



Fairclough's Critical Discourse Analysis Applied in Describing Texts Regarding Tourism Status at Post Covid-19 Pandemic in Iran

Safar Ghaedrahmati^{1*}

1. Associate Professor of Geography and Urban Planning Department of Geography and Urban Planning, Tarbit Modares University, Tehran, Iran

Received: 2020/09/20 | Accepted: 2020/10/8 | Published: 2020/11/15

Abstract

The purpose of this paper is to show which discourses are influenced by tourism media texts produced. The method of this research is critical discourse analysis based on Fairclough theory and the three stages of Fairclough critical discourse analysis have been completed. The data of this research are qualitative and from media texts; Lectures, reports, interviews with experts and tourism managers of Iran during the Corona have been obtained. In this paper, based on Fairclough three-step method (description, interpretation and explanation), it was shown that the texts of Iranian tourism media in the Corona period, which represent the reality of the tourism economic crisis in the corona pandemic, are influenced by two discourses. Discourse 1: We will probably encounter a large volume of tourism in Iran in the post-Corona space; because the citizens are very tired of housekeeping, quarantine, cyberspace, virtual tours, etc., and after Corona, with the provision of relatively stable conditions, they will have tourism in their program. The second discourse; the model of tourism in the world and consequently in Iran will change, so that even the way tourists choose their tourist destinations will change.

Keywords: Discourse Analysis, Fairclough Critical Discourse Analysis, Post-Corona Tourism

Copyright © 2020 Tourism Research. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- 4.0 International License which permits Share, copy and redistribution of the material in any medium or format or adapt, remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.



Ghaedrahmati S. Fairclough's critical discourse analysis applied in describing texts regarding tourism status at post Covid-19 pandemic in Iran. Tour Res. 2020; 2 (1) :1-11

Corresponding Author: Safar Ghaedrahmati, Associate Professor of Geography and Urban Planning Department of Geography and Urban Planning, Tarbit Modares University, Tehran, Iran. Email: safarrahmati@modares.ac.ir

تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف؛ تفسیر متون تولیدشده رسانه‌های وضعیت گردشگری پساکروناای ایران

صفر قائدرحمتی^{*۱}

۱. دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

دریافت: ۹۹/۰۶/۳۰ | پذیرش: ۹۹/۰۷/۱۷ | انتشار: ۱۳۹۹/۰۸/۲۵

چکیده

در مقاله حاضر بیان شده است که متون رسانه‌های تولیدشده گردشگری در دوران کرونا در ایران، متأثر از کدام گفتمان‌ها هستند. روش این پژوهش تحلیل گفتمان انتقادی براساس نظریه فرکلاف است و مراحل سه‌گانه این تحلیل گفتمان (توصیف، تفسیر و تبیین) طی شده است. داده‌های این پژوهش کیفی بوده و از متون رسانه‌های شامل سخنرانی‌ها، گزارش‌ها، مصاحبه‌های کارشناسان و مدیران گردشگری ایران در دوران کرونا حاصل شده است. در این مقاله، با تأسی از روش سه‌مرحله‌ای فرکلاف، نشان داده شد که متون رسانه‌های گردشگری ایران در دوران کرونا، که در حال بازنمایی واقعیت بحران اقتصادی گردشگری در شرایط پاندمی کرونا هستند، از دو گفتمان تأثیر پذیرفته‌اند. گفتمان اول: احتمالاً در ایران در فضای پساکرونا با حجم انبوهی از گردشگری (گردشگری توده) مواجه خواهیم شد؛ زیرا شهروندان از خانه‌نشینی، قرنطینه، فضای مجازی، تورهای مجازی و غیره بسیار خسته شده‌اند و پس از کرونا با فراهم‌شدن شرایط نسبتاً پایدار، گردشگری را در برنامه خود خواهند داشت. گفتمان دوم: مدل گردشگری در دنیا و به تبع آن در ایران تغییر پیدا خواهد کرد؛ به طوری که حتی نحوه انتخاب مقاصد گردشگری هم توسط گردشگران تغییر می‌کند.

واژه‌های کلیدی: تحلیل گفتمان، تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف، گردشگری پساکرونا

کپی رایت © فصلنامه پژوهش گردشگری: دسترسی آزاد؛ کپی برداری، توزیع و نشر با ذکر منبع آزاد است.

