

این مقاله به روش پدیدارشناسی و با استفاده از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته گردآوری شده است. داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون (کریستینا ویبرگ) تحلیل شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل متعددی در شکل‌گیری این باورها نقش دارند که در ادامه به تفصیل به آن‌ها پرداخته می‌شود.

- عوامل فرهنگی و دینی در شکل‌گیری این باورها نقش مهمی دارند.
- نقش رسانه‌ها و فضای مجازی در تقویت این باورها قابل توجه است.
- باورهای قبلی و پیش‌فرض‌ها نیز در شکل‌گیری این باورها تأثیرگذار است.
- «...» و «...» از جمله عواملی هستند که در شکل‌گیری این باورها نقش دارند.
- این باورها در جامعه به گونه‌ای نهادینه شده است که تغییر آن‌ها نیازمند مداخلات جدی است.
- این باورها می‌تواند بر رفتارهای اقتصادی و اجتماعی افراد تأثیر منفی داشته باشد.
- این باورها می‌تواند مانع از توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور شود.

این مقاله در ۱۴۰۱ خرداد ۳۱ شماره ۱، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، زمستان ۱۴۰۱، شماره ۱، ۱-۱۰ به چاپ رسیده است. برای دسترسی به متن کامل مقاله به آدرس <https://bmn.ir> مراجعه کنید. همچنین برای اطلاعات بیشتر به آدرس <http://ahmadiroshan.bmn.ir> مراجعه کنید.