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند (Hafeznia, 2018: 219). همچنین در تعریف دیگر از هویت ملی آن را مجموعه‌ای از گرایش‌ها و نگرش‌های مثبت نسبت به عناصر، عوامل و الگوهای هویت‌بخش و یکپارچه‌کننده در سطح یک کشور به عنوان یک واحد سیاسی تعریف کرده‌اند (Hajiani, 2000: 197). مجتهدزاده هویت ملی را به دست آوردن خودآگاهی ملی، پویایی یک سلسله پدیده‌های مادی و معنوی در جمع گروه‌های هویتی که مفهوم «ملت» را واقعیت می‌بخشد می‌داند. پدیده‌هایی همچون خاطرات سیاسی، زبان، دین، سرزمین سیاسی، یک سلسله آداب و سنن و

¹⁴. Jacobson

ادبیات و هنرهای مشترک و برخی دیدگاه‌های اجتماعی مشترک (Mojtahedzadeh, 2010: 18).

۴-۲. عناصر و کارکرد هویت ملی

در شکل‌گیری هویت ملی در هر کشوری سه عامل اساسی شامل سرزمین، جامعه و تاریخ نقش اساسی دارند و دارای رابطه و ارتباط متقابلی هستند که مهم‌ترین آن سرزمین است و به‌عنوان مبنای شکل‌گیری هویت ملی یک کشور محسوب می‌شود، زیرا بدون سرزمین مؤلفه‌های دیگری همچون جامعه و تاریخ معنایی نخواهد داشت. به‌طور کلی سرزمین به‌عنوان پایه و اساس هویت ملی به‌شمار می‌رود و جامعه (فرهنگ) و تاریخ (زمان) به‌عنوان دیگر عناصری هستند که در شکل‌دهی و شکل‌گیری هویت ملی هر کشوری نقش مؤثری ایفا می‌کنند.



شکل ۱: عناصر تشکیل‌دهنده هویت ملی (منبع: Karam Hajivand, 2022: 178)

هویت ملی به‌دلیل عوامل، عناصر و مؤلفه‌هایی که دارا هستند، در صورت برخورداری از جایگاه بالایی در یک کشور می‌تواند به افزایش احساس تعلق، افزایش انسجام اجتماعی و افزایش وحدت و هم‌بستگی ملی منجر شود که در این میان وجود وحدت و هم‌بستگی ملی میان اجزا و عناصر کشورها و دولت و ملت‌ها نقش بسیار مهمی در پایداری و قوام کشورها ایفا می‌کند. هم‌بستگی ملی دارای مفهومی دوسویه است که هم بر تمایزات و هم بر اشتراکات دلالت دارد. از یک سو تأکید بر مشترکات دارد که ما را پیرامون محوری واحد هم‌بسته و متعهد می‌سازد و از سوی دیگر ما را از دیگران باز می‌شناساند (Qarkhloo, 2004: 79). به‌فروز معتقد است احساسی که مفهوم تعیین هویت و وفاداری را در بر دارد همان هم‌بستگی ملی است. از این رو هم‌بستگی ملی احساس مشترکی میان سرزمین و مردمان مختلف آن به‌وجود می‌آورد بدون آنکه به‌لحاظ فرهنگی و فضایی به یکدیگر نزدیک باشند (Behforuz, 1995: 112). درواقع وحدت ملی به معنای هم‌بستگی میان اجزای تشکیل‌دهنده یک نظام سیاسی



و اجتماعی، یکی از مؤلفه‌های اقتدار و امنیت ملی است. افزایش ضریب وحدت و هم‌بستگی ملی باعث کاهش تهدیدات داخلی و خارجی می‌شود و زمینه‌های مناسبی برای پیشرفت و توسعه کشور فراهم می‌سازد (Ghasemi & Ebrahim Abadi, 2011: 108).

۴ - ۳. دیدگاه‌ها و نظریه‌های علمی مرتبط با هویت ملی

اساساً هویت ملی مقوله‌ای کاملاً تاریخی و متعلق به عصر جدید است. هویت ملی نوعی احساس تعلق فرد به یک سرزمین و دولت — ملت یا کشوری خاص است و فاقد تنوع و گونه‌های خاص است و افراد فقط یک نوع هویت ملی دارند (Ahmadi, 2003: 9). کاستلز^{۱۵} هویت ملی را مفهومی دو وجهی می‌داند که هم‌زمان بر تشابه و تمایز دلالت دارد، یعنی از یک سو با تأکید بر مشترکات و ملاک‌های پیونددهنده، ما را پیرامون محوری واحد هم‌بسته و متعهد می‌کند و از سوی دیگر ما را از دیگران باز می‌شناساند (castells, 2010: 8). به تعبیر اسمیت، آنچه موجب شکل‌گیری هویت ملی می‌شود، فرایندهای اجتماعی شدن است. فرایندی که در مکتب کنش متقابل نمادین به دقیق‌ترین شکل بررسی شده است. بنابراین آنچه هویت ملی را تعیین می‌کند سیاست‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی دولت و سازوکارهای مهندسی اجتماعی است که از طریق فرایندهای اجتماعی شدن این مهم را به سرانجام می‌رساند (Moradi, 2019: 37). ملت و هویت ملی برساخته روایت‌های سازه‌گرایانه است و این نشان می‌دهد که از یک سو نباید ملت‌ها را امری طبیعی تصور کرد و آن‌ها را با ارگانسیم‌های زنده مقایسه کرد و به دنبال ریشه‌های زیستی یا شبه‌زیستی برای افشای آن‌ها بود، زیرا ملت‌ها جنبه اعتباری دارند و از سوی دیگر نمی‌توان ملت‌ها را صرفاً زائیده شرایط و مقتضیات دوره مدرن قلمداد کرد و آن‌ها را پدیده‌هایی نوین دانست. درواقع ملت‌ها با به یاد آوردن تداوم می‌یابند و درک آنان از هویتشان براساس روایت‌هایی ساخته می‌شود که به وسیله خاطره برانگیخته می‌شوند (Ahmadi & Fazeli, 2007: 27). در یک جمع‌بندی می‌توان گفت هویت ملی، معناسازی بر مبنای مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی، تاریخی، سیاسی و جغرافیایی است که طی آن افراد در چارچوب عضویت در یک جامعه سیاسی، در قبال آن احساس هم‌بستگی، تعهد و وفاداری می‌یابند. از این رو هویت ملی دو نوع رابطه پدید می‌آورد، یکی رابطه میان دولت و ملت که ساخت دولت ملی با تأکید بر پیوند ملت و دولت، بنیان فلسفی جدیدی برای دولت ترسیم می‌کند. به بیان دیگر ملت‌گرایی نوعی ایدئولوژی ایجاد کرد که اصطلاح هویت ملی را پدید آورد؛ دوم رابطه میان ملت‌هاست. از این جهت هویت ملی به عنصر «آگاهی ملی» و عناصری که در برانگیختن احساس هویت مشترک در یک ملت در مقابل بیگانگان دخالت دارند اشاره می‌کند. دولت‌ها با

