

## تعامل رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی؛ بازنمایی اقتصاد مقاومتی در فضای مجازی

محمد مهدی فرقانی\* ، رامین شمسایی نیا\*\*

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۹۶/۵/۱۸

### چکیده

پژوهش پیش رو کوششی برای ارائه رهیافتی به فراگرد تعامل رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی در تولید جریان‌های اصلی خبر و پوشش‌های اجتماعی با مطالعه موردی بازنمایی اقتصاد مقاومتی به مثابه یک الگوی توسعه ملی است. روند اقبال کاربران به شبکه‌های اجتماعی (بوئژه پیام رسان‌های موبایل محور) مدیران رسانه‌های جمعی را بر آن داشته است تا از ظرفیت این فناوری‌های نوین ارتباطی برای توزیع مناسب‌تر تولیدات خود در فضای مجازی بهره بیشتری گیرند. ترکیب و تعامل رسانه‌های جمعی مانند خبرگزاری‌ها و رسانه‌های اجتماعی (برای توزیع مؤثر خبر و ایجاد پوشش اجتماعی) بهینه‌ترین حالت اثرگذاری رسانه‌ها برای اقناع افکار عمومی و اجرای الگوهای توسعه ملی است. در ایران آسیب پذیری اقتصاد ملی در برابر

mmforghani@yahoo.com

shamsaei.r@gmail.com

\* دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی. (نویسنده مسئول)

\*\* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

تکانه‌های طبیعی و تعمدی اقتصاد جهانی و داخلی، سیاستگذاران را بر آن داشت تا الگویی درون‌زا، برون‌گرا و متناسب با شرایط بومی کشور با عنوان اقتصاد مقاومتی طراحی کنند. در این پژوهش برای سنجش جامع رویکردهای رسانه‌های نزدیک به گفتمان‌های مسلط به اقتصاد مقاومتی به تحلیل گفتمانی ۶۳ متن از خبرگزاری‌های ایسنا، صداوسیما و فارس به نمایندگی از سه گفتمان مسلط اصلاح‌طلبان، حاکمیت، اصولگرایان پرداخته شده است. در نتیجه‌گیری نمودار مقایسه‌ای مزیت‌ها و محدودیت‌های «پایگاه آنلاین» و «کانال تلگرام» خبرگزاری‌ها آمده است، تحلیل گفتمانی این سه رسانه نشان از فقدان قرائت مشترک از معنای اقتصاد مقاومتی و واگرایی نسبی و نگاه بخشی‌نگرانه رویکرد هر رسانه متناسب با گفتمان مسلط نزدیک به آن دارد.

**واژه‌های کلیدی:** اقتصاد مقاومتی، بازنمایی، رسانه‌های جمعی، شبکه

اجتماعی تلگرام، فضای مجازی، فناوری‌های نوین ارتباطی

## مقدمه و طرح مسئله

گسترش رسانه‌های نوین که شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایل پایه، به روز شده‌ترین نسخه این نسل رسانه‌ها هستند و همچنین توسعه خدمات آنلاین و تسهیل دسترسی به اینترنت پر سرعت برای کاربران، باعث شده که اثرگذاری این رسانه‌ها بر روند تحولات اجتماعی و پیشبرد طرح‌های توسعه ملی در کشورها افزایش چشمگیری داشته باشد. از دیگر سو رسانه‌های جمعی و سنتی مانند مطبوعات و خبرگزاری‌ها نیز از فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی برای بازنشر موثرتر اخبار و متون خود بهره می‌برند، امری که نشان می‌دهد رسانه‌های جمعی و سنتی هنوز از مراکز اصلی تولید جریان خبری هستند و شبکه‌های اجتماعی از اخبار تولید شده برای ایجاد پوشش‌های اجتماعی بهره می‌برند.

پیش از گسترش شبکه‌های اجتماعی برخی صاحب‌نظران به چگونگی این فراگرد تعاملی اشاره داشته‌اند، فرقانی (۱۳۸۴) در مقاله «تعامل سنت و فناوری در جامعه اطلاعاتی» می‌نویسند: «رسانه‌های سنتی در رقابت با شبکه‌های نوین ارتباطی به تعامل و همکاری و هم‌افزایی خواهند رسید و راه حذف و ادغام را نخواهند پیمود»، فرقانی در ادامه استدلال می‌کند: «رسانه‌ها هیچ‌گاه جایگزین یکدیگر نمی‌شوند، بلکه حوزه‌های مستقلی را برای فعالیت خویش بر می‌گزینند و نقش‌ها و کارکردهای تازه و مکملی را برای خود تعریف می‌کنند، تجربه تولید رادیو و سپس تلویزیون در اوایل سده بیستم و تأثیر آن بر فضای روزنامه‌نگاری، گواهی بر این مدعاست.» مانوئل کاستلز<sup>۱</sup> نیز در این باره معتقد است: «ظهور سیستم چند رسانه‌ای به معنای پایان جدایی و تمایز میان رسانه‌های شنیداری، دیداری و چاپی، فرهنگ عامیانه و فرهنگ نخبگان است» (کاستلز به نقل از فرقانی، ۱۳۸۴: ۶۱). اثرگذاری ترکیب رسانه‌های جمعی سنتی و رسانه‌های اجتماعی نوین بر طرح‌های توسعه ملی از دو منظر قابل ملاحظه است؛ نخست این که این رسانه‌ها به توجیه و آماده‌سازی افکار عمومی برای اجرای طرح‌های توسعه می‌پردازند و دوم آنکه دیدگاه مخاطبان عام و کنشگران مؤثر را پیرامون این طرح‌ها به گوش سیاستگذاران و حکمرانان می‌رسانند. امری که همواره مورد مطالعه حوزه ارتباطات و توسعه بوده است. ارتباطات پشتیبان توسعه که نخستین بار توسط<sup>۲</sup> رابرت ارسکین چیلدرز<sup>۳</sup> به کار برده شد، به خصوص برای پشتیبانی از نوعی برنامه توسعه خاص، طراحی شده است (بورن<sup>۴</sup>، ۱۳۷۹: ۲۷۲).

در ایران انتقادها از اقتصاد عمدتاً تک محصولی (نفت و گاز و مشتقات آن) است که صاحب‌نظران از آن با عنوان «بیماری هلندی»<sup>۴</sup> اقتصاد یاد می‌کنند و معتقدند تکیه بر خام‌فروشی منابع طبیعی بخش صنعتی و تولید کشور را کاهل ساخته است و همچنین

1. Manuel Castells
2. Robert Erskine Childers
3. Boeren
4. Dutch disease

آسیب پذیری اقتصاد ملی از تکانه‌های طبیعی و تعددی اقتصاد جهانی سابقه‌ای چند دهه‌ای دارد. مجموعه این روندها، نظریه پردازان و سیاستگذاران را بر آن داشت تا الگویی مقاوم، درون‌زا و در عین حال برون‌گرا و متناسب با شرایط بومی، هنجاری و آرمانی کشور برای توسعه اقتصاد ملی طراحی کنند. در غیاب احزاب فراگیر و قدرتمند در ایران، این رسانه‌ها هستند که طیف‌های مختلف فکری جامعه را نمایندگی می‌کنند و قدرت تولید جریان‌های اجتماعی را دارند، این رسانه‌ها در واقع گاهی نماینده و گاهی نیز جایگزین احزاب و گروه‌های اجتماعی مؤثر بر روند تحولات کشور هستند و گفتمان‌های رسانه‌ای به نوعی همان گفتمان گروه یا نهاد مؤثر اجتماعی است. بنابراین، رسانه‌های جمعی یکی از منابع قدرت اند، یعنی ابزاری برای کنترل، مدیریت و نوآوری در جامعه هستند که می‌توانند جانشینی برای قدرت یا دیگر منابع باشند (مک کوایل<sup>۱</sup>، ۱۳۸۲: ۱۱۶). از این رو درک و رویکرد بازنمایی این رسانه‌ها از اقتصاد مقاومتی در موفقیت یا ناکامی این الگو بسیار مؤثر است. متناسب با آنچه ذکر شد ترکیب رسانه‌های جمعی مانند خبرگزاری‌ها (برای تولید خبر) و رسانه‌های اجتماعی (برای توزیع مؤثر خبر و ایجاد پویای اجتماعی) بهینه‌ترین حالت اثرگذاری رسانه‌ها بر افکار عمومی است. مسئله اصلی پژوهش آن است که خبرگزاری‌های نزدیک به گفتمان‌های مسلط (اصولگرایان، اصلاح‌طلبان، حاکمیت) چگونه و با چه گفتمانی اقتصاد مقاومتی را بازنمایی کرده‌اند؟ و همچنین مسئله فرعی در پی پاسخ به این پرسش است که رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی (یادشده در پژوهش) چگونه و در چه فرآیندی از یکدیگر برای بازنشر و بهینه‌سازی توزیع متون و تولیدات خود (با توجه به مزیت و محدودیت‌های هر یک از این دو بستر ارائه محتوا) بهره گرفته و با یکدیگر تعامل می‌کنند؟

---

1. Denis McQuail

در مقاله پیش رو کانال تلگرام و پایگاه آنلاین سه رسانه نزدیک به سه گفتمان مسلط برای مطالعه موردی انتخاب شده است. پیرامون اثربخشی شبکه اجتماعی تلگرام بر افکار عمومی باید گفت؛ این پیام رسان هم اکنون فراگیرترین و پرطرفدارترین شبکه اجتماعی در ایران است، براساس جدیدترین نظرسنجی در بین شبکه‌های اجتماعی، تلگرام با ۵۵ درصد کماکان در صدر مصرف مردم کشور قرار دارد و پس از آن اینستاگرام با ۲۳ درصد در رتبه دوم جای گرفته است. شایان ذکر است که در نظرسنجی ایسپا در سال گذشته ۳۸ درصد مردم ایران عضو تلگرام بوده‌اند که امسال با افزایش ۱۷ درصدی به ۵۵ درصد افزایش پیدا کرده است (ISPA, 2017). همچنین سازمان صداوسیما به عنوان بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین رسانه حاکمیت در ج.ا.ایران است که می‌تواند گفتمان رسانه‌ای حاکمیت پیرامون اقتصاد مقاومتی را نمایندگی کند. برای شناخت رویکرد صداوسیما به اقتصاد مقاومتی و نحوه بازنمایی آن، خبرگزاری صداوسیما با کارویژه اصلی‌ترین منبع تولید خبر و گزارش برای تمام بخش‌های خبری این رسانه، انتخاب شده است. همچنین خبرگزاری فارس به مثابه رسانه نزدیک به گفتمان مسلط اصولگرایی و خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) به عنوان رسانه نزدیک به گفتمان مسلط اصلاح طلبی مورد تحلیل گفتمانی قرار گرفته‌اند.

### ضرورت و اهمیت پژوهش

امروزه هر گونه بحث درباره رسانه‌های جمعی در گرو پذیرش این نکته است که ما به نحو عمیقی به حضور و محتوای آن‌ها وابسته هستیم (دی فلور، ۱۳۸۳: ۲۹). رسانه‌ها امروزه یکی از نهادهای اجتماعی راهبردی در هر کشوری به شمار می‌آیند و شناخت ایدئولوژی‌های حاکم بر متون رسانه‌ای وسایل ارتباط جمعی، همواره می‌تواند در پیشبرد سیاست‌های کلان سازنده و یا مهار سیاست‌های رسانه‌ای غیر سازنده در آن کشور ویا در سطح بین‌المللی مؤثر باشد.

مناقشات در سیاست خارجی، اعمال تحریم، تکانه‌های اقتصاد جهانی و امتداد بحران به اقتصاد ملی و... باعث شده توسعه اقتصاد ملی در سال‌های اخیر به مسئله اول کشور تبدیل شده و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی طراحی و اجرا شود. از سویی دیگر مذاکرات فشرده چند سال اخیر برای حل مناقشه هسته‌ای ایران، گفتگوهای بیشتری پیرامون نسبت اقتصاد درون‌زا و قدرت ملی ایجاد کرد. از همین رو نسبت ارتباطات رسانه‌ای و اقتصاد مقاومتی یک حوزه مطالعاتی نوظهور و بکر در پژوهش‌های دانشگاهی به شمار می‌رود که می‌تواند مرزهای دانش در حوزه ارتباطات و توسعه را گسترش دهد. شناخت گفتمان حاکم بر رویکردهای رسانه‌ای پیرامون اقتصاد مقاومتی بویژه با کارکردهای ویژه شبکه‌های اجتماعی ما را قادر می‌سازد تا با مشخص ساختن نظرات افکار عمومی، صاحب نظران و ذینفعان گروه‌های گوناگون جامعه که در گفتمان‌های رسانه‌ای آنان منعکس می‌شود، نقاط قوت و ضعف این الگو را بهتر شناخته و همچنین تصویری که رسانه‌ها از الگوی اقتصاد مقاومتی برای مخاطبان خود می‌سازند را ارزیابی کنیم، همچنین در عمل می‌تواند سیاستگذاران و مجریان این الگو را در ارزیابی و شیوه مطلوب اجرای آن یاری دهد و موجب بهبود سیاستگذاری تولید رسانه‌ای پیرامون اقتصاد مقاومتی شود.

### اهداف و سؤالات پژوهش

#### • هدف اصلی پژوهش:

کشف و بررسی نحوه بازنمایی اقتصاد مقاومتی در خبرگزاری‌های نزدیک به گفتمان‌های مسلط (اصولگرایان، اصلاح طلبان، حاکمیت)

#### • هدف فرعی پژوهش:

توصیف و بررسی فرآیند تعامل و بهره‌گیری رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی (یادشده در این پژوهش) از یکدیگر برای بازنشر و بهینه‌سازی توزیع متون و تولیدات خود با توجه به مزیت و محدودیت‌های هر یک از این دو بستر ارائه محتوا

• سؤال اصلی پژوهش:

خبرگزاری‌های نزدیک به گفتمان‌های مسلط (پایگاه آنلاین و کانال تلگرام) چگونه و با چه گفتمانی اقتصاد مقاومتی را بازنمایی کرده‌اند؟

• سؤال فرعی پژوهش:

رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی (یادشده در این پژوهش) چگونه و در چه فرآیندی از یکدیگر برای بازنشر و بهینه‌سازی توزیع متون و تولیدات خود (با توجه به مزیت و محدودیت‌های هر یک از این دو بستر ارائه محتوا) بهره‌گرفته و با یکدیگر تعامل می‌کنند؟

### مفاهیم اساسی پژوهش

#### فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی

توسعه چشمگیر فناوری‌های نوین ارتباطی<sup>۱</sup> و افزایش کاربران متقاضی خدمات آنلاین و همچنین افزایش دسترسی به اینترنت باعث شده است که نقش فناوری‌های ارتباطی نوظهور بر روندهای اجتماعی و توسعه رو به رشد باشد. وانگ<sup>۲</sup> در این باره می‌گوید: در دو دهه اخیر، افزایش پرشتابی در شمار افراد دارای دسترسی به اینترنت به وقوع پیوسته و دامنه برنامه‌های کاربردی اینترنت برای کارکردهای مختلف گسترده‌تر شده است. (Wang & others, 2016: 120). شبکه‌های اجتماعی نماد شاخص فناوری‌های نوین ارتباطی محسوب می‌شوند، که و همکارانش<sup>۳</sup> در این باره معتقدند که شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های اجتماعی مجازی به شمار می‌روند که در آن‌ها افرادی که از نظر زمانی و مکانی از یکدیگر جدا هستند، به راحتی می‌توانند اطلاعاتشان را با یکدیگر سهیم شوند و با سایر افراد به تبادل اطلاعات بپردازند (koh & others, 2007: )

- 
1. New Communication Technologies
  2. Wang
  3. Koh, J.Kim, Butler, B.Bock

70) و همچنین هانسن<sup>۱</sup> اضافه می‌کند: ما از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنیم تا دوستان و خانواده مان را به خود نزدیک تر کنیم؛ به همسایگان و هم دانشگاهیانمان دسترسی یابیم و به بازار محصولات و خدمات نیرو ببخشیم (Hansen & others, 2011: 87).

اما این فناوری نوین ارتباطی چه ویژگی‌هایی دارد؟ ویژگی‌های مهم رسانه‌های اجتماعی عبارتند از: ۱. خدمات رسانه‌های اجتماعی با استفاده از اپلیکیشن‌های مبتنی بر وب و موبایل ارائه می‌شوند. ۲. محتوای تولیدشده توسط کاربر همچون متن، تصاویر و فیلم‌های دیجیتال، نیروی حیاتی ارگانسم رسانه‌های اجتماعی به شمار می‌روند. ۳. کاربران هرکدام پروفایل شخصی خود را برای وبسایت یا اپلیکیشن (مبتنی بر تلفن همراه که توسط سازمان رسانه‌های اجتماعی طراحی و پشتیبانی می‌شود) ایجاد کرده و مورد استفاده قرار می‌دهند. ۴. رسانه‌های اجتماعی توسعه شبکه‌های مجازی آنلاین را با ایجاد ارتباط میان پروفایل یک کاربر با افراد یا گروه‌های دیگر، تسهیل می‌کنند (Wildman & Obar, 2015: 2). تحول شگرف در زمینه افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اثرگذاری آن‌ها، بعد از ورود برنامه‌های<sup>۲</sup> شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه به وقوع پیوست. رسانه‌های اجتماعی با اتکاء به فناوری‌های مبتنی بر وب و تلفن همراه (موبایل) پلتفرم‌هایی<sup>۳</sup> با قابلیت تعاملی بالا ایجاد می‌کنند که در آن‌ها افراد و اجتماعات به تولید، اشتراک گذاری، بحث و تبادل نظر و تغییر محتوای تولید شده توسط کاربر می‌پردازند (Kietzmann, 2011: 241).

### شبکه اجتماعی تلگرام و بهینه سازی توزیع تولیدات رسانه‌های جمعی

پیام‌رسان تلگرام<sup>۴</sup> یک سرویس پیام‌رسان متن‌باز چندسکویی مبتنی بر رایانش ابری است که در سال ۲۰۱۳ تأسیس شد. کاربران تلگرام می‌توانند پیام‌ها، تصاویر، ویدئوها و اسناد (همه انواع پرونده‌ها پشتیبانی می‌شود) را تبادل کنند (telegram.org, 2016).

