

بازنمایی گفتمان اقتصاد مقاومتی در نشریات داخلی بر اساس رویکرد جامعه‌شناختی - معنایی ون لیون

سوسن تقی‌پور، فروغ کاظمی*، مریم ایرجی

گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

سال هجدهم، شماره سوم، خرداد ۱۴۰۴، شماره پی در پی ۱۰۹، صص ۱۳۲-۱۱۵

DOI: <http://10.22034/bahareadab.2025.18.7798>

نشریه علمی سبک‌شناسی نظم و نثر فارسی (بهار ادب سابق)

چکیده:

زمینه و هدف: الگوی جامعه‌شناختی - معنایی ون لیون سرشار از مولفه‌های ایدئولوژیکی متفاوت است و برای بازنمایی کنشگران اجتماعی از دو ساز و کار اصلی صراحت و پوشیدگی استفاده می‌کند. هدف اصلی پژوهش حاضر این است که نشان دهد گفتمان اقتصاد مقاومتی از دیدگاه نشریات داخلی چگونه بازنمایی می‌شود و نشریاتی که بیانگر آن بوده‌اند، چگونه آن را در معرض دید خوانندگان قرار داده‌اند؟

روش پژوهش: داده‌های پژوهش از نشریات دنیای اقتصاد، تفاهم، فرصت امروز ۱ و فرصت امروز ۲ به شیوه هدفمند از متون مربوط به حوزه گفتمان اقتصاد مقاومتی انتخاب شده است. گردآوری داده‌ها بصورت کتابخانه‌ای و روش انجام پژوهش، توصیفی-تحلیلی است.

یافته‌های پژوهش: بررسی داده‌ها نشان داد که بازنمایی گفتمان اقتصاد مقاومتی در نشریات داخلی از طریق بهره‌گیری از مولفه‌های گفتمان مدار متعددی صورت گرفته که برخی از آنها صریح و مابقی آنها غیرصریحند و بر اساس آنها میتوان میزان صراحت/عدم صراحت بیانی نشریات مورد بررسی را مشخص نمود.

نتایج پژوهش: با توجه به نمونه‌های تحلیل شده در بخش تحلیل داده‌ها، این نتایج بدست آمد که نشریه فرصت امروز ۱ کمترین میزان عدم صراحت و نشریه دنیای اقتصاد بیشترین میزان عدم صراحت را به خود اختصاص داده‌اند و در این میان نشریه فرصت امروز ۲ و نشریه تفاهم در سطح میانی قرار گرفته و تقریباً مشابه عمل کرده‌اند. به عبارت دیگر، صراحت بیانی متون در داده‌های بررسی شده به ترتیب در نشریات فرصت امروز ۱، فرصت امروز ۲، تفاهم و دنیای اقتصاد دیده می‌شود.

تاریخ دریافت: ۱۱ آبان ۱۴۰۳

تاریخ داوری: ۱۲ آذر ۱۴۰۳

تاریخ اصلاح: ۲۷ آذر ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۱۳ بهمن ۱۴۰۳

کلمات کلیدی:

تحلیل گفتمان انتقادی، ایدئولوژی، صراحت بیانی، رویکرد ون لیون، اقتصاد مقاومتی

* نویسنده مسئول:

for.kazemi@iauctb.ac.ir

(+۹۸ ۲۱)



ORIGINAL RESEARCH ARTICLE

Representation of the Resistance Economy Discourse in Domestic Press Based on Van Leeuwen's Sociological-Semantic Approach

S. Taghipour, F. Kazemi*, M. Iraj

Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO

Article History:

Received: 01 November 2024
Reviewed: 02 December 2024
Revised: 17 December 2024
Accepted: 01 February 2024

KEYWORDS

Critical Discourse Analysis, Ideology, Explicitness, Van Leeuwen's Approach, Resistance Economy

*Corresponding Author

for.kazemi@iauctb.ac.ir

(+98)

ABSTRACT




BACKGROUND AND OBJECTIVES: Van Leeuwen's socio-semantic approach is rich with diverse ideological components and uses two primary mechanisms explicitness and implicitness for representing social actors. The primary goal of the study is to reveal how the discourse of "Resistance Economy" is represented from the perspective of domestic press and how these press have presented it to their readers.

METHODOLOGY: The research data were purposefully selected from the press Donya-e-Eqtesad, Tafahom, Forsat-e-Emrooz 1, and Forsat-e-Emrooz 2, focusing on texts related to the discourse of the "Resistance Economy." Data collection was conducted through library research, and the research method is descriptive-analytic.

FINDINGS: The analysis of the data indicated that the representation of the "Resistance Economy" discourse in domestic press is achieved through the use of various ideological components. Some of these components are explicit, while others are implicit, allowing for the determination of the degree of explicitness or implicitness in the examined press.

CONCLUSION: Based on the analyzed samples in the data analysis section, the findings indicated that Forsat-e-Emrooz 1 exhibited the lowest level of implicitness, while Donya-e-Eqtesad demonstrated the highest. Meanwhile, Forsat-e-Emrooz 2 and Tafahom fell within an intermediate range and performed similarly. In other words, the degree of explicitness in the examined texts was observed in descending order as follows: Forsat-e-Emrooz 1, Forsat-e-Emrooz 2, Tafahom, and Donya-e-Eqtesad.

DOI: <http://10.22034/bahareadab.2025.18.7798>

NUMBER OF REFERENCES	NUMBER OF TABLES	NUMBER OF FIGURES
 14	 5	 1

۱- مقدمه

امروزه متون مطبوعاتی نقش بسزایی در بیان رخدادهای جامعه و ارائه گزارشات خبری گوناگون دارند. اما علیرغم داشتن این نقش مهم، همیشه بازنمایی‌کننده واقعیات صرف جوامع نبوده و یا دست کم در انعکاس دقیق رخدادهای و بیان شفاف آنها یکسان عمل نکرده‌اند. پرداختن به این موضوع، میتواند یکی از اصلیت‌ترین مواد مورد مطالعه از نظر تحلیل گفتمان انتقادی^۱ باشد. کاربرد زبان در رسانه گاه بگونه‌ای است که واقعیات موجود را به شکلی تحریف شده بازنمایی کرده و به خیل مخاطبان خود ارائه میدهند. نمونه این امر را نیز میتوان در نشریات متعلق به جناحهای اجتماعی و سیاسی مختلف مشاهده نمود. آقا گل زاده و گیائیان (۱۳۸۶: ۱۹۷) معتقدند از آنجا که هر یک از جناحهای مختلف جامعه برای تغییر نگرش و جلب افکار عمومی به سمت خویش یک موضوع و یا یک رخداد واحد را با استفاده از ساختارهای متفاوت و متنوع زبانی و نیز نحوه بیانی خاص، به گونه‌های کاملاً متفاوت منعکس مینمایند، میتوان چنین استنتاج نمود که "آنچه متن را میسازد و باعث فهم متون میشود تنها توصیف رمزهای زبانشناختی و معنای زبانی نیست بلکه عوامل ایدئولوژیکی و طرز نگرش و یا بینش اشخاص و صاحبان افکار پنهان در آن سوی متون از عوامل موثر در تولید و درک متون به شمار میروند". در این خصوص کرس^۲ (۱۹۸۵) باور دارد هدف زبانشناسی انتقادی ابهام زدایی و شفاف نمودن فرآیندهای مربوط به تولید و درک است که به پژوهشگران این حوزه قدرت مشاهده عملکرد ایدئولوژی در این حوزه و نیز معرفی آن به دیگران را اعطا میکند. او میگوید مردم چنین تصور میکنند که در انتخاب و درک مسائل آزادند لیکن از درک این مهم غافلند که این منابع قدرت و ایدئولوژی هستند که با اخذ شیوه پوشیده و بصورت تدریجی چگونگی اندیشیدن قضاوت و سپس انتخاب مردم را تحت شعاع قرار داده و آن را منبعث از خود مینمایند. آنچه ذکر گردید مبین این مسئله مهم در هر اجتماعی است که مردم جوامع مختلف ناآگاهانه در مسیری قرار میگیرند که آن گونه که دیگران میخواهند می‌اندیشند. در تحلیل گفتمان انتقادی برآن هستیم تا دریابیم کارکردهای اجتماعی ایدئولوژی و دیدگاه‌های فکری- اجتماعی که اجزاء آنها از لایه‌های زیرین گفتمان منشاء گرفته‌اند چگونه در گفتمان لایه‌های زیرین تصویرسازی و یا بازنمایانده میشوند (یارمحمدی ۱۳۸۵). در باب اقتصاد مقاومتی و ارتباط آن با تحلیل گفتمان نیز میتوان اذعان داشت از آنجایی که در بند ۲۱ سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی تبیین ابعاد اقتصاد مقاومتی و گفتمان‌سازی آن بویژه در محیطهای علمی آموزشی و رسانه‌ای و تبدیل آن به گفتمان فراگیر و رایج ملی مورد تأکید قرار گرفته است این پژوهش در نظر داشت با استفاده از رویکرد تحلیل گفتمان توصیف جامع و کاملی از گفتمان اقتصاد مقاومتی ارائه دهد. با عنایت به آنچه ذکر گردید پژوهش حاضر سعی بر آن دارد تا با به کارگیری الگوی جامعه‌شناختی-معنایی^۳ ون لیوون^۴ (۱۹۹۶) به عنوان یک الگوی مناسب، به بررسی و تحلیل متون برخی از مطبوعات فارسی زبان امروزی پرداخته و با استخراج ساختارها و مولفه‌های ایدئولوژیک آنها لایه‌های زیرین این متون را آشکار نماید. الگوی ون لیوون متشکل از مجموعه مولفه‌های گفتمان مدار جامعه‌شناختی - معنایی است. در این انگاره برای بازنمایی کنشگران اجتماعی از دو ساز و کار اصلی صراحت و پوشیدگی استفاده مینمایند. به عبارت دیگر هر گفتمان و متنی را میتوان نسبت به رویکرد صراحت و یا پوشیدگی آن نسبت به یک