¹⁵ . Castells

استخدام نمادهای هویت ملی مانند دین، زبان، پرچم، سرود ملی، میراث مشترک تاریخی و غیره به بسیج مردم برای پیشرفت ملی و مقابله با بیگانگان اقدام می‌کند (Zahiri, 2005: 32).

۴- ۴. قدرت ملی و قدرت اقتصادی

عمدتاً در توصیف قدرت و قدرت ملی تعاریف و نظریات بسیاری از سوی صاحب‌نظران این حوزه مطرح شده است که هر کدام به صورتی این دو مؤلفه را تعریف کرده‌اند. قدرت ملی استعداد و توانایی نفوذ و تأثیرگذاری در رفتار دیگران برای دستیابی به اهداف استراتژیک ملی است. همچنین قدرت ملی را توانایی ملتی تعریف می‌کنند که به واسطه آن‌ها می‌تواند ملت دیگری را وادار به پذیرش و انجام خواسته‌های خود گرداند (Heidari and Heidari Bani, 2014: 65). به عقیده حافظ‌نیا، مجموعه انسان‌هایی که ملتی را تشکیل داده و در شکل یک کشور سازمان سیاسی پیدا کرده‌اند دارای قدرتی هستند که از برابند قوای ترکیب‌شده آن‌ها به دست می‌آید و می‌توان آن را قدرت ملی آن کشور یا ملت دانست. چنین قدرتی حاصل ترکیب و جمع جبری وجوه مثبت و منفی عناصر و بنیان‌های قدرت آن کشور است که از خصلت پویایی و تغییر برخوردار بوده و نسبت به ملت‌ها و کشورهای دیگر قابل فهم و درک است (Hafeznia, 2017: 380). تللیس^{۱۶} و همکاران نیز در تعریف خود از قدرت ملی بر رویکرد توان استفاده از منابع تأکید داشته و قدرت ملی را «ظرفیت یک کشور در پیگیری اهداف کاربردی با اقدامات عمدی» دانسته‌اند. این نگرش به قدرت ملی دو بُعد مجزا ولی مربوط به هم ظرفیت را نشان می‌دهد. یکی از این دو بُعد، ظرفیت خارجی است که شامل ظرفیت یک کشور در تأثیر گذاشتن بر محیط بین‌المللی از طریق پتانسیل‌های اقتصادی، سیاسی و نظامی است و بُعد دیگر، بُعد داخلی است که ظرفیت یک کشور در تبدیل منابع جامعه به دانش قابل اجرایی است که بهترین فناوری نظامی و غیرنظامی ممکن را تولید می‌کند (Zarghani, 2020: 167-168).

در تعریف قدرت اقتصادی نیز به مانند سایر مؤلفه‌های قدرت تعاریف متعددی وجود دارد و هر کدام از صاحب‌نظران دیدگاه متفاوتی داشته‌اند. در بیانی ساده قدرت اقتصادی را قدرت خرید و قدرت بازار دانسته‌اند که با توجه به تعریف سنتی در این نوع از قدرت می‌توان سه کاربرد را در نظر گرفت که عبارت است از: ۱. قدرت یک مزیت است که به بازیگر تولنایی ایفای نقش می‌دهد؛ ۲. قدرت خرید می‌تواند دربرگیرنده کالا و خدمات باشد که در نتیجه نشان‌دهنده ثروت است؛ و در نهایت ۳. قدرت بازار که نشان‌دهنده ویژگی رقابتی میان بازیگران در مقیاس خرد و کلان است (Hafeznia & Others, 2021: 243). امروزه اقتصاد سهم و نقش بسیار زیادی در زندگی بشر

