

تحلیل برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در ایران

محمد مهدی فرقانی*

هادی خانیکی**

سید محمد مهدی زاده***

رامین شمسایی نیا****

چکیده

کارکرد رسانه‌ها در فرایند سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در مراحل تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست‌ها، موجب شکل‌گیری زمینه مطالعاتی ارتباطات پستی‌بان توسعه و در دوران متأخر منجر به همگرایی سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای شده است. مقاله پیش رو در صدد تحلیل نحوه برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در ایران است. در روش تلفیقی پژوهش ابتدا نحوه برساخت هر یک از رسانه‌ها به‌طور مجزا و متناسب با کارویژه‌های عمومی و تخصصی تحلیل و بررسی شده و سپس در ۱۳ محور اساسی توسعه اقتصاد ملی با یکدیگر مورد مطالعه تطبیقی قرار گرفته‌اند. در پایان کوشش شده است متناسب با نسبت هر رسانه با گفتمان مسلط و روابط قدرت، تحلیلی از چگونگی نحوه برساخت آن رسانه ارائه شود. نتایج پژوهش بیانگر غلبه خوانش سیاسی از اقتصاد مقاومتی و طراحی نحوه برساخت رسانه‌ای این سیاست‌ها در خارج از عرصه اقتصاد بوده است. دال‌های مرکزی برساخت شده توسط روزنامه‌های «شرق»، «کیهان» و «ایران» پیرامون سیاست‌های توسعه اقتصاد ملی به ترتیب «تلازم با توسعه سیاسی- اجتماعی»، «تقویت امنیت ملی» و «توانمندسازی بخش خصوصی» بوده است.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات و توسعه، برساخت رسانه‌ای، روزنامه‌نگاری توسعه،

سیاست‌گذاری توسعه ملی، سیاست‌گذاری رسانه‌ای

طبقه‌بندی JEL: H۵۲، I۲۸، P۴۶

mmforghani@yahoo.com

* دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

hadi.khaniki@gmail.com

** استاد دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

mahdizadeh۴۵@yahoo.com

*** دانشیار دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

**** استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صداوسیما (نویسنده مسئول)

shamsaei.r@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۲/۰۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۸/۲۰

فصلنامه راهبرد/اقتصادی، سال ششم، شماره بیست‌ویکم، تابستان ۱۳۹۶، صص ۱۹۴-۱۶۱

مقدمه

رسانه‌ها پیرامون فرایند «سیاست پژوهی»^۱، سیاست‌گذاری و ارزیابی سیاست‌ها برای توسعه ملی (از ایده تا اجرا) کارکردهایی چون اتخاذ رویکرد انتقادی به «وضعیت موجود» برای فعال‌سازی گُنشگران و ترغیب سیاست‌گذاران و از دیگر سو تبیین و چارچوب‌سازی چستی، چرایی و چگونگی «وضعیت مطلوب» برای اقناع افکار عمومی دارند، به‌ویژه رسانه‌های جمعی که مدیریت‌پذیرتر از «رسانه‌های اجتماعی»^۲ بوده و به‌گونه‌ای مناسب‌تر اجراکننده و بازتاب‌دهنده گفتمان مسلط و سیاست‌های رسانه‌ای هستند. تعریف «سیاست‌گذاری» عبارت است از هرگونه کنشی که حکمرانان تصمیم به انجام دادن یا کنار گذاشتن آن می‌گیرند (Dye, ۲۰۱۶, P ۲۱).

بنابراین «ارتباطات و توسعه» حوزه کانونی مطالعه و پژوهش درباره این مسئله در علوم ارتباطات است؛ زمینه‌ای نظری که به دلیل تصمیم‌سازی برای توسعه و جنس تلفیقی فضای تئوریک نظری و «اجرایی»^۳ آن، با دانش «میان‌رشته‌ای»^۴ «سیاست‌گذاری» درهم‌تنیده است. امری که در سبک و سنت «روزنامه‌نگاری توسعه» برای تولید پیام رسانه‌ای پیرامون پیشبرد سیاست‌های توسعه ملی متبلور می‌شود. مسئله «توسعه ملی» به‌گونه‌ای متوازن و پایدار، از دغدغه‌های کانونی سیاست‌گذاران و حکمرانان کشورها است و اقتصاد همواره (حتی در رویکردهای

۱. Policy Research

۲. Social media

۳. practice

۴. Interdisciplinary

متمایز توسعه) به‌عنوان یکی از عرصه‌های اساسی توسعه ملی مطرح است. در ایران متأثر از ریشه‌های هنجاری و اقتضائی انقلاب اسلامی در سیاست‌گذاری توسعه ملی و در پاسخ به تکانه‌های طبیعی و تعمدی خارجی و داخلی اقتصادی در سالیان متأخر، اقتصاد مقاومتی به‌عنوان سند اقدام بالادستی سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در ایران، طراحی و ارائه گشت. از دیگر سو در سطح جهانی نیز پس از «بحران مالی»^(۱) سال ۲۰۰۷، نگرش‌ها به تدوین رویکردهای نظری و «نظریه‌های سیاستی»^۱ برای افزایش «تاب‌آوری»^(۲) اقتصاد ملی تقویت شده است.

پرسش اصلی مقاله حاضر این است: «مطبوعات که متناسب با سنت روزنامه‌نگاری توسعه، همواره به نقد و بررسی برنامه‌های توسعه ملی پرداخته‌اند، سیاست‌گذاری متأخر توسعه اقتصاد ملی در ایران را چگونه برای مخاطبان خود برساخت کرده‌اند؟» در گذشته این اعتقاد وجود داشت که اخبار می‌توانند رویدادها را عیناً به مخاطبان منتقل کنند؛ ولی پژوهش‌های رسانه‌ای متعدد روی محتوای اخبار نشان داد که عینیت محض در نگارش اخبار عملاً امکان‌پذیر نیست تا جایی که برخی اخبار را «انعکاس سلایق مالکان رسانه» می‌دانند (Giles, ۲۰۰۳, P ۲۰۸). در این مقاله برای مطالعه و تحلیل جامع نحوه برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در مطبوعات ایران، سه روزنامه شرق، کیهان و ایران از سه گفتمان مسلط سیاسی- اقتصادی اصلاح‌طلب، اصولگرا و اعتدال‌گرا، انتخاب و مطالعه شده است.

پژوهش‌های رسانه‌های به دو گونه قابل تقسیم هستند: ۱- رویکرد پیشینی (پیش از تولید پیام رسانه‌ای) با هدف سیاست‌گذاری رسانه‌ای مطلوب بر اساس تحلیل وضعیت موجود؛ ۲- رویکرد پسینی (تحلیل پیام رسانه‌ای پس از تولید و پخش)؛ این نوع پژوهش‌ها با تحلیل نحوه بازنمایی و تحلیل گفتمان متون رسانه‌ای تولیدشده به تحلیل وضعیت موجود پرداخته و زمینه را برای نوع اول پژوهش‌ها یعنی پژوهش‌های پیشینی با ماهیت سیاست‌گذاری رسانه‌ای تولید پیام، فراهم می‌سازند. هر دو گونه پژوهش در کلان به‌صورت زنجیروار مکمل یکدیگر هستند

و به‌طور ویژه پژوهش‌های پَسینی با تحلیل نحوه بازنمایی رسانه‌ای، زمینه را برای پژوهش‌های تجویز تولید محتوای رسانه‌ای آماده می‌سازند.

پژوهش حاضر از نوع دوم است، یعنی به بررسی و تحلیل نحوه برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی برای افکار عمومی و تحلیل وضعیت موجود پرداخته است. این مسئله از این منظر حائز اهمیت است که شیوه رسانه‌ای‌سازی سیاست‌های اقتصادی نقشی مؤثر در همراه‌سازی افکار عمومی و نخبگان و تسهیل شیوه پیشبرد این سیاست‌ها در جامعه دارد.

هدف اصلی این پژوهش تحلیل برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در ایران بوده و هدف فرعی آن مقایسه شباهت‌ها و تمایزات رویکرد مطبوعات است (متناسب با جریان سیاسی - اقتصادی که روزنامه آن را نمایندگی می‌کند).

به این ترتیب پرسش اصلی پژوهش این است که «نحوه برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی در ایران چگونه بوده است؟» و سؤال فرعی پژوهش اینک: «برساخت‌های رسانه‌ای مطبوعات چه شباهت‌ها و تمایزاتی با یکدیگر داشته‌اند؟»

۱. مفاهیم اساسی پژوهش

۱-۱. توسعه ملی

توسعه ملی فرایند توسعه همه‌جانبه‌ای است که ابعاد گوناگون توسعه اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، امنیتی (دفاعی) و ارتباطات متقابل آن‌ها را در بر می‌گیرد؛ به‌گونه‌ای که هرکدام از ابعاد این فرایند در ارتباط مستمر با ابعاد دیگر قرار داشته، در کنش و واکنش و تأثیر و تأثر متقابل، یکدیگر را کامل می‌کنند و پیکره واحدی به نام «توسعه ملی» را پدید می‌آورند (نظرپور، ۱۳۷۸، ص ۴۴).

یکی از ابعاد راهبردی در سیاست‌گذاری توسعه ملی، مسئله ترسیم چشم‌انداز مطلوب توسعه ملی است؛ اما «کارکرد چشم‌انداز توسعه ملی چیست؟» با خلق چشم‌اندازهای بدیع [ملی] می‌توان بر توسعه‌نیافتگی، یأس، ناامیدی و ... غلبه کرد.

تدوین و ترویج چشم‌انداز مشترک می‌تواند آینده روشن، جذاب، زیبا و دلکشی را خلق کند. ویژگی مهم چشم‌انداز اثربخش این است که نمایانگر و معرف انتظارات و آرمان‌های ذی‌نفعان آن بخش است و میان آن‌ها الگو و حس مشترک به وجود می‌آورد. چشم‌انداز اثربخش بازتاب‌دهنده الگو و وفاق بر اهداف در بین اعضای آن جامعه است (Munroe, ۲۰۰۶).

۱-۲. توسعه اقتصادی

توسعه ملی دارای عرصه‌های گوناگونی چون توسعه فرهنگی، توسعه سیاسی، توسعه علم و فناوری و... است و توسعه اقتصادی به‌عنوان یکی از عرصه‌های اساسی توسعه ملی، فرایندی است که در طی آن شالوده‌های اقتصادی و اجتماعی جامعه دگرگون می‌شود؛ به‌طوری‌که حاصل چنین دگرگونی و تحولی در درجه نخست، کاهش نابرابری‌های اقتصادی و تغییراتی در زمینه‌های تولید، توزیع و الگوهای مصرف جامعه خواهد بود. امروزه توسعه اقتصادی تنها در چارچوب تئوری خالص اقتصادی مورد توجه نیست؛ بلکه بنا به گفته «میردال»^۱، رشد و توسعه اقتصادی یک مسئله اجتماعی-سیاسی و فرهنگی است (ازکیا، ۱۳۸۰، ص ۱۸). توسعه اقتصادی به‌صورت شاخه‌ای از علم اقتصاد، از اواسط قرن بیستم (پس از آنکه موضوع پیشرفت در کشورهای در حال توسعه با شدت بیشتری مورد توجه قرار گرفت)، میان پژوهشگران علوم اجتماعی و اقتصادی مطرح شد؛ اما به‌رغم اینکه بیش از سه دهه از عمر آن نمی‌گذرد، به‌واسطه علاقه و اشتیاق اکثر فرهیختگان در جهت دستیابی به توسعه و ترقی کشورشان، بیش از سایر رشته‌های مرتبط با علم اقتصاد، به چالش کشیده و آثار متعددی نیز درباره آن نوشته شده است (تودارو^۲، ۱۳۶۹، ص ۱۳۳).