^۱ Critical Discourse analysis

^۲ G. Kress

^۳ Sociological-Semantic Approach

^۴ Van Leeuwen

کنشگر تحلیل کرد. حال، مساله پژوهش حاضر این است که نشان دهد گفتمان اقتصاد مقاومتی از دیدگاه رسانه چگونه بازنمایی میشود و نشریاتی که بیانگر آن بوده‌اند، چگونه آن را در معرض دید خوانندگان قرار داده‌اند؟ لذا در صدد یافتن پاسخ به این پژوهشها هستیم که ۱- کدام راهبردهای ایدئولوژیکی و زبانی در بیان گفتمان اقتصاد مقاومتی از سوی نشریات دنیای اقتصاد، تفاهم، فرصت امروز ۱ و فرصت امروز ۲ به کار رفته است و ۲- میزان صراحت/عدم صراحت بیان این موضوع در نشریات یادشده چگونه است؟

۲- پیشینه مطالعات

ناصری (۱۴۰۰) با بررسی مولفه‌های گفتمان مدار کارگزاران اجتماعی در تذکره اولالیا عطار بر اساس نقش عرفانی فضیل بن عیاض با تکیه بر الگوی ون لیوون به بیان مناسبات فعالسازیهی و منفعل سازیهی کارگزاران اجتماعی پرداخته‌اند تا دریابند که عطار چگونه در یک خلاقیت سبکی، مخاطب را با نام افراد، گروه‌ها، مکانها و زمانهایی که کارگزاران اجتماعی در آن نقش فعال دارند آشنا میسازد و از چه تمهیداتی جهت تعیین نقش و فعالسازی کارگزاران اجتماعی پیرامون کنش فضیل بن عیاض و منفعل سازی مربوط به عملکرد مریدان او به ویژه هارون الرشید بهره جسته است. قنبری عبدالملکی و پوراصفهانی (۱۴۰۱) نشان میدهد که جلال آل احمد از طریق بازنمایی شخصیت‌های «دره خزان زده»، چگونه به بیان ایدئولوژی خود پرداخته و در پسا سقوط رضاشاه، به چه نحو کنشگران اجتماعی آن دوره را به تصویر کشیده است. یافته‌های تحقیق نشان داده است که این امر، به وقوع پیوسته و آل احمد با استفاده از شیوه‌های کتمان، پس زمینه سازی، فعال سازی، منفعل سازی تشخیص بخشی و تشخیص زدایی، ایدئولوژی و دیدگاه‌های خود را در داستان بیان کرده است. وی با استفاده از راهبرد کلی «حذف»، هویت مقامات عالی رتبه دولت پهلوی را پنهان میکند و با «پس زمینه سازی»، آنها را کاملاً نادیده میگیرد. نهادهای «دولت» و «ارتش» در گفتمان فعال نمایی شده، و «کارگران» و «نخبگان»، منفعل نمایی شده‌اند تا با برجسته کردن ستمی که به آنها روا داشته شده است، در کانون توجه مخاطب قرار گیرند. کیشانی فراهانی و اکبری (۱۴۰۱) از کاربرد مؤلفه‌های «نام‌دهی و طبقه‌بندی» در رویکرد گفتمانی کارگزاران اجتماعی ون لیوون بهره گرفته است. نتایج پژوهش حاضر نشان میدهد که فرخی متناسب با شرایط خفقان عصر خود بیشتر به مؤلفه‌های پوشیده‌گویی توجه داشته است و بیشترین بسامد براساس تعداد رخداد به ترتیب به مؤلفه‌های ارزش‌گذاری منفی، هویت‌نمایی مقوله‌ای، نام‌دهی و کارکردنمایی تعلق میگیرد. در پژوهش فیضی و میرهاشمی (۱۴۰۱) غزلیات عارف قزوینی در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی و با بهره‌گیری از الگوی بازنمایی کارگزاران اجتماعی ون لیوون بررسی و تحلیل شده است. نتایج این پژوهش نشان داده است عارف برای بازنمایی کارگزاران اجتماعی از صریحترین مؤلفه‌ها از جمله نام‌دهی استفاده کرده است. در پژوهش کنعانی و انتظاری (۱۴۰۱) سعی شده است نگرشهای ایدئولوژیکی کنشگران اجتماعی از منظر نظام طبقاتی زنان در ارتباط با مؤلفه‌های گفتمان‌مدار تبیین گردد. بررسی مذکور نشان میدهد غالب مؤلفه‌های جامعه‌شناختی- معنایی به کار گرفته شده در رمان مورد بحث شامل حذف، فعال‌نمایی، منفعل‌نمایی، نام‌بری و مقوله‌بندی، زمان‌درهمی و نمادین‌شدگی است. در پژوهش فداکار و صادقی شهپر (۱۴۰۱) اشعار ملک الشعرا بهار و حاجی قادر کوپی از دیدگاه شیوه‌های مشروعیت بخشی و مشروعیت زدایی به گفتمان بررسی شده است. یافته‌های پژوهش نشان داده که بسامد مشروعیت زدایی در اشعار بهار و حاجی قادر کوپی بیشتر از مشروعیت بخشی است. الگوهای عمل در اشعار بهار و حاجی قادر، قرآن و آیات قرآنی، شاهان باستانی و گذشته افتخارآمیز ایران باستان و نیز برخی کشورهای متمدن هستند. همچنین هر دو به اسطوره‌های

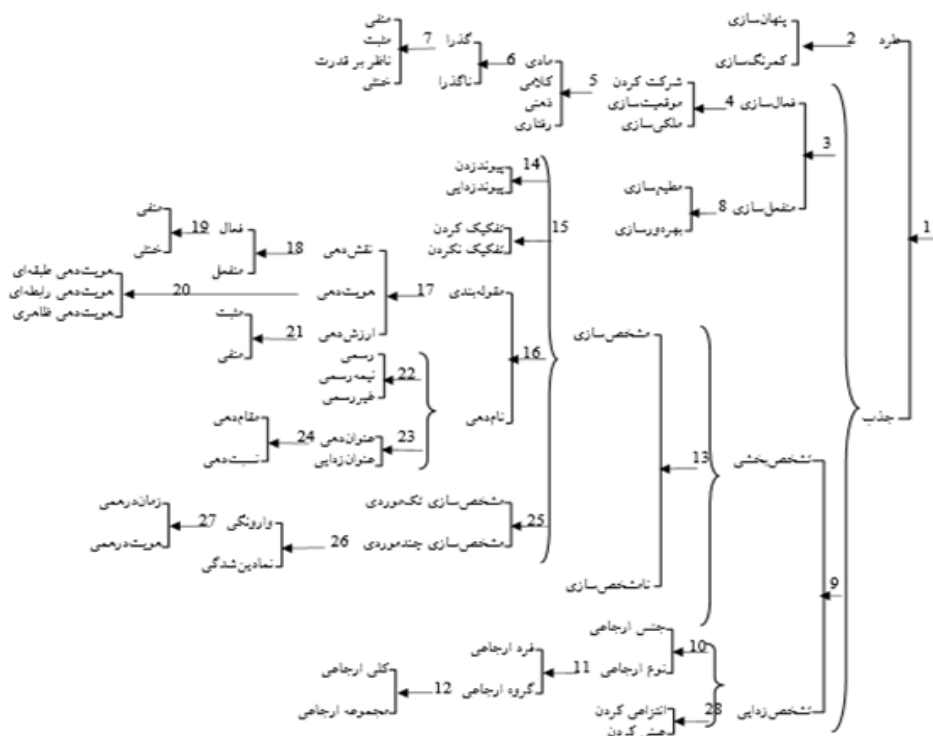
پهلوانی و قهرمانی ایران اشاره کردند تا علاوه بر ایجاد روحیه مبارزه در مردم، از حکومت مشروعیت زدایی کرده باشند.