16. Tellis

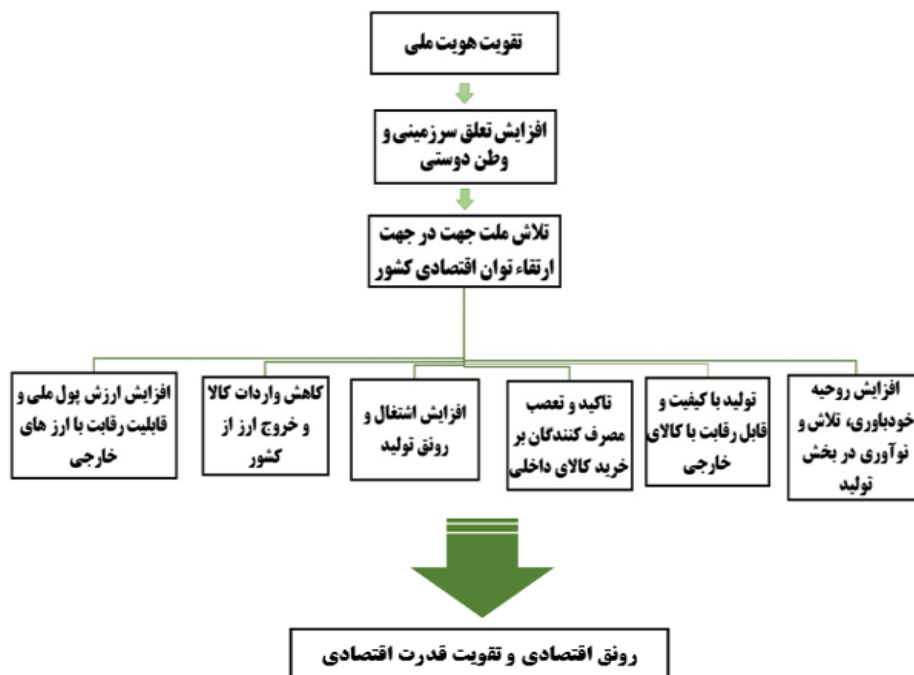


دارد، به گونه‌ای که بیشتر فعالیت انسان با اهداف اقتصادی در داخل و خارج از کشورها صورت می‌گیرد. کیفیت اقتصاد در هر کشوری نقش بسیاری در توسعه، پیشرفت و حتی پسرفت آن دارد به طوری که تصمیم‌گیری‌های سیاسی درست یا اشتباه حول مباحث اقتصادی می‌تواند به پیشرفت یا نابودی در ابعاد و امور مختلف کشور شود. از این رو اقتصاد به عنوان یک بُعد تأثیرگذار بر ابعاد مختلف همه کشورها، نقش بسیاری در عرصه قدرت ملی ایفا می‌کند. درواقع پیشرفت و توسعه بسیاری از امور در کشورها نیازمند پشتوانه مالی بزرگی است که توسط یک اقتصاد مطلوب و توسعه یافته محقق می‌شود و در نتیجه می‌تواند به افزایش قدرت ملی بینجامد.

۵. یافته‌های پژوهش

۵-۱. نقش هویت ملی بر قدرت اقتصادی کشورها

قدرت اقتصادی به معنای قدرت خرید و قدرت بازار است (Hafeznia & Others, 2021: 243) و دارای شاخص‌هایی همچون میزان بدهی خارجی، میزان سرمایه‌گذاری بین‌المللی، تولید ناخالص ملی، صادرات و واردات و غیره است (Zarghani, 2020: 335). امروزه در تمامی کشورها فعالیت‌های اقتصادی و نوع اقتصاد هر کشور به عنوان عامل بسیار مهمی در قدرت ملی آن به شمار می‌رود، زیرا اقتصاد قوی زمینه‌ساز توسعه، پیشرفت و افزایش قدرت اقتصادی است. اساساً عوامل مثبت و منفی بسیاری در تضعیف و یا تقویت اقتصاد کشورها مؤثرند که این عوامل می‌توانند متأثر از سیاست‌ها و شرایط داخلی و خارجی همچون منابع انرژی، وجود نیروی انسانی متخصص، میزان تولیدات و صادرات، قاچاق، مناسبات اقتصادی، عضویت در اتحادیه‌های اقتصادی منطقه‌ای و بین‌المللی و غیره باشد. از سوی دیگر نقش عوامل فرهنگی همچون هویت ملی نقش بسیار مهمی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کند که در این راستا می‌توان به نمودار زیر اشاره کرد.



شکل ۱: هویت ملی و نقش آن در قدرت اقتصادی

منبع: نگارندگان

نقش عوامل فرهنگی و تمایل و نگرش مصرف کنندگان نقش بسیاری در تولید داخل خواهد داشت که از جمله مهم ترین آن می توان به ملی گرایی مصرفی اشاره کرد که برگرفته از احساس تعلق مکانی افراد، عواطف و احساسات فردی و گروهی نسبت به کشور و سرزمین و در نهایت هویت ملی است. از این رو ملی گرایی اقتصادی مفهومی دو بُعدی است که در بُعد اول سیاست های دولتی یعنی حمایت گرایی و محدود کردن سرمایه گذاری خارجی را مد نظر قرار دارد و بُعد دوم رفتارهای جمعی و فردی است که سیاست های دولتی مداخله کمتری در آن دارند. به بیان دیگر محدودیت های اعمال شده قانونی تنها موانع تجاری نیستند، بلکه خواسته مصرف کنندگان هم می تواند محدودیت هایی را تحمیل کند. هرچند دلایل متفاوتی مانند باکیفیت بودن، ارزان بودن، در دسترس بودن یا ترس از عدم دریافت ساده خدمات پس از فروش و قطعات یدکی کالاهای وارداتی، جهت ترجیح محصولات تولید داخل ممکن است وجود داشته باشد، اما ترجیح مصرف کالاهای داخلی ممکن است بیشتر ناشی از گرایش ملی گرایی باشد (Hadidi and mohaghegh, 2016: 172-173). میزان ملی گرایی در مصرف کنندگان و ترجیح خرید کالاهای داخلی نسبت به کالاهای خارجی از عوامل رشد و شکوفایی اقتصاد در هر کشوری به شمار می رود. در چنین



وضعیتی مصرف‌کننده براساس معیارهای عاطفی و اخلاقی، خرید کالاهای داخلی را ارجحیت می‌بخشد و با خریدن کالاهای وارداتی تأثیر مثبتی بر اقتصاد داخلی بر جای می‌گذارد (Bahmani, 2012: 159). یکی از تأثیرات حمایت از تولید داخلی افزایش اشتغال و اشتغال‌زایی است. درواقع هرچه مصرف کالای داخلی در کشور افزایش پیدا کند، تولید داخلی نیز افزایش یافته که حاصل آن علاوه بر رونق تولید، کاهش بیکاری و افزایش اشتغال، کاهش گرانی و تورم است (Goudarzi Ardekani & Others, 2018: 3). علاوه بر مواردی که ذکر شد، در صورت حمایت از تولیدات داخلی، از یک سو میزان واردات و خروج ارز از کشور می‌تواند کاهش یابد، زیرا زمانی واردات صورت خواهد گرفت که تولید داخلی در وضعیت نامطلوبی به سر برده و تولیدکنندگان داخلی توانایی تأمین نیازهای داخلی را نداشته باشند که درنتیجه ارز بسیاری از کشور خارج خواهد شد. از این رو واردات می‌بایستی به صورت بهینه صورت گیرد، زیرا هنگامی که واردات بهینه و براساس برنامه‌ای درست و کارشناسانه و منطبق با اهداف بلندمدت کشور باشد، شکوفایی اقتصادی آن کشور را به‌طور قطع در پی خواهد داشت. همچنین در صورتی که واردات خارج از اصول کارشناسی و علمی باشد، صدمات جدی به منافع ملی و تولید داخلی وارد می‌نماید. واردات بی‌رویه به ورود فرهنگ بیگانه به کشور و درنتیجه شکست صنایع داخلی و کاهش بهره‌وری منجر می‌شود (Aghajani Golsefid & Others, 2021: 68). از سوی دیگر افزایش تولید داخلی به‌عنوان شاه‌کلید افزایش ارزش پول ملی به شمار می‌رود. درواقع تقویت تولید داخلی به تقویت ارزش پول ملی می‌انجامد، زیرا ارزآوری در گرو تولید، اشباع بازار داخلی و صادرات است (Qaderi, 2018). درنهایت به‌صورت کلی می‌توان گفت از آنجا که تقویت هویت ملی به افزایش تعلق سرزمینی و وطن دوستی منجر می‌شود؛ این عامل در بُعد اقتصادی می‌تواند باعث تمایل به مصرف کالای داخلی توسط افراد ملت شود که به دنبال آن تولید داخلی افزایش پیدا خواهد کرد و افزایش تولید داخلی به کاهش بیکاری، کاهش واردات، کاهش خروج ارز از کشور، افزایش ارزش پول ملی و ایجاد روحیه خودباوری و نوآوری در تولید می‌انجامد.