در همین راستا اقتصاد توسعه، شاخه‌ای از علم اقتصاد است که فرایند تخصیص منابع و تحول اقتصادی در کشورهای کمتر توسعه‌یافته یا مناطق کم‌رشد را تجزیه و تحلیل نموده، از این طریق برای نیل به پیشرفت و رفاه مادی و معیشتی

۱. Gunnar Myrdal

۲. Michael Todaro

توصیه‌های عملی ارائه می‌کند. مطالعات مدون در این مبحث بعد از جنگ جهانی دوم با کار تحقیقاتی «آرتور لوئیس» شروع می‌شود، که به تشریح مراحل توسعه و تحول اقتصاد می‌پردازد (Lewis, ۱۹۵۴). از دیرباز توجه به مسائل مربوط به توسعه، یکی از ژرف‌ترین انگیزه‌ها برای پیگیری اقتصاد در معنای عام آن بوده است و باید به هنگام تحقیق دربارهٔ جزئیات مربوط به مفهوم توسعه، این شالوده کلی اقتصاد توسعه را به ذهن سپرد (آمارتیا سن، ۱۳۸۶، ص ۱۷۸).

۲. مبانی نظری پژوهش

در تدارک نظری تحقیق به دلیل میان‌رشته‌ای بودن آن، ترکیبی از مباحث مطالعات رسانه و توسعه اقتصادی آورده شده که شامل چهار بخش اصلی است؛ در ابتدا به شرح الگوی «روزنامه‌نگاری توسعه» و سپس «مطالعه روندها و سیاست‌های متأخر توسعه اقتصاد ملی در ایران» پرداخته شده است. در بخش سوم «سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی بر اساس اقتصاد مقاومتی» به عنوان الگوی مطلوب حکمرانان تشریح و در پایان نظریه «بازنمایی رسانه‌ای برساخت‌گرا» برای تحلیل مناقشه معنایی نحوه بازنمایی رسانه‌ای سیاست‌های اقتصادی به کار گرفته شده است.

۲-۱. روزنامه‌نگاری توسعه و پیشبرد سیاست‌های توسعه اقتصاد ملی

۲-۱-۱. خبر توسعه

«ویلبر شرام و اروین اتوود»^۲ (۱۹۸۱)، در کتاب «جریان خبر در جهان سوم: بررسی آسیا»^۳ در تعریف «خبرهای توسعه» می‌نویسند: «مطالب مربوط به رشد و پیشرفت‌های اقتصادی و اجتماعی است، به صورتی که از طریق کوشش و برنامه‌ریزی انسانی انجام گرفته باشد. مفهوم کلیدی در اینجا، ارادی بودن کوشش‌ها است. خبرهای توسعه اقتصادی و اجتماعی شامل مطالبی است که کوشش دولت، سازمان‌های خصوصی، گروه‌ها و افراد را در بهبود وضع موجود نشان دهد».

۱. Amartya Kumar Sen

۲. Schramm & Atwood

۳. Circulation of News in the Third World: a Study of Asia

روزنامه‌نگاری توسعه به رابطه مناقشه‌آمیز رسانه‌های خبری مستقل و حکومت اشاره می‌کند که در آن گزارشگرها ارزیابی و تفسیر انتقادی از طرح‌ها و اجرای آن‌ها دارند. روزنامه‌نگاری توسعه ارزش‌های خبری سنتی را به چالش می‌کشد و به نیازهای مردم عادی اولویت می‌دهد و عینیت را یک اسطوره می‌داند. روزنامه‌نگاری توسعه اخباری در زمینه انتقاد ساختاری از حکومت و سازمان‌هایش، رهبران اصلاح‌گرای تأثیرگذار در فرایند توسعه و طرح‌های خودیاری محلی را پوشش می‌دهد (Aggarwala ۱۹۷۹; Golding ۱۹۷۴). «آگاروالا» اعتقاد دارد که در روزنامه‌نگاری برای توسعه، تمام توجه به رویدادهای تازه و آنچه در یک زمان معین و یک روز خاص اتفاق افتاده است، معطوف نمی‌گردد؛ بلکه آنچه در طول یک دوره نسبتاً طولانی پدید آمده است، مدنظر واقع می‌شود.

۲-۱-۲. نظریه رسانه‌های توسعه بخش؛ دیدگاه مک کوئیل

«دنیس مک کوئیل»^۱ (۱۹۸۷) در اثر معروف خود «درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات»^۲ به صورت‌بندی نظریه‌های مرتبط با اداره و کنترل مطبوعات در کشورهای مختلف جهان و در طول تاریخ مطبوعات پرداخته و نظام خاص انتشار مطبوعات در کشورهای درحال توسعه را با عنوان «نظریه رسانه‌های توسعه بخش» فرمول‌بندی کرده است؛ این نظریه که بیشتر در کشورهای درحال توسعه شکل گرفته، واکنشی نسبت به نابرابری ارتباطات و عدم تعادل اطلاعات است. در مباحث دهه ۷۰ یونسکو بر این نظریات تأکید زیادی شده است که اساس آن بر بهره‌گیری از رسانه‌ها در جهت توسعه، تحکیم استقلال و هویت فرهنگی، کم کردن روند تجاری شدن ارتباطات، عدم استفاده از زور و اجبار در رسانه‌ها و دوسویه کردن جریان بین‌المللی اخبار است. مدافعان این نظریه معتقدند که چون کشورهای درحال توسعه، نیازها و الزام‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی خاص خود را دارند و رسانه‌ها باید وظایف توسعه‌بخشی مثبتی را ایفا کنند، طبعاً نباید از الگوی آزادی‌گرایانه غربی پیروی کنند. اصطلاح روزنامه‌نگاری توسعه به آن معناست که

۱. Denis McQuail

۲. Mass Communication Theory: An Introduction

نقش رسانه‌ها باید حمایت از منافع ملی برای توسعه اقتصادی و اجتماعی و اهدافی چون هویت ملی، ثبات و وحدت فرهنگی باشد. این نظریه با وابستگی و سلطه خارجی و نیز اقتدارگرایی داخلی مخالف است و ضمن حمایت از دموکراسی، از استقلال فردی دفاع می‌کند. مک کوئیل اصول اساسی این نظریه را بر طبق جدول ۱ خلاصه می‌کند:

جدول ۱. اصول اساسی نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش (McQuail, ۱۹۸۷)

<p>رسانه‌ها باید وظایف مربوط به توسعه مثبت را بپذیرند و در انطباق با خط‌مشی‌های سیاسی ملی به انجام برسانند. آزادی رسانه‌ها باید با توجه به اولویت‌های اقتصادی و نیازهای توسعه‌بخشی جامعه، محدودیت‌پذیر باشد. رسانه‌ها باید در محتواهای خود، برای فرهنگ و زبان ملی اولویت قائل شوند. رسانه‌ها باید برای اخبار و اطلاعات مربوط به سایر کشورهای درحال توسعه که از لحاظ جغرافیایی و فرهنگی یا سیاسی به آن‌ها نزدیک‌اند، اولویت قائل شوند. روزنامه‌نگاران و سایر همکاران رسانه‌ها، در انجام وظایف خود برای جستجو و جمع‌آوری و انتقال و انتشار اطلاعات، هم مسئولیت و هم آزادی دارند. عدم پذیرش استبداد داخلی و سلطه خارجی. برای پیشبرد هدف‌های توسعه‌بخش، دولت حق دارد در فعالیت‌های رسانه‌ها مداخله کند یا آن‌ها را محدود سازد. دستور سانسور، اعطای کمک به رسانه‌ها و کنترل مستقیم آن‌ها نیز قابل توجیه است.</p>

۲-۲. مطالعه روندها و سیاست‌های متأخر توسعه اقتصاد ملی در ایران

۲-۲-۱. بحران وابستگی به نفت و بیماری هلندی در اقتصاد ایران

اقتصاد مبتنی بر نفت در ایران که اندیش‌مندان توسعه از آن با عنوان «بیماری هلندی»^۱ اقتصاد یاد می‌کنند، سبب تضعیف تولیدات داخلی و ساختارهای اقتصادی می‌شود و در نتیجه آسیب‌پذیری اقتصاد ملی از تکان‌های طبیعی و تعمدی اقتصاد جهانی را افزایش می‌دهد. نفت و منابع طبیعی برای ایران فرصتی جهت تأمین درآمدهای ملی و توسعه است؛ اما در اختیار داشتن این نعمت خداداد اگر مورد استفاده مناسب قرار نگیرد، تبدیل به چالش خواهد شد. یکی از چالش‌ها، ایجاد وابستگی درآمدهای عمومی کشور به این درآمدهاست (Auty, ۱۹۹۰). این وابستگی نتیجه‌ای جز ضعف اقتصاد کشور در پی نخواهد داشت و این ضعف خود محلی مناسب برای فشارهای دیگر بازیگران متخاصم به ساختار اقتصاد و

۱. Dutch disease

سیاست خواهد بود و معارضات بسیاری را تحمیل خواهد کرد. مطالعات زیادی در خصوص بررسی ارتباط میان درآمدهای ناشی از استخراج منابع طبیعی همچون نفت و توزیع درآمد صورت گرفته است. از این میان می‌توان به مطالعات «استیونز»^۱ (۲۰۰۳)، «گیلیفسون و ژوگا»^۲ (۲۰۰۳) و «اوتی»^۳ (۲۰۰۱) اشاره کرد که همگی بیانگر افزایش نابرابری‌های درآمدی به سبب وفور منابع هستند.

۲-۲-۲. حرکت جهانی به سمت سیاست‌های اقتصادی بومی، درون‌زا و تاب‌آور

در عرصه جهانی نیز پس از بحران ۲۰۰۸ میلادی در اقتصاد دنیا که نقطه آغاز آن از ایالات متحده آمریکا بود، «تاب‌آوری» نوعی راستی‌آزمایی برای کارایی نظام‌های اقتصادی محسوب شد. راستی‌آزمایی این بود که کدام کشور یا کدام اقتصادها سریع‌تر و با هزینه‌های کمتری به آرامش و سطح ثبات پیشین بازمی‌گردند و در برابر توفان حادثه‌های پدیدار شده تاب آورده، مقاومت می‌کنند (جنان صفت، ۱۳۹۵، ص ۱۰۸). در سال ۲۰۱۳ «مجمع جهانی اقتصاد» که اکنون نهاد و رویدادی غیرقابل انکار در سطح جهان شده است، موضوع اصلی خود را «تاب‌آوری» قرار داد. علت انتخاب تاب‌آوری در سال یادشده، بررسی برای آموزش و آموختن درباره مقاومت کردن اقتصادها بود تا بتوانند نخست در برابر سیل رویدادهای اثرگذار مقاومت کنند و سپس آن‌قدر منعطف باشند که در صورت از دست دادن تاب و مقاومت ابتدایی، به سرعت و دقت به موقعیت اولیه خویش بازگردند.