1. Hansen, D.L
2. mobile application
3. Platform
4. Telegram



مطابق نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران<sup>۱</sup> سرانه مصرف شبکه‌های اجتماعی در طول شبانه روز توسط مردم ۷۲ دقیقه بر حسب کل نمونه و ۱۲۰ دقیقه بر حسب استفاده کنندگان می‌باشد. اما کاربران شبکه اجتماعی تلگرام بیشتر عضو گروه‌هایی با چه مضامینی هستند؟ بر اساس آخرین نظر سنجی ایسپا ۳۵ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند در کانال‌ها یا گروه‌هایی که عضو هستند بیشتر مطالب علمی رد و بدل می‌شود. اخبار خانوادگی با ۳۲ درصد، اخبار و تحلیل‌های سیاسی با ۲۸ درصد، طنز و جوک با ۲۴ درصد، آشپزی با ۱۶ درصد، مطالب ورزشی با ۱۴ درصد، موسیقی با ۱۴ درصد، مطالب دینی با ۱۲ درصد، خرید و فروش و بازار با ۹ درصد و مسائل جنسی با ۲ درصد در رتبه‌های بعدی جای گرفته‌اند. همچنین نتایج نظر سنجی نشان می‌دهد که ۲۸,۸ درصد کاربران تلگرام بیشتر مطالب علمی را فورواردها می‌کنند. ۲۰,۲ درصد مطالب طنز و جوک، ۱۳,۹ درصد اخبار و تحلیل‌های سیاسی و ۱۱,۷ درصد اخبار خانوادگی را ارسال می‌کنند. ۱۹,۱ درصد از کاربران تلگرام نیز گفته‌اند هیچ مطلبی را فورواردها نمی‌کنند (گزارش نظرسنجی ایسپا، ۹۵/۱۲/۱۸). در ابتدا شبکه اجتماعی تلگرام برای بیشتر کاربران جنبه سرگرمی داشت (مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، ۱۳۹۴) اما به نظر می‌رسد روند اثرگذاری این رسانه بر تحولات اجتماعی رو به افزایش است. اکنون رسانه‌های جمعی همچون مطبوعات و خبرگزاری‌ها برای بهینه‌سازی توزیع و باز نشر مؤثر تولیدات خود در فضای مجازی از این شبکه اجتماعی بهره می‌گیرند. از این رو در پژوهش حاضر نیز برای تحلیل گفتمانی جامع تر رسانه‌ها پیرامون اقتصاد مقاومتی، اقدام به تحلیل گفتمانی مطالب منتشر شده در کانال تلگرامی و پایگاه آنلاین<sup>۲</sup> این خبرگزاری‌ها شده است.

---

1. ispa  
2. website

## مبانی نظری پژوهش

### زمینه‌های نظری و عملی شکل‌گیری اقتصاد مقاومتی

جمعیت جوان کشور و معضل بیکاری، فشارهای سیاست خارجی و اثرگذاری آن بر مبادلات تجاری، تکانه‌های اقتصاد جهانی و امتداد بحران به اقتصاد ملی و... باعث شده است که مسائل اقتصادی کشور (که بر حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاست خارجی نیز اثرگذار است)، در سال‌های اخیر به مسئله اول ایران تبدیل شده و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی طراحی و اجرا شود. از سویی دیگر مذاکرات فشرده چند سال اخیر برای حل مناقشه هسته‌ای ایران گفتگوهای بیشتری پیرامون نسبت اقتصاد درون‌زا و قدرت ملی ایجاد کرد.

اقتصاد مقاومتی با شدت یافتن تحریم‌ها در تصمیم‌گیری‌های سیاستگذاران توسعه ملی در ج.ا.ایران پر رنگ‌تر شد؛ تحریم ابزاری تنبیهی است که در سیاست خارجی مورد استفاده قرار می‌گیرد. هدف از تحریم فشار بر کشور هدف برای تغییر رفتار است. این تغییر رفتار می‌تواند، تغییر رفتار سیاسی یا تغییر سیاست‌های اقتصادی باشد (Carter, 1998: 4).

### رویکرد توسعه بوم‌شناختی و درون‌زا

اقتصاد مقاومتی در زمره رویکردهای بومی و درونزای توسعه جای می‌گیرد، این رویکرد از رهیافتی هنجاری<sup>۱</sup> تر برخوردار است و به توسعه نه به لحاظ این که چگونه هستند، بلکه از این جهت که (بر اساس شرایط هر کشور) چگونه باید باشند، می‌نگرد (سراس، ۱۳۸۴: ۱۳۵). الگوی توسعه درون‌زا<sup>۲</sup> بر خلاف الگوی توسعه برون‌زا الگویی

1. Normative
2. Inward-looking

است که منشأ و جهت‌گیری داخلی دارد. در این الگو منابع داخلی و شرایط تاریخی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جامعه خود مورد توجه قرار می‌گیرد. این الگو از تقلید و الگوبرداری محض و وابستگی به خارج دوری می‌کند.

پس از انتقادهایی که از پارادایم عمدتاً اقتصادی نوسازی و پارادایم بیشتر سیاسی وابستگی شد، دیدگاه جدیدی (پارادایم تکثر) درباره توسعه شکل گرفت که معتقد است مدل توسعه جهانی وجود ندارد، بلکه توسعه یک فرایند یکپارچه، چند بعدی و دیالکتیکی است که از جامعه‌ای به جامعه دیگر متفاوت است. هر جامعه‌ای باید بکوشد تا مسیر توسعه متناسب خود را ترسیم کند. بدین معنا مسئله توسعه مسئله‌ای نسبی است و هیچ کشوری [ملتی] نمی‌تواند ادعا کند که از تمام جهات توسعه یافته است. ازدید سرواس، یکی از روندهایی که هسته پارادایم تکثر را تشکیل می‌دهد، جستجوی توسعه و نیز ارتباطات، از نوعی دیگر است (سرواس، ۱۳۸۴: ۹۱-۹۲). در ایران از سال‌های پیش از انقلاب اسلامی نقدهایی بر اقسام الگوهای رایج توسعه شکل گرفته و کوشش‌هایی برای طراحی الگوی ملی توسعه انجام شده بود که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به طراحی الگوی توسعه ملی توسط دکتر مجید تهرانیان<sup>۱</sup> اشاره داشت. تهرانیان توسعه ملی را این گونه تعریف می‌کند: «توسعه ملی را می‌توان به بالا رفتن ظرفیت مادی و معنوی نظام ملی و رسیدن به سطوحی جدید از پیچیدگی، نظم و نوآوری تعریف کرد» (تهرانیان، ۱۳۵۴: ۱۹).

در کشور ما موضوع توسعه و توسعه‌یافتگی از مهم‌ترین موضوعات مطرح در چند دهه اخیر بوده و مبنای برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تمام جوامع شناخته شده است. همه مردم تمایل دارند تا ظرفیت و توان مادی، معنوی و انسانی کشورشان افزایش یابد تا در پناه این ظرفیت‌ها و توانایی‌های به وجود آمده

---

۱- ن ک: خانیکی، هادی (۱۳۹۳). اندیشه پیشرفت و الگوهای ارتباطات و توسعه ملی در ایران، تهران: سومین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.

کشوری قدرتمند و سرفراز داشته باشند (الوانی، ۱۳۸۹: ۱۰). بعد از انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷، انتقادهای به الگوهای رایج و عمدتاً غربی توسعه افزایش یافت و تاکید بر ضرورت طراحی الگوی بومی و دینی توسعه بیشتر شد. مجموعه پویس‌های نقد و ایده پردازی برای طراحی الگوی نوین توسعه متناسب با شرایط بومی و ملی کشور، منجر به شکل‌گیری الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت توسط صاحب‌نظران، سیاست‌گذاران و حکمرانان ج.ا.ایران شد، که البته این الگو (که برای اولین بار در سال ۱۳۸۶ با این عنوان مطرح شد) همچنان در مسیر نضج یافتن و تکامل است. از منظر طراحان، این الگو سند بالادستی تمام برنامه‌ها و سیاست‌های توسعه در ج.ا.ایران از جمله اقتصاد مقاومتی است. اقتصاد مقاومتی، الگوی توسعه اقتصادی در الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت است.

### نظریه پسا توسعه و طرح سیاست‌های اقتصاد مقاومتی

نظریه پردازان اقتصاد مقاومتی معتقدند «توسعه» نه به عنوان یک الگو بلکه به مثابه یک پارادایم است که باید از آن به سوی پارادایمی بومی تر و درون زا تر گذار داشت؛ «کلمه توسعه، یک اصطلاح متعارف جهانی، با بار معنایی و ارزشی و الزامات خاص خود است که ما با آن‌ها موافق نیستیم، بنابراین از کلمه «پیشرفت» استفاده شد ضمن این که وام‌نگرفتن از مفاهیم دیگران، در طول انقلاب اسلامی سابقه داشته است»<sup>۱</sup>. این دیدگاه توسط برخی اندیشمندان جهانی با عنوان «نظریه پسا توسعه» نیز مطرح گردیده است. از اوایل دهه ۹۰ مفاهیمی نظیر «پایان توسعه»<sup>۲</sup> و یا «ضد توسعه»<sup>۳</sup> در رد پسا نقد

۱- رهبری در دیدار با دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد (۱۳۸۶/۲/۲۵).

۲- رهبری در نخستین نشست اندیشه‌های راهبردی با موضوع الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت با حضور اساتید دانشگاه (۱۳۸۹/۹/۱۰).

3. The End of Development
4. Anti-Development

مفروضات نظریه‌های توسعه پدید آمد که نوید بخش عصری بدون محوریت غرب و الگوهای غیر تقلیدی برای جوامع مختلف در تاریخ توسعه شد. نظریه پساتوسعه، نوعی واکنش رادیکال به معضل توسعه است (Pieterse, 2000: 175). نظریه پسا توسعه نخستین بار توسط کسانی چون ولفگانگ ساچز<sup>۱</sup> (۱۹۹۲)، آرتور اسکوبار<sup>۲</sup> (۱۹۹۵)، گوستاو استاوا<sup>۳</sup> (۱۹۸۷)، گیلبرت ریت<sup>۴</sup> (۱۹۹۷)، مجید رهنما و ویکتوریا باتری<sup>۵</sup> (۱۹۹۷)، سرژ لاتوش<sup>۶</sup> (۱۹۹۳) و وندانا شیوا<sup>۷</sup> (۱۹۸۸) مطرح گردید. (به نقل از سرواس، ۱۳۸۴).

تمام این نویسندگان بر این باورند که نظریه توسعه، نه تنها به دلیل نتایج آن، بلکه به علت نیات، جهان نگرش و فضای فکری و مفروضات آن باید کنار گذاشته شود. طرد کامل نظریه توسعه از دید این صاحب‌نظران، نظریه پساتوسعه را از سایر انتقادات وارده بر این نظریه (توسعه) مانند نظریه «توسعه پایدار و نیازهای اساسی بشر» که صرفاً معطوف به اصلاح فعالیت‌های توسعه است، متمایز می‌سازد (Pieterse, 2000: 175). واژه پست (post) در پسا توسعه به این نکته اشاره دارد که موضوع عمده مباحث توسعه، تشخیص کارآمدترین شیوه برای پیشبرد توسعه نیست، بلکه مسئله اصلی مفهوم واقعی خود توسعه است (McGregor, 2007: 156). در نهایت می‌توان گفت آنچه از مفهوم توسعه مستفاد است استحاله تمدن بومی هر کشور و گذار به سمت تمدن غربی است. بر همین اساس، غرب تفکری واژه سازی نموده و پروژه جهانی شدن که آمریکائیزه نمودن جهان است را کلید زده است (Farazmand, 2001: 34).

1. Wolfgang Sachs
2. Arturo Escobar
3. Gustavo Esteva
4. Gilbert Rist
5. Victoria Battery
6. Serge Latouche
7. Vandana Shiva

### انتقاد از توجه تک بُعدی به توسعه

یکی دیگر از محورهای اصلی نظریه پردازان اقتصاد مقاومتی به الگوهای رایج توسعه، انتقاد از برجسته بودن توجه به توسعه مادی (و خصوصاً اقتصادی) و درمقابل نادیده انگاشتن ضرورت توسعه همگام معنوی است. افرادی نظیر بریدزل و روزنبرگ<sup>۱</sup> این توسعه نامتوازن را محصول نظام سرمایه داری می‌دانند؛ اگرچه رشد با درجه بسیار کمی از سال ۱۰۰۰ بعد از میلاد شروع شده، اما تغییر شیب ناگهانی آن به سمت بالا در آمریکا از سال ۱۷۰۰ شروع می‌شود و در سال ۱۸۰۰ به بیش ازدو برابر میزان قبلی تغییر می‌کند. تغییر ناگهانی در اروپا و سایر نقاط دنیا نیز در حوالی قرن ۱۹، یعنی از سال ۱۸۰۰ به بعد شروع می‌شود. همزمانی چنین تغییر کلانی در رشد اقتصادی و میزانی که بشر به تولیدات و دست ساخته‌های خود افزوده است و شکل گیری نظام اقتصادی جدیدی به نام سرمایه داری و نضج نهادهای لازم برای آن در همین زمان، جای شکی باقی نمی‌گذارد که پیشرفت‌های امروز بشر مرهون نظام جدید اقتصادی یعنی سرمایه داری است (Bridzell and Rosenberg, 1986: 45). طبیعتاً چنین نظامی که بستر شکل‌گیری رشد اقتصادی بوده است، تئوری‌ها و رویکردهای متنوعی برای توضیح پدیده رشد اقتصادی ایجاد شده است (Solow 1956, 1957; Nelson and Romer 1986, 1990).

### سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی

در چند دهه اخیر، 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

---

1. Rosenberg and Birdzell

«پساتوسعه»<sup>۱</sup> مشهور گردیده است. در ایران نیز با درک این واقعیت و سنجه‌های صحیح از شرایط موجود جهانی در این عرصه، مفهوم «اقتصاد مقاومتی»<sup>۲</sup> از سوی رهبر انقلاب برای برون رفت اقتصاد ایران از معضلات کنونی مطرح گردیده است (سمیعی و حبیبی، ۱۳۹۴: ۵۱). از سوی دیگر در مناقشه هسته‌ای تحریم‌های اقتصادی برخی کشورهای غربی شدت یافت و کوشش برای مهار این تحریم‌ها با طرح برنامه جامع اقدام مشترک<sup>۳</sup> (برجام) با بدعهدی طرف مذاکره نتوانست بطور کامل منجر به مهار این تحریم‌ها شود.

مجموعه این روندها، نظریه پردازان و سیاستگذاران را بر آن داشت تا الگویی مقاوم، درون‌زا و در عین حال برون‌گرا و متناسب با شرایط بومی، هنجاری و آرمانی کشور برای توسعه اقتصاد ملی طراحی کنند؛ «اقتصاد مقاومتی معنایش این است که ما یک اقتصاد داشته باشیم که هم روند روبه 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 هم‌پیشگی و به شکل‌های گوناگون خواهد بود کمتر آسیب‌بیند و اختلال پیدا کند» (خامنه‌ای<sup>۴</sup> ۹۱/۶/۲). امروزه 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 (داوودی، ۱۳۹۳: ۱۶۸). افزون بر این سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی به عنوان سند بالادستی و راهنمای سیاستی برای هرگونه سیاستگذاری اقتصادی (سیف و ابراهیمی، ۱۳۹۴: ۱۹) محسوب می‌شوند. این سند سیاستی در ۲۹ بهمن ۱۳۹۲ توسط رهبر انقلاب اسلامی ابلاغ شد. در ذیل چکیده این سیاست‌ها در قالب جدول ارائه می‌شود.

1. Post-development
2. Resistive economy
3. Joint Comprehensive Plan of Action

۴- بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیأت دولت.

جدول ۱- چکیده و مؤلفه‌های اصلی سند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی،

ماخذ (سیف، ۱۳۹۲)

مؤلفه اساسی	زیر مؤلفه‌ها
منابع و ظرفیت‌های کشور	ذخایر و منابع غنی و متنوع- زیر ساخت‌های گسترده- نیروی انسانی متعهد و کارآمد و عزم راسخ
مشخصه‌های الگوی اقتصاد مقاومتی	بومی- برآمده از فرهنگ انقلابی و اسلامی
نتایج اجرای اقتصاد مقاومتی	فائق آمدن بر مشکلات اقتصادی به شکست و عقب نشینی واداشتن دشمن در جنگ اقتصادی حفظ دستاورد ها تداوم پیشرفت تحقق آرمان‌ها و اصول قانون اساسی و سند چشم انداز محقق ساختن اقتصاد متکی به دانش و فناوری، عدالت، درون زا، برون‌گرا، پویا و پیشرو عینیت بخشیدن به الگویی الهام بخش از نظام اقتصادی اسلام
ویژگی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی	ادامه و تکمیل سیاست‌های گذشته ، خصوصاً اصل ۴۴ قانون اساسی راهبرد حرکت صحیح اقتصاد کشور به سوی اهداف عالی
الزامات و شیوه اجرا	اقدام بی درنگ قوای کشور به اجرا داشتن زمان بندی مشخص تهیه قوانین و مقررات لازم تدوین نقشه راه برای عرصه‌های مختلف ایجاد زمینه و فرصت مناسب برای نقش آفرینی مردم وهمه فعالان اقتصادی جهاد مقدس
آثار اجرای اقتصاد مقاومتی	تحقق حماسه اقتصادی با رویکرد انقلابی
هدف	تامین رشد پویا بهبهود شاخص‌های مقاومت اقتصادی دستیابی به اهداف سند چشم انداز بیست ساله
رویکرد های حاکم بر اقتصاد مقاومتی	جهادی- انعطاف پذیر- فرصت ساز- مولد-درون زا- پیشرو- برون گرا

در واقع می‌توان گفت اقتصاد مقاومتی در مفهوم صحیح، مقاوم سازی و افزایش بنیه کشور در نبردهای فرسایشی و تحریم‌های بلند مدت اقتصادی است. در واقع، اقتصاد مقاومتی به تدابیر اقتصادی خاصی اشاره دارد که عمر ثبات اقتصادی کشور را بیشتر کرده و احتمال عقب گرد را کاهش می‌دهد (خواجه زاده، ۱۳۹۲: ۵۰). همچنین



درخشان<sup>۱</sup> (۱۳۹۱) اقتصاد مقاومتی را این گونه تبیین نموده است: «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.»

از سویی دیگر اقتصاد مقاومتی، به عنوان الگوی علمی برآمده از شرایط بومی اقتصادی از فرهنگی انقلابی و اسلامی تعریف شده است. به این ترتیب می‌توان گفت که اقتصاد مقاومتی یک رویکرد کوتاه مدت و هله‌ای و اقدام صرفاً تدافعی نیست (حسین مولایی، ۱۳۹۴: ۱۹۱). اقتصاد مقاومتی را می‌توان الگوی مطلوب نظریه پردازان، سیاست‌گذاران و حکمرانان ج.ا.ایران برای توسعه اقتصادی (و حوزه‌های مجاور و متداخل توسعه اقتصادی) کشور دانست، اقتصاد مقاومتی با هدف تأمین رشد پویا و بهبود مقاومت اقتصادی مطرح شده و دارای الزامات و ابعاد متفاوتی است که در سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغ شده است (داوودی، ۱۳۹۳: ۱۵۴) که چکیده آن در سطور گذشته بیان گردید.