۶. یافته‌های میدانی

۶-۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان

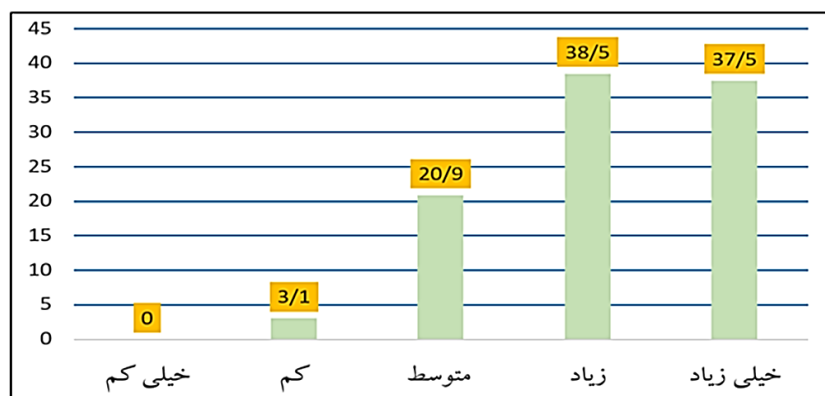
به‌لحاظ جمعیت‌شناختی خبرگان و کارشناسانی که به پرسش‌نامه پاسخ داده‌اند وضعیت بدین صورت است: ۷۳ درصد پاسخ‌دهندگان را مردان و ۲۷ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. از نظر سنی، گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال حدود ۳۹.۵ درصد بیشترین و گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال با ۳۴.۳ درصد کم‌ترین میزان بوده است. بر مبنای تحصیلات، گزینه دکتری با حدود ۵۳.۱ درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده و پس از آن گزینه کارشناسی ارشد و دانشجوی دکتری که ۴۱ درصد بوده‌اند. به حیث رتبه دانشگاهی، ۵۲ درصد دانشیار، ۲۲ درصد استادیار و ۱۰ درصد استاد بوده‌اند.

۲-۶. تحلیل‌های آماری

در این پژوهش تحلیل داده‌های آماری به دو طریق آمار توصیفی و آزمون استنباطی صورت گرفته است. در بخش توصیفی میزان فراوانی گویه‌های پرسش‌نامه محاسبه شده و در بخش آمار استنباطی با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه، داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفته است. سؤال اصلی پژوهش به نقش هویت ملی بر قدرت اقتصادی می‌پردازد. برای بررسی میزان این تأثیرات، متغیرهای میانگر (خرید کالای داخلی، حمایت از تولید ملی، سرمایه‌گذاری داخل، ایجاد اشتغال، خروج سرمایه از کشور، مهاجرت نخبگان و ...) در قالب گویه‌های پرسش‌نامه مطرح و در نهایت نقش هویت ملی بر قدرت اقتصادی مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه مطلب، وضعیت فراوانی برخی گویه‌های پرسش‌نامه مورد بررسی قرار گرفته است:

۶-۲-۱. تأثیر هویت ملی بر میزان خرید کالاهای داخلی و حمایت از تولیدات داخلی

همچنان که در بخش یافته‌های کتابخانه‌ای اشاره شد، هویت ملی مطلوب در هر کشور، می‌تواند موجب ایجاد تعلق نسبت به مؤلفه‌های ملی از جمله تولیدات و کالاهای داخلی کشور شود و در نتیجه حمایت شهروندان از تولیدات داخلی افزایش می‌یابد. نمودار ۱ وضعیت فراوانی گزینه‌های پرسش‌نامه را در پاسخ به این سؤال نشان می‌دهد. همانطور که در نمودار مشخص است، حدود ۷۵ درصد کارشناسان معتقدند هویت ملی قوی در یک ملت می‌تواند بر حمایت از تولیدات داخلی از طریق خرید کالاهای داخلی و ... تأثیر زیاد و بسیار زیادی داشته باشد. بر این اساس، می‌توان گفت خبرگان به تأثیرگذاری هویت ملی در خرید کالاهای داخلی و حمایت از تولیدات داخلی توسط افراد ملت اعتقاد راسخ داشته‌اند.