در نقطه مقابل اقتصاد مقاوم و درون‌زا، «اقتصاد آسیب‌پذیر»^۴ یا شکننده قرار دارد، اقتصاد آسیب‌پذیر مفهومی است که حدود یک دهه از تولد آن در ادبیات اقتصادی می‌گذرد و در واقع چند سال پس از تجربه بحران مالی شرق آسیا در سال ۱۹۹۷ مورد توجه قرار گرفته است (خاندوزی، ۱۳۹۲)، بحرانی که مولود

۱. Paul Stevens (۲۰۰۳)

۲. Gylfason, T. and G. Zoega (۲۰۰۳)

۳. Auty (۲۰۰۱)

۴. Vulnerable economy

خطای راهبردی وابسته کردن بازارهای مالی به سرمایه‌گذاران خارجی بود و به سقوط چند سئواله اقتصادهایی چون «سنگاپور»^۱ که در جهان با عنوان «معجزه آسیایی» شناخته می‌شدند، منجر گشت.

التفات به مسئله آسیب‌پذیری یا مقاومتی بودن، نه تنها در سطح اقتصاد ملی بلکه در همان زمان در سطح بنگاه‌های اقتصادی نیز جدی گرفته شد. مقاله «هامل و والیکانگاس»^۲ (۲۰۰۳) در نشریه «دانشگاه هاروارد» با نام «نیاز به مقاوم بودن» نمونه‌ای از پدید آمدن این هوشیاری بود. آغاز حصر غزه در سال ۲۰۰۵ نیز بهانه دیگری بود که مسئله پرهیز از شکنندگی اقتصاد در شرایط حصر، به‌عنوان موضوعی قابل تأمل مطرح و مقالات متعددی در این باره نگاشته شد؛ از جمله مقاله «صلاح رمضان محمدآغا» (۲۰۱۱) پیرامون مدل مقاوم‌سازی اقتصاد غزه که در هشتمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مالیه اسلامی ارائه گردید (خاندوزی، ۱۳۹۲). همچنین در رهیافت‌ها و زمینه‌های نظری توسعه ملی نیز فارغ از آسیب‌پذیری اقتصاد ملی، استقبال «رهیافت‌های بوم‌شناختی و درون‌زا برای توسعه ملی» در چند دهه اخیر روند رو به گسترشی داشته است، با توجه به ناکامی نظریات کلاسیک و مدرن توسعه در برآوردن نیازهای راستین بشری، ایده و مفهوم خطی توسعه در نظریات و مکاتب مسلط توسعه به چالش کشیده شده و معانی و تفاسیر جدیدی از توسعه با محوریت «فرهنگ و انسان و اهمیت تقدم کارگزاری ملت بر دولت»، عرضه شد که در اصطلاح به نظریات «پساتوسعه»^۳ (سمیعی و حبیبی، ۱۳۹۴، ص ۵۱) مشهور گشته است.

جدول ۲. روند پژوهی آسیب‌های متأخر توسعه اقتصاد ملی ایران

۱. Singapore

۲. Hamel, G., & Valikangas, L.

۳. Post-development

روندها
۱. روند افزایش هزینه‌های آشکار و پنهان نهاد دولت در ایران
۲. ناتوانی در اخذ مالیات بر درآمد
۳. وابستگی بودجه دولتی به درآمدهای نفتی (سندرم اقتصاد ایران)
۴. روند افزایش واردات متکی به دلارهای نفتی در اغلب زمینه‌ها (اعم از سرمایه‌ای، مصرفی و واسطه‌ای)
۵. وجود شکاف بین دانشگاه و صنعت
۶. روند مهاجرت نخبگان به دلیل فقدان زمینه کسب و کار دانش‌بنیان در کشور
۷. ناتوانی نهادهای میانجی در تبدیل نیازهای جامعه به کسب و کارهای دانش‌بنیان
۸. نبود توازن بین هزینه‌ها و درآمدهای شهرداری‌ها و ناتوانی در اخذ عوارض
۹. افزایش میزان اتلاف انرژی و ضایعات مواد غذایی به‌ویژه نان و آب شرب
۱۰. تخریب منابع زیست‌محیطی و افزایش چشمگیر آلاینده‌ها
۱۱. تورم متأثر از رشد نقدینگی سرگردان در جامعه
۱۲. رقابت ناپذیری برندهای ملی
۱۳. عقب‌ماندگی پروژه‌های نفتی و گازی و فقدان پیمانکاران توانمند داخلی
۱۴. روند افزایش انتظارات اقتصادی و اجتماعی مردم از دولت بدون پذیرش هزینه
۱۵. نرخ کم بهره‌وری نیروی کار و کیفیت نسبتاً کم محصولات داخلی

استخراج از گزارش راهبردی مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، ۱۳۹۱، ص ۳۸

۲-۳. سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی بر اساس اقتصاد مقاومتی

برآیند روندهای مذکور، سیاست‌گذاران را بر آن داشت تا رهیافتی از سیاست‌گذاری اقتصادی درون‌زا و برون‌گرا و متناسب با اقتضائات توسعه ملی پسا انقلاب اسلامی در جمهوری اسلامی ایران ارائه نمایند. این الگو در ایران و با درک مجموعه واقعیت‌های مذکور و سنجه‌های صحیح از شرایط موجود جهانی در این عرصه، با عنوان «اقتصاد مقاومتی»^۱ از سوی رهبر انقلاب اسلامی ایران برای برون‌رفت اقتصاد ملی از معضلات کنونی، طرح گردید.

در این رابطه باید توجه داشت برخی صاحب‌نظران (جنان صفت، ۱۳۹۵، ۱۰۸) «اقتصاد مقاومتی» را به‌عنوان برگردان و ترجمان گونه‌ای از «اقتصاد تاب‌آور»^۲ در ایران خوانش نموده‌اند که به شکل رسمی و گسترده به ادبیات اقتصاد سیاسی ایران وارد شده است و برخی دیگر (داوودی و جعفریه، ۱۳۹۳، ص ۱۶۸)

۱. Resistive economy

۲. Economical resilience

آن را واکنش به ناکارآمدی سیاست‌های رایج توسعه می‌دانند و معتقدند که در جهان امروز عدم کفایت تئوری‌های رایج در جهت راهبری جوامع در حال توسعه و فشارهای اقتصادی همه‌جانبه دشمن، ضرورت برنهادن الگوی توسعه مبتنی بر راهکارهای اقتصاد مقاومتی را برای کشور ایجاب کرده است.

برخی صاحب‌نظران هم بیشتر بر سویه اثباتی این سیاست‌ها تأکید داشته‌اند، چنانچه درخشان (۱۳۹۱) اقتصاد مقاومتی را این‌گونه تبیین نموده است که اقتصاد مقاومتی، یک اقتصاد فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته، چنانکه مقاومت برای دفع موانع پیشرفت و کوشش در مسیر حرکت و پیشرفت تعریف می‌شود؛ اما بر طبق گفتار طراحان این سیاست‌ها، «اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصاد داشته باشیم که هم روند رو به رشد اقتصادی در کشور محفوظ بماند، هم آسیب‌پذیری‌اش کاهش یابد؛ یعنی وضع اقتصادی کشور و نظام اقتصادی طوری باشد که در برابر ترفندهای دشمنان که همیشگی و به شکل‌های گوناگون خواهد بود، کمتر آسیب ببیند و اختلال پیدا کند» ([آیت‌الله] خامنه‌ای ۹۱/۶۲).

بنابراین هدف در اقتصاد مقاومتی استفاده از توان داخلی و مقاومت در مقابل تحریم‌ها با ایجاد کمترین بحران است. به تعبیر طراحان آن، اقتصاد مقاومتی برای کشور، در هر شرایطی اعم از تحریم یا غیرتحریم ضروری است؛ به این معنا که بنیان اقتصادی کشور باید به‌گونه‌ای سامان‌دهی شود تا تکانه‌های جهانی در آن اثرگذار نباشد ([آیت‌الله] خامنه‌ای، ۱۳۹۳/۱۱/۲۹). همچنین در این باره اقتصاد مقاومتی به مفهوم تبیین راهکارها و راهبردها به‌منظور جذب تنش‌ها و مقاومت در برابر آن‌ها خوانش می‌شود (داوودی و جعفریه، ۱۳۹۳، ص ۱۵۶).

در واقع اقتصاد مقاومتی، به‌عنوان الگوی علمی برآمده از شرایط بومی اقتصادی از فرهنگی انقلابی و اسلامی تعریف شده است. به این ترتیب می‌توان گفت که اقتصاد مقاومتی رویکردی کوتاه‌مدت و هله‌ای و اقدام صرفاً تدافعی نیست (مولایی، ۱۳۹۴، ص ۱۷۱). اقتصاد مقاومتی در مفهوم صحیح مقاوم‌سازی و افزایش بنیه کشور در نبردهای فرسایشی و تحریم‌های بلندمدت اقتصادی است و به تدابیر اقتصادی خاصی اشاره دارد که عمر ثبات اقتصادی کشور را بیشتر کرده، احتمال

عقب‌گرد را کاهش می‌دهد (خواجehزاده، ۱۳۹۲، ص ۵۰).

بنابراین اقتصاد مقاومتی یک نظام اقتصادی است که هماهنگ با سیاست‌های کلان سیاسی و امنیتی نظام اسلامی و برای مقاومت در برابر اقدامات تخریبی شکل می‌گیرد تا بتواند در برابر ضربات اقتصادی تحریم‌ها و توطئه‌های گوناگون اقتصادی نظام استکبار مقاومت کند و توسعه و پیشرفت خود را ادامه دهد و روند رو به رشد همه‌جانبه خود را در ابعاد ملی، منطقه‌ای و جهانی حفظ کند (آجیلی، ۱۳۹۲، ص ۹۲). اقتصاد مقاومتی رابطه نزدیکی با انسجام ملی دارد. منظور از آن یک اقتصاد مقاومتی فعال و پویاست نه یک اقتصاد منفعل و بسته به‌طوری‌که کشور ضمن مقاومت در مقابل موانع و ناملایمات مسیر خود، روند پیشرفت پایدار خود را حفظ کند. این اقتصاد یک اقتصاد خودکفا و خوداتکا است؛ اما این خودکفایی به معنی منزوی بودن نیست.

به بیان دیگر اقتصاد مقاومتی یعنی تشخیص حوزه‌های فشار در شرایط تحریم و در پی آن تلاش برای کنترل و بی‌اثر کردن و در شرایط آرمانی تبدیل چنین فشارهایی به فرصت؛ به‌طور قطع باور و مشارکت همگانی و اعمال مدیریت‌های عقلایی و مدبرانه پیش‌شرط و الزام چنین موضوعی است (فشاری و پورغفار، ۱۳۹۳، ص ۳۱). اقتصاد مقاومتی کاهش وابستگی‌ها و تأکید روی مزیت‌های تولید داخل و تلاش برای خوداتکایی است.

در مجموع «اقتصاد مقاومتی» را به‌طور خلاصه می‌توان رویکرد سیاست‌گذاری توسعه‌ای عنوان کرد که در آن علاوه بر تعامل پویا با دنیای خارج و استفاده از امکانات تجارت آزاد، امنیت اقتصادی کشور حفظ شده و نوسانات محیط بین‌المللی اقتصادی و تهدیدهای آن، کمترین تأثیر سوء را در روند بلندمدت متغیرهای کلان اقتصاد در همه عرصه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی داشته باشد (ملکان و جوادیه، ۱۳۹۳، ص ۸۸). چنین اقتصادی مسلماً باید از تمامی توانمندی‌های خود برای استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها استفاده و تلاش کند تا بتواند بر روی منحنی امکانات تولید حرکت کند. در اقتصاد مقاومتی، نباید تمرکز بیش از اندازه بر روی یک یا چند بخش یا ظرفیت اقتصادی کشور باشد؛ بلکه باید

تلاش شود تا همه ظرفیت‌های اقتصاد به حداکثر بهره‌برداری از توان خود برسند (ملکان و جوادیه، ۱۳۹۳، ص ۸۸).