تسلیم جهرمی (۱۴۰۱) از منظر تحلیل گفتمان بر مبنای الگوی ون لیون، طنز را در شعر شاملو دنبال کرده تا مشخص کند شاملو کارگزاران اجتماعی را به چه صورت نشان داده و با توجه به کارکرد انتقادی و اعتراضی طنز، چگونه گفتمانها را با مؤلفه‌های جامعه‌شناختی- معنایی تولید و بازنمایی کرده است. مؤلفه‌های تحلیل انتقادی گفتمان در الگوی ون لیون مبتنی بر دو عنصر صراحت و پوشیدگی است. بر اساس نتایج، شاملو از مؤلفه‌های پوشیده در گفتمان طنز در اشعارش بیشتر استفاده کرده است. وی هویت کنشگران مربوط به قدرت، سلطه، فریب‌خوردگان و خائنان را حذف و کتمان کرده و همزمان با فعال‌نمایی و نام‌بری مستقیم از قدرتمندان گذشته بر فعالیتهای آزادیخواهان و مبارزان تأکید کرده است. پژوهش رحیمی و پارسا (۱۴۰۲) نشان داد که بنمایه و زمینه گفتمان در شعر آرش کمانگیر بازتولید کیش انتظار و امید به رهایی از طریق ظهور قهرمان و منجی است. عوامل (کارگزاران) گفتمان به دو دسته اصلی عامل فاعلی و پذیرنده عمل تقسیم شده‌اند. آرش، در نقش قهرمان قربانی، عامل فاعلی روایت است و مردم شهر که منفعل و منتظرند در نقش پذیرنده عمل بازنمایی شده‌اند و نیز کسرابی با توجه به میدان گفتمانی و اعتقادی خاصی که به آن تعلق دارد، شخصیت پادشاه را از روایت حذف کرده است. کنشگران اجتماعی در شعر آرش کمانگیر مشتملند بر آرش، ایرانیان و تورانیان (لشکر دشمن). راوی، در بازنمایی کنشگران اجتماعی که سه دسته از شخصیت‌های شعر (آرش، ایرانیان و تورانیان) هستند رویکرد دوگانه غیرانسان‌نمایی و انسان‌نمایی و فروعات این دو رویکرد را به کار گرفته‌است تا نسبت‌هایی از قبول و طرد را مبتنی بر مشروعیت و عدم مشروعیت طرح کند. در این میان، قبول و مشروعیت آرش و لشکر ایرانیان، به‌عنوان فرهنگ «خود» و با دو روش غیرانسان‌نمایی و انسان‌نمایی و فروعات این دو انتخاب، اعم از مشخص‌سازی، تمایزگذاری، نام‌دهی، مقوله‌بندی، ارزش‌گذاری مثبت و طبقه‌بندی، بازنمایی شده‌است. در مقابل، طرد و عدم مشروعیت لشکر دشمن به‌عنوان فرهنگ «غیر و بیگانه» با رویکرد طبقه‌بندی و ارزش‌گذاری منفی بازنمایی شده‌است. برنارد (۲۰۱۸) در مطالعه خود درباره شرکت‌های استخراج معادن در آفریقای جنوبی و با استفاده از مدل جامعه‌شناسی- معنانشناسی ون لیون نشان داد که چطور دو شرکت آفریقای جنوبی کنشگران اجتماعی را می‌سازند. نتیجه تحقیق نشان داد که این دو شرکت از ابزارآلات زبانشناختی و استراتژیهای ثابتی برای بازنمایی کارگران با دستمزد زیاد و کم بهره می‌جویند. تحقیق وی نشان داد که بازنمایی زبانشناختی نقش مهمی در روابط قدرت، تسلط و نابرابریهای اجتماعی در صنعت معدن آفریقای جنوبی دارد. مارتینز و رودریگوئز (۲۰۱۹) در مقاله خود در رابطه با کشیدن دیوار در مرز آمریکا و مکزیک توسط ترامپ با بررسی گفتمانهای مرتبط (سخنرانی ترامپ در روز انتخابات، و سخنرانی رئیس‌جمهور مکزیک در این مورد) در چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی به دنبال پاسخ به سؤالات زیر بودند: رابطه بین آمریکا و مکزیک بعد از دیوار به چه صورت خواهد بود؟ و بازنمایی شهروندان مکزیکی در گفتمان مرتبط با دیوار چگونه خواهد بود؟ سخنرانی ترامپ در مورد کشیدن دیوار جهت جلوگیری از ورود غیرقانونی و مبارزه با مواد مخدر بوده که توانست نظر بسیاری را به خود جلب کند. ترامپ با گفتمان خود توانست که بازنمایی منفی از مکزیکیها و مسلمانان ارائه دهد و گفتمان پوپولیستی خود را به پیش ببرد و در گفتمان خود ایدئولوژی تسلط بر مکزیک را در عرصه بین‌المللی مشهود کند.

در حوزه تحلیل گفتمان انتقادی الگوهای متعددی به منظور بررسی متون گوناگون ارائه گردیده است از جمله ون دایک (۱۹۹۶) فرکلاف (۱۹۸۹) و ون لیوون (۱۹۹۶). در این پژوهش از الگوی تحلیل متن ون لیوون (۱۹۹۶) در تحلیل متون منتخب استفاده گردیده است که در ذیل به معرفی آن میپردازیم. ون لیوون از پایه‌گذاران مکتب آمستردام است که پس از اخذ مدرک دکترای خود فعالیت‌های موثری در عرصه تحلیل گفتمان متون داشته و کانون توجه خود را به کنشگران اجتماعی و نحوه پوشش آنها در انواع رسانه‌های مختلف و نیز متون گوناگون معطوف داشته است. وی در انگاره خویش به نحوه بازنمایی کنشگران اجتماعی (کلیه افراد حاضر در فعالیت‌های روزمره اجتماعی) اهتمام ورزیده است. نکته قابل توجه این است که وی طی دو دهه گذشته در انگاره خویش جرح و تعدیل بسیار صورت داده است. لیکن روح کلی آن را بدون تغییر حفظ کرده است. او در الگوی پیشنهادی خود هر نوع متنی را تبلور افکار نویسنده آن متن میدانند که در آن تمامی ارزشها و باورهای سیاسی اجتماعی و فرهنگی نویسنده نمایان شده است. ون لیوون به منظور بازنمایی کنشگران اجتماعی، به جای بررسی شاخصهای زبانی به بررسی مولفه‌های جامعه‌شناختی-معنایی میپردازد. وی بیان میدارد بررسی مولفه‌های مذکور بدین جهت صورت میپذیرد که در تبیین لایه‌های زیرین متون مختلف کارآیی مناسبتری برای پژوهشگران دارا میباشند.

۳-۱ مولفه‌های جامعه‌شناختی - معنایی

در پژوهش حاضر آن بخشهایی از انگاره وی که در تحلیل داده‌ها از آن استفاده گردید معرفی میشوند.