#### اقتصاد مقاومتی در ادبیات علمی بین‌المللی

در ادبیات علمی و اقتصادی جهان، اقتصاد مقاومتی مفهومی نوین است، با وجود این اصطلاحات و نظریه‌هایی را می‌توان ذکر نمود که نزدیکی و شباهت بسیاری با آن دارند. این که کشوری قادر باشد در مواجهه با تنش‌ها و شوک‌های وارده ناشی از تحولات خارج از اختیار، خود را در جریان تعدیل و تطبیق‌های سریع قرار دهد، طبق ادبیات نهادی «کارایی انطباقی» نامیده می‌شود. مقصود از کارایی انطباقی، توانایی جوامع برای انطباق انعطاف پذیر در مقابل شوک‌هاست که نورث آن را سرمشق و راهنمای سیاست‌گذاری‌ها معرفی می‌کند (North, 2000: 12-19). در ذیل به بررسی این رویکردهای نظری پرداخته می‌شود.

۱- ارائه در کنفرانس علمی «اقتصاد مقاومتی؛ الزامات و چالش‌ها»، دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی.

### نظریه فنریت اقتصادی

یکی از نظریه‌های نوین اقتصادی با هدف مقاوم سازی اقتصاد ملی با عنوان «فنریت اقتصادی»<sup>۱</sup> مطرح شده است. فنریت اقتصادی را بریگاگلیو<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) به توان از عهده برآمدن معنی کرده است، یعنی قادر بودن اقتصادکشور به ایستادگی و رهایی جستن از شوک‌های مخرب خارجی. دوال<sup>۳</sup> آن را توان نگهداشت سطح محصول در نزدیک ظرفیت پس از شوک‌ها تعریف کرده است. آجینجر<sup>۴</sup> آن را به توان یک اقتصاد به کاهش احتمال عمیق‌تر شدن بحران و یا حداقل بهبود آثار یک بحران می‌داند (Nakano and fuji, 2011: 3). بریگاگلیو بیان می‌دارد که اصطلاح فنریت اقتصادی به دو مفهوم می‌تواند بکار رود: اول توانایی اقتصاد برای بهبودی سریع از شوک‌های اقتصادی تخریب‌کننده خارجی و دوم توانایی اقتصاد برای ایستادگی در برابر اثرات این شوک‌ها. توان اقتصاد برای بهبود یافتن از اثرات شوک‌های مخالف به شدت محدود خواهد شد اگر برای مثال، کسری‌های مالی مزمن وجود داشته باشد (Briguglio, 2011: 5). به‌طور کلی، فنریت اقتصادی می‌تواند ایستا و یا پویا باشد. فنریت اقتصادی ایستا به مفهوم توان و یا ظرفیت یک سیستم برای جذب و یا منعطف شدن در برابر خطر و یا زیان می‌باشد. در تعریف عمومی‌تر آن که ملاحظات پویا بودن و ثبات را نیز در خود دارد، فنریت اقتصادی به توان یک سیستم برای بهبودی از یک شوک پایدار گفته می‌شود. همچنین، می‌باید میان دو نوع فنریت اقتصادی (Rose, 2004: 8) تفاوت گذاشت:

۱. فنریت اقتصادی ذاتی<sup>۵</sup>؛ توانایی در شرایط عادی یعنی توان جایگزینی دیگر نهاده‌ها برای نهاده‌هایی که از طریق شوک خارجی با مشکل مواجه شده، یا توان بازارها

- 
1. Elastic Economic theory
  2. Briguglio
  3. Duval
  4. Aiginger
  5. Inherent Elastic Economic theory

برای بازتخصیص منابع در پاسخ به علامت‌های قیمتی. این نوع از فنریت اقتصادی، ذاتی یک اقتصاد بوده و سیاست ساخته نیست.

۲. **فنریت اقتصادی انطباقی**<sup>۱</sup>؛ توانایی در شرایط بحران ناشی از قوه ابتکار و تلاش فوق‌عادی، یعنی بالا بردن توان جایگزینی نهاده‌ها در عملیات بازرگانی، یا تقویت بازارها از طریق کامل کردن اطلاعات عوامل اقتصادی عرضه‌کننده و تقاضاکننده برای پیدا کردن یکدیگر. این نوع از فنریت اقتصادی به خودی خود وجود ندارد، بلکه کاملاً «سیاست ساخته» است (Rose, 2004: 8). نگاه دیگر این رویکرد آن است که ریسک تخریب شدن اقتصاد بر اثر شوک‌های خارجی از دو عامل تأثیر می‌پذیرد؛ عامل اول میزان آسیب‌پذیری اقتصاد کشور است و عامل دوم توان روبه‌رو شدن اقتصاد با شوک‌های خارجی یا فنریت اقتصادی. تفاوت این دو میزان ریسک کشور را تعیین خواهد کرد (Briguglio, 2008: 5).

کوتیس و کاپل<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) نیز به بررسی مقاومت و انعطاف در الگوهای چرخه‌های تجاری در کشورهای OECD<sup>۳</sup> پرداخته‌اند. مطابق با بررسی آن‌ها، انعطاف‌پذیری بازارهای مالی عام، نقش کلیدی در افزایش مقاومت در این گروه از کشورها معرفی شده است.

#### نظریه تاب‌آوری اقتصاد ملی<sup>۴</sup>

یکی دیگر از نظریه‌هایی که به الگوی اقتصاد مقاومتی قرابت دارد، نظریه تاب‌آوری می‌باشد. تاب‌آوری در چهار دهه گذشته به نحو وسیعی توسط رشته‌های گوناگون علمی به کار گرفته شده است. علاوه بر روانشناسی، کاربرد این واژه را

- 
1. Adaptation Elastic Economic theory
  2. Cotis and Coppel

۳- کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی اروپا

4. National Economic Resilience theory

می‌توان در علوم سیاسی، مدیریت بازرگانی، جامعه‌شناسی، تاریخ، مدیریت و برنامه‌ریزی بحران و برنامه‌ریزی بین‌شهری یافت. این استفاده مشترک هرگز به معنی یکسانی مفهوم یا پشتوانه نظری مربوطه به آن نیست، روش‌ها و کاربردهای گوناگون دارد (Martin & Anderies, 2011).

این مفهوم، به ویژه پس از بحران مالی ۲۰۰۸ در اقتصاد بیشتر] به کار برده] شده است به گونه‌ای که مجمع جهانی اقتصاد در پیوست سند گزارش مخاطرات جهانی ۲۰۱۳ خود، گزارش ویژه‌ای با عنوان «ایجاد تاب‌آوری ملی در برابر مخاطره‌های جهانی» منتشر کرده است (GlobalRisks Report, 2013: 36). تاب‌آوری به توانایی یک کشور آسیب‌پذیر از نظر اقتصادی برای تعامل و مدیریت تکانه‌ها گفته می‌شود. (Overmyer, 2012:13). در واقع «تاب‌آوری» بیش از آنکه ساختاری باشد مربوط به سیاست‌های جاری است. البته می‌تواند عناصر ساختاری نیز در مؤلفه تاب‌آوری آسیب‌پذیری وجود داشته باشد (Guillaumont, 2010: 831). مدیریت در این روش، آن است که اطمینان حاصل کند که نظام‌های کوچک‌تر می‌توانند به کارکردهای خود در طول بحران ادامه دهند. برای مثال نظام اقتصادی می‌تواند از یک شکست کوچک بازاری عبور کند و یا دولت می‌تواند با وقوع یک قطعی عمومی برق فعالیت نماید و یا زیرساخت‌ها همچنان می‌توانند در صورت وقوع یک حادثه فاجعه‌آمیز، خدمات ضروری را ارائه دهند. (Martin & Anderies, 2011: 7). برای درک بهتر مفهوم «تاب‌آوری اقتصادی» توجه به مفهوم «آسیب‌پذیری اقتصادی» راهگشاست. آسیب‌پذیری می‌تواند به صورت «احتمال خسارت یا ضرر بر اثر عوامل خارجی» تعریف شود (Briguglio, 2003: 2). آخرین حلقه از آگاهی جهانی درباره اقتصاد مقاوم مربوط به گزارش رسمی اجلاس مجمع جهانی اقتصاد (۲۰۱۳<sup>۱</sup>) است که با نام «ایجاد مقاومت ملی در برابر مخاطره‌های جهانی» منتشر گردید. البته تعبیر این گزارش از مقاومت

1. World Economic Forum. (از این مجمع با عنوان «اجلاس داووس» نیز نام برده می‌شود).

(تاب‌آوری)، شامل طیف وسیعی از مخاطره‌های جهانی می‌شود (مانند بلایای طبیعی) که فراتر از اثر شوک‌های خارجی است. همچنین مقاومت پیوند وثیقی با پیش‌بینی‌پذیر بودن مخاطره‌ها دارد. در گزارش مزبور پنج بُعد برای تقویت مقاومت پیشنهاد شده است:

۱. زیرسامانه اقتصادی: مشتمل بر جنبه‌هایی از قبیل محیط اقتصاد کلان، بازار کالا و خدمات، بازار مالی، بازار کار، پایداری‌پذیری و بهره‌وری و مانند آن‌ها؛
۲. زیرسامانه زیست‌محیطی: مشتمل بر جنبه‌هایی همچون منابع طبیعی، شهرسازی و سامانه زیست‌بوم‌شناختی؛
۳. زیرسامانه حکمرانی: مشتمل بر نهادها، دولت، رهبری و سیاست‌ها؛
۴. زیرسامانه زیرساخت‌ها: مشتمل بر زیرساخت‌های حساس به ویژه مخابرات، انرژی، حمل و نقل، آب و سلامت؛
۵. زیرسامانه اجتماعی: مشتمل بر سرمایه انسانی، سلامت، اجتماع و افراد (WEF, 2013).

### آسیب‌پذیری اقتصاد ملی

آسیب‌پذیری اقتصادی یک کشور می‌تواند به صورت ریسک یک کشور در مواجهه با شوک‌های خارجی و طبیعی تعریف شود که موجب اختلال و مانع توسعه آن کشور می‌شود. در این تعریف دو نوع شوک عمده برون‌زا و چهار منبع اصلی آسیب‌پذیری اقتصاد ملی نام برده شده است که در ذیل به تکفیک آورده می‌شود. دو نوع شوک عمده برون‌زا عبارت‌اند از:

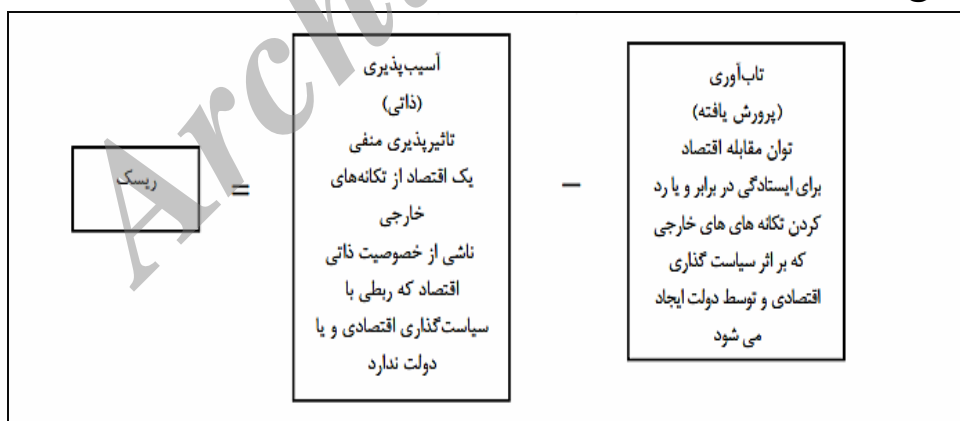
۱. شوک‌های محیط زیستی یا طبیعی مانند: زمین‌لرزه‌ها یا فوران آتشفشان‌ها و

شوک‌های اقلیمی مکرر

۲. شوک‌های خارجی (مانند شوک‌های تجارت و نرخ ارز) مانند: کاهش تقاضای خارجی، بی ثباتی قیمت‌های جهانی، تغییرات بین‌المللی نرخ‌های بهره (Guillaumont, 2010: 830).

پیرامون منابع آسیب‌پذیری اقتصاد ملی نیز بریگاگلیو معتقد است «آسیب‌پذیری اقتصادی» به شرایط ذاتی اطلاق می‌شود که میزان قرارگرفتن کشور در معرض شوک‌های اقتصادی برون‌زا را متأثر می‌کند (Briguglio, 2009: 231). متأثر از متون اقتصاد رایج در خصوص آسیب‌پذیری اقتصادی بریگوگلیو (۲۰۰۴) نیز این مفهوم را در کشورهای کوچک و جزیره‌ای در حال توسعه بررسی نموده و این تعریف را ارائه کرده است و منابع آسیب‌پذیری را موارد ذیل می‌داند:

۱. درجه بالای باز بودن اقتصادی در مقایسه با سایر کشورها
۲. وابستگی به صادرات دامنه محدودی از کالاها (محدودیت متنوع سازی)
۳. وابستگی به واردات راهبردی، به ویژه انرژی و کالاهای صنعتی با محدودیت در امکانات جایگزینی واردات
۴. انزوا، جزیره بودن و دسترسی نداشتن به هزینه‌های حمل و نقل متناظر آن و خروج [دوری و فاصله] از مرکز و کاهش اهمیت (Overmyer, 2012: 12).



شکل ۱- مدل تأثیر تاب‌آوری و آسیب‌پذیری در ریسک تخریب اقتصاد ملی،

ماخذ (Briguglio, 2009; 5)

### رهیافت انتقادی به الگوی اقتصاد درون‌زا

برخی از صاحب‌نظران با اشاره به جهانی شدن اقتصاد و در نوردیده شدن مرزهای جغرافیایی کشورها توسط سامانه‌های مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات و همچنین ایجاد و گسترش شرکت‌های بین‌المللی و چند ملیتی، امکان استقلال اقتصاد ملی و مطلقاً درون‌زا بودن آن را، نه امکان پذیر و نه مطلوب می‌دانند.

آری آکسفورد در مورد فرآیند جهانی شدن اقتصاد می‌گوید: نکته اصلی این است که جهان در معرض فرآیند وابستگی و پیوستگی متقابل فزاینده‌ای است؛ به گونه‌ای که سخن گفتن از اقتصادهای ملی جداگانه بر اساس اصولی چون حاکمیت دولت-ملت بیش از پیش نامناسب باشد. به عبارتی دیگر، مسیر رسیدن به توسعه و رشد برای کشورهای در حال توسعه، با اتخاذ الگوهای درون‌زا به نظر سخت بعید می‌آید. با عنایت به شرایط کنونی جامعه اطلاعاتی، همگرایی<sup>۱</sup> اقتصادی ملی با نظام اقتصادی جهانی و روند جهانی شدن و جهانی سازی، اتخاذ الگوهای برون‌زا<sup>۲</sup> ضروری به نظر می‌آید. هر چند منافع شرکت‌های فراملیتی در این مورد اولویت ویژه دارد (عقیلی، ۱۳۸۴: ۱۷۶).

همچنین بیکر در این باره معتقد است که «جهانی سازی اقتصاد، واقعیتی است که به سرعت در حال گسترش است. بازیگران اصلی اقتصادی جهان امروز شرکت‌های چند ملیتی هستند که مولد سرمایه و سودی عظیم می‌باشند. این شرکت‌های چند ملیتی با درآمدی بیش از درآمد تولید داخلی کشورها به طور بین‌المللی در تملک و کنترل شرکت‌ها هستند» (Baker, 2002: 261).

کشورهای در حال توسعه نه تنها در تأثیرگذاری بر روند پیشرفتهای جهانی موفق نبوده بلکه با اتخاذ الگوهای نامناسب، بیشتر دچار عقب‌ماندگی می‌شوند؛ تا جایی که با تضعیف اقتصاد ملی، وابستگی آن‌ها به الگوهای خارجی بیشتر می‌شود. این امر به

- 
1. convergence
  2. outward-looking

مفهوم قبول حاکمیت الگوی لیبرال بر اقتصاد جهانی، همگرایی اقتصاد ملی با نظام اقتصادی جهانی و عضویت فزاینده کشورها در سازمان‌های اقتصادی جهانی است که هر کدام نمودی از جهانی شدن اقتصاد به شمار می‌آیند. (عقیلی، ۱۳۸۴: ۱۷۶).

«فعالیت‌های وسیع تجارت‌های عمدتاً بدون دولت، تصمیم‌گیری‌های محلی و بومی را تضعیف کرده است، پدیده‌ای که برخی مایل‌اند آن را «جهانی سازی»<sup>۱</sup> بنامند. بازیگران اصلی این فرایند آن گونه که یکی از نویسندگان خاطر نشان می‌کند: شرکت‌های فراملیتی هستند. و در این خصوص نیرو محرکه انقلاب اطلاعات و فناوری‌های ارتباطی هستند» (Schiller, 1996: 111). به نظر می‌رسد نکته‌ای که درباره نسبت این نقد ها با اقتصاد مقاومتی نباید از نظر دور داشت آن است که نظریه پردازان اقتصاد مقاومتی [همانطور که ذکر شد] معتقدند اقتصاد مقاومتی الگویی درون‌زا و بطور موازی برون‌گرا است، به این معنی که بر ظرفیت‌های درونی تکیه دارد و همزمان به توسعه ارتباطات اقتصادی خود با جهان می‌پردازد.

## بازنمایی

کارکرد اساسی و بنیادین رسانه‌ها عبارت است از «بازنمایی واقعیت‌های جهان خارج برای مخاطبان و اغلب دانش و شناخت ما از جهان به وسیله رسانه‌ها ایجاد می‌شود و درک ما از واقعیت بواسطه و به میانجی‌گری روزنامه‌ها، تلویزیون، تبلیغات و فیلم‌های سینمایی و غیره شکل می‌گیرد» (Flick, 2005: 31). بازنمایی سازوکار رسانه‌ها را در رابطه با این که گروه‌های خاص را چگونه نشان دهند و تصویرسازی کنند، روشن می‌کند. «بازنمایی به ما یاد آوری می‌کند که سیاست‌نمایش‌دهنده رسانه‌ها تعیین می‌کند که تصاویر و شیوه‌های تصویر کردن گروه‌های خاص چگونه به انجام برسد. از آنجایی که نمی‌توان جهان را با تمام پیچیدگی‌های بی‌شمار آن به تصویر کشید،

---

1. globalization



ارزش‌های خبری، فشارهای پروپاگاندایی و تهییج و تقابل که ما را از دیگران جدا می‌سازند (یا تحمیل معنا در قالب مجموعه‌ای از پیچیدگی‌های فنی و محتوایی) را ارائه می‌دهند. براین اساس بازنمایی عنصری محوری در ارائه تعریف (از واقعیت) است.» (Watson & Hill, 2006: 248).