جدول ۳. چرخه سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در اندیشه حکمرانان

ظرفیت‌های کشور	شرایط و اقتضانات	نتایج و پیامدها
<ul style="list-style-type: none"> ▪ محوریت تفکر دینی و امید به توفیق الهی در دستیابی به پیشرفت انسانی (ملت، به‌ویژه جوانان) ▪ منابع مالی موجود (امکانات و ثروت داخلی) ▪ منابع طبیعی غنی و زیرساخت‌های گسترده ▪ منابع انسانی غنی (مردم) ▪ عزم ملی برای رشد، پیشرفت و توسعه ▪ عدم بدهکاری جهانی ▪ مسئولان دلسوز و معتقد 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی به‌منظور ایجاد تحول اقتصادی ▪ اجرای هدفمندی یارانه‌ها ▪ بهره‌گیری از تمام ظرفیت‌های دولتی و مردمی در تحقق آرمان‌های توسعه ملی ▪ مردمی کردن اقتصاد ▪ توانمندسازی نیروی کار به‌ویژه بخش خصوصی ▪ توجه به اقتصاد دانش‌بنیان ▪ کاهش وابستگی به نفت و جایگزینی با درآمدهای غیرنفتی ▪ حمایت از تولید ملی و جایگزینی کالاهای خارجی با تولیدات داخلی ▪ حمایت از صادرات کالای ملی ▪ توجه به تولید داخلی و فعال‌سازی واحدهای تولیدی کوچک و متوسط ▪ مبارزه با مفساد اقتصادی ▪ مدیریت بهینه منابع طبیعی در جهت نیازهای کشور ▪ مدیریت منابع ارزی و مالی ▪ مدیریت مصرف به کمک فرهنگ‌سازی برای جلوگیری از اسراف ▪ برنامه محوری در اجرا به‌منظور تحقق حداکثری اهداف برنامه ▪ استفاده بهینه از زمان، مکان و امکانات ▪ بازتعریف نقش دولت ▪ بازتعریف نقش و مسئولیت مردم ▪ تقدم استقلال و رشد اقتصادی بر مصالح فردی 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ استحکام اقتصاد ملی در شرایط عادی و بحران ▪ مقاوم‌سازی اقتصاد در برابر فشارهای اقتصادی ▪ تضمین رشد اقتصادی حتی در وضعیت بحران ▪ رونق فضای کسب‌وکار ▪ ایجاد شرایط اشتغال ▪ جلوگیری از بیکاری عوامل تولید ▪ جلوگیری از ایجاد اختلال در رفاه عمومی ▪ حل مشکلات مردم ▪ دلگرمی مردم به نظام ▪ حل یا بهبود مشکل تورم ▪ تحقق حداکثری سند چشم‌انداز بیست ساله ▪ بهبود زندگی طبقات ضعیف ▪ توزیع عادلانه ثروت میان قشرهای مختلف مردم در نتیجه رشد و توسعه اقتصادی ▪ حرکت به‌سوی تحقق آرمان عدالت اجتماعی ▪ رشد بهره‌وری ▪ تقویت رقابت‌پذیری اقتصاد در سراسر کشور ▪ حفظ وحدت، همبستگی و انسجام ملی

منبع: پایگاه (Khamenei.ir, ۱۳۹۲/۱۱/۳۰، به نقل از حبیبی و اصفهانی، ۱۳۹۴).

۲-۴. بازنمایی رسانه‌های سیاست‌های اقتصادی و تحلیل مناقشه معنایی

در این بخش برای تحلیل مناقشه معنایی مطبوعات برای تثبیت معنای مرجح خود از سیاست‌های مطلوب توسعه اقتصاد ملی، از اندیشه «استوارت هال» بهره گرفته می‌شود. هال بازنمایی را به عرف عام گره می‌زند و بنا به ویژگی سیال بودن معنا در کشمکش تفاوت‌های موجود در بین سوژه‌های اجتماعی به نتیجه درخور توجهی می‌رسد: «تلاش برای تثبیت معنا در نتیجه عمل بازنمایی محقق می‌شود که سعی دارد پای معانی بالقوه متفاوتی به یک متن کشیده شود و به یکی از معانی ارجحیت داده شود» (Hall, ۱۹۹۷, p ۲۲۸). هال این معنای حاصل از بازنمایی را «معنای مُرَجَح» می‌نامد.

همچنین «پیتر دالگرن»^۱ از نظریه‌پردازان ارتباطات است که در کتاب «تلویزیون و گستره عمومی»^۲ «بازنمایی» را مورد مطالعه قرار داده است. او معتقد است: بازنمایی، توجه ما را به تولیدات رسانه‌ای جلب می‌کند. این بعد شامل زمینه‌های ذیل می‌گردد: مطالبی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند، نحوه انعکاس موضوعات، انواع گفتمان‌های مطرح و ماهیت مباحث و مناظرات ارائه‌شده. بازنمایی به ابعاد اطلاعاتی و فرا اطلاعاتی تولیدات رسانه‌ای، از جمله ابعاد نمادین و بدیع آن آثار اشاره دارد و در گستره عمومی به پرسش‌های اساسی نظیر اینکه «چه مطالبی» باید برای انعکاس انتخاب شوند و «چگونه» به مخاطبان عرضه گردند اشاره می‌کند (دالگرن، ۱۳۸۰، ص ۳۰). البته بازنمایی عملی خنثی در معنا دهی به جهان نیست؛ چراکه هرچند بازنمایی در بافت معانی (مثل عقل سلیم) تولید و توزیع می‌شوند، این وضعیت تحت اداره و کنترل یک نظام قدرت است که به بعضی از معانی مشروعیت می‌بخشد و به بعضی دیگر خیر؛ بنابراین بعضی از ایده‌ها و معانی، مسلط و بقیه کنار زده می‌شوند (Casey, ۲۰۰۲, pp ۱۴۵-۱۴۶).

۲-۴-۱. بازنمایی رسانه‌ای برساخت‌گرا

هال برای بیان «چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ» نظریه‌های

۱. Peter Dahlgren

۲. Television and the public sphere: citizenship, democracy and the Media

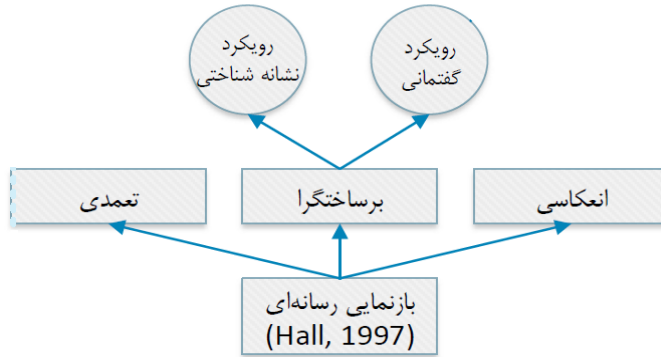
بازنمایی را در سه دسته طبقه‌بندی کرده است: ۱- نظریه‌های «بازتابی»؛^۱ ۲- نظریه‌های «تعمدی»؛^۲ ۳- نظریه‌های «برساخت‌گرا»^۳ (Hall, ۱۹۹۷, p۱۵). در این معنی هال رسانه‌ها را بخشی از «سیاست معنا سازی» تعریف می‌کند و معتقد است که رسانه‌ها به رویدادهایی که در جهان به وقوع می‌پیوندند، معنا می‌دهند. او می‌گوید رسانه‌ها واقعیت را تعریف می‌کنند و به‌جای آنکه فقط معناهای موجود را انتقال دهند، از خلال گزینش و عرضه و سپس بازتولید و صورت‌بندی مجدد آن رویداد برای آن‌ها معنا می‌آفرینند (ویلیامز، ۱۳۸۶، ص ۱۷۶). به این ترتیب اگر بازنمایی معنادهی به جهان دانسته شود، امروزه بخش اعظمی از این معنادهی از طریق نظام‌های رسانه‌ای صورت می‌گیرد که یک معنی را مسلط و معانی دیگر را طرد می‌کنند.

هال با استفاده از دیدگاه نشانه‌شناسی منتج از آرای «سوسور»^۴ و نگاه گفتمانی برگرفته از دیدگاه‌های «میشل فوکو»^۵ نشان می‌دهد که بازنمایی دارای ویژگی‌های «برساختی» است. برساختی بودن بازنمایی برای استوارت هال از خلال نگاه به زبان به‌مثابه رسانه‌ی محوری در چرخه فرهنگ شکل می‌گیرد که معانی به وسیله‌ی آن در چرخه فرهنگ، تولید و چرخش می‌یابند. طبق این رویکرد، دسترسی ما به واقعیت همواره از طریق زبان است؛ در حقیقت زبان در ساختن واقعیت نقش دارد. البته پدیده‌های فیزیکی نیز وجود دارند، اما صرفاً از طریق گفتمان معنا پیدا می‌کنند (یورگنسن^۶ و فیلیپس^۷، ۱۳۸۹، ص ۲۹).

در این مقاله از نظریه بازنمایی بر ساختگرایی رسانه‌ای استوارت هال و رویکرد مطالعات گفتمانی بهره گرفته می‌شود.

۱. The Reflective
۲. The Intentional
۳. The Constructive
۴. Ferdinand de Saussure
۵. Michel Foucault
۶. Jorgensen, marianne
۷. Phillips, louise

نمودار ۱. گونه‌بندی بازنمایی و رویکردهای تحلیل در اندیشه استوارت هال (۱۹۹۷)



۳. چارچوب نظری

پس از مرور ادبیات نظری پژوهش، با تحدید مفاهیم و نظریه‌های مذکور در مبانی نظری، اکنون در این بخش چارچوب نظری مقاله با سازمان‌دهی در چهار زمینه حوزه نظری، عنوان نظریه، نظریه‌پرداز و کارکرد و علت کاربست آن در این پژوهش، در جدول ۴ ارائه می‌شود.

جدول ۴. چارچوب نظری مقاله

ردیف	حوزه نظری	عنوان نظریه-الگو	نظریه‌پرداز	کارکرد و علت کاربست در این پژوهش
۱	ارتباطات و توسعه	روزنامه‌نگاری توسعه	Schramm & Atwood (۱۹۸۱)	تحلیل فرایند تولید و برساخت خبر و تفاسیر مطبوعات پیرامون سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی
۲		نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش	McQuail (۱۹۸۷)	تحلیل کارکرد توسعه‌بخش رسانه‌ها با تمرکز بر سیاست‌گذاری اقتصاد ملی و رویکرد هنجاری متناسب با آن
۳	مطالعات فرهنگی و بازنمایی رسانه‌ای	بازنمایی برساخت‌گرا	Stuart Hall (۱۹۹۷)	تحلیل مناقشه معنایی رسانه‌ها برای برساخت و تثبیت خوانش مرجع خود از سیاست‌های مطلوب توسعه اقتصاد ملی
۴	سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی	اقتصاد مقاومتی	اندیشه‌ورزان و سیاست‌گذاران جمهوری اسلامی ایران	مضمون مورد مطالعه پژوهش که مقاله درصدد تحلیل برساخت رسانه‌ای آن است (سیاست مطلوب حکمرانان و نقطه اجماع کُنشگران جمهوری اسلامی ایران در سیاست‌گذاری اقتصادی طی سالیان متأخر)

۴. روش‌شناسی پژوهش

برای مطالعه و تحلیل برساخت رسانه‌ای سیاست‌های متأخر توسعه اقتصاد ملی در مطبوعات ایران، در پژوهش حاضر از روش «تلفیقی منتج از تحلیل گفتمان» بهره گرفته شده است. «شیفرین»^۱ و «استابز»^۲ تحلیل گفتمان را این‌گونه تعریف می‌کنند: «تحلیل گفتمان می‌کوشد تا نظام و آرایش فرا جمله‌ای عناصر زبانی را مورد مطالعه قرار دهد و بنا بر این واحدهای زبانی، نظیر تبادلات مکالمه‌ای یا متون نوشتاری را مورد بررسی قرار دهد، بر این اساس تحلیل گفتمان با کاربرد زبان در زمینه‌های اجتماعی به‌ویژه با تعاملات یا مکالمات میان گویندگان سروکار دارد» (فرکلاف، ۱۳۷۹، ص ۹). استابز نیز سه ویژگی برای توصیف تحلیل گفتمان بیان می‌کند:

۱. به‌عنوان امری که درباره کاربرد زبان فراتر از حدود بیان یک جمله است.