شکل (۱) بازنمایی کارکران اجتماعی بر اساس مؤلفه‌های جامعه‌شناختی-معنایی ون لیوون ۱۹۹۶ و ۱۹۹۵

۴- روش پژوهش

داده‌های این پژوهش در مدت یکسال و نیم در فاصله بین بهار ۹۵ تا پاییز ۹۶ با توجه به زمان طرح موضوع گفتمان مقاومتی از سوی رهبر، از بین سرمقاله‌ها، یادداشت‌ها و مطالب ارائه گردیده در همایش‌های مرتبط با این موضوع در نشریات دنیای اقتصاد، تفاهم، فرصت امروز ۱۱ فرصت امروز انتخاب شد. شیوه نمونه‌گیری در این پژوهش چون اکثر پژوهش‌های عرصه گفتمان انتقادی هدفمند بوده است بدین معنی که متون تحلیل شده بصورت تصادفی گزینش نشده‌اند بلکه داده‌ها هدفمند بوده تا با اهداف پژوهش در هماهنگی کامل باشند. شیوه گردآوری داده‌ها بصورت کتابخانه‌ای و روش پژوهش توصیفی-تحلیلی است، تحلیل متن اصالتاً تحلیل کیفی است و با عنایت به اینکه یکی از راه‌های تحلیل کیفی در نظر گرفتن چارچوبی خاص میباشد که دارای الگویی پذیرفته شده است، در این پژوهش الگوی تحلیل، الگوی جامعه‌شناختی-معنایی ون لیون (۱۹۹۶) انتخاب گردید. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها مراحل ذیل اعمال شد. ابتدا هر متن بطور دقیق و کامل مطالعه و سپس توضیح مختصری درباره متن و روابط موجود در متن ارائه گردید. سپس با عنایت به الگوی ون لیون مولفه‌های گفتمان مدار استخراج، تحلیل و تبیین شدند. پس از آن، نمود زبانی مولفه‌های گفتمان مدار در متون یاد شده تعیین گردیدند و در نهایت، میزان صراحت/عدم صراحت متون نیز تعیین شد. با الگوی جامعه‌شناختی-معنایی ون لیون میتوان دریافت که میزان حضور و بازنمایی کنشگران اجتماعی مشابه و همسان نمیباشند. برخی با میزان صراحت بیشتر و برخی دیگر به صورت پوشیده یا رازگونه بازنمایی شده‌اند. مولفه حذف با زیر مقوله‌های پنهان‌سازی و کمرنگ‌سازی، منفعل‌سازی از زیر مقوله‌های اظهار، تشخیص زدایی، نامشخص‌سازی و مشخص‌سازی چند موردی و زیر مقوله‌های نقش دهی، هویت دهی و جنس ارجاعی کاملاً پوشیده محسوب میشوند. از سوی دیگر مولفه فعال‌سازی، مشخص‌سازی تک موردی نام دهی، ارزش دهی، نوع ارجاعی و نیز پیوند زدن و تفکیک کردن نیز از دسته مولفه‌های صریح قلمداد میگردند. به منظور تعیین فراوانی مولفه‌های غیرصریح، تعداد مولفه‌های غیرصریح در هر متن تقسیم بر مجموع مولفه‌های صریح و غیرصریح شده و در عدد صد ضرب گردید و میزان عدم صراحت محاسبه شد.

۵- بازنمایی راهبردهای ایدئولوژیکی-زبانی و میزان صراحت آنها در نشریات

۱- نشریه دنیای اقتصاد: "در خصوص پیاده‌سازی مفاهیم اقتصاد مقاومتی، توجه به این نکته حائز اهمیت است که میتوان از تحریم‌های بین‌المللی به عنوان فرصتی مناسب استفاده کرد. دشمن با اعمال تحریم‌ها درصد تحمیل درخواست سیاسی خود و جلوگیری از تبدیل شدن ایران به الگوی مقاومت منطقه و جهان است. اگرچه نمیتوان اثرات منفی تحریم‌ها را به عنوان یک تهدید انکار کرد، اما همین تحریم‌ها بهترین فرصت و اهرم برای پایه‌ریزی اقتصاد مقاومتی است چرا که با وجود تحریم‌ها، در بدنه کارشناسی و تصمیم‌گیران جامعه انگیزه زیادی جهت طراحی و پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی ایجاد میشود. به عنوان نمونه توسعه روابط دوجانبه با شرکای قابل اتکا و حذف ارز ثالث از مبادلات تجاری در هر حال تأمین‌کننده منافع ملی و جزء الزامات اقتصاد مقاومتی است، اما از آن جایی که راه حلی برای مقابله اساسی با تحریم‌ها نیز به حساب می‌آید، میتواند در اولویت کار مسئولان مربوطه قرار گیرد."

در خصوص مولفه‌های گفتمان مدار، اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی / عنوان دهی است. تحریمهای بین المللی نمونه‌ای از منفعل سازی/تاثیرپذیری غیرمستقیم بوده که نمود زبانی آن بصورت کنشگر در جایگاه مفعول غیرمستقیم ظاهر میشود. تحریمها نمونه‌ای از گروه ارجاعی/کل ارجاعی بوده که نمود زبانی آن بصورت اسم عام جمع به معنای بخشی از میباید. تهدید هم نمونه‌ای از پنهان سازی است که بصورت استفاده از اسم بجای فعل «تهدید کردن» نمود پیدا کرده است. اهرم نمونه‌ای از ابزار مداری است همچنین اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/ عنوان دهی است. تحریمها نمونه‌ای از گروه ارجاعی/کل ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت اسم عام جمع به معنای بخشی از ظاهر میشود. همچنین بدنه کارشناسی نمونه‌ای از تشخیص زدایی/انتزاعی سازی است که بصورت استفاده از اسم معنا بجای کنشگران (کارشناسان) نمود پیدا کرده است. تصمیم‌گیران نمونه‌ای از گروه ارجاعی / کل ارجاعی است که بصورت اسم عام به معنای بخشی از نمود پیدا کرده است. این در حالی است که بدنه نمونه‌ای از عینی سازی/اندام مداری است. توسعه و حذف نمونه‌هایی از انتزاعی سازی است که نمود زبانی آن بصورت اسم معنا بجای فعل «توسعه دادن» و «حذف کردن» ظاهر میشود، همچنین شرکای قابل اتکا نمونه‌ای از پنهان سازی است که بصورت اسم نکره عام نمود پیدا کرده است. مقابله نمونه‌ای از تشخیص زدایی/انتزاعی سازی است که بصورت استفاده از اسم معنا بجای فعل «مقابله کردن» نمایش داده شده است. تحریمها نمونه‌ای از گروه ارجاعی/کل ارجاعی است و نمود زبانی آن استفاده از اسم عام جمع به معنای بخشی از میباید. همچنین تحریمها نمونه‌ای از منفعل سازی/تاثیرپذیری غیرمستقیم بوده که نمود زبانی آن استفاده از کنشگر در جایگاه مفعول غیر مستقیم ظاهر میشود. مسئولان نمونه‌ای از کمرنگ سازی، کل ارجاعی (استفاده از اسم عام به معنای بخشی از) و طبقه بندی/نقش دهی است. ساخت زیرین ایدئولوژیک در این متن شامل موارد زیر است: الف) تحریمها علی‌رغم تبعات منفی میتوانند منجر به وقوع فرصتهای متعددی نیز شوند. ب) این مهم زمانی صورت میپذیرد که عزم جدی در مسئولان برای تبدیل نمودن تحریم به فرصت وجود داشته باشد. دست آخر، این متن توسط روزنامه دنیای اقتصاد، با عدم صراحت به میزان ۵/۵۵٪ بازنمایی شده است که در جدول ذیل قابل مشاهده است.

جدول ۱: میزان صراحت/عدم صراحت متن نشریه دنیای اقتصاد

عدم صراحت	تعداد	مولفه‌های ایدئولوژیک			
۵/۵۵٪	۱۲	۲	عنوان دهی	صریح	
		۲	فعال سازی		
		۱	پیونددهی		
		۱	نقش دهی		
		۶	کل ارجاعی		
	۱۵	۵/۵۵٪	۲	تاثیرپذیری غیرمستقیم	غیرصریح
			۴	پنهان سازی	
			۲	جنس ارجاعی	
			۱	مکان مداری	
			۲	ابزار مداری	
			۳	انتزاعی سازی	
			۱	کمرنگ سازی	

۲۷	مجموع مولفه‌های صریح و غیرصریح
----	--------------------------------

میشوند با عنایت به تحلیل داده‌های متن فوق مشتمل بر جملات بکار رفته در آن ملاحظه می‌گردد که عوامل گفتمان مدار صریح ۱۲ مورد و عوامل گفتمان مدار غیرصریح تنها ۱۵ مورد در متن را شامل می‌گردد. میزان عدم صراحت ۵۵٪ است و این امر موید این مهم است که با توجه به ماهیت مساله اقتصاد مقاومتی که از سوی مقام معظم رهبری بیان گردیده و نیز اهمیت ملی و فراجناحی آن، این نشریه نتوانسته با صراحت کافی به بحث پیرامون آن بپردازد.