قائد رحمتی صفر. تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف؛ تفسیر متون تولیدشده رسانه‌های وضعیت گردشگری پساکروناای

ایران. پژوهش گردشگری. ۱۳۹۹؛ ۲ (۱): ۱۱-۱



* نویسنده مسئول: صفر قائدرحمتی، دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

پست الکترونیک: safarrahmati@modares.ac.ir

مقدمه

بهداشت عمومی ناشی از آن نقش دارد؛ بنابراین شناسایی و تعیین میزان آسیب‌ها و هزینه‌های اجتماعی گردشگری در طول همه‌گیری کرونا برای به حداقل رساندن تأثیرات منفی گردشگری در شهرها و مقاصد گردشگری بسیار مهم است (Qiu et al., 2020).

با این حال، مطالعات کمی هزینه‌های اجتماعی گردشگری را برای ساکنان مقصد در طول یک بحران مشخص کرده‌اند. با توجه به مفاهیم درک ریسک^۴ و مدیریت بحران که عمدتاً از مطالعات رفتار مصرف‌کننده ناشی می‌شوند، محققان گردشگری تمایل دارند از زاویه موضوع گردشگری نیز به مسئله تحقیق بپردازند. بر این اساس، آن‌ها تأثیرات بحران‌ها را بر مشاغل گردشگری یا مقاصد گردشگری تجزیه و تحلیل کرده‌اند؛ درحالی‌که چشم‌انداز ساکنان جوامع مقصد را نادیده گرفته‌اند (Sharifpour, Walters and Ritchie, 2014; Song, Livat and Ye, 2019). از دیدگاه عرضه گردشگری، تأثیر بحران‌ها بر مقاصد گردشگری یا به‌طور کلی بر صنعت گردشگری موضوعی غالب در مطالعات گذشته بوده است. تحقیقات بر تأثیر تقاضای گردشگری از بحران‌های مختلف، از جمله بحران مالی جهانی ۲۰۰۷-۲۰۰۸، همه‌گیری آنفولانزای خوکی (H1N1) در سال ۲۰۰۹ (Page, Song, and Wu, 2012)، حادثه ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ ایالات متحده و سایر فعالیت‌های تروریستی (Seabra, Reis, & Abrantes, 2020) و همه‌گیری سندرم حاد تنفسی (SARS) در سال ۲۰۰۳ (Wang, 2009) و تحریم‌های گردشگری (Yu et al., 2020). همه‌گیری بیماری‌های عفونی مانند SARS، آنفولانزای خوکی و بیماری‌های ویروسی دیگر که از طریق گردشگری انتقال پیدا می‌کنند، خطر اصلی گردشگری محسوب می‌شوند؛ زیرا به ممنوعیت مسافرت‌های بین‌المللی مردم منجر می‌شوند (Ala'a and Albattat, 2019). در شکل ۱، روند

تعدادی زیادی از مطالعات، تأثیرات بحران‌ها (از جمله بلایای طبیعی) را بر گردشگری بررسی کرده‌اند، اما به اینکه گردشگری چگونه تأثیراتی منفی بر رفاه ساکنان و گروه‌های ذی‌نفع^۱ در مقصد گردشگری دارد، کمتر توجه داشته‌اند (Ritchie, 2008). همان‌طور که Scott و Laws (2006) بیان کرده‌اند، تأثیر بحران باید در میان سیستم به‌هم‌پیوسته مشاغل و سایر ذی‌نفعانی که مقصد گردشگری را تشکیل می‌دهند، بررسی شود. علاوه بر این، ذی‌نفعان اصلی در مواجهه با بحران در یک مقصد گردشگری بخش‌های دولتی و خصوصی هستند. همه‌گیری جهانی کرونا^۲، نه تنها از نظر سلامت انسان، بلکه به دلیل تأثیر آن بر اقتصاد جهانی یک «بحران بی‌سابقه»^۳ است (Everingham and Chassagne, 2020). همه‌گیری جهانی کرونا به‌عنوان واقعه‌ای تأثیرگذار در تاریخ جهان مشخص شده است. طی این همه‌گیری، ارتباط و تحرک انسان بسیار کم شده و به‌دنبال آن صنعت گردشگری به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است. این اثر برای مقاصدی که بیشتر به گردشگران سرزمین اصلی ویروس یعنی چین وابسته هستند، فاجعه‌آور است. در دهه‌های اخیر شاهد همه‌گیری‌های مختلف بوده‌ایم. امسال کرونا به صنعت گردشگری جهانی، به‌ویژه در مقاصدی که بیشتر به گردشگران از سرزمین اصلی چین وابسته است، ضربه زده است (Fong, Law and Ye, 2020). هم‌زمان با فراگیر شدن کرونا در سراسر جهان، محدودیت‌های سفر و تعطیلی مرزها در بسیاری از کشورها و مناطق برای جلوگیری از گسترش آن اعمال شده است. Richter (2003) اظهار می‌دارد که ظهور بیماری‌ها یا شکل‌گیری مجدد آنها یکی از نتایج گردشگری جهانی و مسافرت است. شهرنشینی و جهانی‌سازی سبب گسترش سریع ویروس می‌شود (Hilsenrath, 2020)، اما گردشگری در تشدید بحران‌های