۲. امری که درباره روابط درونی بین زبان و جامعه است.

۳. امری که درباره عامل مؤثر یا ویژگی‌های گفتاری ارتباطات روزمره است

(Stubbs, ۱۹۸۳, p۱)

هدف تحلیل انتقادی گفتمان آن است که نشان دهد چگونه زمینه‌های سیاسی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی و شناختی کاربرد زبان و ارتباطات، بر محتوا، معانی، ساختارها یا استراتژی‌های متن تأثیر می‌گذارند و چگونه گفتمان بر شکل‌گیری ساختارها و بسترهای مزبور تأثیر می‌گذارد (فرقانی، ۱۳۸۲، صص ۵۹-۶۱). در این معنا، زبان عرصه ظهور روابط قدرت و تعیین‌کننده فاعل مسلط و فاعل زیرسلطه است (فرقانی، ۱۳۸۲، ص ۶۴).

۴-۱. مدل تلفیقی پژوهش حاضر

در این پژوهش به‌منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، پس از انتخاب متون رسانه‌ای با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند، با توجه به الگوی ترکیبی تحلیل گفتمانی این پژوهش که تلفیقی ارتقا یافته از الگوهای «ون دایک»^۳ و «فرکلاف» است، فرم

۱. D. Shiffrin

۲. M. Stubbs

۳. Teun Adrianus van Dijk

ویژه‌ای (جدول ۵) برای ثبت و استخراج اطلاعات طراحی شده است. در این فرم ۱۲ کارویژه تحلیل عمومی (سبز رنگ) و سه کارویژه تحلیل تخصصی (نارنجی رنگ) ارائه شده که در نهایت پس از استخراج مقولات و کارویژه‌های تحلیل عمومی و تخصصی از متون مورد نظر، تحلیل و تفسیر فرامتنی با توجه به بافت اجتماعی و فرهنگی جامعه ایرانی و کنشگران مؤثر صورت می‌گیرد که این تحلیل به اخذ نتایج و پاسخگویی به سؤال‌های اصلی و فرعی تحقیق خواهد انجامید.

جدول ۵. استخراج مقوله‌های گفتمانی در الگوی ترکیبی پژوهش

تشریح جدول تجزیه و تحلیل داده‌ها در الگوی ترکیبی پژوهش

مقوله‌های گفتمانی مستخرج از متن		کارویژه تحلیل	سطح توصیف متن	کارویژه‌های عمومی تحلیل؛
	مثبت	نظام واژگان		<ul style="list-style-type: none"> نظام واژگان افراد و نهادهای مطرح شده ذکر اسناد و شواهد قطب بندی دلالت‌های ضمنی پیش فرض‌ها مولفه‌های اجماع و توافق گزاره‌های اساسی متن
	منفی			
	مثبت	افراد و نهادهای مطرح شده		
	رویکرد انتقادی			
		ذکر اسناد و شواهد		
		مفاهیم و گزاره‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی (چیستی و چرایی)		
	منتسب به خود	قطب بندی		
	منتسب به دیگری			
		دلالت‌های تلقین		
		تداغی		
		پیش فرض‌های متن		
		جهت‌گیری و نگرش متن به اقتصاد مقاومتی	<p>کارویژه‌های تخصصی و اختصاصی تحلیل؛</p> <ul style="list-style-type: none"> مفاهیم و گزاره‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی (چیستی و چرایی) توصیه‌های سیاستی متن برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی (چگونگی) جهت‌گیری و نگرش متن به اقتصاد مقاومتی 	
		مولفه‌های اجماع و توافق		
		گزاره‌های اساسی متن		
		توصیه‌های سیاستی متن برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی (چگونگی)		
		جهت‌گیری و نگرش متن به اقتصاد مقاومتی		
تحلیل اطلاعات متن و مقوله‌های گفتمانی با توجه به فرامتن و بافتار اجتماعی			سطح تفسیر متن	سطح تبیین

برای تحقق هدف پژوهش، سه روزنامه از سه گفتمان مسلط سیاسی - اقتصادی انتخاب شد تا بتواند به‌گونه‌ای جامع بیانگر نحوه بازنمایی مطبوعات از سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی باشد؛ روزنامه شرق (اصلاح‌طلب)، روزنامه کیهان (اصولگرا) و روزنامه ایران (اعتدال‌گرا و نماینده دولت مستقر). جامعه آماری (در پژوهش‌های کیفی؛ جامعه مورد مطالعه) این پژوهش عبارت است از متون (اعم از خبر، گزارش، تحلیل و مصاحبه) رسانه‌های مذکور که پیرامون سیاست‌های توسعه اقتصاد ملی در ایران، نگارش و انتشار یافته باشند.

این پژوهش به‌عنوان یک پژوهش کیفی در جستجوی متونی است که به شکل مناسب نمایانگر گفتمان آن رسانه نسبت به سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی باشند و از روش نمونه‌گیری هدفمند برای این مقصود استفاده کرده است. در پژوهش‌های کیفی مانند روش‌های کمی حجم نمونه از طریق یک فرمول یا یک رابطه آماری محاسبه نمی‌شود، بلکه به‌قدری از جامعه مورد مطالعه نمونه‌گیری می‌شود تا به حد «نمونه اشباع‌شده» برسد. «روث و دادک»^۱ و «میر»^۲ در کتاب «روش‌های تحلیل گفتمان انتقادی» معتقدند که در تحلیل گفتمانی و کیفی به‌طور کلی اغلب به نمونه‌های بسیار کم بسنده می‌شود. تحلیل‌های گفتمانی بر قرائت و تفسیر پژوهشگر از متن‌ها متمرکز است و این تمرکز ژرف و زمان‌بر ایجاد می‌کند که در این نوع تحلیل‌ها، نمونه‌های محدود و کوچکی از متن‌ها انتخاب شوند. ون دایک نیز انتخاب نمونه زیاد را در تحلیل گفتمان منتفی می‌داند (به نقل از مهدی‌زاده، ۱۳۸۳). به این ترتیب از هر مطبوعه هفت متن و در مجموع ۲۱ متن مورد تحلیل گفتمانی قرار گرفته است.

۵. یافته‌های پژوهش

پس از بررسی و استخراج مقوله‌های گفتمانی ۲۱ متن رسانه‌ای از سه روزنامه نزدیک به گفتمان‌های مسلط و شناسایی ۱۲ کارویژه عمومی و سه کارویژه تحلیل تخصصی (که شرح ویژگی‌های آن‌ها در بخش روش‌شناسی تحقیق ذکر شد)، از

۱. Ruth Vadak

۲. Michael Meyer

سطح تبیین متن و فرامتن این متون و مقایسه تطبیقی مقوله‌های گفتمانی آن‌ها، برای مقایسه رویکردهای رسانه‌ای آن‌ها با یکدیگر جدول ۶ به دست آمد که شرح آن در ادامه آمده است.

۵-۱. مطالعه تطبیقی برساخت رسانه‌ای

مطالعه سیاست برساخت رسانه‌ای و تحلیل گفتمانی هر روزنامه از سیاست‌های متأخر توسعه اقتصاد ملی (با تمرکز بر اقتصاد مقاومتی) به‌طور جداگانه و در دو بخش مقوله‌های عمومی و تخصصی، با شناسایی ۱۳ محور اساسی در برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی شناخته شد. یافته‌های پژوهش از طریق مطالعه تطبیقی شباهت‌ها و تمایزات برساخت رسانه‌ای مطبوعات در محورها و مضامین اساسی توسعه ملی، در ذیل مطرح می‌شود.

جدول ۶. مقایسه بر ساخت رسانه‌ای مطبوعات در محورها و مضامین اساسی

محورها و مضامین	روزنامه شرق	روزنامه کیهان	روزنامه ایران
چیستی اقتصاد مقاومتی	نقطه اشتراک انتفاع‌بازیرگان اقتصادی	الگوی توسعه بومی و هنجاری الهام‌گرفته از اقتصاد اسلامی	کاهش آسیب پذیری در برابر تکانه‌های خارجی همراه با گسترش تعاملات جهانی
چرایی اجرا (ضرورت و اهمیت)	چاره جویی حاکمیت برای بحران‌هایی که دولت اصولگرایان ایجاد کرد	استحکام ساخت درونی قدرت و کاهش آسیب پذیری از نظام سلطه	• ضعف و عقبگرد اقتصادی دولت نهم و دهم • محور وفای سیاست‌گذاران اقتصادی
نگرش و رویکرد نسبت به اقتصاد مقاومتی	بررسی و ارزیابی یکسان نگرانی با تاب آوری	مثبت - ترویجی پیوند با مضامین دینی و انقلابی	مثبت - ترویجی همگرا با سیاست‌ها و عملکرد دولت
قطب دیگری اقتصاد مقاومتی (تخصصی)	اقتصاد رفتی و صرفاً درون‌گرا فاقد توسعه سیاسی و سرمایه اجتماعی	ریاضت اقتصادی اقتصاد لیبرالی	اقتصاد درون‌گرا و انحصاری فاقد عنصر رقابت
گرایش به الگوهای رایج سیاست‌گذاری اقتصادی	اقتصاد آزاد و بازارگرا	دولت رفاه سیاست‌گذاری متمرکز و دولت‌گرا	سیاست‌گذاری اقتصاد آزاد و بازارگرا
نسبت با توسعه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و علمی دیگری عمومی (قطب مقابل) متون روزنامه	همین‌با توسعه سیاسی، آزادی نقد و افزایش سرمایه اجتماعی	توسعه فرهنگی بر مبنای روحیه جهادی و فرهنگ دینی	مداخل با توسعه فرهنگی فاقد تأکید بر توسعه سیاسی
اولویت دهی به ۴ متغیر درون‌زایی-برون‌زایی و برون‌گرایی	برون‌گرایی ضرورت طرد شده ولی لازم برای درون‌زایی توسعه اقتصاد ملی	اولویت دهی به درون‌زایی در برابر برون‌گرایی	همین‌با هستند برون‌گرایی مغفول بوده است
جهت‌گیری نسبت به عملکرد دولت مستقر پیرامون اقتصاد	حمایت از مبارزه با اقتصاد رانتی و انحصارطلبی و گسترش ارتباطات خارجی توسط دولت	ناموفق در پیشبرد اقتصاد مقاومتی تضعیف ساخت درونی قدرت	صورت بندی سیاست و عملکرد اقتصادی دولت در چارچوب اقتصاد مقاومتی
بخش خصوصی و میزان مداخله مطلوب دولت	مشارکت‌نخکان در فرایند گفت‌وویی بدور از جزم‌اندیشی و ارتباطات عمومی	ضرورت خدمت‌رسانی به مردم مستضعف توسط دولت و سپردن امور خدائمی ایشان به بازار به پهنه خصوصی‌سازی	اولویت دهی به بخش خصوصی و کاهش مداخله دولت در تنظیم ارتباطات اقتصادی
برجام و اقتصاد ملی	کوشش برای تنش‌زدایی و توسعه ارتباطات اقتصادی و صادرات	نقد نگاه به بیرون برای حل مشکلات تضعیف تولید ملی از طریق واردات	برجام پیش‌برنده اقتصاد مقاومتی به دلیل تسهیل صادرات و انتقال تکنولوژی به داخل
جایگاه مردم و تشکل‌های مردمی	افزایش سرمایه اجتماعی و مطالبه توانمندسازی اقتصادی و توسعه سیاسی توسط مردم	برجسته‌سازی ضرورت توسعه تشکل‌های مردمی اقتصادی در برابر رانتخواها	حمایت از فعالیت در چارچوب بخش خصوصی
سیاست‌کاتونی ارائه شده برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی	• تحول و توسعه ساختارهای سیاسی و فکری همزمان با توسعه اقتصادی • پیشبرد بر مبنای توسعه مشارکتی در برابر رویه دستوری	تمرکز بر فعالیت‌های مزیت‌دار اقتصاد کشور انحصار‌زدایی از کنترل‌های رانت‌خوار اقتصادی	• محدودسازی فعالیت اقتصادی شبکه قدرت موازی دولت • افزایش ارتباطات تجاری بین‌المللی