۲- نشریه تفاهم: "اقتصاد مقاومتی در یک کشور با یک امت اسلامی معمولاً زمانی گفته میشود که کسانی که جامعه را راهبری میکنند، برنامه ریزی کلان دارند و یک شعار را برای آن دوره و یا بازه زمانی برای جامعه انتخاب میکنند که بیانگر فلسفه فکری و حرکت و رفتار جامعه خواهد بود. اقتصاد مقاومتی که سرلوحه رفتار اجتماعی و حرکت جامعه اسلامی است، اگر از نقطه نظر سیستمی و عملیاتی نگاه شود، میتوان گفت اقتصاد مقاومتی یک راهبرد بلکه برنامه عمل برای امت اسلامی با عنایت به شرایط کشور و منطقه به شمار میرود. در اقتصاد مقاومتی همچنان که در تحقیق عملیات گفته میشود برای راه اندازی سریعتر پروژه باید نیروی انسانی و امکانات بر روی این پروژه کراش یا همان بسیج شود، در اقتصاد مقاومتی نیز باید آحاد مردم جامعه وارد این عرصه شوند و نه تنها دولت یا مجلس یا قوه قضائیه یا فقط اقتصاد دانان بلکه همه جامعه اسلامی و جامعه ایرانی برای راه اندازی سریعتر این پروژه عظیم اقتصاد مقاومتی همکاری کنند".

در خصوص مولفه‌های گفتمان مدار اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است و یک کشور با امت اسلامی نمونه‌ای از پنهان سازی بوده که نمود زبانی آن بصورت اسم نکره ظاهر میشود، و همچنین کسانی که جامعه را اداره میکنند نمونه‌ای از پنهان سازی است که با نمود زبانی اسم نکره مشخص میشود. رفتار اجتماعی نمونه‌ای از انتزاعی سازی است که بصورت اسم بجای فعل «رفتار کردن» بکار رفته است و امت اسلامی هم نمونه‌ای از کمرنگ سازی است. شرایط کشور و منطقه نمونه‌ای از پیوند زدن است که نمود زبانی آن بصورت ساخت همپایه ظاهر شد، و همچنین نیروی انسانی نمونه‌ای از فعال سازی است که نمود زبانی آن بصورت کنشگر در جایگاه فاعل جمله معلوم ظاهر شده است. امکانات نمونه‌ای از پنهان سازی و کل ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت استفاده از اسم جمع نکره است. اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است و آحاد مردم جامعه نمونه‌ای از فعال سازی است که بصورت کنشگر در جایگاه جمله معلوم بکار رفته است. و همچنین آحاد مردم جامعه نمونه‌ای از مجموعه ارجاعی است که بصورت اسم عام به معنای بخشی از نمود زبانی پیدا کرده است. دولت و مجلس نمونه‌هایی از جنس ارجاعی هستند که با نمود زبانی استفاده از اسم عام ظاهر شده است. قوه قضائیه نیز نمونه‌ای از جنس ارجاعی است که بصورت اسم عام بکار رفته است. اقتصاد دانان نمونه‌ای از کل ارجاعی است که بصورت اسم عام نمود پیدا کرده است. همه جامعه اسلامی و جامعه ایرانی نمونه‌ای از پیوند زدن است که با نمود زبانی استفاده از ساختار همپایه نمود پیدا کرده است. اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است. ساخت زیرین ایدئولوژیک در این متن شامل موارد زیر است: الف) لازمه اقتصاد مقاومتی برنامه ریزی کلان است. ب) در فرآیند اقتصاد مقاومتی برای هر دوره زمانی یک نام انتخاب میشود. ج) مشارکت در فرآیند اقتصاد مقاومتی لازمه مشارکت تمامی آحاد جامعه است. د) در اجرای اقتصاد مقاومتی همکاری ارکان دانشگاهی و اجرایی ضامن موفقیت است.، این متن توسط روزنامه تفاهم باعدم صراحت به میزان ۴۶/۶٪ بازنمایی شده است که در جدول ذیل قابل مشاهده است.

جدول ۲: میزان صراحت/عدم صراحت متن نشریه تفاهم

عدم صراحت	تعداد		مولفه‌های ایدئولوژیک	
	۴۶/۶٪	۸	۳	عنوان دهی
۱			فعال‌سازی	
۲			پیونددهی	
۱			مجموعه ارجاعی	
۱			کل ارجاعی	
۷		۳	پنهان‌سازی	غیرصریح
		۲	جنس ارجاعی	
		۱	انتزاعی‌سازی	
		۱	کمرنگ‌سازی	
۱۵		مجموع مولفه‌های صریح و غیرصریح		

ملاحظه می‌گردد که عوامل گفتمان مدار صریح ۸ مورد و عوامل گفتمان مدار غیرصریح تنها ۷ مورد در متن را شامل. این امر موید این مهم است که با توجه به ماهیت مساله اقتصاد مقاومتی که از سوی مقام معظم رهبری بیان گردیده و نیز اهمیت ملی و فراجناحی آن این نشریه سعی بر آن داشته تا با صراحت بیشتری به بحث پیرامون آن بپردازد. این نشریه با توجه به راهبردی بودن موضع اقتصاد مقاومتی و با میزان صراحت ۴۶/۶٪ به بحث پیرامون این موضع پرداخته و این مهم دارای اهمیت فراوانی می‌باشد که لازم است کلیه رسانه‌ها در خصوص مسائل ملی بدون در نظر گرفتن هر نوع ملاحظات جناحی به بیان ابعاد آن مهم بپردازند.

۳- نشریه فرصت امروز ۱: نام گذاری چهارمین سال از دهه پیشرفت و عدالت به نام اقتصاد مقاومتی نشان از اهمیت ویژه مقوله اقتصاد برای تحقق هر چه بهتر پیشرفت و عدالت دارد. زیرا از آن جهت که به طور حتم، هر چه به پایان روزها نزدیک می‌شویم، فرصت برای اجرا و اقدام و حتی اندیشیدن به برخی از طرحها و برنامه‌های بلند مدت از دست خواهد رفت و از سوی دیگر، با به کار بردن تعبیر ((اقتصاد مقاومتی)) میتوان این تعبیر را برداشت کرد که رویارویی دشمن با مردم و نظام جمهوری اسلامی ایران، مرحله‌ای سخت و جدیتر خواهیم داشت که در نامگذاری امسال همه مردم و مسئولان با ((اهتمام اقتصادی)) و ((تلاش اقتصادی))، به همراه ((اقتصاد مقاومتی)) باید تلاش کنند".

در خصوص عناصر گفتمان مدار نام گذاری چهارمین سال از دهه پیشرفت و عدالت به نام اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی است و همچنین اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است و مقوله اقتصاد نمونه از مشخص سازی است. اجرا و اقدام نمونه‌ای از پنهان سازی و انتزاعی سازی است که نمونه زبانی در آن بصورت اسم بجای فعل بکار ظاهر شد. طرحها و برنامه‌های بلند مدت نمونه‌ای از نامشخص سازی است که نمود زبانی آن بصورت استفاده از اسم جمع نکره بکار رفته است، و برخی از طرحها نمونه‌ای از پنهان سازی است که نمود زبانی

آن بصورت استفاده از اسم نکره ظاهر شد، و همچنین برخی از طرحها نمونه‌ای از مجموعه ارجاعی نیز میباشد. طرحها و برنامه‌های بلند مدت نمونه‌ای از کل ارجاعی نیز میباشد که با استفاده از اسم جمع نمود پیدا کرده است و دشمن در این متن نمونه‌ای از نامشخص سازی و جنس ارجاعی است که نمودزبانی آن بصورت اسم عام مشخص ظاهر شد. مردم و نظام نمونه‌ای از طبقه بندی است که نمود زبانی آن بصورت استفاده از ساخت همپایه ظاهر شد. مردم و مسؤولان نمونه‌ای از پیوند سازی که نمود زبانی آن بصورت استفاده از ساخت همپایه به کار رفت و مردم و مسؤولان نمونه‌ای از جنس ارجاعی است و نمونه‌ای از فعال سازی است و همچنین اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است. ساخت زیرین ایدئولوژیک در این متن شامل موارد زیر است: الف) ۴۰ سال گذشته همواره در راه نیل به عدالت و پیشرفت گام برداشته‌ایم. ب) اقتصاد مقاومتی لازمه دست یافتن به پیشرفت و عدالت میباشد. ج) برای اجرای اقتصاد مقاومتی همه مردم و مسؤولان باید تلاش نمایند. د) برای اجرای اقتصاد مقاومتی هر ثانیه با ارزش است. این متن توسط روزنامه فرصت امروز با صراحت نسبتاً بالایی به میزان ۳۵/۷ بازنمایی شده است که در جدول ذیل قابل مشاهده است.