### بازنمایی رسانه‌ای برساخت‌گرا

هال<sup>۱</sup> برای بیان «چگونگی ارتباط میان بازنمایی، معنا، زبان و فرهنگ» نظریه‌های بازنمایی را در سه دسته طبقه‌بندی می‌کند: ۱. نظریه‌های بازتابی<sup>۲</sup>، ۲. نظریه‌های تعمدی<sup>۳</sup> و ۳. نظریه‌های برساخت‌گرا (Hall, 1997: 15)<sup>۴</sup> در نظریه بازتابی، ادعا براین است که زبان به شکل ساده‌ای بازتابی از معنایی است که از قبل در جهان خارجی وجود دارد. در نظریه تعمدی یا ارجاعی گفته می‌شود که زبان صرفاً بیان‌کننده چیزی است که نویسنده یا نقاش قصد بیان آن را دارد. نگاه برساختی به بازنمایی مدعی است که معنا «در» و «بوسیله» زبان ساخته می‌شود. در رویکرد نظریه بازنمایی برساخت‌گرا بر ماهیت عمومی و اجتماعی زبان تأکید می‌شود (راوودراد، ۱۳۹۱: ۷۱). این رویکرد تصدیق می‌کند که این جهان مادی نیست که ناقل معناست، بلکه سیستم زبان، که ما برای ارائه مفاهیم خود از آن استفاده می‌کنیم، مسئول اصلی تولید معنا محسوب می‌شود. طبق این نظریه، این ما هستیم که با استفاده از نظام بازنمایی، یعنی نظام مفاهیم و نظام زبان، به برساخت معنا همت می‌گماریم. استوارت هال بر رویکرد سوم صحنه می‌گذارد و دو رویکرد قبلی را رد می‌کند (Hall, 1997: 40).

1. Stuart Hall
2. The Reflective
3. The Intentional
4. The Constructive

به طور کلی هال و دیگران (۱۹۸۰) با نظری برساخت‌گرایانه این بحث را مطرح می‌کنند که رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند بلکه آن را به رمز درمی‌آورند (Rojek, 2003: 53). در مطالعات بازنمایی دو سنت پژوهشی وجود دارد؛ رویکرد گفتمانی و رویکرد نشانه‌شناختی. در پژوهش پیش‌رو برای بررسی مناقشه گفتمان‌های مسلط در راستای تثبیت معنای اقتصاد مقاومتی از طریق رسانه، از نظریه برساخت‌گرایی استوارت هال به بازنمایی و با رویکرد پژوهشی گفتمانی استفاده شده است.

### چارچوب نظری پژوهش

پس از بررسی نظریه‌ها و رهیافت‌های نظری مرتبط در بخش مبانی نظری تحقیق، اکنون به انتخاب نظریه‌های کانونی پژوهش پرداخته می‌شود. در بخش رهیافت‌های توسعه ملی، رهیافت توسعه بوم‌شناختی و درون‌زا به دلیل توجه به بافت بومی و منابع داخلی در فرآیند توسعه ملی و نظریه پسا توسعه به دلیل داشتن رویکرد انتقادی نسبت به الگوی توسعه تک‌بعدی و خطی، به اقتصاد مقاومتی قرابت داشته و در چارچوب نظری این پژوهش جای می‌گیرند.

بعد از مرور رویکردهای نظری به بازنمایی، از رویکرد بازنمایی رسانه‌ای برساخت‌گرای استوارت هال استفاده شده است، چراکه مقاله در پی کشف معنای تولید و برساخت شده توسط این سه رسانه برای بازنمایی اقتصاد مقاومتی می‌باشد. مطالعات مربوط به بازنمایی رسانه‌ای با دو رویکرد نشانه‌شناختی و گفتمانی مورد توجه قرار گرفته‌اند که در این پژوهش به دلیل بررسی متون خبرگزاری‌ها، رویکرد تحلیل گفتمانی مد نظر است.

## روش‌شناسی تحقیق

در این پژوهش از رهیافت تتون وندایک<sup>۱</sup> در روش تحلیل گفتمان<sup>۲</sup> برای شناخت و بررسی گفتمان‌های حاکم بر بازنمایی اقتصاد مقاومتی بهره گرفته می‌شود. تحلیل گفتمان یک رویکرد پژوهشی میان رشته‌ای پیچیده و گسترده است که شامل رویکردهای روش‌شناختی و نظری متفاوت از زبان‌شناسی، مردم‌شناسی و جامعه‌شناسی می‌باشد (Wortham, 2007). از نظر مک میلن تحلیل گفتمان یک اصطلاح برای مطالعه قسمت اعظم زبان است. به‌طور کلی شامل تنوع رویکردها و دیدگاه‌های مختلف با روش‌های گوناگون زیادی است؛ و اضافه می‌کند تحلیل گفتمان مجموعه‌ای از روش‌ها و تئوری‌ها برای بررسی زبان و کاربرد زبان در زمینه‌های اجتماعی است (Macmillan, 2006:1).

تحلیل گفتمان اغلب به مطالعه و بررسی آن دسته از کارکردها و آثار زبان‌شناختی<sup>۳</sup>، معناشناختی<sup>۴</sup>، نشانه‌شناختی<sup>۵</sup>، سبک‌شناختی یا سبکی<sup>۶</sup> و نحوی<sup>۷</sup> گفته می‌شود که توصیف و تشریح آن‌ها مستلزم در نظر گرفتن توالی، ترادف و توارد جمله و نیز ساختار آن‌هاست (Man, 1989: 95). هدف تحلیل گفتمان انتقادی<sup>۸</sup> نقد و بررسی بافت اجتماعی است. از این‌رو، پژوهشگر باید توجه زیادی به وقایع اجتماعی داشته باشد. تحلیل گفتمان انتقادی اعتقاد دارد زبان به هیچ وجه خنثی نیست و در واقع بازتاب ایدئولوژی گویندگان است، به همین دلیل تغییرات زبان ارتباط تنگاتنگی با ساختارهای سیاسی و اجتماعی دارد. (Zhu, 2011: 681) ون دایک در بحث

- 
1. Teun Adrianus van Dijk
  2. Discourse Analysis
  3. linguistic
  4. semantic
  5. semiotic
  6. stylistic
  7. syntactic
  8. Critical Discourse Analysis

روش‌شناسی تحلیل گفتمان، این روش را در دو سطح تحلیلی مورد توجه قرار می‌دهد. از نظر او، تحلیل گفتمان از یک طرف بر متن، گفتار و گُنش‌های ارتباطی موضعی متمرکز است که این سطح از دیدگاه وی سطح خرد<sup>۱</sup> نام دارد. ون دایک در سطح عمومی‌تری، نظام‌های ساختاری گفتمان یا همان نظام‌های پیچیده اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فرهنگی متن را مورد بازشناسی قرار می‌دهد. این سطح، سطح کلان<sup>۲</sup> نام دارد. در این سطح، محقق گفتمان کاو، علاوه بر توصیف و تفسیر داده‌ها و متن، با تبیین و تحلیل اجتماعی سر و کار دارد (وندایک، ۱۳۸۲: ۱۲۰).

عمده رهیافت‌ها به روش تحلیل گفتمان به نوعی خاصیت انتزاعی داشته و کمتر انضمامی هستند و پژوهشگر را در هنگام اجرای روش با ابهام‌هایی مواجه می‌سازند. فرقانی (۱۳۸۲: ۴۹) در کتاب راه دراز گذار، الگویی از روش تحلیل گفتمان براساس رهیافت وندایک ارائه داده است که به عملیاتی و انضمامی سازی این روش کمک نموده است. در پژوهش حاضر علاوه بر کار ویژه‌های الگوی یادشده، با افزودن دو کارویژه اختصاصی حوزه اقتصاد مقاومتی، تلاش شده است تا بررسی عمیق‌تر و تخصصی‌تری از متن صورت بگیرد.

### بازنگری در روش تحقیق و ارائه کارویژه‌های تخصصی جدول تحلیل

#### گفتمان پژوهش حاضر

در این پژوهش برای عینی‌تر شدن و رهایی از برخی ویژگی‌های انتزاعی رهیافت‌های مرسوم تحلیل گفتمان، با توجه به رهیافت تحلیل گفتمانی تئون وندایک<sup>۳</sup> و الگوی ارائه شده از سوی فرقانی (۱۳۸۲)، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات فرم ویژه‌ای

- 
1. Micro
  2. Macro
  3. Teun Adrianus van Dijk

برای ثبت و استخراج اطلاعات متون رسانه‌ای انتخاب و طراحی شده است. پس از استخراج اطلاعات، مقوله‌ها و متغیرهای متن توسط این فرم، به تحلیل فرامتن پرداخته شده که کارکردی مشابه مرحله تفسیر و تبیین در الگوی فرکلاف دارد.

فرم تجزیه و تحلیل اطلاعات متن شامل ۱۰ کارویژه بوده که ۸ محور از آن‌ها عمومی و ۲ محور آن به صورت اختصاصی و تخصصی به حوزه اقتصاد مقاومتی مرتبط است. کارویژه‌های عمومی عبارت‌اند از: واژگان (مثبت و منفی)، قطب بندی (ارزش‌های متناسب به خود و دیگری)، افراد و نهادهای مطرح شده در متن، استنادها و ذکر شواهد، دلالت‌های ضمنی متن (تلقین و تداعی)، پیش‌فرض‌های متن، مؤلفه‌های اجماع و توافق و گزاره‌های اساسی متن (فرقانی، ۱۳۸۲: ۵۰). دو کارویژه تخصصی نیز عبارت‌اند از: مفاهیم و گزاره‌های مرتبط با اقتصاد مقاومتی و ارائه توصیه و سیاست‌های متن برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی که به صورت تخصصی پیرامون مسئله پژوهش است. بنابراین برای تحلیل متون، یک بار استخراج مقولات گفتمانی از متن (که شامل اطلاعات اصلی و اساسی هر متن است) و بار دیگر با در نظر گرفتن این اطلاعات، تحلیل و تفسیر آن‌ها انجام و موضع‌گیری‌های متن نسبت به اقتصاد مقاومتی، شیوه گفتمانی و انگاره‌های ساخته شده غالب در هر متن بررسی می‌شود. به عبارت دیگر، ابتدا مقولات متنی هر رسانه استخراج شده و سپس اطلاعات استخراج شده مبنای تحلیل متنی و فرا متنی متون آن رسانه قرار می‌گیرد. در تحلیل فرا متن، با توجه به زمینه و بافت اجتماعی رویداد و اهداف تحقیق، مقوله‌های گفتمانی و انگاره‌های ساخته شده مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرند.

جامعه (آماری) مورد مطالعه تمامی متون کانال تلگرامی و وبسایت خبرگزاری‌های ایسنا، صداوسیما و فارس پیرامون اقتصاد مقاومتی است که در بازه زمانی ۹۴/۱/۱ تا ۹۵/۱۲/۲۰ نگرارش یافته (تولید) و منتشر (پخش) شده‌اند. شیوه

نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی بوده است، در نمونه‌های هدف مند یا قضاوتی پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را بصورت ذهنی و با هدف قبلی انتخاب می‌کند. ذهنیت و هدف داور است که احتمال انتخاب یک واحد نمونه‌گیری را برای نمونه معین می‌کند (فرانکفورت و نچمیاس، ۱۳۸۱: ۲۶۴). از میان جامعه مورد مطالعه در هر سه رسانه ۲۱ متن (در مجموع ۶۳ متن) که معرف گفتمان بازنمایی اقتصاد مقاومتی در آن رسانه باشد، انتخاب و مورد تحلیل گفتمانی قرار گرفته است. نمونه‌گیری به روش هدفمند (قضاوتی) و تا رسیدن به حد اشباع آن رسانه (۱۰ متن از پایگاه آنلاین و ۱۱ متن از کانال تلگرام) که در پژوهش‌های تحلیل گفتمان مرسوم می‌باشد صورت گرفته است. اطلاعات از طریق مراجعه به کانال تلگرام و پایگاه آنلاین سه خبرگزاری گردآوری شده است. مفهوم کانونی اقتصاد مقاومتی متغیر مستقل و گفتمان بازنمایی رسانه متغیر وابسته می‌باشد که پژوهش در پی کشف و بررسی آن است.

### یافته‌های پژوهش

در این بخش با استفاده از رهیافت تئون ون دایک در تحلیل گفتمان و جدول آماده شده برای تجزیه و تحلیل اطلاعات متن به بررسی و استخراج مقوله‌های گفتمانی متون خبری کانال تلگرام و پایگاه آنلاین سه خبرگزاری پیرامون اقتصاد مقاومتی با توجه به زمینه‌های اجتماعی متن، پرداخته می‌شود.

## ۱) تحلیل گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) جدول ۲- یافته‌های تحلیل گفتمانی متون خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)