۱-۵. تبیین ماهیت و چیستی

تصویر و خوانش مشترکی از «تبیین چیستی اقتصاد مقاومتی» در بین مطبوعات وجود ندارد. روزنامه شرق با نگاهی عمل‌گرایانه‌تر آن را «نقطه اشتراک انتفاع‌بازیرگان اقتصادی» دانسته است. روزنامه کیهان رویکردی ایدئولوژیک‌تر به مسئله داشته و آن را «الگوی توسعه بومی و هنجاری الهام‌گرفته از اقتصاد اسلامی» بر ساخت نموده است. روزنامه ایران نزدیک به دولت و گفتمان مسلط اعتدال‌گرایان نیز آن را «کاهش آسیب‌پذیری در برابر تکانه‌های خارجی همراه با گسترش

تعاملات جهانی» مفهوم‌پردازی کرده است.

۵-۱-۲. چرایی اجرا (ضرورت و اهمیت)

در برساخت مطبوعات، روزنامه شرق «چاره‌جویی حاکمیت برای حل بحران‌هایی که دولت اصولگرایان ایجاد کرد»، روزنامه کیهان «استحکام ساخت درونی قدرت و کاهش آسیب‌پذیری از نظام سلطه» و روزنامه ایران «ضعف و عقب‌گرد اقتصادی دولت قبل» و «محور وفاق سیاست‌گذاران طیف‌های اقتصادی» بودن را دلایل اجرای اقتصاد مقاومتی دانسته‌اند.

۵-۱-۳. نگرش و جهت‌گیری مطبوعات

در ساختارهای روایتی و برساخت رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی، فارغ از تبیین چیستی و چرایی اقتصاد مقاومتی، جهت‌گیری و نگرش متون مطبوعه نسبت به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی نیز حائز ارزش تحلیلی جداگانه‌ای است. هریک از سه روزنامه در تولید دلالت‌ها، بر نقطه‌ای خاص تمرکز ویژه‌ای داشته‌اند. روزنامه شرق با نگاه پرسشگرانه‌تر اصل این سیاست‌ها را بررسی و ارزیابی و گاه نقد کرده است و اقتصاد مقاومتی را همان «تاب‌آوری اقتصاد ملی» دانسته است. روزنامه کیهان نیز با جهت‌گیری مثبت - حمایتی و با برجسته‌سازی پیوند این الگو با مسائل ایدئولوژیک انقلاب اسلامی آن را تبیین نموده و روزنامه ایران ضمن ترویج این سیاست‌ها به چارچوب‌سازی «همگرایی عملکرد دولت با این سیاست‌ها» پرداخته است.

۵-۱-۴. قطب دیگری توسعه در برساخت رسانه‌ای

در قطب‌بندی مطبوعات همواره قطب دیگری برای سیاست توسعه برساخت می‌شود، این قطب دیگری غیر از دیگری عمومی موجود در متون است. روزنامه شرق اقتصاد رانتی، درون‌گرا، زیرزمینی، غیررقابتی و غیرآزاد و بدون توسعه سیاسی و سرمایه اجتماعی، روزنامه کیهان «ریاضت اقتصادی و اقتصاد لیبرالی» و روزنامه ایران «اقتصاد درون‌گرا و انحصاری» را دیگری اقتصاد مقاومتی قطب‌بندی کرده‌اند.

۵-۱-۵. گرایش رسانه‌ها به الگوهای رایج سیاست‌گذاری توسعه اقتصادی

تحلیل گفتمانی متون بیانگر آن است که مطبوعات مورد مطالعه (فارغ از گرایششان نسبت به اقتصاد مقاومتی) هر یک متناسب با گفتمان مسلط سیاسی - اقتصادی نزدیک به خود به یک الگوی رایج سیاست‌گذاری اقتصادی گرایش بیشتری دارند که این امر بر خوانش و بازنمایی آن‌ها از اقتصاد مقاومتی بسیار مؤثر است. روزنامه شرق به اقتصاد آزاد و بازارگرا، روزنامه کیهان در دفاع از طبقات فرودست جامعه که آن‌ها را در انسجام واژگانی خود «مستضعفین» مفهوم‌پردازی می‌کند، سیاست‌های نزدیک به «دولت رفاه»^۱ را برجسته‌سازی می‌نماید که در آن دولت موظف به ارائه خدمات رایگان به طبقات فرودست اجتماعی است. این روزنامه عمدتاً سیاست‌های متمرکز و دولت‌گرا را برای توسعه ملی پیشنهاد و برجسته می‌سازد. روزنامه ایران نیز سیاست‌گذاری مبتنی بر بازار آزاد و رقابتی را با مطلوبیت بازنمایی می‌کند.

۵-۱-۶. دیگری عمومی (قطب مقابل) بر ساخت رسانه‌ای

کارویژه دیگری عمومی (سیاسی، اجتماعی، فرهنگی،...) متون یک رسانه را در پیوند معنایی با اقتصاد مقاومتی می‌سنجد. دغدغه کانونی روزنامه شرق توسعه ارتباطات خارجی و توسعه سیاسی است؛ کسانی که دارای تفکر ضدیت و مخالفت تعاملات سیاسی و اقتصادی با جهان و پیگیر «خوانش و گُش انزوای طلبانه از اقتصاد مقاومتی» هستند. روزنامه کیهان علاوه بر نقد برون‌گرایی دولتمردان و برخی سیاست‌گذاران اجرایی، «کارتل‌های بازار و رانت‌خواران» و روزنامه ایران منتقدان رادیکال دولت و قدرت‌های موازی دولت را دیگری خودغیریت‌سازی نموده است.

۵-۱-۷. نسبت سنجی با توسعه فرهنگی - اجتماعی، سیاسی، علم و فناوری

اقتصاد مقاومتی یک رهیافت توسعه اقتصادی است؛ اما با سایر حوزه‌های موضوعی توسعه ملی مانند توسعه فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و علمی در «تداخل و

۱. Welfare state

برهم‌کنش» است. به‌گونه‌ای که هریک به «مثابه یک متغیر» می‌تواند باعث تقویت یا تضعیف دیگری شود. روزنامه شرق اقتصاد مقاومتی را «هم‌نیاز با توسعه سیاسی، آزادی نقد و افزایش سرمایه اجتماعی» روایت کرده است. در نقطه مقابل روزنامه کیهان ضمن داشتن خط مضمونی مشترک با روزنامه شرق مبنی بر در هم تنیدگی توسعه اقتصادی و انواع دیگر حوزه‌های توسعه ملی، خوانش متفاوتی ارائه می‌دهد. آنان سخن از «پیشرفت سیاسی» به معنای تمرکز بیشتر بر منابع درون کشور و پایبندی بر آرمان‌های انقلابی دارند که با «توسعه سیاسی» به معنای رقابت‌پذیری فضای سیاسی کشور متفاوت است. روزنامه ایران توسعه سیاسی را کمتر برجسته ساخته است.

۵-۱-۸. اولویت‌بخشی به چهار متغیر؛ «درون‌زایی- برون‌زایی» و «درون‌گرایی- برون‌گرایی»
دو مؤلفه «میزان اتکا بر منابع و توان تولیدی داخلی یا خارجی» و «توسعه ارتباطات سیاسی و تعاملات اقتصادی و توسعه‌محور با جهان» در سیاست‌گذاری توسعه ملی و به‌ویژه اقتصاد مقاومتی اهمیت ویژه‌ای دارند که در مجموع چهار متغیر و دو طیف را تشکیل می‌دهند. روزنامه شرق این‌گونه چارچوب‌بندی می‌نماید که «برون‌گرایی ضرورت‌طردشده و لازم برای درون‌زایی» توسعه اقتصاد ملی است؛ بنابراین اکنون باید در اولویت‌دهی بیشتری قرار گیرد. روزنامه کیهان نیز در ترسیم فضای مطلوب سیاست‌گذاری خود «اولویت‌دهی به درون‌زایی در برابر برون‌گرایی» را برجسته‌سازی می‌نماید. روزنامه ایران نیز درون‌زایی و برون‌گرایی را هم‌نیاز می‌داند، اما معتقد است در دولت پیشین (دهم) از برون‌گرایی اقتصاد غفلت شده است. در مجموع روزنامه‌های نزدیک به گفتمان اصلاح‌طلب و اعتدال، اولویت‌بخشی بیشتری برای برون‌گرایی نسبت به گفتمان اصولگرا دارد.

۵-۱-۹. ارزیابی عملکرد دولت مستقر در توسعه اقتصاد ملی

مناقشه پیرامون ارزیابی عملکرد دستگاه‌های سیاست‌گذار و اجرایی برای پیشبرد سیاست‌های اقتصاد مقاومتی یکی از مضامین و محورهای برجسته گفتمان رسانه‌ها را درباره اقتصاد مقاومتی تشکیل می‌دهد. در واقع این رسانه‌ها پس از تبیین

چیستی، چرایی و چگونگی اجرای اقتصاد مقاومتی عملکرد نهادها را در این باره نقد، بررسی و ارزیابی کرده‌اند که به‌طور طبیعی قوه مجریه به دلیل جایگاه ویژه‌اش در اقتصاد و توسعه کشور بیش از سایرین مورد مناقشه قرار گرفته است. روزنامه شرق بر اساس کلان‌گفتمان خود نسبت به دولت به دلیل مبارزه با اقتصاد رانتهی و انحصارطلبی و گسترش ارتباطات خارجی رویکردی حمایتی اتخاذ کرده است. روزنامه کیهان در این محور به‌طور مشترک واژگان را در خدمت ترسیم دو گزاره گرفته است: «رویکرد انتقادی به دلیل خوانش زاویه‌دار دولتمردان از اقتصاد مقاومتی» و «غفلت از درون‌زایی و تمرکز غیر ضرور بر برون‌گرایی». کیهان همچنین دولت مستقر را در پیشبرد اقتصاد مقاومتی ناموفق بازنمایی کرده است. روزنامه ایران به‌عنوان رسانه قوه مجریه، اندیشه و سیاست دولت یازدهم را در راستای اقتصاد مقاومتی چارچوب‌بندی نموده است.