جدول ۳: میزان صراحت/عدم صراحت متن نشریه فرصت امروز ۱

عدم صراحت	تعداد	مولفه‌های ایدئولوژیک		
۳۵/۷	۹	۳	عنوان دهی	صریح
		۱	فعال سازی	
		۱	پیونددهی	
		۱	طبقه بندی	
		۱	کل ارجاعی	
		۱	نام دهی	
		۱	مشخص سازی	
	۵	۲	پنهان سازی	غیر صریح
		۱	نامشخص سازی	
		۲	جنس ارجاعی	
		۱۴	مجموع مولفه‌های صریح و غیرصریح	

طبق جدول فوق ملاحظه می‌گردد که عوامل گفتمان مدار صریح ۹ مورد از عوامل متن را در بر میگیرند و عوامل گفتمان مدار غیر صریح ۵ مورد را در بر میگیرد. میزان عدم صراحت حدود ۳۵ درصد است. این میزان نشان میدهد که نویسنده با صراحت نسبتاً بالایی از اقتصاد مقاومتی سخن گفته است. این نشریه با توجه به راهبردی بودن موضوع اقتصاد مقاومتی با صراحت به بحث پیرامون این موضع پرداخته و این مهم دارای اهمیت فراوانی میباشد که لازم است کلیه رسانه‌ها در خصوص مسائل ملی بدون در نظر گرفتن هر نوع ملاحظات جناحی به بیان ابعاد آن مهم بپردازند.

۴-نشریه فرصت امروز ۲: "اقتصاد مقاومتی یک نامگذاری بی‌مفهوم و بی‌معنا نیست بلکه بسیج همه ظرفیتهای درونی نظام است که از تهدیدات جلوگیری و موانع را رفع میکند، طبیعت روحیه جهادی این است که بتوان تهدیدات و آسیبهای درونی نظام را شناخته و با هدف گذاری دقیق در راستای راهبرد پیشرفت و عدالت ظرفیتهای را جهت داد تا از وضع موجود به سمت وضع مطلوب حرکت کنیم. اقتصاد مقاومتی باید با دو رویکرد برخورد با دشمن و رفع موانع داخلی و عقب افتادگیها همراه باشد، اقتصاد مقاومتی نباید فراموش شود، بلکه بر همه فعالیتهای اقتصادی حاکم شده و منتهی به شکل گیری الگویی شود که نمونه آن را برای همه مسلمانها و کشورهای آزاده غیرمسلمان ارائه داد."

در خصوص تحلیل عناصر گفتمان مدار اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از نام دهی/عنوان دهی است و همچنین اقتصاد مقاومتی نمونه‌ای از تاثیر پذیری مستقیم است که نمود زبانی آن بصورت مفعول مستقیم ظاهر شد. ظرفیتهای درونی نظام نمونه‌ای از نامشخص سازی است، و همه ظرفیتهای نمونه‌ای از مجموعه ارجاعی است. تهدیدات و موانع نمونه‌هایی از کل ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت اسم عام بکار رفته است، و تهدیدات و موانع همچنین نمونه‌هایی از نامشخص سازی است. روحیه جهادی نمونه‌ای از ارزش دهی است. تهدیدات و آسیبهای درونی نظام نمونه‌ای از نامشخص سازی و کل ارجاعی است که نمود زبانی بصورت اسم عام ظاهر شد. پیشرفت و عدالت نمونه‌ای از انتزاعی سازی است که نمود زبانی آن اسم بجای فعل ظاهر شد. ظرفیتهای نمونه‌ای از نامشخص سازی و کل ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت اسم عام مشخص میشود. دشمن نمونه‌ای از جنس ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت اسم عام مشخص شده است. برخورد با دشمن و موانع داخلی و عقب افتادگیها نمونه‌ای از پیوند زدن است که نمود زبانی آن بصورت ساخت همپایه مشخص شده است. همه فعالیتهای اقتصادی نمونه‌ای از مشخص سازی/ هویت دهی مقوله‌ای است و همچنین همه فعالیتهای اقتصادی نمونه‌ای از کل ارجاعی است که نمود زبانی آن بصورت اسم عام جمع مشخص شده است. مسلمانها و کشورهای آزاده غیرمسلمان نمونه‌ای از پیوند زدن است که بصورت ساخت همپایه نمود زبانی پیدا کرد. همه مسلمانها و کشورهای آزاده غیر مسلمان نمونه‌ای از منفعل سازی/تاثیرپذیری غیرمستقیم است که نمود زبانی آن کنشگر در جایگاه مفعول غیرمستقیم ظاهر شده است. الگویی نمونه‌ای از نامشخص سازی است که بصورت اسم نکره نمود پیدا کرده است. ساخت زیرین ایدئولوژیک در این متن شامل موارد زیر است: الف) اقتصاد مقاومتی شعار و کلامی زینتی نیست. ب) با استفاده از تمامی استعدادها بالقوه میتوان از رخنه اقتصادی دشمن جلوگیری کرد. ج) اقتصاد مقاومتی یعنی ایجاد روحیه جهادی که منجر به عدالت اجتماعی میشود. د) اقتصاد مقاومتی یعنی جنگ با دشمن اقتصادی خارجی و رفع معضلات داخلی.

جدول ۴: میزان صراحت/عدم صراحت نشریه فرصت امروز ۲

عدم صراحت	تعداد	مولفه‌های ایدئولوژیک		
۴۵٪	۱۱	۱	عنوان دهی	صریح
		۱	فعال سازی	
		۲	پیونددهی	
		۴	کل ارجاعی	
		۱	ارزش دهی	
		۱	هویت بخشی	
		۱	مجموعه ارجاعی	
	۹	۱	انتزاعی سازی	غیر صریح
		۵	نامشخص سازی	
		۱	جنس ارجاعی	
		۱	تاثیرپذیری غیرمستقیم	
۱		تاثیرپذیری مستقیم		
۲۰	مجموع مولفه‌های صریح و غیرصریح			

در اینجا عوامل گفتمان مدار صریح ۱۱ مورد از عوامل متن را در برمیگیرند و عوامل گفتمان مدار پوشیده نیز ۹ مورد هز متن را شامل میشوند. میزان عدم صراحت حدود ۴۵ درصد است که نشان میدهد نشریه تا حدودی توانسته با صراحت به این امر خطیر بپردازد.

جدول ۵: میزان صراحت/عدم صراحت متن نشریات

نشریه	تعداد مؤلفه‌های گفتمان مدار	عدم صراحت بیان
دنیای اقتصاد	۲۷	۵/۵۵٪
تفاهم	۱۵	۶/۴۶٪
فرصت امروز ۱	۱۴	۷/۳۵٪
فرصت امروز ۲	۲۰	۴۵٪

در این ۴ نشریه بررسی شده، تفاهم، فرصت امروز ۱ با ۳۵/۷٪، فرصت امروز ۲ با ۴۵٪ و تفاهم با ۴۶/۶٪ به ترتیب نشریه‌هایی هستند که میزان عدم صراحت آنها کمتر از ۵۰ درصد است. یعنی با صراحت بیشتری به اقتصاد مقاومتی پرداخته‌اند. این نشریات با استفاده از مؤلفه‌های صریح از جمله فعالسازی، نوع ارجاعی، پیوند دهی، نام دهی، ارزش دهی، هویت بخشی، طبقه‌بندی، مشخص سازی، مجموعه ارجاعی و کل ارجاعی سعی بر آن داشته‌اند تا با کمترین عدم صراحت اقتصاد مقاومتی را بازنمایی کنند. در مقابل، نشریه دنیای اقتصاد، با ۵۵/۵٪ با صراحت کمتر و پوشیدگی بیشتر به بحث اقتصاد مقاومتی پرداخته است. این نشریه با استفاده از مؤلفه‌های پوشیده از جمله پنهان‌سازی جنس ارجاعی، مکان‌مداری، انتزاعی سازی، ابزار‌مداری، کم‌رنگ سازی و تاثیرپذیری مستقیم، تاثیرپذیری غیرمستقیم و نامشخص سازی با صراحت کمتر و با بیشترین عدم صراحت درباره اقتصاد مقاومتی سخن گفته است. با توجه به نشریه‌ها میتوان نتیجه گرفت که متخصصین اقتصاد به اقتصاد مقاومتی با تردید نگاه کرده‌اند. اقتصاد مقاومتی که در سال ۹۷ جای خود را به حمایت از تولید داخلی داده است، بدون حمایت از تولید داخلی شعاری بیش نیست. متخصصان اقتصادی احتمالاً به این امر واقف بوده‌اند که مقاومت در برابر تهدیدات و تحریمهای اقتصادی بدون حمایت از تولید داخلی غیرممکن است و بنابراین با میزان قطعیت کمتری به آن پرداخته‌اند. البته تفاوت در میزان عدم صراحت متون مطبوعاتی را میتوان به تفاوت در دسترسی به قدرت نیز دانست که میتواند در چگونگی تصویرسازی کنشگران اجتماعی، به شیوه صریح یا پوشیده، تاثیر بگذارد. در مطالعات تحلیل‌گفتمان انتقادی مفهوم قدرت همان مفهوم قدرت دوقطبی از دیدگاه وبر است (سلطانی، ۱۳۸۴).