گزیده مقوله‌های گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری دانشجویان ایران پیرامون اقتصاد مقاومتی	کارویژه‌های تحلیل متن
کارآفرینان محصولات دانش بنیان/ افزایش صادرات نفت/ کاهش اثرهای سیاسی و خرید اذیت‌ها/ افزایش تولید داخلی/ کاهش نرخ سود سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی/ حذف بارانه دهکده‌های بالای تملک نیازهای اساسی/ ابزار نظارتی دولت/ بومی‌سازی/ توسعه توانان اقتصادی و فرهنگی/ امنیت شغلی/ اشتغال مولد/ خلق ایده و نوآوری/ برخورداری همگانی/ ارتقای کیفیت زندگی/ توسعه پایدار/ بسیج همه امکانات کشور/ فهرست مساله جمهوری اسلامی/ ارتقای توان رقابتی/ ارتقای سطح ناایمنی/ بهبود فضای کسب و کار/ فراخوان ملی/ رشد پرشماره/ روستاهای موفق در کار و تولید/ رشد صادرات محصولات غذایی/ افزایش نسبت مالیات به تولید ناخالص داخلی/ رشد پهلووری/ حمایت هدفمند از صادرات/ مقابله با خرم‌پنیری درآمدهای ناشی/ صرفه‌جویی/ شفاف‌سازی اقتصاد/ توسعه تجارت منطقه‌ای/ قلب انرژی منطقه/ تقویت شبکه‌های مردمی/ ایجاد رقابت سالم در تولید/ کاهش تاثیرگذاری فسادها بر پیشرفت کشور/ تبدیل دانش به تکنولوژی/ اصلاح نظام مالیاتی/ حل مناقشه انجمن/ نتایج اقتصادی حاصل از برجام	مثبت نظام واژگان منفی
تغییر تیلینت ضد اقتصاد مقاومتی در رسانه‌ها/ بریدن از اقتصاد دنیا/ ابزار دخالتی دولت/ درخواست اعتبار استان‌ها از تهران(مركزگرایی)/ فضای غیر رقابتی در اقتصاد استانها/ مرکز گرایی/ رانت و فساد/ از کارکرد نهادی مسوور های اقتصادی/ رفتارهای هزینه‌یابی و وارداتی دولت/ روند توتلی بهره‌وری درین فرآیند/ فایز تحصیلات دانشگاهی/ اشتغال خارج از حیطه تخصصی خود/ عدم تمایل بخش خصوصی به هزینه برای تحقیق و توسعه/ نگاه بخشی جزئی در برنامه‌ریزی اقتصادی/ تحریم‌ها/ نشستهای تشریحی برای تحقق اقتصاد مقاومتی/ ۹ میلیون جوان بی‌کار در کشور/ شرایط جنگی کشور در حوزه اقتصاد/ چنگل تحریم/ دشمنان/ وابستگی به نفت/ کودتا/ نفلایمات و تحریم‌ها/ فرار مغزهای ملی/ در حد شعار باقی مانده اقتصاد مقاومتی/ واردات ملی/ بویه کالاهای غیر ضروری/ انحصارگرایی در اقتصاد/ فرار مالیاتی/ تنش‌های روابط خارجی/ جنگ و تحریم/ ساختارهای غیر توسعه‌یابی کشور/ غریبه زدن به نتایج برجام/ دولت عدم اقتصاد را تا آستانه فلج شدن پیش برداشتن در روابط خارجی/ عدم اشتیاق برای سرمایه‌گذاری.	مثبت افراد و نهادها مطرح شده
چیدم سپردوست(کارشناس اقتصادی مدافع برجام)/ گروه دانشگاهی بولعی‌سینا/ معاون توسعه امور علمی و فرهنگی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی/ مرکز تحقیقات سیاست علمی/ صندوق توسعه ملی/ رئیس دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی/ فرهاد مومنی (عضو هیات علمی اقتصاد دانشگاه علامه طباطبائی)/ دکتر پرویزه خلتوری(اقتصاد دان)/ معاون وزیر اقتصاد/ مجلس شورای اسلامی/ وزارت امور اقتصادی و دارایی/ بانک جهانی/ کارگروه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت/ علامه‌رضا مصباحی مقدم/ کمیسور برنامه و بودجه مجلس/ قوه مجریه/ صنایع دفاعی/ اتاق تعاون ایران/ سازمان نظام صغری/ ریاستی/ رئیس اسبق سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی/ فرهاد رهبر/ معاون روابط کار و وزیر تعاون کار و رفاه اجتماعی/ عضو هیات علمی دانشگاه فردوسی مشهد/ عضو هیات علمی گروه اقتصاد دانشگاه شهید چمران/ صندوق توسعه ملی/ کیترکل خانه صنعت، معدن و تجارت ایران/ دولت آلمان/ سازمان تجارت جهانی/ بانک جهانی/ مه‌قریده دولت نهم و دهم/ رسانه‌های منتقد دولت/ رسانه‌های منتشر کننده تبلیغات ضد اقتصاد مقاومتی/ رسانه‌هایی که به انتقادات اقتصادی مردم از دولت دامن می‌زنند	مثبت رویکرد انتقادی
کشور قادر به تامین نیازهای اساسی است/ اقدامات مثبت دولت در تحقق اقتصاد مقاومتی/ ما قلب انرژی منطقه هستیم/ مزیت همسایگی ما با ۱۳ کشور/ مزیت بالا در تولیدات کشاورزی/ ۷۷ میلیون نفریم و می‌توانیم بازار نیم‌قاره‌ای بسیار خوبی در کشورهای فارسی‌زبان ایجاد کنیم/ این انقلاب در جهان تاثیرگذار بوده است و جهان متوجه قدرت ایران شده است/ دهشتی دولت یازدهم در سیاست خارجی/ انتخاب درست اولویت حل مناقشه علمی	مثبت خود
مواقف نامرکز تصمیمات اقتصادی در پایتخت/ باوقار/ فضای غیر رقابتی در اقتصاد استان‌ها/ دانشگاه‌ها و دانشگاهانی که به مسائل اصلی کشور توجهی نشان نمی‌دهند و برای آن رهاکار ارائه نمی‌دهند/ نهادهایی که مالیاتی نمی‌پردازند و با مالیات آنها می‌توان دنیا دنیا انسان محروم کشور را اداره کرد/ سیاه‌پانان/ سیاه‌پانان/ غریبه زدن به نتایج حاصل از برجام/ بدتمیزی موجود در دولت نهم و دهم/ دولت در اجرای اقتصاد مقاومتی کسب نتایج است.	دیگری قطب بندی (درون کشور)
کشورهای صاحب قدرت و سلطه‌گر آنها کشورهای جهان سوم را به بازار مصرف تولیداتشان تبدیل می‌کنند	دیگری (خارجی)
نهاد دولت در اقتصاد باید بیشتر نظارت کننده باشد و کمتر مضمی و مداخله‌گر باشد/ اقتصاد مقاومتی موضوع جدیدی در کشور نیست و پیش‌تر نیز در تدوین برنامه‌ها لحاظ شده بود/ برجام یک توافق موفق هست/ خوشبختانه دولت یازدهم کلهای مؤثری در این خصوص برانگشته/ بازمی‌مانی دولت به طور جدی به این سمت حرکت می‌کند/ طی ۱۰ سال گذشته اقدامات عملی برای مقاومتی اقتصاد انجام شده است/ دولت به تنهایی نمی‌تواند اهداف اقتصاد مقاومتی را تحقق بخشد/ قوه مجریه توان محدودی در این زمینه دارد که در همین حد هم با منابع و بودجه و دور از انتظارهای سیاسی رو به رو شده است/ سیاه‌پانان دولت بر خلاف اقتصاد مقاومتی حرکت می‌کنند	دلالت‌های ضمینی تلقین تلداعی
شالوده اقتصاد مقاومتی در برنامه‌های چهارم و پنجم و ششم توسعه دیده نشده است/ صنایع دفاعی بر اساس الگوی توسعه دورتاز بعد از انقلاب اسلامی پیشرفت‌های خوبی کسب کرده و در بسیاری از جنگ‌افزارها به خودکفایی رسیده/ سابقه ۳۰ سال گذشته نشان می‌دهد هر وقت عرصه تنگ شده به فکر اقتصاد مقاومتی بودیم و با افزایش قیمت نفت همه شرایط مساعدت را فراموش کردیم/ کشورهای صاحب قدرت طی یکصد سال گذشته به نوبت برنامه‌ریزی کردند که سر نخ‌های زنجیره ارزش افزوده دست خودشان باشند/ آنها کشورهای جهان سوم را به بازار مصرف تولیداتشان تبدیل می‌کنند/ نهلایی که برای ۱۰ سال گذشته انتخاب شده نشانه اهمیت اقتصاد برای توسعه کشور است.	ضمینی تلداعی
سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی/ برنامه ششم توسعه/ نقشه جامع علمی کشور/ پیوست فناوری و توسعه توانمندی های داخلی در فرآیند داخلی بین المللی و طرح های ملی/ قانون رفع موانع تولید/ بهبود مصوبات بانک جهانی/ فزایه ایران/ مقاله بهر هم نظر/ انقلاب/ طرح دولت الکترونیکی/ طرح های دولت/ سیاست‌های اصل ۴۴/ نحوه رفع موانع تولید/ نتایج برجام/ سیاست تولید دولت یازدهم/ موفقیت دولت آلمان در توسعه دیون زا	ذکر اسناد و شواهد
زوم توسعه همزمان سیاسی و اقتصادی/ مقلوم سازی اقتصاد ضرورت کشور/ نظام دانشگاهی دانش آموختگان متناسب با نیازهای توسعه کشور/ تربیت نمی‌کنند/ عزم دولت برای اجرای اقتصاد مقاومتی جدی است/ برجام در راستای پیشبرد اقتصاد مقاومتی است/ برخی با سیاه نمایی عملکرد دولت در سدهای سیاسی سازی اقتصاد مقاومتی هستند	پیش فرض ها
برجام برای کشور یک دستاورد موفق اقتصادی و سیاسی بود/ ضرورت حرکت دانشگاه به سمت ارائه راه حل برای مسائل اساسی کشور در راستای اقتصاد مقاومتی/ اقتصاد مقاومتی مختص ایران نیست/ بحرانی‌های ملی و محلی کشورهای جهان از جمله غریبه‌ها را بر شناسایی نقاط آسیب‌پذیر و رفع آنها اولتر کرد/ اشتغال مولد/ پشته آسبل اقتصاد مقاومتی/ تمام شاخص‌های اقتصاد مقاومتی دست دولت نیست/ همانطور که در هشت سال جنگ تمام عیار عزم ملی و ورود تمام مردم و مسئولان نجات بخش بود باید همان عزم را در تحقق اقتصاد مقاومتی به کار گرفت.	موانع‌های اجماع و توافق
اقتصاد مقاومتی تنها راه نجات کشور است/ نباید برای تحقق اقتصاد مقاومتی در بی‌تعمین لایحه و سیاست جدید باشیم/ اقتصاد مقاومتی تنها یک تاکتیک است و نه یک لگو/ در آینده نیز برجام مسیر جدیدی را برای کشور باز خواهد کرد/ شدت پیشروی تورم در دولت یازدهم کنترل شده است/ کوچک شدن دولت در کاهش هزینه‌های جاری موثر است/ استفاده دولت‌ها درست/ بر خلاف سیاست‌های اصل ۴۴ که مربوط به واگذاری بخش‌های کلان اقتصاد ایران به بخش خصوصی می‌شد عمل کردند/ نقش محوری بخش کشاورزی در اقتصاد مقاومتی/ توسعه‌یافتگی فقط محدود به اقتصاد نیست بلکه مستلزم تحولات اساسی در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی است که تحقق آن فقط توسط دولت صورت نمی‌گیرد/ مناقشه مناقشه نمی‌کنند/ دولت نهم و دهم به دلیل بدتمیزی موجود در آن دو دولت تشدید شد/ اقتصاد ما در اثر تحریم تا آستانه فلج شدن پیش رفت/ دولت به درستی حل مناقشه نمی‌راند/ پیش نیاز حل مشکلات اقتصادی دانست و آن را حل کرد	گزاره های اساسی متن
اقتصاد مقاومتی یعنی مقاومتی در مقابل عوامل متخل کننده ساختار اقتصاد ملی/ اقتصاد مقاومتی به مفهوم خودکفایی است نه بریدن از اقتصاد دنیا/ اقتصاد مقاومتی علاوه است/ یعنی چیزی که در آن خلق می‌شود/ علاقه توزیع می‌شود/ بازیگران اصلی در بحث اقتصاد مقاومتی کارآفرینان هستند/ رسانه‌ها در عرصه گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی ابزاری برای حل موانع بر سر راه کارآفرینان هستند/ الگوی اقتصادی متکی بر دانشی/ عدالت بنیانی/ دور زایی/ بویوکرای/ بویوی و پیشروی/ اقتصاد مقاومتی/ مجموعه سیاست‌هایی برای مقاوم شدن در برابر تنش‌ها و شرایط بسیار متغیر جهانی/ اقتصاد مقاومتی بر روی ریل فرهنگ حرکت می‌کند/ مردم از اجرای اقتصاد مقاومتی منتفع می‌شوند/ اقتصاد مقاومتی به معنی ستمی مرزها نیست و بیوتکرایی تقشی موثر در پیشبرد اقتصاد مقاومتی دارد	مفاهیم و گزاره های اقتصاد مقاومتی در متن
مبارزه با موانع تولید و گسترش روجه دلالی/ کوچک‌سازی دولت و واگذاری امور به بخش خصوصی/ شایسته‌مردن کردن عزل و نصب/ جدا کردن نفت از بدنه اقتصاد/ کاهش هزینه‌های غیرنوسانی/ جذب سرمایه‌های سرگردان در مسیر تولید/ اعطای سیاست‌های تشویقی به تولیدکنندگان/ خروج اقتصاد از انحصارگری/ گسترش شرکت‌های دانش‌بنیان/ توسعه بخش کشاورزی/ تولیدی‌ریالی/ بازیازا/ فعال کردن واحدهای متوسط در بخش صنعت/ ارتقای توان‌های تک و ای‌تی/ ایمن‌سازی شبکه اینترنت/ ایجاد موتور جستجوی ملی/ یوتیوبی از فرار مالیاتی/ شاخص خفیی و بازیازان/ کاهش تنش‌های روابط خارجی/ سرمایه‌گذاری در صنعت انرژی‌های تجدیدپذیر.	راهکارها و توصیه‌ها برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی

۲) تحلیل گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری صداوسیما

جدول ۳- یافته‌های تحلیل گفتمانی متون خبرگزاری صداوسیما

گزیده مقوله‌های گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری صداوسیما پیرامون اقتصاد مقاومتی		کاربیزه‌های تحلیل متن
مردمن بودن/ افزایش مقبولیت و مشروعیت مردمی حکومت/ انسجام دولت/ ارتقاء کیفیت زندگی و معیشت مردم/ الگویی الهام‌بخش از نظام اقتصادی اسلام/ تعامل اقتصاد خارجی هوشمندانه/ کاهش سهم نفت در بودجه ۹۵/ اشتغال زایی/ استقلال و خودکفایی/ ارائه و ترویج سبک زندگی اسلامی ایرانی/ اصلاح الگوی مصرف/ مدیریت واردات پس از تعلق تحریم‌ها/ تولیدات جوان‌های با استعداد و مؤمن و توانا/ کنتکو و حوصله / هم پیمان شوند/ برادرانه کار کنند/ خدمتگزار به مردم/ تفاهم/ عدالت اجتماعی/ کرامت انسانی/ محرومیت زدایی/ ریشه کن کردن فقر/ صادرات غیرنفتی/ تولید اشتغال زا	مثبت	نظام واژگان
تشدید تحریم‌های غرب علیه ایران/ تشکیک در اجرای اقتصاد مقاومتی/ اقتصادی ریاضتی/ بحران‌های رو به افزایش جهانی/ سقوط قیمت جهانی نفت/ اقتصاد نفت‌زده/ نبود حمایت هدفمند از تولید داخلی/ تخریب تولید داخلی/ کم‌رنگ کردن اقتصاد مقاومتی در لایحه برنامه ششم/ بی‌توجهی به اقتصاد دانش‌بنیان/ نامنحوانی با اصول اقتصاد مقاومتی/ ورود و فاجای کالاهای خارجی/ قوانین مزاحم و متضاد اقتصاد مقاومتی/ تحریم‌ها/ مشخص نبودن اولویت‌های اقتصادی/ فشار واردات/ تعطیلی شبکه اقتصادی/ واردات بی‌رویه/ ورود سیل خانمان برآمان/ واردات/ واگذاری بازار به رقبای خارجی/ نابرابری های توزیع تولید/ درآمدهای نامشروع و حرام/ مصرف گرایی لحام گسیخته/ اقتصاد تک محصولی/ حاکمیت پول بر تمدن/ اختلاس/ از بین رفتن اقتصاد کشاورزی در روستاها	منفی	
امام خمینی(ره)/ رهبر مظلوم انقلاب/ مجلس شورای اسلامی/ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی/ مجلس دهم/ نمایندگان مجلس نهم/ ابراهیم زلفی(و سایر اقتصاد دانان متخصص اقتصاد درون زا)	مثبت	افراد و نهادهای مطرح شده
رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور/ بخش اقتصادی دولت/ هیات نگارش برنامه ششم توسعه	رویکرد انتقادی	
تکیه بر انسجام درونی/ حل و فصل مشکلات اقتصادی در داخل/ ایستادگی و مقاومت در برابر فشارها و تحریم‌ها/ حضور همه جانبه و آگاهانه مردم/ عمل کردن به عکس خواست دشمن/ لعل تعامل اقتصادی با کشورهای دنیا/ اهل محرومیت زدایی/ مدیران جهانی و عدالتخواه/ باسختجوی توانان مسائل فرهنگی و معیشتی مردم	منتسب به خود	قطب بندی
انکا به نهادهای بیرونی به جای منابع داخلی/ تفرقه افکنان و کسانی که در پی دوقطبی کردن جامعه هستند/ مدیران غیر معتقد به اقتصاد مقاومتی	دیگری (درون کشور)	
دشمنان کشور و انقلاب/ افرادی که تلاش دارند اقتصاد مقاومتی را اقتصاد ریاضتی تعبیر کنند/ نیروهای متخاصم که با فشارها و ضربه‌های اقتصادی سد راه پیشرفت جامعه هستند/ اندیشه سرمایه داری نتولیرال (داری خوی کاخ نشینی/ به دنبال کسب حداکثری لذت و سود/ ترجیح منافع فردی بر منافع جمعی/ هدف دانستن اقتصاد/ طبقه ابرارصدی با ثروت های نجومی/ طبقه نوظهور زباید و ضنولید)	دیگری (خارجی)	دالالت های ضمنی
تفاوت اقتصاد مقاومتی با اقتصادی ریاضتی/ اقتصاد مقاومتی مبنای تئوریک منسجم و قابل دفاعی دارد/ لزوم جدیت بیشتر دولت برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی/ برطرف شدن تحریم‌ها برای تحقق اقتصاد مقاومتی هم فرصت است و هم تهدید است/ اگر با لغو تحریم‌ها دروازه‌های کشور برای واردات بانه شود مصیبت است/ وارداتی که در خدمت تقویت تولید ملی باشد مقبول است(مثلا مواد اولیه) با نفوذ اندیشه اقتصادی نتولیرال در اقتصاد ایران فرهنگ سودگری جایگزین فرهنگ کارسلم و مولد شده است	تلقین	
کشورهایی که با الگوی اقتصاد مقاومتی به پیشرفت دست یافته‌اند/ سقوط قیمت جهانی نفت که ارتباطی به تحریم‌های ایران ندارد اهمیت اقتصاد مقاومتی را در هر شرایطی نمایان کرد/ اندیشه نتولیرال از دوره رئسانس اروپا شکل گرفته و لوح این اندیشه به آمریکا ختم شد/ تفرک درین زبایی تفکر حداکثرسود لذت و ثروت در آن مستتر است/ و این تفکر به نوعی نگاه به اقتصاد جهانی را بازترسیم دهد در اقتصاد ایران نیز نفوذ کرده است	تداغی	
ابلاغ سیاست‌های ۴۴ بندی اقتصاد مقاومتی از سوی مقام معظم رهبری/ بند یک اصل ۱۱۰ قانون اساسی(اختیارات رهبری)/ اصل ۴۴ قانون اساسی/ انتخابات مجلس دهم/ حماسه پرشکوه ۲۲ بهمن/ پنجاه ۸۰گانه سیاست های کلی برنامه ششم توسعه/ بودجه سال ۱۳۹۵/ گزارش مرکز پژوهش های مجلس درباره برنامه ششم توسعه	ذکر اسناد و شواهد	پیش فرض ها
دستگاه های اجرایی عملکرد مطلوبی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی نداشته اند/ لایحه های بودجه سالانه کشور باید با توجه به سیاست های اقتصاد مقاومتی نگارش یابد/ ممکن است با لغو برخی تحریم ها پس از برجام و کسرتسرد واردات/ تولید داخلی آسیب ببیند/ نباید به پهنه جلویی از فاجای و دریافت سود کمتری/ راه واردات انبوه به کشور به صورت رسمی باز شود/ یکی از علل عدم پیشرفت اقتصاد مقاومتی عدم توفیق بر سر معنی و شیوه اجرای اقتصادمقاومتی است. اقتصاد در اسلام هدف نیست بلکه ابزاری برای تکامل منتهی جامعه است و از وسیله انتظاری جز کارایی بهتر در راه وصول به هدف نمی‌توان داشت.		
در ادامه این وحدت و همدلی با خود انسجام درونی را به همراه خواهد داشت. انسجامی که از نگاه به درون حاصل می‌شود و افزایش مقبولیت و مشروعیت مردمی حکومت را به ارمان می‌آورد/ طی دوسال گذشته دستگاههای اجرایی در تعیین نحوه حرکت و نقشه راه/ آنگونه که انتظار می رود به طور جدی و فعال پیگیر تمام ابعاد بندهای ۴۴ گانه سیاست های اقتصاد مقاومتی نبوده‌اند/ ضرورت مدیریت واردات پس از برجام/ همه باید به دولت در اجرای اقتصادی مقاومتی کمک کنیم زیرا دولت در شرایط سختی است/ ضرورت سیاستگاری و تنظیم برنامه های اقتصادی به سوی منافع عامه مردم و به ویژه محرومین.	مؤلفه های اجماع و توافق	
اقتصاد مقاومتی درون زا و برون گرا است/ بازترین هدف سیاست های ابلاغ اقتصاد مقاومتی توجه به تولید ملی و تقویت آن است/ در نگارش برنامه ششم توسعه توجه لازم به سیاست های اقتصادمقاومتی صورت نگرفته است/ مسیر اقتصادی و برنامه‌ها و سیاست‌گذاری‌ها باید به گونه‌ای باشد که چه در زمان تحریم و چه پس تحریم/ کشور به واردات کالاهای خارجی وابسته نباشد/ برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی تفاهم ملی یکی از اصول ضروری است.	گزاره های اساسی متن	
در اقتصاد مقاومتی منافع جمعی بر فردی اولویت دارد/ شرط عملی شدن اقتصاد اسلامی اقامه عدالت و قسطا در جامعه است/ مردمی بودن اقتصاد مقاومتی/ نقش محوری کشاورزی در تحقق مقاومت اقتصادی/ اقتصاد مقاومتی الگویی مستخرج از اقتصاد اسلامی است.	مفاهیم و گزاره های اقتصاد مقاومتی	
تدوین معیار دقیقی برای ارزیابی عملکرد دستگاهها در زمینه اقتصاد مقاومتی/ بسته های سیاستی اقتصادی سالانه باید متناسب با سیاست های کلی اقتصاد مقاومتی باشد/ دولت ارزشهای بلوکه شده خارج از کشور را که با برجام آزاد می شوند در امور ساختی تولید و صادرات هزینه کند نه هزینه های جاری/ باید هر یک از نهادها بر سر سهم خود از اقتصاد مقاومتی به یک نتیجه واحد برسند و در نهایت بتوانند با همکاری سایر نهادها بحث اقتصادی مقاومتی را به پیش برند/ ضرورت تفاهم بر سر معنا و مفهوم اقتصاد مقاومتی و اثرات مقاومتی	راهکار ها و توصیه ها برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی	