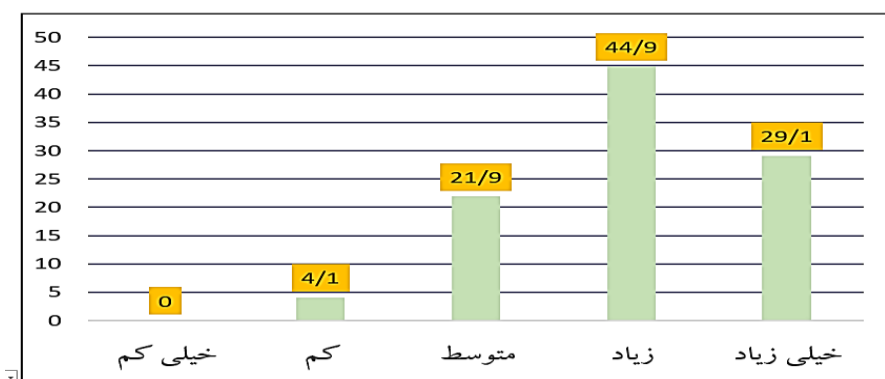


نمودار ۱: تأثیر هویت ملی در حمایت از تولیدات داخلی



۲-۲-۶. تأثیر هویت ملی بر سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال توسط افراد ملت

برای ایجاد اشتغال در هر کشور، علاوه بر وجود زیرساخت‌ها و نیروی انسانی ماهر، سرمایه‌گذاری نقش بسیار مهمی دارد. سرمایه‌های توسعه هر کشور می‌تواند از منابع داخلی یا خارجی تأمین شود. در کشورهایی که شهروندان اعتقاد عمیقی به عناصر هویت ملی دارند، تلاش می‌کنند تا در توسعه کشور نیز مشارکت مؤثری داشته باشند. شهروندان چنین ملتی فارغ از اینکه در داخل یا خارج کشور سکونت داشته باشند، می‌توانند با سرمایه‌گذاری موجب تسریع فرایند توسعه کشور خود شوند. نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد، در کشورهایی مانند فیلیپین که تعداد زیادی از اتباع متخصص آن در خارج از کشور سکونت دارند، بخش عمده‌ای از سرمایه‌گذاری‌های توسط این افراد تأمین می‌شود (Zarghani & Others, 2019: 342). نمودار ۲ نظر خبرگان را در این زمینه به تصویر کشیده است. همچنان که در نمودار مشهود است با توجه به گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد به میزان ۷۴ درصد می‌توان گفت صاحب نظران به تأثیر قاطع هویت ملی در افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال توسط افراد ملت اعتقاد داشته‌اند.

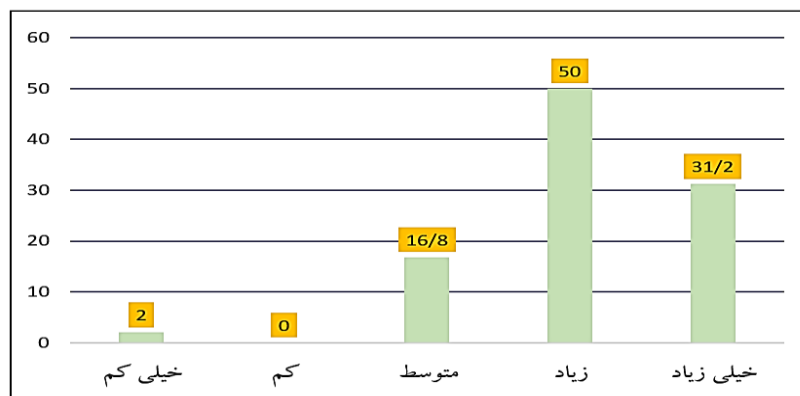


نمودار ۲: تأثیر هویت ملی بر سرمایه‌گذاری شهروندان در فرایند توسعه

۳-۲-۶. تأثیر ضعف هویت ملی بر خروج سرمایه از کشور

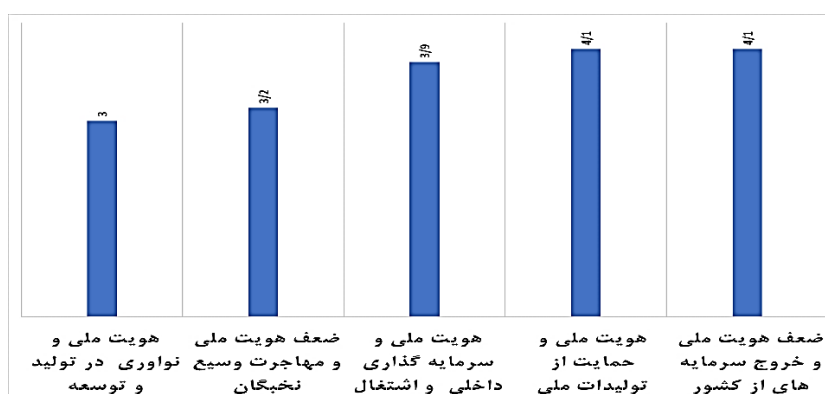
احساس تعلق به فضای زیست چه در سطح محلی و چه در سطح منطقه‌ای و مقیاس ملی، موجب می‌شود شهروندان برای توسعه آن فضا تلاش کنند و در مقابل فقدان احساس تعلق مکانی موجب بی‌تفاوتی افراد نسبت به سرنوشت آن محیط می‌شود. ضعف هویت ملی در هر کشور از این نظر یک تهدید جدی محسوب می‌شود، جایی که افراد ملت نه تنها تلاشی در جهت توسعه و آبادانی کشور انجام نمی‌دهند، بلکه با مهاجرت بی‌بازگشت خود و خروج عظیم سرمایه‌های انسانی و مالی، خسارت جبران‌ناپذیری بر بنیة اقتصادی و ظرفیت توسعه کشور وارد می‌کنند. نمودار ۳ نظر خبرگان را در مورد تأثیر ضعف هویت ملی بر خروج سرمایه از کشور نشان می‌دهد. همچنانکه در نمودار مشهود

است، در میان گویه‌های دیگر پرسش‌نامه، این متغیر از منظر کارشناسان بیشترین تأثیر را بر قدرت اقتصادی داشته است و درمجموع گزینه بسیار زیاد و زیاد بیش از ۸۰ درصد پاسخ‌ها را شامل می‌شود.



نمودار ۳: تأثیر ضعف هویت ملی بر خروج سرمایه از کشور

نمودار ۴ شیوه‌های اثرگذاری مؤلفه‌های هویت ملی را بر ابعاد مختلف قدرت اقتصادی بر مبنای میانگین نشان می‌دهد. همچنان که در نمودار مشهود است، عدد میانگین درمورد همه متغیرهای هویت ملی بالاتر از سه است که این امر به معنای اثرگذاری بالاتر از حد متوسط همه متغیرهای مذکور بر ابعاد قدرت اقتصادی است. در این میان، دو متغیر ضعف هویت ملی و تأثیر آن بر خروج سرمایه‌های مادی شهروندان از کشور و متغیر تأثیر هویت ملی شهروندان بر حمایت از تولیدات داخلی در رتبه اول و دوم قرار داد.