۵-۱۰. اقتصاد مقاومتی، مناقشه هسته‌ای و توافق برجام

هم‌زمانی ابلاغ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی با مذاکرات فشرده هسته‌ای که به «توافق برجام»^۱ (برنامه جامع اقدام مشترک) منجر شد از یک‌سو و مسئله متغیرهای «درون‌گرایی - برون‌گرایی» و «درون‌زایی - برون‌زایی» که برجام در تقویت و تضعیف این متغیرها نقش عمده‌ای ایفا می‌کرد، از سوی دیگر باعث شد سه‌گانه «دولت - برجام - اقتصاد مقاومتی» مسئله مناقشه در رسانه‌ها شود. منتقدان اقتصادی برجام مانند روزنامه کیهان، این توافق را به دلیل افزایش حضور شرکت‌های خارجی در ایران باعث تضعیف تولیدکننده داخلی بازنمایی کرده‌اند و معتقدند این توافق با درون‌زایی اقتصاد در تضاد است. رویکرد رسانه‌ای نزدیک به گفتمان مسلط اصلاح‌طلبی مانند روزنامه شرق این توافق را به ترتیب «کوشش برای تنش‌زدایی برای توسعه اقتصادی و صادرات» و «در راستای برون‌گرایی و تحقق اقتصاد مقاومتی» چارچوب‌بندی نموده‌اند و روزنامه ایران نیز برجام را «پیش‌برنده اقتصاد مقاومتی به دلیل تسهیل صادرات و انتقال تکنولوژی به داخل» ترسیم ساخته است.

۵-۱۱. بخش خصوصی و میزان مطلوب مداخله دولت

جایگاه و نسبت بخش خصوصی و فعالان حقیقی سازمان‌یافته اقتصادی در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و میزان مطلوب مداخله قوه مجریه در تنظیم روابط اقتصادی و بازار یکی از محورهای پر حجم و پرمناقشه در گفت‌وگوهای مطبوعات پیرامون اقتصاد مقاومتی است. روزنامه شرق «مشارکت‌نخبگان و فعالان اقتصادی در فرایند گفت‌وگویی با دولت به دور از جزم‌اندیشی» را مطالبه کرده است. در واقع رویکرد رسانه‌ای گفت‌وگوهای مسلط اصلاح‌طلب ضرورت افزایش نقش‌آفرینی بخش خصوصی در سیاست‌گذاری اقتصادی کشور را چارچوب‌بندی ساخته است. رویکرد رسانه‌ای اصول‌گرایان نگاهی انتقادی به افزایش واگذاری امور به بخش خصوصی داشته و روزنامه کیهان «ضرورت خدمت‌رسانی به مردم مستضعف توسط دولت و نسپردن امور خدماتی و رفاهی ایشان به بازار» را چارچوب‌بندی نموده است. روزنامه ایران نیز به برساخت «اولویت‌دهی به بخش خصوصی در اجرای اقتصاد مقاومتی» پرداخته است.

۵-۱۲. جایگاه مردم و تشکلهای مردمی در توسعه اقتصاد ملی

«مردمی‌سازی اقتصاد» و «اقتصاد مردمی» دو کلیدواژه با آمار فراوانی بالا در برساخت رسانه‌ای مطبوعات پیرامون اقتصاد مقاومتی هستند. در این میان تصاویر بسیار پرمناقشه و واگرایی از این مفهوم در مطبوعات ترسیم شده است؛ به‌گونه‌ای که رسانه‌هایی چون روزنامه‌های شرق و ایران آن را معادل همان بخش خصوصی و فعالان سازمان‌یافته بخش خصوصی (اتاق‌های بازرگانی و شرکت‌های غیردولتی) ترسیم کرده‌اند و روزنامه کیهان مردمی‌سازی را معادل مبارزه با «رانت‌خواری» و رهاسازی اقتصاد از چپاولگران بازنمایی نموده است. روزنامه شرق «افزایش اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی به‌عنوان پیش‌نیاز اقتصاد مقاومتی»، کیهان «ضرورت تشکلهای مردمی اقتصادی در برابر رانت‌خوارها» و ایران که معتقد به همگرایی مردمی‌سازی اقتصاد با رقابتی‌سازی آن است «حمایت از فعالیت در چارچوب بخش خصوصی» را به‌عنوان گزاره‌های اساسی و با آمار فراوانی بالا برای معنا بخشی به اقتصاد مردمی انتخاب و برساخت کرده‌اند.

۵-۱۳. سیاست کانونی ارائه‌شده مطبوعات برای پیشبرد توسعه اقتصاد ملی

مطبوعات متناسب با منبع مشروعیت‌ساز، ایدئولوژی و گفتمان مسلط سیاسی - اقتصادی نزدیک به خود، سیاست‌های اجرایی و راهکارهایی برای تحقق و توسعه اقتصاد مقاومتی ارائه و ضمن توصیه آن به مخاطبین و مسئولین، انجام آن را پیگیری و ارزیابی می‌کنند. روزنامه شرق معتقد است پیشبرد هر برنامه توسعه‌ای از جمله اقتصاد مقاومتی باید بر مبنای توسعه مشارکتی و نه رویه دستوری صورت پذیرد؛ این روزنامه همچنین تحول و توسعه ساختارهای سیاسی و فکری هم‌زمان با توسعه اقتصادی را راهکار پیشبرد اقتصاد مقاومتی دانسته است. روزنامه کیهان «تمرکز بر فعالیت‌های مزیت دار داخلی» و «انحصار زدایی از کارتل‌های رانت‌خوار اقتصادی» را سیاست کانونی خود صورت‌بندی کرده‌اند. روزنامه ایران هم «افزایش تعاملات تجاری بین‌المللی» را برای گسترش صادرات و در نتیجه تقویت تولید داخلی را در کنار «تبیین اقتصاد مقاومتی برای رهایی از خطر تحریف توسط منتقدان سیاست‌زده دولت» سیاست کانونی خود قرار داده است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

پس از تحلیل جداگانه برساخت رسانه‌ای سیاست‌های متأخر توسعه ملی در هر یک از سه روزنامه و مقایسه شباهت‌ها و تمایزات آن‌ها در ۱۳ محور توسعه ملی، در این بخش به جمع‌بندی و نتیجه‌گیری از هر رسانه پرداخته می‌شود.

در منازعه گفتمانی برای برساخت معنای مُرَجَّح از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به‌مثابه یک رهیافت سیاست‌گذاری توسعه ملی در افکار عمومی، روزنامه‌های مورد بررسی متناسب با اقتصاد سیاسی ارتباطات و گفتمان مسلط خود، تسخیر و دگرگون‌سازی دال‌های گفتمان هژمون‌شده توسط حاکمیت را به‌جای تقابل با سیاست‌های قدرت رسمی انتخاب کرده‌اند. روزنامه شرق که از ابتدای دهه ۸۰ شمسی یکی از رسانه‌های جریان اصلی اصلاح‌طلبان ایرانی بوده، رویکردی ارزیابانه همراه با طرح دیدگاه انتقادی به اقتصاد مقاومتی داشته و کمتر مانند رسانه‌های دیگر به تبیین و ترویج این رهیافت سیاست‌گذاری پرداخته است. شرق «توسعه سیاسی» را مُلْزَم با توسعه اقتصادی می‌داند و معتقد است،

چون اکنون توسعه سیاسی مطلوب در جامعه ایرانی فراگیر نبوده، فضا برای توسعه اقتصادی هم مهیا نیست. از سویی دیگر این روزنامه «سرمایه اجتماعی» مکفی در کشور را پیش‌نیاز پیشبرد اقتصاد مقاومتی صورت‌بندی نموده، وضعیت سرمایه اجتماعی فعلی را در ایران مطلوب ارزیابی نمی‌کند. به همین دلایل و مطابق با بازنمایی روزنامه شرق، حاکمیت هنوز نتوانسته است «نخبگان ملی» را در مسئله اقتصاد مقاومتی درگیر و همراه نماید. شرق با این مفصل‌بندی منطقی به طرح دیدگاه انتقادی و پرداخت شعارزده و پروپاگاندای منابع رسمی نسبت به اقتصاد مقاومتی پرداخته و با تولید دو قطبی «توسعه مشارکتی - رویه دستوری» به «توسعه مشارکتی» به‌عنوان دال مرکزی گفتمان این روزنامه در توسعه ملی، اولویت داده است. شرق اقتصاد رانتهی و انحصارطلبی از سوی شبکه قدرت عمومی منتقد دولت را ضد سیاست اقتصاد مقاومتی صورت‌بندی و آنان را مانعی جدی برای ایجاد فضای رقابتی بازنمایی می‌کند.

در نتیجه‌گیری از تحلیل برساخت رسانه‌ای روزنامه کیهان دو مسئله حائز اهمیت است: نخست آنکه کیهان بعد از انقلاب اسلامی و به‌ویژه در دو دهه اخیر از منظر طیف اجتماعی نزدیک به خود، رویکردی «آرمان‌گرایانه، انقلابی و فراجناحی» و از منظر منتقدین این رسانه رویکردی «رادیکال» داشته است و این امر فارغ از ارزش-داوری این مقاله بیانگر آن است که کیهان یک کُنشگر رسانه‌ای قدرتمند در میدان ارتباطی و رسانه‌ای ایران است و مسئله دوم آنکه این روزنامه نزدیک به منابع رسمی حاکمیت در جمهوری اسلامی ایران است و به‌سختی می‌توان آن را در مسلک سیاسی و اقتصادی یک تشکیلات حزبی تحدید کرد.

متناسب با این مقدمه، روزنامه کیهان متأثر از اندیشه سیاسی و فرهنگی این رسانه به برجسته‌سازی پُرشدت رگه‌های هنجاری و ایدئولوژیک در بازنمایی اقتصاد مقاومتی پرداخته و کوشش نموده است بین اقتصاد مقاومتی و مضامین دینی، پیوند معنایی ایجاد کند. مسئله اصلی کیهان در پوشش رسانه‌ای مضمون مدنظر، مفصل‌بندی اقتصاد مقاومتی با الگوی اقتصادی اسلام است که اجرای آن با نگرش و منافع بخشی از شبکه قدرت داخلی نزدیک به گفتمان اعتدال و

اصلاح طلب در تعارض است. این روزنامه نگرش و کُنش زاویه‌دار دولت مستقر با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را خلاف منافع و امنیت ملی چارچوب‌بندی نموده و از منظر سیاست‌گذاری به غیریت‌سازی اقتصاد لیبرالی به‌عنوان دیگری اقتصاد مقاومتی و انتساب آن به دولت مستقر می‌پردازد. در مجموع کیهان‌گفتمانی انتقادی نسبت به علم رایج اقتصاد و نهادهای مرسوم بین‌المللی اقتصاد و توسعه دارد و امتداد رویه‌های آنان در کشور را مغایر با اقتصاد مقاومتی صورت‌بندی می‌کند، دال مرکزی این رسانه پیرامون اقتصاد مقاومتی، «تحکیم و تقویت امنیت ملی» است.