## تحلیل گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری فارس

### جدول ۴- یافته‌های تحلیل گفتمانی متون خبرگزاری فارس

کارویژه های تحلیل متن	گزیده مقوله های گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری فارس پیرامون اقتصاد مقاومتی
مثبت	اصلاح الگوی مصرف/ افزایش بهره‌وری/ فرهنگ کار و تولید/ اقتصاد بدون نفت/ حرکت برپاسخ برنامه/ مردمی کردن اقتصاد و مبارزه با مفاسد اقتصادی/ اشتراک‌پایی/ رفاه اجتماعی/ آماده شدن برای فرصت‌ها و مخاطرات/ مدیریت جهانی و بسیجی/ صرفه‌جویی و ساده‌زیستی/ تحریم نابرابری اقتصاد کشور/ دورن‌زا بودن/ مواجه باقدرت با کشورهای دیگر/ کنترل تورم/ عدم خروج سرمایه از بخشهای مولد/ دانش‌بنیان شدن بخش خدمات/ رعایت حقوق مصرف‌کنندگان/ امنیت حقوق مملکت/ بهبود فضای کسب و کار/ عزت ملی/ استفاده از تجارب و دستاوردهای جهانی/ پیشرفت حقیقی/ خودکتابی/ کاهش نفوذ بیگانه در ایران/ حفظ استقلال کشور/ تولید علم و فناوری/ تحریم کالاهای خارجی/ توان رقابت/ تمایل مبتکرانه/ واقعیت‌های اقتصادی/ علم/ رشد بخش کشاورزی/ دانش بومی/ امنیت در بدنه اقتصاد/ امنیت غذایی/ خودکتابی/ مولد بودن/ تقویت تولید ملی/ ظرفیت‌های باطنی و بالقوه و بالفعل صادرات/ تقویت بخش کشاورزی/ حمایت از تولید کنندگان/ حفظ دستاوردهای انقلاب/ تداوم پیشرفت کشور/ تقویت هویت دینی و انقلابی و ملی/ وفای نخبگان و مسئولین اجرایی و احزاب مردم/ افزایش مقبولیت نظام/ توانایی در حل مشکلات مردم/ انطباق پذیری با ارزشهای مردم/ پایداری اقتصادی/ شفاف‌سازی مالی/ پیشگیری پدیده‌های منفی مالکیت خصوصی/ کاهش نرخ بیکاری/ بوق عدالت اقتصادی/ کاهش نابرابری/ تقویت پایداری دینی مردم/ کسب مال حلال.
نظام واژگان	پایست اقتصادی/ توانمندی بین‌المللی و تهدیدهای ناشی از آن/ مخاطرات نوین/ انکاه به زیرساخت ارتباطی خارجی/ واردات کالاهای تجملاتی/ خروج گردشگران داخلی به مقصد جاذبه‌های گردشگری خارج از کشور/ فعالیت در بخش‌های غیرمولد/ وابستگی اقتصاد به درآمد نفتی/ اظهار نظرهایی منتقدین دولتمردان/ تحریف اقتصاد مقاومتی/ خوش بینی بیش از حد به کشورهای خارجی/ انحراف در مسیر اقتصاد مقاومتی/ خصومت یا ملت ایران/ فرار رو به جلو دولت/ خام فروشی/ توسعه صنایع وارداتی/ مونتاژی/ خام اندیشی/ ایجاد کانال‌های غیرمصرفی/ تخلیه روستاها و شهرهای کوچک/ ناسامانی‌های موجود اقتصادی/ کالای قاچاق/ بحران در بخش تولید/ افزایش بیکاری/ تورم/ ضعف شدید نظام تولید/ اشتغالی گنگی مصرفی/ بحران آب/ بحران آلودگی محیط زیست/ تهدیدهای اقتصادی دولتهای سلطه‌گر/ واگذاری اداره کشور به بیگانه/ انتقال برخی ظواهر فریبده پیشرفت/ کالاهای مصرفی پر زرق و برق/ ضعف بخش بار/ پیشرفت‌های تصنیفی/ سلطه‌گری بیگانگان/ فروتن‌گدستی/ فاصله طبقاتی/ طمع بیگانگان به دارایی‌های استراتژیک ایران/ نفوذ غربی‌ها/ پتک تحقیر بر سر جویان ایرانی/ ما نمی‌توانیم/ پروژه غربی شدن/ حکومت‌های فاسد و سرسپرده/ فقدان وحدت ملی/ اقتصاد جزیره‌ای/ رشد حداقلی و منفی اقتصادی/ تفکر لیبرالی.
افراد و نهادهای مطرح شده	امام خمینی(ره)/ رهبر معظم انقلاب/ شورای عالی انقلاب فرهنگی/ مجلس شورای اسلامی/ رسانه ملی/ آموزش و پرورش/ آموزش عالی/ سازمان تحقیقات شفافیت بین‌المللی/ سازمان بسیج اقتصادی/ شورای عالی فضای مجازی/ صنایع نظامی و دفاعی/ میرزای شیرازی/ شهید شیخ فضل الله نوری/ آقا نورالله/ اسفندیاری/ امیرکبیر/ آیت الله کاشانی/ کشورهای توسعه یافته/ معاون اکوئیتی/ منت توجیه به توسعه بخش کشاورزی در اقتصاد ملی.
رویکرد انتقادی	شرکت‌های نفتی خارجی/ ناصردین شاه/ سلسله قاجار/ انگلیس/ روسیه/ میرزا ملکم خان/ پهلوی‌ها/ رضا خان/ ذهن بعضی مدیران نفتی/ نداشتن برنامه عملی برای مقابله با چنگ اقتصادی توسط دولتمردان/ مدارس غیردولتی/ بیمارستانهای خصوصی/ واگذاری واحدهای اقتصادی تحت تملک دولت به افراد تحت عنوان خصوصی سازی/ برجام/ مجلس دهم/ صندوق توسعه ملی.
منتسب به خود	حاصل اولویت درون زایی اقتصاد/ بر برون‌گرای آن/ مهندسان و مدیران دولتی/ ایران/ چانه‌های رشد و پایداری/ دورن‌زا/ قطع به شرکت‌های خارجی پس از انقلاب/ توسعه مبادین نفتی در شرایط تحریم به‌عربی و با موفقیت/ ملت ایران چنین پیشرفت‌هایی (تصنیفی و ظاهری) را بر نمی‌تابد/ تحت هیچ شرایطی حاضر به قبول سلطه‌گری بیگانگان بر ایران نیستیم/ به برکت انقلاب به دنبال ایرانی کردن زنجیره اقتصاد ملی هستیم/ پدیده کردن خودکتابی/ جبهه مقاومت اسلامی به علمداری ایران اسلامی/ خود باوری و توانمندی نظام انقلابی/ استکبار ستیزی/ دفاع از مظلومان/ حفظ استقلال کشور.
دیگری (درون کشور)	مدیریتی که تنها ارزشش درآمدزایی برای خود و اقوام و خویشانش است/ تحریف‌کنندگان اقتصاد مقاومتی و حامی اولویت برون‌گرای اقتصاد بر درون زایی آن/ عملکرد دولت منجر به کاهش تمایل به مشارکت نیروهای موثر بر روند اصلاح اقتصادی می‌گردد/ فسادسازی‌های رسانه‌ای و امید کاذب دولت/ نگاه به بیرون برای حل مشکلات اقتصادی/ دولت توانایی حل مشکلات اقتصادی را ندارد و تاکنون به وعده‌هایی که داده نتوانسته عمل کند/ پهلوی‌ها/ حکومت فاسد و سرسپرده/ روشنفکران غرب زده و جریان غربگرا.
قطب بندی	شرکت‌های خارجی/ با نگاهی بی‌رحمانه حتی از صادرات ضروری‌ترین اقلام مانند دارو به ما دریغ می‌کردند/ دولت‌هایی که ویژگی انقلابی جمهوری اسلامی ایران با منافع آنها در تضاد است/ تهدید کننده اقتصادی/ در هیچ قرارداد نفتی هیچ فناوری توسعه‌دهنده‌ای از شرکت‌های نفتی به صنعت نفت کشور منتقل نشده است/ دولت‌هایی که در پی تسلط بر روس در پی تبدیل ایران به مستعمره جدید خود به دلیل ضعف قدرت ملی ایران بودند/ طمع به دارایی‌های ایران/ آزادی‌های کاذب و زنجیری‌های آبیلاکری/ وسطه‌گری اجانب/ جبهه استکبار جهانی به سرکردگی شیطان بزرگ امریکایی/ چنانکار/ دشمن همجه و جنگ تمام عیار اقتصادی/ راه‌های با وجود دیگر دشمنی خود به ما تحمیل نموده/ بدعهدی/ دشمنی و عمل نکردن به تعهدات متقابل در برجام/ اخذ امتیازات ارزشمند با تضمین قطعی و دادن امتیازات کم ارزش با تضمین نسبی تحت فشارهای اجمالی.
دلالت‌های ضمنی	فرصت رفع تحریم‌ها و عدم نیاز به اتخاذ راهبرد اقتصاد مقاومتی در اداره امور اقتصادی کشور/ فرصتی محال است/ با ورود شرکت‌های خارجی شرکت‌های ایرانی تضعیف شده و جاذبه می‌روند/ پیش زمینه‌های جدیدی که دولتمردان ایران اقتصاد مقاومتی معرفی می‌کنند: ریشه و مبنای آن را تقضی می‌کند/ به نظر اداره کنندگان امور اقتصادی مایل هستند اقتصاد مقاومتی را در قالب اقتصاد سرمایه‌داری اجرایی نمایند/ سبک زندگی اقتصاد مقاومتی در تولید کثرت خود و در مصرف قناعت پشه است/ منابع اصلی اقتصاد مقاومتی افکاری است که جیره‌خوار غرب هستند و تصور می‌کنند پیشرفت کشور یعنی غربی‌شدن/ جریان غربگرا و واباده هم اکنون در بدنه مدیریت کشور وجود دارد/ فرایند توسعه بخش کشاورزی و تامین امنیت غذایی نقش آن در پیشبرد اقتصاد مقاومتی و انتقاد از فقدان توجه لازم به این بخش.
تداغی	قرارداد داری/ بعد پیروزی انقلاب اسلامی از کلیه شرکت‌های نفتی خارجی خلع بد شد اما اکنون که شاهد چانه‌های رشد و پایداری دورن‌زا در این صنعت هستیم/ منافسانه شرکت‌های خارجی به‌بهره‌بمانند/ انتقال فناوری و تأمین سرمایه در آستانه بازگشت به مبادین کوچک و بزرگ نفتی کشور/ روستاییان و مناطق محروم/ سهل‌انگاری در چرخه توزیع درآمدهای نفتی به‌بهره‌مندان/ وادگی اقتصاد ملی در دولت‌های قاجار و پهلوی در برابر بیگانگان/ نقش مخرب جریان غربگرا در استقلال و تقویت اقتصاد ملی در یک قرن گذشته/ نقش آفرینی سازنده روحانیت مبارز در برابر تاراج اقتصاد ایران/ کشور‌های توسعه یافته در گذشته/ جایگاه ویژه‌ای برای کشاورزی در سیاست‌گذاری توسعه خود قائل بودند و اکنون در آمد قابل توجهی از این بخش دارند/ تجربه ناموفق/ واگذاری واحدهای تولیدی و خدماتی تحت تملک دولت به بخش خصوصی که عموماً منجر تولید فساد و تعطیلی آنها شده است.
ذکر استناد و شواهد	گزارش توسعه جهانی سال ۲۰۱۴-۲۰۱۳ بانک جهانی/ گزارش رقابت پذیری ۲۰۱۳-۲۰۱۲ مجمع جهانی اقتصاد/ تاکیداملاس دناوس ۲۰۱۳-۲۰۱۲ بر ضرورت تاب آوری اقتصاد ملی/ تاکید بر پایه پنجم توسعه بر تئوری شبکه ملی اطلاعات/ سند سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی/ اعلام نارضایتی رهبر انقلاب از اجرای اقتصاد مقاومتی در سه دیدار دولت و اعضای مجلس خبرگان رهبری و دیدار با نخبگان قرار داد نفتی با شرکت‌های خارجی/ فاصله‌های وسیع در قرآن/ امتیاز بانک شاهنشاهی/ قوی تاریخی میرزای شیرازی در تحریم تیکانو/ قرارداد رویترا/ قیل کردن ملت ایران/ واقعه مسجد گوهر شاد/ جنگ جهانی دوم/ نهضت ملی شدن صنعت نفت/ قراردادهای جدید نفتی (IPC) قرار داد گروو/ ویژه اعلام مالی FATF) قرار داد داری/ بسته‌های سیاستی خروج از زکود دولت/ سیاست‌های اقتصادی کشورهای OECD/ توسعه بخش کشاورزی/ عدم استقبال مردم به درخواست دولت برای انصراف از دریافت پاره‌ها/ سیاست‌های کلی نظام در تشویق سرمایه‌گذاری/ سیاست‌های کلی تولید ملی/ حمایت از کار و سرمایه ایرانی.
پیش فرض‌ها	اقتصاد مقاومتی تنها یک الگوی توسعه اقتصادی نیست بلکه با عرصه‌های فرهنگی و سیاسی در هم تنیده است/ اقتصاد مقاومتی عصبه تاریخی و ایدئولوژیک دارد/ تیم اقتصادی دولت اعتقاد جدی و عملیاتی به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی ندارند/ بی‌توجهی به اقتصاد مقاومتی در دولت یازدهم/ واگذاری پروژه‌های ملی به شرکت‌های خارجی و محدود سازی متخصصان ایرانی/ افزایش یافته است/ اقتصاد مقاومتی به مثابه سدی در برابر نفوذ بیگانگان و استعمار نوین/ رشد بخش کشاورزی در تأمین رشد اقتصادی بسیار موثر است/ تکن لوج لازم به این بخش نمی‌شود/ کرلیش مردم نسبت به سبک زندگی تجمل‌گرایانه و تظاهر جویانه مسئولین بسیار منفی است که موجب نارضایتی آنان و پیامدهای منفی آن می‌شود.
مؤلفه‌های اجماع و توافق	اولویت درون زایی بر برون‌گرای در اقتصاد مقاومتی/ تمایل عمومی به حفظ استقلال وطن و مبارزه با سلطه بیگانگان/ اعتماد مردم به کوشش انقلاب اسلامی برای مقوم سازی اقتصاد ایران/ دولت تمایلی به اجرای اقتصاد مقاومتی ندارد و در پی تحریف آن به سمت سیاست‌های خود است/ لزوم حمایت و تقویت شرکت‌ها و شخصان ایرانی/ ضرورت کاهش به کارگیری شرکت‌های خارجی در پروژه‌ها/ اقتصاد مقاومتی نیاز قطعی کشور و راه عزت ملی/ تأمین امنیت غذایی کشور/ کاسی مهم در تحقق اقتصاد مقاومتی است و این مساله با پنا دادن بیشتر به بخش کشاورزی محقق می‌شود/ توجه به قواعد و راهبردهایی که وجوه فرهنگی و اجتماعی جامعه ما را در نظر بگیرد/ امری لازم و ضروری است/ پذیرش اقتصاد مقاومتی به عنوان الگوی استقلال اقتصادی نظام جمهوری اسلامی به عنوان یک اصل مشترک/ عام ضروری است/ نابرابری اجتماعی و اقتصاد می‌تواند موجب کاهش مشروعیت نظام شود.