نمودار ۴: تأثیر مؤلفه‌های هویت ملی بر قدرت اقتصادی



۳-۶. آمار استنباطی و آزمون‌های آماری

در آمار استنباطی پژوهشگر با استفاده از مقادیر نمونه آماره‌ها را محاسبه می‌کند و سپس با کمک تخمین و یا آزمون فرض آماری، آماره‌ها را به پارامترهای جامعه تعمیم می‌دهد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش از روش‌های آمار استنباطی استفاده می‌شود (Habibi & Sarabadiani, 2018: 22). چولگی و کشیدگی داده‌ها در آزمون آماری برای ارزیابی میزان پراکندگی فراوانی داده‌هاست و برای بررسی نرمال بودن توزیع استفاده می‌شوند. در پژوهش حاضر جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها، از ضرایب چولگی و کشیدگی برای متغیر قدرت اقتصادی استفاده شد و همانطور که در جدول ۱ نشان داده شده است به دلیل اینکه ضرایب چولگی و کشیدگی در بازه ۲ و ۲- قرار دارند، از توزیع نرمال برخوردارند؛ به همین جهت از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده است.

جدول ۱: چولگی و کشیدگی متغیر قدرت اقتصادی

One-Sample Test				Test value = 3 95% Confidence interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	
قدرت اقتصادی	13.510	95	.000	.44792	Lower .3821 Upper .5137

آزمون t تک‌نمونه‌ای روشی پارامتریک و از انواع آزمون میانگین جامعه است که برای آزمون فرض پیرامون میانگین یک جامعه از آن استفاده می‌شود. در پژوهش‌هایی که با مقیاس لیکرت صورت می‌گیرند برای بررسی فرضیه‌های پژوهش و تحلیل سؤالات تخصصی مربوط به آن‌ها از این آزمون استفاده می‌شود (Habibi & Sarabadiani, 2018: 18). در این پژوهش نیز از آزمون تی تک‌نمونه‌ای استفاده شد که همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است مقدار sig کمتر از ۰/۰۵ است به همین دلیل فرض صفر مبنی بر برابر بودن میانگین با ۳ رد و فرض یک مبنی بر برابر نبودن میانگین با ۳ تأیید می‌شود.

فرض صفر: میانگین برابر است با ۳

فرض یک: میانگین برابر نیست با ۳

۳ = میانۀ نظری در طیف لیکرت (سطح متوسط)

جدول ۲: آزمون تی تک‌نمونه‌ای متغیر قدرت اقتصادی

One-Sample Test				Test value = 3 95% Confidence interval of the Difference	
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Lower Upper
قدرت اقتصادی	13.510	95	.000	.44792	.3821 .5137

علاوه بر این مقدار میانه در جدول ۳ حدوداً ۴ است که این عامل نشان از این دارد که پاسخ‌گویان اثرگذاری هویت ملی بر قدرت اقتصادی را در سطح زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده‌اند که نشان از تأثیر بالا و مثبت هویت ملی بر قدرت نظامی کشورها دارد.

جدول ۳: میانگین متغیر قدرت اقتصادی

One- sample statistics				
	N	Mean	Std. deviation	Std. Error Mean
قدرت اقتصادی	96	3.4479	.32485	.03316

۹. نتیجه‌گیری

قدرت ملی هر کشور دارای ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، نظامی، فرهنگی، اقتصادی، سرزمینی و... است. در این میان به نظر می‌رسد قدرت و توانمندی اقتصادی یک کشور، مهم‌ترین بُعد قدرت ملی باشد، از آن روی که بر روی سایر ابعاد قدرت مانند قدرت علمی، قدرت سیاسی و حتی قدرت نظامی تأثیر زیادی دارد. درواقع، چنانکه مدلسکی در نظریه خود بیان می‌کند، تسلط یک کشور بر عرصه‌های علمی نیازمند توانمندی اقتصادی بالاست و در ارتباطی متقابل، با تقویت توان علمی و فناوری یک کشور و تسلط آن کشور بر چرخه‌های نوآوری، قدرت اقتصادی کشور شکوفا شده و قدرت نظامی نیز به‌عنوان ابزاری جهت سلطه و نفوذ تقویت می‌شود. قدرت و توانمندی اقتصادی کشورها برگرفته از منابع و ظرفیت‌های داخلی و بهره گرفتن از منابع و ظرفیت‌های محیط منطقه‌ای و بین‌المللی است. در بین عوامل و متغیرهای داخلی مؤثر بر قدرت اقتصادی یک کشور، ویژگی‌های جغرافیایی و سرزمینی، سرمایه و منابع انسانی، دکتترین و برنامه توسعه دقیق و عملیاتی، توان مدیریت، خرد رهبری و درنهایت اراده و انسجام ملی نقش اساسی دارد.

پژوهش حاضر تلاش دارد به بررسی تأثیر هویت ملی کشورها بر ابعاد قدرت اقتصادی بپردازد. هویت ملی در هر