۶- نتیجه‌گیری

اقتصاد مقاومتی طرحی است که توسط مقام رهبری به عنوان راه حلی برای وضعیت اقتصادی کشور معرفی گردیده است. در حالیکه کشور تحت تهدید به تحریم و فشارهای اقتصادی از طرف غرب قرار دارد و کشورهای غربی دائماً اقتصاد ایران را تحت فشار قرار میدهند، مطرح کردن مقوله اقتصاد مقاومتی از سوی رهبر موضوعی حائز اهمیت است. چرا که تاکید ایشان بر حمایت از تولید ملی و وابسته نبودن به دنیا میتواند گره‌های مختلفی را در بحران اقتصاد داخلی باز کند. در این میان اصحاب رسانه نقش مهمی در اشاعه این فرهنگ یعنی خودکفایی و تکیه بر تولید داخلی دارند. بسیاری از روزنامه‌ها به این امر مهم پرداخته‌اند ولی اینکه تا چه حدود با صراحت به این مساله پرداخته باشند، میتواند در روشن کردن ذهن مردم جامعه و نه فقط روشنفکران نقش بسزایی داشته باشد. در این مقاله سعی بر آن بود تا مساله خطیر اقتصاد مقاومتی از دید اصحاب رسانه بررسی شود و با بهره‌گیری از مدل جامعه‌شناختی-معناشناختی ون لیوون مشخص گردد تا به چه میزان از صراحت بدان پرداخته شده است و میزان عدم صراحت آنها به چه میزان بوده است. لذا متنهایی از روزنامه‌های مختلف مورد بررسی جامعه‌شناختی-معناشناختی قرار گرفت. نتایج نشان میدهد که مدل جامعه‌شناختی-معناشناختی ون لیوون بر اساس چارچوب خود قادر است که ایدئولوژی مخفی در متنها را شناسایی کند. حال در این بخش مجدداً پرسشهای مذکور و پاسخهای به دست آمده مطرح میگردد و محک زده میشود.

نخستین پرسش رساله این بود که کدام راهبردهای ایدئولوژیکی و زبانی در بیان‌گفتمان اقتصاد مقاومتی از سوی نشریات دنیای اقتصاد، تفاهم، فرصت امروز ۱ و فرصت امروز ۲ به کار رفته است؟ پس از انجام تحلیلها مشخص گردید که این امراز طریق بهره‌گیری از مؤلفه‌های گفتمان مدار صریح همچون فعال سازی، کل ارجاعی، پیوند دهی، مشخص سازی، نام دهی، ارزش دهی، عنوان دهی، نقش دهی، طبقه بندی و مجموعه ارجاعی و مؤلفه‌های

گفتمان مدار پوشیده از قبیل پنهان‌سازی، جنس ارجاعی، مکان‌مداری، انتزاعی‌سازی، ابزار‌مداری، کم‌رنگ‌سازی و، تاثیرپذیری مستقیم، تاثیرپذیری غیرمستقیم و و نامشخص‌سازی صورت گرفته است.

این پژوهش همچنین نشان داد که تظاهر زبان شناختی ساختهای گفتمان مدار در متون جهت فعال‌سازی از شرکت‌کنندگان در جایگاه فاعل جمله معلوم و ترکیبات اضافی، جهت نامشخص‌سازی از ضمیر یا صفت نامعین یا استفاده از اسم نکره بدون اشاره به چیزی یا کسی، جهت پیوند زدن از ساختار همپایگی، جهت جنس ارجاعی از اسامی مفرد و جمع عام، جهت نوع ارجاعی شاخه کل ارجاعی از ضمیر و اسم جمع و جهت نوع ارجاعی شاخه فرد ارجاعی از اسم خاص به شیوه اعتبار دهی و در نهایت جهت انتزاعی‌سازی از اسم معنا کاربرد دارد.

در پاسخ به سؤال دوم که میزان صراحت/عدم صراحت بیان این موضوع در نشریات یادشده چگونه است؟ باید گفت که با توجه به نمونه‌های تحلیل شده در بخش تحلیل داده‌ها، این نتایج بدست آمد که نشریه فرصت امروز ۱ کمترین میزان عدم صراحت و نشریه دنیای اقتصاد بیشترین میزان عدم صراحت را به خود اختصاص داده‌اند و در این میان نشریه فرصت امروز ۲ و نشریه تفاهم در سطح میانی قرار گرفته و تقریباً مشابه عمل کرده‌اند. در نهایت صراحت بیانی متون در داده‌های بررسی شده به ترتیب در نشریات فرصت امروز ۱، فرصت امروز ۲، تفاهم و دنیای اقتصاد دیده شده است. میزان ارجاعات پوشیده هر متن نشان دهنده میزان عدم صراحت در هر نشریه است. البته تفاوت در میزان عدم صراحت متون مطبوعاتی را میتوان به تفاوت در دسترسی به قدرت نیز دانست که میتواند در چگونگی تصویرسازی کنشگران اجتماعی، به شیوه صریح با پوشیده، تاثیر بگذارد. هرچه میزان دسترسی به منابع قدرت بیشتر باشد، متن صریحتر و شفافتر است و بازنمایی کنشگران اجتماعی با استفاده از مؤلفه‌های صریح صورت میگیرد. در مقابل، هرچه میزان دسترسی به منابع قدرت کمتر باشد، نویسندگان ناگزیر دست به بیان غیرمستقیم افکار و ایدئولوژی خود میزنند. همانطور که میشل فوکو اذعان میدارد هیچ متنی از دیدگاه ایدئولوژی میرا نیست و متون آغشته به ایدئولوژی و روابط قدرت در لایه‌های زیرین هستند و همانطور که بلور و بلور (۲۰۰۷) ادعا میکنند، ایدئولوژی در متون یخ زده است و برای اینکه آن ایدئولوژی را مشخص کنیم، باید آن یخها را شکسته و ایدئولوژی نهفته در پس متن را شناسایی کرد. جهت انجام این کار، مؤلفه‌های گفتمان مدار در چارچوب نظریه معناشناسی-جامعه‌شناسی ون لیون همراه با مؤلفه‌های زبانی به متخصص تحلیل کلام این امکان را میدهد تا به اعماق متن نفوذ کرده و لایه‌های زیرین را بکاود و روابط قدرت را مشخص کند و به تبع از نابرابریهای اجتماعی، بی‌عدالتی و تبعیضهای نژادی و جنسیتی پرده بردارد.

با توجه به تاکیدات مقام رهبری بر اجرای اصول اقتصاد مقاومتی و نیز این مهم که مطبوعات نقش به‌سزایی در افزایش آگاهی مردم نسبت به اهمیت اقتصاد مقاومتی دارند لازم است تمام رسانه با اجتناب از هر نوع ابهام و پوشیدگی با صراحت کامل به تبیین مفهوم اقتصاد مقاومتی بپردازند و در خصوص مسائل ملی بدون در نظر گرفتن هر نوع ملاحظات جناحی به بیان ابعاد آن مهم بپردازند. این تحقیق میتواند یک نمونه عملی و مفید از اجرای چارچوب نظری معناشناسی-جامعه‌شناسی ون لیون در متون سیاسی باشد. روالی که این تحقیق دنبال کرده است میتواند روشن‌کننده مسیر متخصصان و علاقه‌مندان تحلیل گفتمان انتقادی در تحلیل گفتمان بخصوص گفتمان سیاسی باشد. چون این پژوهش به دنبال واکاوی سخنان با ارزش رهبر انقلاب در باب اقتصاد مقاومتی بود، نگارنده در جستجو برای یافتن مطالب مورد نیاز با مشکلاتی روبرو بود.

مشارکت نویسندگان

این مقاله از رساله‌ دوره دکتری رشته زبان و ادبیات فارسی مصوب در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی استخراج شده است. سرکار خانم دکتر فروغ کاظمی راهنمایی این رساله را عهده‌دار بودند. سرکار خانم دکتر مریم ایرجی به عنوان مشاور و سرکار خانم سوسن تقی‌پور دانشجوی دوره دکتری پژوهشگران این رساله در گردآوری و تنظیم متن نقش داشته‌اند. در نهایت تحلیل محتوای مقاله حاصل تلاش و مشارکت هر سه پژوهشگر می‌باشد.