ادامه جدول ۴- ادامه یافته‌های تحلیل گفتمانی متون خبرگزاری فارس

گزیده مقوله‌های گفتمانی کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری فارس پیرامون اقتصاد مقاومتی - ۲ متن	کاربوه‌های تحلیل متن
<p>شبهه ملی اطلاعات زیر ساخت ارتباطی تحقق اقتصاد مقاومتی / شرکتهای خارجی در صددند تولیدات مازاد خود را در ایران به فروش برسانند/ اصرار دولتمردان به دین برون گرایانه اقتصاد مقاومتی و قرار دادن پیشفرض گسترش مناسبات دیپلماتیک برای اجرای این سیاستها/ انتقاد از عدم نگارش برنامه عملیاتی برای اقتصاد مقاومتی / اقتصاد مقاومتی پهنه ترین راه توسعه ملی ایران است و بعد از انقلاب اسلامی این روند آغاز شده/ برخی سیاستگذاری های حاکمیتی همچون افزایش واگذاری پروژه به شرکت های خارجی منجر به تضعیف توسعه درونزا میشود/ بشرفت باید از متن یک ملت بچوشد و کوبای استمداد یک ملت اصیل باشد/ قبول FATF یا افضاء قراردادهای جدید نفع ضد اقتصاد مقاومتی است/ ریشه ای ترین کار که استمرار اقتصاد مقاومتی و گرفتن نتایج بزرگ از آن را تضمین می کند کار فرهنگی است/ یکی از موانع بر سر توجه به اصل خودکفایی تفکر لیبرالی است که در برخی از نهادهای تصمیم گیر و تصمیم ساز نفوذ کرده است/ (مهمترین اشکالات سیاست گذاری و برنامه ریزی اقتصادی بر مبنای قانونمندیهای صرفاً اقتصادی است درحالی که کنش اقتصادی تاملی است که در بستری فرهنگی و اجتماعی واقع میشود سیاستگذاری بر گرفته از نظام اقتصادی سرمایه داری و لیبرالیسم اقتصادی برای جامعه اسلامی ایرانی مشکل ساز است/ گزارش برخی از اقدامات روزمره وزارتخانه ها به عنوان نمونه اجرای اقتصاد مقاومتی/ سبک زندگی اصراف گرایانه و فخرجویانه نسبتی با اقتصاد مقاومتی نداشته و از مصادیق نفوذ فرهنگی دشمن است/ نخبگان مخالف انقلاب نیز ضرورت اقتصاد مقاومتی را قبول دارند</p>	<p>گزاره های اساسی متن</p>
<p>سیاست گذاری های بلندمدت جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد مقاومتی دارند/ اقتصاد مقاومتی پرتویی از اقتصاد اسلامی است/ اقتصاد مقاومتی هم عزت ملی و هم نیازهای کشور را تأمین می کند/ هدف اقتصاد مقاومتی نظام سازی است/ اقتصاد مقاومتی را می‌بایستی هماهنگ با سیاست و فرهنگ مقاومتی طراحی کنیم/ اقتصاد مقاومتی نهایتاً باید مقوم فرهنگ و سیاست مقاومتی باشد/ اقتصاد مقاومتی دانش‌بنیان و کاربردی و انعطاف پذیر است/ اقتصاد مقاومتی یعنی یک زنجیره اقتصادی کامل با هزاران حلقه از تولید تا مصرف/ اقتصاد مقاومتی باید منجر به گسترش عدالت اجتماعی شود/ اقتصاد مقاومتی الگوهای ارتباطی شبکه ای از کنش گران تولید و توزیع و مصرف کالا و خدمات است که مانع از تحمیل قواعد دیگری به خود در کاهش تولید سرمایه اقتصادی میگردد/ سیاست گذاری اقتصادی مبتنی بر اندیشه سرمایه داری و لیبرالیسم اقتصادی نمی تواند مبنای نظری مناسبی برای اقتصاد مقاومتی باشد/ نقش محوری دانشگاه در تحقق اقتصاد مقاومتی / بدون توجه به جنبه های فرهنگی و اجتماعی سیاست گذاری در امور اقتصاد مقاومتی به نتیجه نخواهد رسید/ مردم در صورتی که مشاهده کنند سبک زندگی مسئولین خلاف اقتصاد مقاومتی است به این الگو گرایش پیدا نخواهد کرد/ مردم محوری از ویژگی های مهم اقتصاد مقاومتی/ اقتصاد مقاومتی دو بعد دارد/ تولید پهنه و مصرف پهنه.</p>	<p>مفاهیم و گزاره های اقتصاد مقاومتی</p>
<p>افزایش اشتغال از طریق کسب و کار های اینترنتی با گسترش پهن باند ها/ ایجاد درآمد پایدار در روستاها و مناطق محروم/ توقف روند مهاجرت و حتی معکوس کردن این روند/ دانش‌بنیان شدن بخش خدمات در سیاستگذاری توسعه اقتصادی/ اشاعه فرهنگ اقتصاد مقاومتی و تبدیل آن به گفتمان مسلط/ توسعه بخش کشاورزی و بهره‌ماین امنیت غذایی/ ایوست نگاری فرهنگی اجتماعی برای اجرایی کردن سیاست های اقتصاد مقاومتی/ برای جلوگیری از مفاسد اقتصادی مجرمین متناسب با نوع جرم و اندازه تاثیر اجتماعی جرمشان مجازات شوند/ مشارکت عمومی مردم در اقتصاد مقاومتی با گسترش تعاونی ها با مالکیت اجتماعی/ اخذ روبرکردگی جمع گرایانه و عالم‌گراییه در سیاستگذاری های اقتصادی و پررهیز از سیاستها و رویه های فرگرایانه و خاص گرایانه/ پررهیز از هرگونه انحصارگرایی فردی و گروهی و طبقاتی و مرجع نداشتن منفعت جامعه/ لازم است نهادهای علمی فعالیتها خود را به گونه تنظیم نمایند که پاسخگوی نیازهای کشور در بستر اقتصاد مقاومتی باشد/ تعبیر روش گرینش دانشجو به نخبه گرایی متناسب با آن/ بخشی از بودجه دانشگاه ها از طریق انجام پژوهش های کاربردی برای صنعت و جامعه و توسط خود دانشگاه تامین شود/ پذیرش مقالات و ارائه اساید منوط به ارائه راهکار علمی برای حل مسائل جامعه باشد/ مردم حداقل در تذبذب و سلامت و آموزش تحت پوشش و حمایت بکا نظام کارآمد تأمین اجتماعی قرار بگیرند/ متناسب سازی سبک زندگی مسئولین که الگوی مردم هستند با هنجارهای اسلامی ایرانی/ ارائه آموزش ها و مهارت های سبک زندگی متناسب با اقتصاد مقاومتی توسط رسانه ها و نهادهای آموزشی.</p>	<p>راهکار ها و توصیه ها برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی</p>

تحلیل اطلاعات متن و فرامتن و پاسخ به پرسش های پژوهش

در این بخش پس از استخراج اطلاعات و مقوله‌های گفتمانی متن با توجه به فرامتن، به پاسخ سوال اصلی پژوهش یعنی نحوه بازنمایی خبرگزاری‌های (پایگاه آنلاین و کانال تلگرام) نزدیک به گفتمان‌های مسلط از اقتصاد مقاومتی، پرداخته می‌شود.

کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)

از تحلیل مقوله‌های گفتمانی استخراج شده از بررسی ۱۰ متن از کانال تلگرام و ۱۱ متن از پایگاه آنلاین خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا) چنین نتیجه می‌شود که این

خبرگزاری در چینش و انسجام واژگانی، موضعی و کلی خود مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را این گونه مفهوم پردازی می‌نماید؛ درون‌زا، ایجاد قدرت رقابت بین بخش‌های اقتصادی خصوصی و دولتی، افزایش صادرات غیر نفتی، دانش بنیان سازی محصولات و خدمات اجتماعی، حمایت از کارآفرینان، همزمانی توسعه اقتصادی و سیاسی، کاهش انزوای سیاسی بین‌المللی، کاربردی سازی پژوهش‌های دانشگاهی، سیاست‌های تشویقی برای تولید کنندگان، تنش زدایی در سیاست خارجی و افزایش تعامل‌گرایی اقتصادی، رشد بهره‌وری و شفاف‌سازی اقتصاد.

این رسانه در کارویژه «دیگری درون کشور» متون خود بر کسانی دلالت می‌کند که رویکردی سیاسی به اقتصاد مقاومتی دارند و از آن در جهت تضعیف دولت بهره می‌برند، ایسنا در چارچوب بندی خود بر طرد قرائت متحجرانه از اقتصاد مقاومتی تاکید داشته و معتقد است اقتصاد مقاومتی به معنی تضعیف تعامل‌گرایی بین‌المللی و دلالت بر انزوای جهانی نیست. همچنین در صورت بندی تئوریک این رسانه اقتصاد ریاضتی<sup>۱</sup> فاقد تعامل‌گرایی جهانی، نقطه مقابل اقتصاد مقاومتی قرار گرفته و از جمله عبارت‌های طرد شده و دارای مرزبندی با اقتصاد درون‌زا در گفتمان این رسانه است. همچنین «دیگری برون مرزی» این خبرگزاری کشورهای توسعه یافته‌ای بازنمایی شده‌اند که در صدد تبدیل کشورهای توسعه نیافته به بازار مصرف تولید مازاد خود هستند.

ایسنا از برج‌های بازنمایی یک دستاورد موفق برای حل مناقشه اتمی ایران را دارد و به ساخت انگاره‌های مثبت از کوشش دولت یازدهم در پیوند سیاست‌های مقاومت اقتصادی با سیاست خارجی می‌پردازد و همگان را به استفاده از فرصت‌های اقتصادی پسا برج‌های ترغیب می‌نماید. این رسانه در دامنه معنا بخشی خود برای اجرایی سازی اقتصاد مقاومتی، دولت را در کنار قوا و دستگاه‌های دیگر قرار می‌دهد حال آنکه

---

1. Austerity

خبرگزاری فارس بر نقش اصلی و محوری دولت در پیشبرد اقتصاد مقاومتی تاکید می‌کند.

### کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری صداوسیما

از تحلیل مقوله‌های گفتمانی استخراج شده از بررسی ۱۰ متن کانال تلگرام و ۱۱ متن خبرگزاری صداوسیما چنین نتیجه گرفته می‌شود که این رسانه از ورود به مناقشه بین جریان‌ها و گفتمان‌های مسلط سیاسی-اجتماعی درباره اقتصاد مقاومتی پرهیز نموده و رویکرد اصلی خود را تبیین چستی، چرایی و چگونگی اجرای این الگوی اقتصادی قرار داده است.

این خبرگزاری در چینش و انسجام واژگانی خود مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را این گونه مفهوم پردازی می‌کند؛ مردمی بودن، استحکام ساخت درونی قدرت، محدود سازی واردات غیر ضرور، گریز از نفت زدگی اقتصاد، ارتقاء کیفیت زندگی و معیشت مردم، استقلال و خودکفایی، اصلاح الگوی مصرف، عدالت اجتماعی، محرومیت زدایی، گسترش صادرات غیرنفتی، تقویت تولید ملی و ضرورت کاهش آسیب پذیری اقتصاد ملی. خبرگزاری صداوسیما در جهت گیری خود بر وفاق و وحدت ملی برای اجرای اقتصاد مقاومتی تاکید بسیاری نموده است و «دیگری درون کشور» خود را غیر از مخالفان اقتصاد مقاومتی، کسانی مفهوم پردازی می‌کند که در پی تضاد آفرینی و دو قطبی سازی جامعه هستند. در صورت بندی زمینه‌های تئوریک توسعه، خبرگزاری صداوسیما «دیگری» گفتمان اقتصاد مقاومتی را اندیشه نئولیبرالیسم<sup>۱</sup> به نظریه پردازی هایک<sup>۲</sup> اندیشمند اتریشی، می‌داند.

خبرگزاری صداوسیما بصورت متعادل دستگاه‌های اجرایی را پیرامون اجرا و پیشبرد سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مورد مطالبه و نقد قرار می‌دهد و در پوشش خبری «دیگری خارجی» خود را دشمنان انقلاب اسلامی ترسیم می‌کند. این خبرگزاری به

1. Neoliberalism
2. Friedrich August von Hayek

تعاملات جهانی و برونگرایی اقتصادی، نگرشی مثبت ولی محتاطانه داشته و در کل در رویکرد خود بر اولویت دهی به درون‌زایی بر برون‌گرایی در اقتصاد تصریح دارد. خبرگزاری صداوسیما متناسب با رویه‌های نهادی و اقتصاد سیاسی ارتباطات در این سازمان کوشیده است از دولت برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی بطور کامل حمایت نماید و همزمان به نقد کاستی‌ها و مطالبه از قوه مجریه برای اجرا و پیگیری سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و توسعه درون‌زا پردازد. این رسانه آن‌گونه که از کارویژه‌های «توافق و اجماع متون» آن بر می‌آید در مفصل بندی گفتمانی خود ضمن حمایت از دولت برای اجرای اقتصاد مقاومتی مخاطبان عمومی و نخبگانی خود را به پشتیبانی از دولت برای اجرای این سیاست‌ها ترغیب می‌نماید.

رویکرد خبرگزاری صداوسیما پیرامون برجرام، نخست بر ساخت یک توافق موفق را برای افکار عمومی داشته است اما در ادامه روند بازنمایی این توافق همزمان با بدعهدی طرف غربی مذاکرات، گفتمانی انتقادی نسبت به برجرام و خصوصاً طرف غربی آن تولید کرده است. همچنین نگرانی از این‌که برجرام منجر به افزایش واردات و کاهش حمایت از تولیدکنندگان داخلی (که روندی ضد اقتصاد مقاومتی است) بشود، جزء دلالت‌های صریح متون این رسانه بوده است به گونه‌ای که برای توصیف آن از استعاره «ورود سیل خانمان برانداز واردات» استفاده نموده است. ضرورت متناسب سازی لوایح بودجه سالیانه و برنامه‌های توسعه با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، توزیع کار متناسب بین نهادهای حاکمیتی برای تحقق این‌الگو و ضرورت طراحی سامانه ارزیابی پیشرفت اقتصاد مقاومتی از پرتاکیدترین توصیه‌های سیاستگذاری توسعه درون‌زا و چارچوب‌های ساخته شده در متون این رسانه است. خبرگزاری صداوسیما در بسط روایت خود از نتایج تحقق اقتصاد مقاومتی، افزایش کارآمدی و مقبولیت نظام انقلابی جهت دستیابی به آرمان‌ها را در کانون روایت خود قرار داده است.

## کانال تلگرام و پایگاه آنلاین خبرگزاری فارس

از تحلیل مقوله‌های گفتمانی استخراج شده از بررسی ۱۰ متن از کانال تلگرام و ۱۱ متن خبرگزاری فارس چنین نتیجه می‌شود که این خبرگزاری در چینش و انسجام واژگانی، موضعی و کلی خود مهم‌ترین مؤلفه‌های اقتصاد مقاومتی را این گونه بازنمایی می‌کند؛ گسترش فرهنگ کار و تولید، اقتصاد بدون نفت، مردمی کردن اقتصاد و مبارزه با مفاسد اقتصادی، صرفه جویی و ساده‌زیستی مردم و مسئولین، تحریم ناپذیری اقتصاد کشور، دانش‌بنیان شدن بخش خدمات و محصولات، بهبود فضای کسب و کار، تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی، اولویت درونزایی بر برونگرایی در توسعه اقتصادی. همچنین این رسانه به طرد مفاهیم ذیل به عنوان عناصر «پادگفتمان اقتصاد مقاومتی» پرداخته است؛ ریاضت اقتصادی، فاصله طبقاتی، نفوذ غربی‌ها، وابستگی اقتصاد به درآمد نفتی، خام‌فروشی، توسعه صنایع وارداتی مونتاژی، کالای قاچاق، انتقال برخی ظواهر فریبنده پیشرفت، پیشرفت‌های تصنعی، روحیه اشرافی‌گری در بین تصمیم‌سازان و سیاستگذاری بر اساس اندیشه اقتصاد سرمایه‌داری. این رسانه به نقد الگوهای رایج خطی توسعه پرداخته و هم‌راستا با پارادایم «پسا توسعه»، اقتصاد مقاومتی را در چارچوب سند بالادستی «الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت» بازنمایی می‌کند. خبرگزاری فارس با اتخاذ گفتمان انتقادی نسبت به تک بُعدی بودن الگوهای رایج توسعه، اقتصاد مقاومتی را یک الگوی توسعه صرفاً اقتصادی ندانسته و آن را با حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و علم و فناوری، در صورت‌بندی گفتمانی مشترک بازنمایی نموده است. در همین چارچوب این رسانه «پیوست نگاری فرهنگی اجتماعی» برای اجرایی کردن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی را در توصیه‌های سیاست‌گذاری توسعه متون خود، برجسته ساخته است.

فارس الگوی اقتصاد مقاومتی را به مثابه سدی در برابر نفوذ بیگانگان و استعمار نوین بازنمایی نموده و آن را دارای عقبه تئوریک و تاریخی دانسته و مبارزات علما در انقلاب مشروطه برای جلوگیری از نفوذ بیگانه را در همین زنجیره معنایی تداعی

می‌کند. «دیگری بیرونی» در قطب بندی گفتمانی خبرگزاری فارس دو گروه برساخته شده است؛ نخست دولت‌های سلطه گر غربی که منافع آن‌ها با ویژگی‌های ذاتی انقلاب اسلامی در تضاد است و در صدد تضعیف اقتصاد درون‌زا در ایران هستند و گروه دوم شرکت‌های خارجی که در چارچوب قرار دادهای صنعتی با وجود تعهدشان، هیچ‌گاه به انتقال فناوری به ایران نپرداخته‌اند. این رسانه برای مشروعیت زدایی از حضور شرکت‌های خارجی در پروژه‌های ایرانی به تولید دلالت‌های خاص پرداخته است، در راستای همین چارچوب، فارس با تداعی قرارداد داری آن را با قراردادهای جدید نفتی (IPC<sup>۱</sup>) پیوند معنایی زده است.

همچنین در غیرسازی و قطب بندی این خبرگزاری، «دیگری درونی» جریان «غرب ستا» و مدیران غیر معتقد به توسعه درونزا، مفهوم پردازی شده است، این رسانه گفتمان انتقادی نسبت به زنجیره کنش‌های پیاپی دولت در پیشبرد اقتصاد مقاومتی را در بازنمایی‌های خود جای داده است. دال مرکزی خرده گفتمان انتقادی فارس به عملکرد دولت، عنصر «برونگرایی حاد» در سیاست‌های توسعه ترسیم شده است.

در صورت بندی تئوریک این رسانه، دیگری اقتصاد مقاومتی اندیشه سرمایه داری قرار گرفته و سیاست گذاری اقتصادی مبتنی بر اندیشه سرمایه داری و لیبرالیسم اقتصادی، گونه ناسازوار برای اجرای اقتصاد مقاومتی ترسیم شده است. ضرورت «مقابله با اشرافی گری مسئولین» و «حمایت از طبقه مستضعف و سیاست‌های رفاهی حاکمیت برای آن‌ها» و کاهش نابرابری اجتماعی<sup>۲</sup> از دلالت‌های کانونی گفتمان خبرگزاری فارس در بازنمایی فضای اجتماعی متناسب با اقتصاد مقاومتی است، به گونه‌ای که نگرش متون به نهادهایی چون ستاد بسیج اقتصادی مثبت است. در مفصل بندی این خبرگزاری سیاست خارجی در پیوند معنایی نزدیک با اقتصاد درونزا مفهوم

---

1. Iranian Petroleum Contract  
2. Social Inequality

پردازش شده است، به گونه‌ای که درون زایی اقتصاد ملی می‌تواند نقش علت حل مناقشات سیاست خارجی را ایفا کند و معلول آن نیست.

متون این خبرگزاری کوشیده‌اند با ذکر استناد و شواهد بین‌المللی مشروعیت بخش به ضرورت مقاوم سازی ساختار اقتصاد ملی همچون گزارش توسعه جهانی سال ۲۰۱۴ بانک جهانی، گزارش رقابت پذیری ۲۰۱۳ مجمع جهانی اقتصاد و تاکید اجلاس داووس ۲۰۱۳ بر ضرورت تاب آوری اقتصاد ملی، به تولید دلالت مبنی بر جهانشمول بودن الگوی های مقاوم سازی اقتصاد ملی بپردازند. دلالت‌های ضمنی متون بر تثبیت معنایی و اجماع سازی بر این گزاره کوشیده‌اند که با فرض رفع تحریم‌ها نیز توسعه درون زا برای کشور یک ضرورت بوده و اقتصاد مقاومتی بهترین الگو برای دستیابی به این چشم انداز است.

**توصیف فراگرد تعامل خبرگزاری‌ها و کانال تلگرام در بهینه سازی توزیع خبر**

در ذیل پاسخ به سؤال فرعی پژوهش یعنی توصیف چگونگی فرآیند تعامل و بهره‌گیری رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی (یادشده در این پژوهش) از یکدیگر برای بازنشر و بهینه سازی توزیع متون و تولیدات خود، می‌آید.