کشور مهم‌ترین عامل انسجام و وحدت ملی محسوب می‌شود و به مثابه موتور محرکه یک ملت در حرکت به سمت توسعه فراگیر نقش ایفا می‌کند. به عبارت دقیق‌تر، ملتی که به مؤلفه‌های هویت‌بخش خود آگاه و نسبت به آن اعتقاد راسخی داشته باشد در فرایند توسعه در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، نظامی، علمی و ... موفق‌تر عمل خواهد کرد. هویت ملی موجب ایجاد حس تعلق مکان و تقویت وطن‌دوستی می‌شود و شهروندانی که هویت ملی قوی داشته باشند، حاضرند برای توسعه سرزمین و رفاه هم‌وطنان خود نقش مؤثری ایفا کنند. تجربیات بسیاری از کشورها مانند ژاپن نشان می‌دهد، اگر این کشور توانسته است از خاکسترهای ویرانی جنگ جهانی دوم بار دیگر ققنوس‌وار حرکت کند و به کشور توسعه‌یافته امروزی تبدیل شود، هویت ملی در آن نقش مؤثری داشته است. یافته‌های کتابخانه‌ای و مطالعات میدانی پژوهش حاضر نیز نشان می‌دهد هویت ملی به شیوه‌های مختلف می‌تواند بر قدرت اقتصادی یک کشور تأثیرگذار باشد. اساساً ملیت بر تمایز و غیریت‌پنداری استوار است و از این رو هویت ملی مبتنی بر اعتقاد عمیق و حتی متعصبانه یک ملت نسبت به ارزش‌ها، سنت‌ها، ظرفیت‌ها و توانمندی‌های خاص آن جامعه است. از این رو در هویت ملی نوعی تعصب و تقید برجسته است. اگر این تعصب و تقید بین کارگران و صنعتگران و سایر نقش‌آفرینان بخش تولید باشد، آن‌ها حداکثر تلاش خود را برای تولید کالاهای مرغوب و قابل رقابت با کالاهای دیگر کشورها خواهند داشت. در نتیجه هم شهروندان داخل به استفاده از این کالاهای و خدمات مایل هستند و هم می‌توان آن را به کشورهای دیگر صادر کرد و در هر دو حالت صرفه‌جویی ارزی و درآمد ارزی نصیب کشور شده و در قدرت اقتصادی مؤثر است. از منظر دیگر شهروندان آگاه و معتقد به مؤلفه‌های هویت ملی دارای حس تعلق مکانی زیادی هستند و این احساس ملی خود را در قالب مفهوم «وطن‌دوستی» شهروندان نشان می‌دهد. از بُعد اقتصادی، این احساس تعلق و وطن‌دوستی ملت می‌تواند در تعصب و تقید نسبت به خرید کالاهای داخلی و محصولات ملی، سرمایه‌گذاری برای تولید و اشتغال در کشور، تلاش‌های نوآورانه برای افزایش رقابت‌پذیری اقتصادی و ... جلوه‌گر شود. در مقابل، ضعف هویت ملی موجب عدم احساس تعلق مکانی می‌شود و در چنین وضعیتی با کم‌ترین مشکلات و چالش‌های داخلی، شهروندان اقدام به مهاجرت از کشور می‌کنند. مهاجرت غالباً بدون برگشت شهروندان یک کشور، ضمن اینکه موجب خروج میلیاردها دلار سرمایه‌های مالی آن‌ها از کشور می‌شود، ظرفیت‌های نخبگانی کشور را به حداقل کاهش می‌دهد و در فرایند توسعه اقتصادی کشور چالش‌های اساسی ایجاد می‌کند. خروج سرمایه‌های مالی و نیروی انسانی ماهر می‌تواند موجب خسارت‌های اقتصادی زیادی برای کشور شود و پایداری اقتصادی و قدرت رقابت‌پذیری آن را در مقایسه با سایر کشورها به شدت کاهش دهد. تجربه کشورهایمانند ژاپن، کره جنوبی و ... به ویژه در سال‌های ابتدای حرکت به سمت توسعه ملی، در این زمینه مصادیق خوبی است. در یک رابطه متقابل افزایش تولید، ایجاد تولیدات با کیفیت بالا و خرید کالاهای داخلی توسط ملت، موجب افزایش ضریب اشتغال، کاهش بیکاری، افزایش درآمد، کاهش واردات کالای خارجی، افزایش صادرات، افزایش ارزش پول ملی و قدرت رقابت‌پذیری آن با ارزهای

بین‌المللی شده و در نهایت موجب رونق اقتصادی و تقویت قدرت اقتصادی یک کشور می‌شود. یافته‌های میدانی پژوهش نیز نشان می‌دهد از نظر کارشناسان و صاحب نظران، هویت ملی به شیوه‌های مختلف بر قدرت اقتصادی یک کشور مؤثر بوده و میزان این تأثیر در ابعاد مختلف توسط کارشناسان در سطح زیاد و خیلی زیاد ارزیابی شده است.

قدردانی: این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیای سیاسی با عنوان «تحلیل نقش و جایگاه هویت ملی در قدرت ملی کشورها» در دانشگاه فردوسی مشهد است و نگارندگان وظیفه خود می‌دانند از حمایت‌های مادی و معنوی دانشگاه جهت انجام این پژوهش قدردانی نمایند

تأییدیه‌های اخلاقی: موردی توسط نویسنده گزارش نشده است.

تعارض منافع: موردی توسط نویسنده گزارش نشده است.

سهم نویسندگان در مقاله: نویسنده اول (۳۴ درصد)، نویسنده دوم (۳۳ درصد) و نویسنده سوم (۳۳ درصد)

منابع مالی/حمایت‌ها: موردی توسط نویسنده گزارش نشده است.

References

- Aghajani Golsefid, F. , Chirani, E. , Delafrooz, N. and Azadehdel, M. R. (2021). Explaining the attitude and intention of consumers to buy Iranian products with the approach of achieving the eighth paragraph of the goals of the resistive economy (Case study: Home appliances). *Basij Strategic Studies*, 24(91), 65-114. [In Persian]
- Ahmadi, H. (2003). Iranian National Identity throughout History, *Quarterly Journal of National Studies*, 4 (1), 9-45. [In Persian]
- Ahmadi, H., & Fazeli, H.(2007). Nationalism, the Identity Problem, and the Nation-State in Social Theory. *Quarterly Journal of Politics, Journal of the Faculty of Law and Political Science*, 4, 21-40. [In Persian]
- Andolina, R., & Radcliffe, S.,& Laurie,N. (2005). Development and culture: Transnational identity making in Bolivia, *Political Geography*, 24 (6), 678-702
- Bahmani, M. (2012). Examining the Level of Consumer Nationalism, Trust in Advertising, and Willingness to Consume Domestic Products among Citizens of 28 Cities in the Country, *Quarterly Journal of Communication Research*, 19 (3), 159-182. [In Persian]
- Behforuz, Fatemeh (1995), *Dominant Fields in Human Geography*, First Edition,



Tehran: Tehran University Press. [In Persian]