روزنامه ایران به همراه خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا)، رسانه رسمی نهاد دولت در ایران است و اکنون گفتمان رسانه‌ای اعتدال را که گفتمان مسلط و حاکم بر دولت مستقر است، نمایندگی می‌کند. روزنامه ایران در همه ادوار قوه مجریه به‌گونه‌ای آشکار مدافع و مروج سیاست‌های توسعه‌ای دولت مستقر در قالب سیاست‌های رسانه‌ای خود بوده است. بر این اساس رویه نهادی این رسانه بر ترجمان رسانه‌ای سیاست‌گذاری و کُنش دولت مستقر است. گفتمان اعتدال منتقد اندیشه و عملکرد بخشی از قدرت عمومی (که آنان را رادیکال می‌داند) بوده و متناسب با این نگرش در سیاست‌گذاری اقتصادی و روابط بین‌الملل روی به میان‌روی آورده است. برجام ماحصل سیاست تنش‌زدایی در ارتباطات جهانی و با اینکه توافقی سیاسی بوده، آثار اقتصادی بیشتری داشته است. از سویی دیگر قرار گرفتن گفتمان اعتدال در قالب دولت و بخش اصلی حاکمیت، رسانه این گفتمان را مروج سیاست‌ها و اسناد بالادستی کشور از جمله اقتصاد مقاومتی ساخته است؛ بنابراین «چارچوب‌بندی سیاست‌های اقتصادی دولت (به‌ویژه توافق برجام) در راستای پیشبرد اقتصاد مقاومتی» و ضرورت امتداد یافتن گسترش ارتباطات جهانی و هم‌زمان «برجسته‌سازی ضرورت اقتصاد رقابتی و ضد انحصار در نقد قدرت‌های عمومی غیردولتی» از محورهای اساسی برساخت رسانه‌ای روزنامه ایران با محوریت «توانمندسازی و تقویت بخش خصوصی» بوده است.

پیشنهاد‌های پژوهش

الف) این پژوهش نحوه برساخت رسانه‌ای سیاست‌گذاری توسعه اقتصاد ملی را

مطالعه کرده و نگاهی پَسینی (مطالعه متون تولید و منتشر شده) داشته است و پیشنهاد می‌شود با بهره‌گیری از روش تحقیق نظریه داده‌بنیاد و مصاحبه عمیق با اساتید اقتصاد و توسعه، مدیران و فعالان اقتصادی، اساتید ارتباطات، روزنامه‌نگاران و برنامه‌سازان تلویزیونی و مدیران رسانه‌ای پیرامون رویکردها، سیاست‌ها و الگوی مطلوب پرداخت رسانه‌ای برای پیشبرد سیاست‌های توسعه اقتصاد ملی با تمرکز بر اقتصاد مقاومتی، پژوهشی مجزا انجام گیرد.

ب) نتایج پژوهش نشان داده است که «شکاف‌شناختی» و «فقدان تصویر و خوانش مشترک از سیاست‌های اقتصاد مقاومتی» در بین مدیران رسانه‌ای و رسانه‌نگاران کشور بیش از آنچه در ابتدای پژوهش تصور می‌شد، موجود است و آنچه فعالان رسانه‌ای در ذهن دارند با آنچه سیاست‌گذاران طراحی کرده‌اند، زاویه‌ای درخور تأمل دارد. بخشی از این پدیده به دلیل تمایزات رسانه‌ای و منازعات گفتمانی سیاسی - اقتصادی طبیعی است؛ چراکه اقتصاد مقاومتی یک سیاست رسمی بالادستی از سوی سیاست‌گذاران است و رسانه‌ها به جای اعلان عیان مخالفت، در تصاحب، قلب و دگرگون‌سازی معانی و دال‌های گفتمان این سیاست‌ها می‌کوشند یا رسانه‌ای دیگر متناسب با منافع شبکه قدرت نزدیک به خود، این سیاست‌ها را مفهوم‌پردازی و برساخت می‌نماید.

با این حال به نظر می‌رسد فارغ از مسئله تمایزات و منازعات گفتمانی رسانه‌ها که تفاوت رویکردهای رسانه‌ای را امری طبیعی می‌سازد، تبیین سیاست‌های توسعه ملی توسط دست‌اندرکاران ترویج این الگو به شکل مناسبی انجام نگرفته و این مسئله روزنامه‌نگاری توسعه را با مانع و شکاف مواجه ساخته است. بر این اساس پیشنهاد می‌شود سلسله جلسات تبیینی مشترکی در مرکز الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت و کارگروه گفتمان‌سازی ستاد مدیریت و راهبردی اقتصاد مقاومتی با مدیران رسانه و رسانه‌نگاران شکل گیرد تا تبیین مناسبی از اصل متن و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی برای کُنشگران این حوزه در سه سطح «چیستی»، «چرایی» و «چگونگی» (حداقل در حوزه‌های مورد توافق رویکردهای رسانه‌ای) ارائه شود.

یادداشت

۱. بحران مالی (۲۰۰۷-۲۰۱۲) مجموعه‌ای از مشکلات اقتصادی است که برای نخستین بار در سال ۲۰۰۵ پدیدار شد و در سال ۲۰۰۸ به اوج خود رسید و همچنان ادامه دارد. مشخصه اصلی این بحران در کاهش میزان نقدینگی در نظام بانکی و اعتباری است. این بحران با ترکیدن حباب در بازار مسکن آمریکا آغاز شد (The Wall Street Journal, ۲۰۰۷/۱۲/۲۴).
۲. تاب‌آوری به توانایی یک کشور آسیب‌پذیر از نظر اقتصادی برای تعامل و مدیریت تکانه‌ها گفته می‌شود (Overmyer, ۲۰۱۲, P۱۳).

منابع

۹. آجیلی، هادی (۱۳۹۲). اقتصاد مقاومتی در نظام اقتصاد سیاسی جهانی. علوم سیاسی. ۹ (۲۴)، ص ص ۸۷-۱۰۵.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی توسعه. چ ۳. تهران: انتشارات کلمه.
- سمیعی اصفهانی، علیرضا. حبیبی، فاطمه (۱۳۹۴). نظریه پساتوسعه و الگوی اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران؛ رویکردی مقایسه‌ای. *مطالعات راهبردی بسیج*، ۱۸ (۶۶)، ص ص ۵۱-۷۳.
- تودارو، مایکل (۱۳۶۹). توسعه اقتصادی در جهان سوم. ترجمه غلامعلی فرجادی. ج ۱. تهران: انتشارات سازمان برنامه‌بودجه.
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۱). بیانات در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیأت دولت، پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله خامنه‌ای.
- خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۳). بیانات در دیدار قشرهای مختلف مردم استان آذربایجان، پایگاه اطلاع رسانی دفتر آیت الله خامنه‌ای.
- خاندوزی، سید احسان (۱۳۹۲). رویکردهای ناظر به اسلامیت یک الگوی پیشرفت. *دوفصلنامه علمی- پژوهشی مطالعات اقتصاد اسلامی*. (۱۰)، ص ص ۱۰۵-۱۲۵.
- خاندوزی، سید احسان (۱۳۹۲). تجربیات جهانی مقاوم سازی اقتصاد، پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله خامنه‌ای.
- خواججه‌زاده، مهدی (۱۳۹۲). لزوم توجه به مفهوم لجستیک معکوس در اقتصاد مقاومتی.

اقتصاد منابع طبیعی. ۲ (۲)، ص ۵۰.

دالگرن پیتز (۱۳۸۰). تلویزیون و گستره عمومی. ترجمه: مهدی شفقتی. تهران: انتشارات سروش.

داوودی، پرویز. جعفریه، فاطمه‌سادات (۱۳۹۳). افزایش کارایی نظام مالیاتی ایران با توجه به آموزه‌های اقتصاد اسلامی. رساله دکتری، دانشگاه شهید بهشتی.

درخشان، مسعود (۱۳۹۱). همایش ملی «اقتصاد مقاومتی؛ الزامات و چالش‌ها»، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

جنان صفت، محمداصادق (۱۳۹۵). اقتصاد مقاومتی از منظر اقتصاد سیاسی، مجله علمی ترویجی رسانه، ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی، صص ۱۰۸ - ۱۱۴.

رجبی کلوانی، پرویز. کشاورزشال، فتح‌الله. آریامنش، تیمور (۱۳۹۱). تحریم اقتصادی و راهبردهای اقتصاد مقاومتی برای مقابله با تحریم. همایش ملی بررسی و تبیین اقتصاد مقاومتی. رشت: دانشگاه گیلان.

سن، آمارتیا (۱۳۸۶). مفهوم توسعه. ترجمه: شاکه سرکسیان و علی گودرزی. مجله راهبرد، (۱۲)، ص ۱۷۸.

مولایی، حسین (۱۳۹۴). ریشه‌های هنجاری در اقتصاد مقاومتی. فصلنامه روند، ۲۲ (۷۱)، ص ۱۷۱.

مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

فرکلانف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه: فاطمه شایسته پیران، شعبان علی بهرام‌پور، رضا ذوقدرا مقدم، رامین کریمیان، پیروز ایزدی، محمود نیستانی، محمدجواد غلامرضا کاشی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). راه دراز گذار. تهران: نشر فرهنگ و اندیشه.

فشاری، مجید. پورغفار، جواد (۱۳۹۳). بررسی و تبیین الگوی اقتصاد مقاومتی در اقتصاد ایران. مجله اقتصادی. ۵ (۶)، صص ۲۹-۴۰.

ملکان، مجید. جوادیه، زهره (۱۳۹۳). نقش رسانه‌ها در نهادینه‌سازی اقتصاد مقاومتی. مجله رسانه، (۹۵)، صص ۸۷ - ۱۰۰.

مک کوئیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.

نظریور، محمدنقی (۱۳۷۸). ارزش‌ها و توسعه. تهران: نشر پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

ویلیامز، کوین (۱۳۸۶). درک تئوری رسانه‌ها. ترجمه: رحیم قاسمیان. تهران: نشر ساقی. یورگنسن، ماریان. فیلیس، لوئیز (۱۳۸۹). نظریه و روش در تحلیل گفتمان. ترجمه: هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

Aggarwala, Narinder (۱۹۷۹), 'What is Development News?', Journal of Communication, Vol. ۲۹, No. ۲, ۱۸۱-۲.

- Auty, R (۱۹۹۰). Resource-based industrialisation: sowing the oil in eight developing countries, New York: Oxford University Press.
- Auty, R. (۲۰۰۱), Resource abundance and economic development, (ed.), Oxford: Oxford University Press.
- Carter, Barry E. (۲۰۰۸), International Economic Sanction: Improving the Haphazard U.S legal Regime, Cambridge: Cambridge University press
- Casey, Bernadette (۲۰۰۲) television studies. Key concept London and New York: Routledge.
- Golding, Peter (۱۹۷۴), Media Role in National Development Critique of a Theoretical Orthodoxy, Journal of Communication, Volume ۲۴, Issue ۳, Pages ۳۹-۵۳
- Giles, David (۲۰۰۳), Media Psychology, New jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hall, Stuart (۱۹۹۷). The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice, Sage Publication.
- Kumar Dahal, Madan and Mohan Man Sainju and etal (۲۰۰۸), “Nepal a Generic Guideline for Development through Economic Diplomacy”, Institution of Foreign Affairs kathamandu.
- Lewis, Arthur (۱۹۵۴), Economic Development with Unlimited Supply of Labor, the Manchester School Economic Papers, Vol ۲۲. pp. ۱۳۹-۱۹۱.
- MUNROE, MYLES (۲۰۰۶), the Principles and Power of Vision: Keys to Achieving Personal and Corporate Destiny (Study Guide) Paperback.
- Overmyer, K(۲۰۱۲), Economic Vulnerability and Resilience: lesson from eastern Caribbean small island, thesis submitted to MA in public Policy, Central European University, Department of Public Policy.
- Stubbs, M. (۱۹۸۳). Discourse Analysis: The Sociolinguistic Analysis of Natural Language. Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Schramm, Wilbur & atwood, Erwin (۱۹۸۱). Circulation of News in the Third World: a Study of Asia, Hong Kong: Chinese University Press.