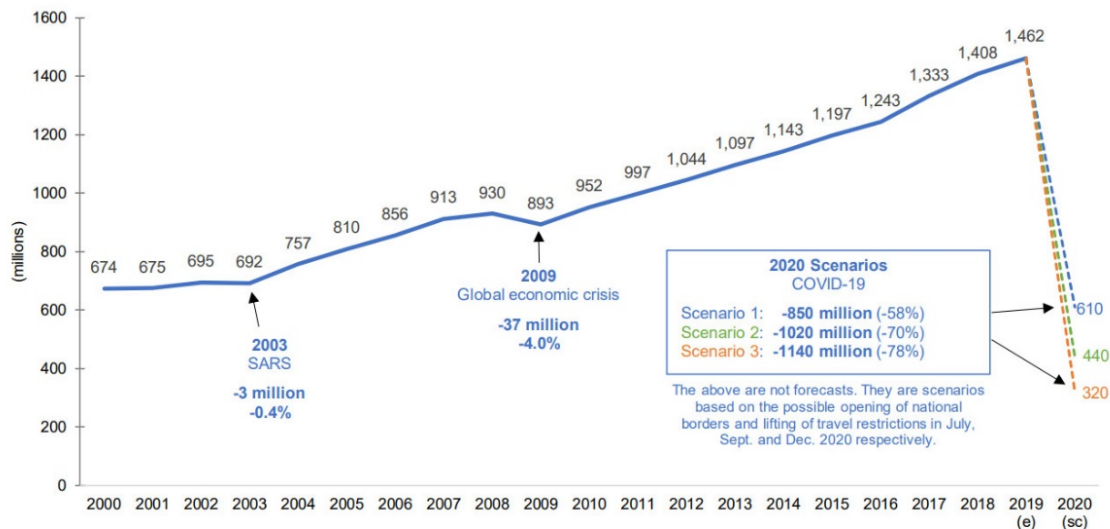
3. Unprecedented Crisis

4. Risk Perception

1. Stakeholder Groups

2. COVID-19 Global Pandemic

تعداد گردشگر در دنیا و سناریوهای محتمل بعد از همه گیری کرونا آمده است.



Source: World Tourism Organization (UNWTO) (e) Estimate (sc) Scenario-based data

شکل ۱. روند تعداد گردشگر در دنیا و سناریوهای محتمل بعد از همه گیری کرونا (ارقام به میلیون نفر)

منبع: World Tourism Organization (UNWTO)

کارشناسان و مدیران گردشگری ایران در دوران کرونا، تحلیل انتقادی شده‌اند. به دلیل اینکه روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف پرکاربردترین و بهترین چارچوب تحلیل گفتمان انتقادی^۲ به شمار می‌آید، روش مبنای این مقاله انتخاب شده است.

روش تحقیق

تحلیل گفتمان اصطلاحی برای مطالعاتی است که زبان نوشتاری، گفتاری یا نشانه‌ای یا هرگونه پدیده نشانه‌شناختی را تحلیل می‌کنند. می‌توان از تحلیل گفتمان در همه حوزه‌های علمی استفاده کرد، اما نمی‌توان چارچوب نظری را در تحلیل گفتمان به کار

شرایط کرونا نشان می‌دهد در زمان همه‌گیری این ویروس، ایران یکی از کشورهای بوده است که بیشترین افراد واگیر را دارد. آمارها نشان می‌دهد در ایران، نسبت تعداد مبتلا به ۱ میلیون نفر و تعداد مرگ در هر ۱ میلیون نفر است (https://covid19.who.int/table). در حال حاضر، بخش گردشگری در ایران به‌طور کلی تخریب شده و فضای کلی گردشگری نیز در همه کشورهای دنیا از بین رفته است.^۱ وضعیت گردشگری ایران شبیه به وضعیت کل دنیاست و نیاز به توضیح بیشتری هم ندارد. صاحب‌نظران، کارشناسان و مدیران بخش گردشگری اظهارنظرهای متعدد و متفاوتی درباره گردشگری پساکرونای ایران داشته‌اند. در این مقاله متون رسانه‌ای شامل سخنرانی‌ها، گزارش‌ها، مصاحبه‌های

۲. هرچند از میان رویکردهای گوناگون در تحلیل گفتمان انتقادی، فرکلاف چارچوب مفصلی را برای تحلیل رابطه کاربرد زبان و کنش اجتماعی ارائه می‌کند، این بدان معنا نیست که رویکرد وی، کامل و بی‌عیب و نقص است و هیچ مشکل روش‌شناختی وجود ندارد، بلکه این رویکرد نیز مانند سایر رویکردهای علمی با نقص‌ها و کاستی‌های خاصی مواجه است (محسنی، ۱۳۹۱، ص. ۸۱).