آنچه در نسبت میان رسانه‌های جمعی (مانند این‌سه خبرگزاری) و فناوری‌های نوین ارتباطی (بویژه تلگرام در میان جامعه ایرانی) قابل مشاهده و توصیف است، ارتباط و نفع رسانی دوسویه این رسانه‌ها به یکدیگر می‌باشد. از یک سو رسانه‌های جمعی برای بهینه سازی توزیع تولیدات و بازنشر مؤثر متون خود اقدام به فعال سازی صفحات اجتماعی و کانال‌های تلگرامی کرده‌اند، که بخش اعظمی از مطالعه متون و مشاهده تولیدات این رسانه‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی بویژه تلگرام صورت می‌گیرد. از سوی دیگر کاربران شبکه‌های اجتماعی، خود کمتر به تولید متون خبری می‌پردازند، بلکه آن‌ها بیشتر اقدام به باز ارسال<sup>۱</sup> متون خبری تولید شده توسط

---

1. forward



خبرگزاری‌ها نموده و سپس پیرامون آن خبر به بحث و گفتگو در گروه‌ها و صفحات اجتماعی می‌پردازند، که از این طریق جریان‌ها و پویش‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. بنابراین از این دو منظر رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی (مانند پایگاه آنلاین این سه خبرگزاری) به نوعی از هم افزایی رسیده‌اند، و خبرگزاری‌ها و مطبوعات همچنان از مراکز اصلی تولید جریان خبری در شبکه‌های اجتماعی هستند. همچنین در ادامه این فراگرد شبکه‌های اجتماعی و مباحث مطرح شده در آن یکی از منابع تولید خبر در رسانه‌های جمعی است و این چرخه تشکیل یک الگوی تعامل بین رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی را می‌دهد که در بررسی سه خبرگزاری ایسنا، فارس و صداوسیما در این پژوهش این فراگرد کاملاً مشهود بود.



شکل ۲- توصیف فراگرد تعامل رسانه‌های جمعی (پایگاه آنلاین) و شبکه‌های اجتماعی (کانال تلگرام) سه خبرگزاری در تولید و توزیع خبر و پویش‌های اجتماعی

## جمع‌بندی و نتیجه‌گیری سه رویکرد رسانه‌ای

این مقاله در پی کشف و بررسی نحوه بازنمایی اقتصاد مقاومتی در خبرگزاری‌های (پایگاه آنلاین و کانال تلگرام) نزدیک به گفتمان‌های مسلط (اصولگرایان، اصلاح‌طلبان، حاکمیت) بوده و مسئله فرعی پژوهش نیز در پی پاسخ به این پرسش بوده است که رسانه‌های جمعی و رسانه‌های اجتماعی (یادشده در پژوهش) چگونه و در چه فرآیندی از یکدیگر برای بازنشر و بهینه‌سازی توزیع متون و تولیدات خود (با توجه به مزیت و محدودیت‌های هر یک از این دو بستر ارائه محتوا) بهره‌گرفته و با یکدیگر تعامل می‌کنند.

از تحلیل اطلاعات متن و فرامتن و بررسی یافته‌های پژوهش که در بخش قبل به شکل تفصیلی انجام شد، می‌توان نتیجه گرفت قرائت معنایی مشترکی از اقتصاد مقاومتی در رسانه‌ها شکل نیافته است و هریک از سه رسانه ضمن داشتن دامنه اشتراک محورهای گفتمانی، در بازنمایی اقتصاد مقاومتی، دارای نوعی از واگرایی نسبی و نگاه بخشی‌نگرانه متناسب با گفتمان مسلط نزدیک به آن رسانه (که در طرح مسئله پژوهش ذکر شد؛ اصولگرا، حاکمیت، اصلاح‌طلب) برای اقل افکار عمومی در دفاع از عملکرد خود هستند. بر همین اساس سه رویکرد رسانه‌ای به مناقشه معنایی بر سر تعریف، تثبیت و مَرَجَح سازی خوانش مدنظر خود برای معنای مقاوم سازی اقتصاد ملی پرداخته‌اند. پیرامون گرایش این رسانه‌ها به مکاتب رایج اقتصادی می‌توان نوشت؛ خبرگزاری ایسنا برای پیشبرد اقتصاد مقاومتی، سیاست کوچک سازی دولت و کاهش مداخله آن در بازار را پیشنهاد می‌کند که در هم‌نشینی با واژگانی چون توان ایجاد رقابت بین بخش‌های اقتصادی خصوصی و افزایش واگذاری امور به آن‌ها، گرایش متون به «اقتصاد بازار آزاد» با رویکرد تقویت بخش خصوصی را تداعی می‌کند. در مقابل خبرگزاری فارس بر لزوم کاهش واگذاری امور به بخش خصوصی و انتقاد

---

### 1. Free market economy

از سازوکار آن پرداخته و توسعه خدمات عمومی از سوی نهاد دولت برای افزایش رفاه اجتماعی طبقه کمتر برخوردار را توصیه می‌کند که بر گرایش‌های «اقتصاد تمرکز گرا» دلالت نموده و الگوی «دولت رفاه»<sup>۱</sup> را تداعی می‌کند.

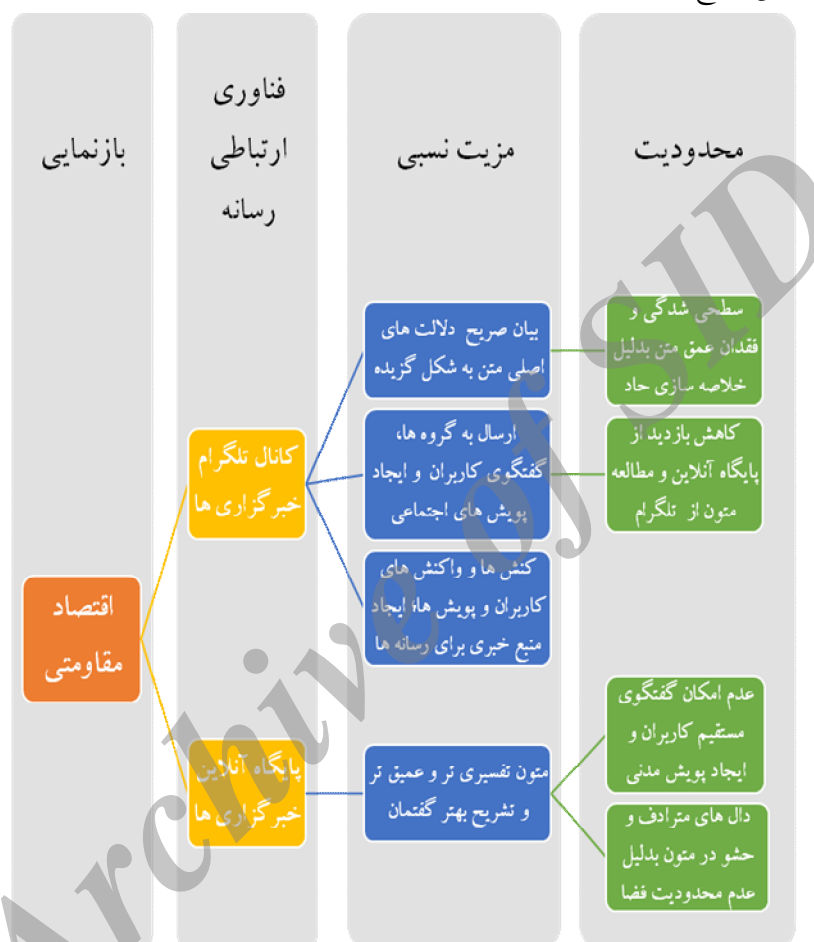
هر سه رسانه کوشیده اند با برجسته سازی افراد و نهادهای آکادمیک در متون مرتبط با اقتصاد مقاومتی، زنجیره معنایی علمی و دانشگاهی از این الگو ارائه دهند، کوشش برای ایجاد این چارچوب در ایسنا مضاعف است. با توجه به رویه نهادی و اقتصاد سیاسی رسانه خبرگزاری دانشجویان ایران و وابستگی آن به نهاد علمی پژوهشی جهاد دانشگاهی، الگوی اقتصادی متکی بر دانش، ضرورت گسترش و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان، کاربردی سازی پژوهش‌های دانشگاهی و پیوست فناوری و توسعه توانمندی‌های داخلی در قراردادهای بین‌المللی و طرح‌های ملی جایگاه برجسته‌ای در دامنه معنا بخشی این رسانه به راهکارهای پیشبرد اقتصاد مقاومتی دارد. هر سه رسانه بر محوری بودن نقش بخش کشاورزی در پیشبرد اقتصاد مقاومتی تأکید کرده‌اند و معتقدند توجه زیاد به توسعه صنعتی مانع از پیشرفت بخش کشاورزی شده است. این تأکید یک سویه اثباتی دارد با این مضمون که بخش کشاورزی نیز در صورت توجه لازم می‌تواند همچون توسعه بخش‌های صنعتی و ICT، سودآور باشد، در سویه سلبی آن ضرورت تأمین امنیت غذایی<sup>۲</sup> (به معنای تأمین غذای لازم و مناسب برای عموم شهروندان در هنگام وقوع بحران) برجسته سازی شده است.

اکنون پس از پاسخ به پرسش فرعی مقاله و توصیف فراگرد تعامل سه خبرگزاری و شبکه اجتماعی تلگرام در تولید و توزیع خبر، می‌توان از واکاوی یافته‌های پژوهش از جمله بررسی فرآیند توزیع، محورهای اساسی و مقوله‌های گفتمانی متون سه رسانه و دو بستر ارائه محتوا «مزیت نسبی» و «محدودیت» هر یک از این دو نسل رسانه‌های جمعی (پایگاه آنلاین سه خبرگزاری) و رسانه‌های نوین (کانال تلگرام سه خبرگزاری)

---

1. Welfare state  
2. Food security

برای انتشار متون خبری و تحلیلی و همچنین قدرت ایجاد پوشش اجتماعی را در نمودار ذیل جمع بندی و ارائه نمود.



نمودار ۱- مزیت نسبی و محدودیت کانال تلگرام و پایگاه آنلاین سه خبرگزاری

### منابع

- الوانی، مهدی. (۱۳۸۹). مدیریت توسعه، تهران: انتشارات صفار (اشراقی)،

تعامل رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی ... ۲۵۳

- بون، اد. (۱۳۷۹)، *بعد فرهنگی ارتباطات برای توسعه*، ترجمه: مهرسیما فلسفی، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های صدا و سیما. چاپ اول
- تهرانیان، مجید. (۱۳۵۴)، *نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه ملی ایران*، تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران
- خواجه زاده، مهدی. (۱۳۹۲)، لزوم توجه به مفهوم لجستیک معکوس در اقتصاد مقاومتی، *اقتصاد منابع طبیعی*، سال دوم، شماره ۲.
- داوودی، پرویز و جعفریه، فاطمه سادات. (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.
- دی فلور، م و دنیس، او. (۱۳۸۳) *شناخت ارتباط جمعی*، چاپ اول، مترجم: سیروس مرادی، تهران: انتشارات دانشگاه صدا و سیما.
- راودراد، اعظم. (۱۳۹۱)، *جامعه‌شناسی سینما و سینمای ایران*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- سرواس، جان. (۱۳۸۴)، به سوی رویکرد جدید ارتباطات و توسعه، ترجمه پیروز ایزدی، *مجله رسانه*، سال شانزدهم، شماره ۶۴.
- سرواس، جان. (۱۳۸۴)، دگرگونی در نظریه‌های ارتباطات و توسعه و پیامدهای آن در سیاستگذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی، ترجمه: علیرضا حسینی پاکدهی، *مجله رسانه*، سال شانزدهم، شماره ۶۴.
- سمیعی، علیرضا و حبیبی، فاطمه. (۱۳۹۴)، نظریه پساتوسعه و الگوی اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران؛ رویکردی مقایسه‌ای، *مطالعات راهبردی بسیج*، سال هجدهم، شماره ۶۶.

- سیف، اله مراد. (۱۳۹۲)، مقدمه‌ای بر نقشه راه پیاده‌سازی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ج.ا.ایران، *فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات راهبردی بسیج*، شماره ۱.
- سیف، اله مراد و ابراهیمی، آیت اله. (۱۳۹۴)، مفهوم شناسی و زمینه‌یابی بانکداری مقاومتی در اقتصاد ایران، *فصلنامه روند*، سال بیست و دوم، شماره ۷۱.
- عقیلی، سید وحید. (۱۳۸۴)، توسعه در عصر ارتباطات و جامعه اطلاعاتی، *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۴.
- فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۸۴)، تعامل سنت و فناوری در جامعه اطلاعاتی، *مجله علوم اجتماعی*، شماره ۲۸ و ۲۹.
- فرانکفورت، چاوا و نچمیاس، دیوید. (۱۳۸۱)، روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی (مترجمان: فاضل لاریجانی و رضا فاضلی)، تهران: سروش.
- مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران. (۱۳۹۵)، «گزارش سنجش میزان مصرف شبکه‌های اجتماعی و نگرش مردم به این شبکه‌ها»، تهران: جهاد دانشگاهی.
- مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران. (۱۳۹۴)، «بررسی روندی دیدگاه مردم نسبت به شبکه‌های اجتماعی و میزان مصرف آن». گزارش نظرسنجی، مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران، جهاد دانشگاهی.
- مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۲)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، ترجمه: پرویز اجلالی، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- مولایی، حسین. (۱۳۹۴)، ریشه‌های هنجاری در اقتصاد مقاومتی، *فصلنامه روند*، سال بیست و دوم، شماره ۱۷.
- ون دایک، تئون ای. (۱۳۸۲)، *مطالعاتی در تحلیل گفتمان؛ از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی*، (ترجمه گروه مترجمان)، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalRisks\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2013.pdf)

تعامل رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی ... ۲۵۵

- <http://www.rockefellerfoundation.org/news/publications/resilience-literaturereview>.

- <http://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=20831>

خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۱/۶/۲). بیانات در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیأت دولت

- Amidon, Debra M.; Formica, Piero; Mercier-Laurent, Eunika, eds. (2005). *Knowledge Economics: Principles, Practices and Policies*. Tartu University Press.

- Baker C. Edwin. (2002). *Media, Markets and Democracy*, Cambridge University Press.

- Becker, Gary. (1964). *Human Capital; with special Reference to Education*, Chicago Press.

- Briguglio, Lino. (2014). *A Vulnerability and Resilience Framework for Small States*. Report Prepared for the Commonwealth Secretariat, University of Malta.

- Briguglio, Lino & Stephen Piccinino. (2009). "Growth and Resilience in East Asia and The Impact of the 2009 Global Recession", Available at: [http://www.Um.edu.mt/\\_data/assets/pdf\\_file/0011/141959/Growth\\_with\\_Resilience\\_in\\_Asia\\_5](http://www.Um.edu.mt/_data/assets/pdf_file/0011/141959/Growth_with_Resilience_in_Asia_5) Dec 2011. Pdf.

- Carter, Barry E. (1988). *International Economic Sanction: Improving the Haphazard U.S legal Regime*, Cambridge: Cambridge University press

- Drucker, Peter. (1969). *The Age of Discontinuity; Guidelines to Our Changing Society*. New York: Harper and Row.

- Farazmand, Ali. (2001). "*Comparative & Development Admanastration: Past, Present & Future*", handbook of Comparative & Development Public Admanastration, Marsel Dekker, Inc. Second Edition.

- Flick, Uwe (2005). *An Introduction to Qualitative Research*, Second Edition, Sage Publication.
- Guillaumont, P. (2010). "Assessing the Economic Vulnerability of Small Island Developing States and the Least Developed Countries", *The Journal of Development Studies*, 46, issue 5, P 828-854.
- Hall, Stuart. (1997). *The Work of Representation, In Cultural Representation and Signifying Practice*, Sage Publication.
- Hansen, D.L., B. Shneiderman, M. A. Smith. (2011). *Analyzing Social Media Networks With NodeXL: Insights From a Connected World*.
- Jean Philippe Cotis & Jonathan Coppel. (2005). *Business Cycle Dynamics in OECD Countries: Evidence Causes and Policy Implications*, Sydney, Australia; OECD Economics Department.
- Kietzmann, Jan; Kristopher Hermkens. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons* 54: 241-251.
- Koh, J.; Kim, Y.; Butler, B. & Bock, G. (2007). Encouraging Participation in Virtual Communities. *Communications of the ACM*, Vol. 50, No. 2, Pp. 68-73.
- Macmillan, Katie. (2006). "Discourse Analysis — A Primer".
- Martin-Breen, P. & Anderies, and J.M. (2011). "Resilience: A Literature Review", Rockefeller Foundation;
- Man, Michael. (1989). *Macmillan student encyclopedia of sociology*. (London: Macmillan).
- McGregor, A. (2007). "Development, Foreign Aid and Post Development in Timor-Leste", *Third World Quarterly* 28.



- Nakano, K.T. and Fujii, S. (2011). An empirical analysis of national economic resilience using macroeconomic data before and after the global financial crisis. available at:
- North, Douglass. (2000). *The new institutional Economics and Third World Developmen*, Edited by J. Harris, Harris, Hunter International ltd.
- Obar, Jonathan A.; Wildman, Steve. (2015). "Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue". Telecommunications policy 39 (9). Electronic copy available at: <http://ssrn.com/abstract=2647377>
- Overmyer, K. (2012). Economic Vulnerability and Resilience: lesson from eastern Caribbean small island, thesis submitted to MA in public Policy, Central European University, Department of Public Policy. <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8607010571>, 86/07/02 - 15: 30
- Pieterse, J. N. (2000). "After Post-development", Third World Quarterly 21.
- Rojek, Chris (2003). *Stuart Hall*, Polity Publications.
- Rosenberg N. and Bridzell L. E. (1986). *How the West Grew Rich: the economic transformation of the industrial world*, I.B. Tauris &Co. Ltd, publishers, London.
- Rose, Adam. (2004). *Defining and Measuring Economic Resilience to Disasters*, Disasters prevention and management, volume 13, number 4, pp307-314.
- Schumpeter, J. (1911). *Theory of Economic Development*, Harvard U.Press.

- Smulders, J. & L. Bretschger.(2007). “Sustainable Use of Resources and Economic Dynamics”, *Journal of Environmental & Resource Economics*, Vol.36, pp.1-13.
- Schiller Herbert I. (1996). *Information Inequality: The Deepening Social in America*, New York, Routledge.
- Watson, James and Hill, Anne (2006). *Dictionary of Media and Communication Studies*, 7th Edition, Hodder Arnold Publication.
- Wang, J.; Jackson, L.; Wang, H. & Gaskin, J. (2015). Predicting Social Networking Site use: Personality, Attitudes, Motivation and Internet Self-Efficacy. *Personality and Individual Differences*, Vol. 80, Pp. 119-124
- Wortham, S. (2007). *Education 645: Methods of Discourse Analysis*.
- Zhu, X.G. (2011). A New Perspective of Language Study: Critical Linguistics, *Northwest Normal University*, China, Vol. 9, No. 11, pp. 679-689.

Archive of SID