تشکر و قدردانی

نویسندگان بر خود لازم میدانند مراتب سپاسگزاری خود را از کارکنان گروه محترم زبان و ادبیات فارسی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی اعلام نمایند.

عدم تعارض منافع

نویسندگان این مقاله گواهی مینمایند که این اثر در هیچ نشریه داخلی و خارجی به چاپ نرسیده و حاصل فعالیت‌های پژوهشی تمامی نویسندگان است و ایشان نسبت به انتشار آن آگاهی و رضایت دارند. این تحقیق طبق کلیه قوانین و مقررات اخلاقی اجرا شده و هیچ تخلف و تقلبی صورت نگرفته است. مسئولیت گزارش تعارض احتمالی منافع و حامیان مالی پژوهش به عهده نویسنده مسئول است و ایشان مسئولیت کلیه موارد ذکر شده را برعهده میگیرند.

REFERENCES

- Fairclough, N. (1993). Critical discourse analysis and the commodification of public discourse. *Discourse and Society*, 4(2), 133-68.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. London: Longman.
- _____ (1992). *Discourse and Social Change*. London: Polity press.
- _____ (1995). *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- _____ (2000). *New labor, New Language*. London: Routledge.
- _____ (2001). *Language and Power*, 2nd ed. London: Longman.
- _____ (2003). *Global capitalism and critical awareness in language*. <http://www.Google.com>
- Kress, G.R. (1985). *Linguistic processes in sociocultural practice*. Victoria, Australia: Deakin University Press.
- Kress, G. & Hodge, R. (1979). *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Martinez Lirola, M. (2014). Visibility and invisibility: Exploring the representation of women and men in Irish politics. The example of the 2011 broadcasts. *Communication Papers- Media Literacy and Gender Studies*, 3 (5), 11-23.
- Osisanwo, A. (2014). Role allocation in the media representation of participants in selected electoral discourses in Nigeria. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 2 (3), 183-204.
- Rashidi, N., & Ghaedsharafi, S. (2015). An investigation into the culture and social actors' representation in Summit Series ELT textbooks within Van Leeuwen's 1996 Framework. *Sage Open*, 1-10.

- Van Leeuwen, T. A. (1996). The representation of social actors, in Coudas- Coulthard, C. R. & Coulthard, M. (eds.), *Text and practices, Reading in CDA*. London: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse studies: A multidisciplinary introduction*. London: Sage.
- _____ (2000). *Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction*. <http://www.hum.uva.nl/teun>.
- _____ (2001). Multidisciplinary CDA: A Plea for Diversity, In R. Wodak & M. Meyer (eds.). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage Publication.
- _____ (2002). *Principles of critical discourse analysis, in method of CDA*, (ed.) by R. Wodak & M. Meyer. London: Sage Publication, 95-120.
- Winkler, I. (2011). The representation of social actors in corporate codes of ethics. How code language positions internal actors. *Journal of Business Ethics*, 101, 653-665.

فهرست منابع فارسی

- آقاگل‌زاده، فردوس و مریم غیثیان (۱۳۸۶). " رویکردهای غالب در تحلیل گفتمان انتقادی ". مجله زبان و زبان شناسی سال ۳ شماره ۱ ۵۴-۳۹.
- تسلیم جهرمی، فاطمه. (۱۴۰۲) بازنمایی کارگزاران اجتماعی در گفتمان طنز احمد شاملو بر اساس الگوی ون لیون. متن پژوهی ادبی، دوره ۲۷، شماره ۹۷، صص ۴۰۴-۳۶۷.
- حیدری تبریزی، حسین و رزمجو، سید آیت الله. (۱۳۸۴). شیوه‌های تصویرسازی کارگزاران اجتماعی در گفتمان فارسی: تحلیل توجیهی گفتمان با عنایت به مولفه‌های جامعه‌شناختی - معنایی. نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی تبریز، ۱۹۵، صص ۳۴-۱.
- رحیمی، منصور و سید احمد پارسا. (۱۴۰۲). کیفیت نقش آفرینی عناصر زبانی و روایی در پیکر بندی متن آرش کمانگیر. زبان و ادبیات فارسی (دانشگاه خوارزمی)، شماره ۴۰ (پیاپی ۹۵). صص ۱۳۴-۱۱۱.
- فداکار، کژال و رضا صادقی شهپر. (۱۴۰۱). مشروعیت بخشی و مشروعیت زدایی در اشعار ملک الشعرای بهار و حاجی قادر کوی بر اساس نظریه ون لیون. پژوهشنامه ادبیات کردی، دوره: ۸، شماره: ۱.
- فیضی، فاطمه و طاهره میرهاشمی. (۱۴۰۱). نام دهی و طبقه‌بندی در اشعار عارف قزوینی بر اساس الگوی بازنمایی کارگزاران اجتماعی ون لیون. جامعه شناسی سیاسی ایران مهر، شماره: ۲۳.
- فرکلاف، نورمن. (۱۳۸۷). تحلیل گفتمان انتقادی. ترجمه فاطمه شایسته پیران و دیگران. (چاپ دوم) تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه
- قنبری عبدالملکی، رضا، و فیروزیان پوراصفهان، آیلین. (۱۴۰۱). بررسی شیوه‌های بازنمایی کنشگران اجتماعی در داستان «دره خزان زده» از منظر تحلیل گفتمان انتقادی با بهره گیری از مولفه‌های جامعه‌شناختی معنایی (رویکرد ون لیون). جستارهای زبانی، ۱۱۳ (۱) (پیاپی ۶۷)، ۱۹۹-۲۳۲.
- کنعانی، ابراهیم و انتظاری، صفورا (۱۴۰۱) تحلیل گفتمان انتقادی رمان رؤیای تبت بر پایه الگوی ون لیون، مطالعات زبانی و بلاغی، سال ۱۳، شماره ۲۹، صص ۲۴۰-۲۱۹.

کیشانی فراهانی، محمد و منوچهر اکبری (۱۴۰۱). نام‌دهی و طبقه‌بندی در اشعار سیاسی و اجتماعی فروغی یزدی بر اساس الگوی کارگزاران اجتماعی ون لیوون. دو فصلنامه ادب فارسی، دوره: ۱۲، شماره ۲. ناصری، فرشته. (۱۴۰۰). بررسی مؤلفه‌های گفتمان مدار کارگزاران اجتماعی در تذکره‌الاولیا عطار براساس نقش عرفانی فضیل بن عیاض و باتکیه برالگوی ون لیوون. ون دایک، تئون ای (۱۳۸۲). مطالعاتی در تحلیل گفتمان: از دستور متن تا گفتمان‌کاوی انتقادی. ترجمه پیروز ایزدی و دیگران. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه. یارمحمدی لطف‌اله. (۱۳۸۳). گفتمان‌شناسی رایج و انتقادی. تهران: انتشارات هرمس. یارمحمدی، لطف‌الله و لیدا سیف (۱۳۸۳). بازنمایی کارگزاران اجتماعی در منازعات فلسطین و اسرائیل از طریق ساختارهای گفتمان‌مدار جامعه‌شناختی - معنایی. مجموعه مقالات ششمین کنفرانس زبان‌شناسی، تهران دانشگاه علامه طباطبایی ۴۲۱-۳۳۴.

معرفی نویسندگان

سوسن تقی‌پور: دانشجوی دکتری گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(Email: s.taghipour1973@gmail.com)

(ORCID: 0009-0005-9455-1309)

فروغ کاظمی: دانشیار گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(Email: for.kazemi@iauctb.ac.ir (نویسنده مسئول))

(ORCID: 0000-0001-6635-0036)

مریم ایرجی: استاد گروه زبان‌شناسی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

(Email: miraji180@gmail.com)

(ORCID: 0000-0001-7026-7606)

COPYRIGHTS

©2021 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited.

Introducing the authors

Susan Taghipour: PhD student, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(Email: s.taghipour1973@gmail.com)

(ORCID: 0009-0005-9455-1309)

Foroogh Kazemi: Associate Professor, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(Email: for.kazemi@iauctb.ac.ir : Responsible author)

(ORCID: 0000-0001-6635-0036)

Maryam Irajy: Professor, Department of Linguistics, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

(Email: miraji180@gmail.com)

(ORCID: 0000-0001-7026-7606)