- Butz, D. (2009). National Symbols as Agents of Psychological and Social Change, *Political Psychology*, 30 (5), 779-804
- Castells, M. (2010). The Power of Identity, UK: Wiley-Blackwell
- Ghasemi, A & Ebrahim Abadi, G. (2011). The Relationship Between National Identity and National Unity in Iran, *Strategy Journal*, 20(2), 107-138. [In Persian]
- Goudarzi Ardekani, M., Hemmati, A & Goudarzi Ardekani, A. (2018). Management and Support of Domestic Production: An Effective Step Towards Achieving Sustainable Economy and Employment, *Third International Conference on Management Research in Humanities*. [In Persian]
- Habibi, A & Sarabadiani, M. (2018). SPSS Training, Pars Modir Publications. [In Persian]
- Hadidi, E. and mohaghegh, N. (2016). Surveying the tendency rate to use the domestic commodities in Iran from the resisting economy point of view. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 4(Resistive Economy), 169-191. [In Persian]
- Hafeznia, M. R. (2018). The Political Geography of Iran, Tehran: SAMT Publications, 9th Edition. [In Persian]
- Hafeznia, M. R. , Salehabadi, R. and Bahrami Jaf, S. (2021). Investigating the Competitiveness of Iran's Economic Power with the Countries of the West Asian Region (Case Study: Iran, Saudi Arabia, Turkey, Pakistan and Egypt). *Political studies of Islamic world*, 10(1), 23-51. doi: 10.30479/psiw.2021.13831.2851 [In Persian]
- Hafeznia, M. R.. (2017). Principles and Concepts of Geopolitics, Mashhad: Papoli Publications. [In Persian]
- Hajiani, I. (2000). Issues regarding the National Identity: The semantics of national identity. *National Studies Journal*, 2(5), 193-228. [In Persian]
- Heidari, G. and Heidari Bani, Z. (2014). Study of the Challenges of Iran's National Power; with Emphasis on National Identity Crisis. *Geopolitics Quarterly*, 10(33), 60-82. [In Persian]
- Jacobson, J. (1998). Islam in Transition. London: Rutledge
- Jansson, D. (2003). Internal orientalism in America: W.J. Cash's The Mind of the South and the spatial construction of American national identity, *Political Geography*, 22 (3), 293-316
- Karam Hajivand, B. (2022). Analysis of the Role and Position of National Identity



in the National Power of Countries, Master's Thesis in Political Geography, supervised by Dr. Seyed Hadi Zarghani, Department of Geography, Ferdowsi University of Mashhad. [In Persian]

- Kaviani Rad, M. and Fattahi, M. (2012). The Effect of Spatial Identity on National Integration. *Journal of Spatial Planning and Development*. 16 (5). 24-42. [In Persian]
- McConnell, C., Margalit, Y & Malhotra, N (2017), The Economic Consequences of Partisanship in a Polarized Era, *American Journal of Political Science*, 62(1), 5-18
- Mojtahedzadeh, P. (2007), Democracy and Iranian Identity, Tehran: Kavir Publications. [In Persian]
- Mojtahedzadeh, P. (2010). National Identity and Historiography, *Monthly History and Geography Journal*, 144, 18-23. [In Persian]
- Moradi, K. (2019). From Identity to National Identity: An Introduction to Theoretical Understanding of National Identity and Nationalism as Discourse. *Society Culture Media*, 7(29), 29-50. [In Persian]
- Najafi, S. , yazdanpanah, K. , pishgahi fard, Z. and badiie, M. (2020). Explaining the Key Economic Factors Affecting Iran's Defense Power in the Time Horizon of 1410. *Journal of Economic Research (Tahghihat- E- Eghtesadi)*, 55(3), 737-760. doi: 10.22059/jte.2021.81022 [In Persian]
- Noroozi Chakoli, A., & Madadi, Z. (2015). Impact of economic power on science and technology situation of countries and the analyzing of their cross-relations. *Scientometrics Research Journal*, 1((Issue 2, Autumn & Winter)), 1-14. doi: 10.22070/rsci.2016.379 [In Persian]
- Osborne, D., Milojev, P., & Sibley, C. G. (2017). Authoritarianism and national identity: Examining the longitudinal effects of SDO and RWA on nationalism and patriotism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 43(8), 1086–1099.
- Qaderi, J. (2018). Increasing Domestic Production: The Key to Enhancing the National Currency's Value. <https://www.alef.ir/news/3970516049.html>. [In Persian]
- Qarkhloo, M. (2004). Consolidation of national solidarity with an emphasis on elements of cultural geography in Iran. *Geographical Research*, 35(3), 75-86. [In Persian]



- Rahbar, F. and Khademi, S. M. (2008). Economics Threats'National Idintical Threats Case Study; Iran and region Countries. *National Studies Journal*, 9(35), 135-162. [In Persian]
- Roccas, S., & Brewer, M. B. (2002). Social Identity Complexity. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 88-106. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0602_01
- Sadeghi, A & Abbasi, E. (2018). Economic Power and National Security Management, First National Conference on Management with Emphasis on Supporting Iranian Goods and Services, Abadeh. [In Persian]
- SalehAbadi R, HafezNia M R, Zarghani S H, ahmadi S. (2022). Investigation and evaluation of economic variables affecting the national power of countries. *Journal of Applied Research in Geographic Sciences (jgs)*. 22(66), 241-269. doi:10.52547/jgs.22.66.241 [In Persian]
- Sedighi, Ali and Abbasi, Ebadallah. (2018). Economic Power and National Security Management. Conference paper. The First National Conference on Business Administration with an emphasis on supporting Iranian goods and services. [In Persian]
- Tellis, A, & Others. (2000). Measuring National Power in the Postindustrial Age. New York: Rand
- Wood, B. E. (2022). Belonging to the nation: Negotiating narratives of national identity in Aotearoa New Zealand. *Political Geography*, 99, 1-26. 102790-102790. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2022.102790>
- Zahiri, A. (2005). What is National Identity?, *Journal of Political Science*. 8(1), 29-50. [In Persian]
- Zarghani, S.H. (2020). An Introduction to the Foundations and Measurement of National Power: Comparing the National Power of Iran and Iraq during the Iran-Iraq War, Tehran: Center for Sacred Defense Documents and Research. [In Persian]
- Zarghani, S.H., Sajasi, H & Mousavi, S.Z, (2019). An Introduction to Migration and Security, Tehran: Iranian Geopolitical Association Publications. [In Persian]