۱. در این راستا، دولت ایران تسهیلات ۱۲ درصدی را برای صنعت گردشگری در نظر گرفته است؛ درحالی که شروع پرداخت اقساط این تسهیلات سه تا شش ماه پس از دریافت تسهیلات است، اما با همه‌گیری این بیماری وقتی صاحب کسب و کاری درآمدی حاصل از گردشگری نداشته باشد، قادر به بازپرداخت اقساط نیز نخواهد بود.

آگاهی بخشی به مخاطبان در هنگام قرائت متن دل‌مشغولی اصلی فرکلاف است (نوذری و همکاران، ۱۳۹۲، ص. ۱۵۳). تحلیل گفتمان انتقادی، به این معنا انتقادی است که قصد دارد نقش کردارهای گفتمانی در حفظ و بقای جهان اجتماعی از جمله آن دسته از روابط اجتماعی را که توأم با مناسبات قدرت نابرابرند، آشکار کند.

تحلیل گفتمان انتقادی سعی دارد به نحوی نظام‌مند کاربرد زبان و متن را در رابطه با پرکتیس اجتماعی گسترده‌تر تحلیل کند و بیشتر به دنبال بر ملا کردن دانش بدیهی انگاشته شده و طبیعی شده متن است. با توجه به اینکه در تحلیل گفتمان نظریه و روش به یکدیگر پیوند خورده‌اند، پیش فرض‌های اساسی آن در این مقاله مدنظر قرار گرفته و توضیح داده شده است. روش تحلیل گفتمان انتقادی براساس نظریه فرکلاف^۲، روش این مقاله است. موضع اصلی مورد علاقه تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف پژوهشی درباره تغییر است. فرکلاف با استفاده از مفهوم میان‌متنیت^۳، یعنی نحوه اقتباس یک گفتمان از مؤلفه‌ها و گفتمان‌های سایر متون، توجه خود را به این امر متمرکز می‌کند. نوع داده‌های تحلیل گفتمان در این مقاله شامل سخنرانی‌ها، اطلاعیه‌ها، مصاحبه‌های کارشناسان و مدیران حوزه گردشگری ایران در دوران کروناست. متن را نمی‌توان در خلأ فهم یا تحلیل کرد. هر متنی را باید در ارتباط با شبکه‌های سایر متون و بستر اجتماعی (در اینجا شرایط خاص اقتصادی و اجتماعی همه‌گیری کرونا) فهمید. در تحلیل

برد. با توجه به اینکه نمی‌توان از تحلیل گفتمان به‌منزله تحلیلی منفک از بنیان‌های نظری و روش‌شناختی استفاده کرد (یورگنس و فیلیپس، ۱۳۹۷، ص. ۲۱)، تحلیل گفتمان در بعد نظریه معنایی، ریشه در زبان‌شناسی ساختارگرایی سوسوری دارد و در جهت نظریه اجتماعی، نظریه‌ای ترکیبی است و ریشه در اندیشه‌های فوکو دارد. هدف تحلیل گفتمان، فهم «امر اجتماعی» به‌مثابه برساختی اجتماعی است؛ بنابراین می‌توان با استفاده از ابزارهای گفتمانی هر پدیده اجتماعی، در اینجا «گردشگری پساکرونا» را تحلیل کرد. در راستای این مدعا Laclau و Mouffe^۱ از مفهوم «گفتمان» نه فقط زبان، بلکه تمامی پدیده‌های اجتماعی را مدنظر قرار می‌دهند (Laclau and Mouffe, 2014). تحلیل گفتمان قصد دارد ساختارهایی را که بدیهی می‌انگاریم و اساسی کند و تلاش می‌کند تا نشان دهد سازمان‌دهی جهان محصول فرایندی سیاسی است که پیامدهایی اجتماعی به همراه دارد. تحلیل گفتمان انتقادی، یک رویکرد بینارشته‌ای برای مطالعه گفتمان است که به زبان به‌عنوان شکلی از کارکرد اجتماعی نگاه می‌کند. فرکلاف ابتدا از موضعی زبان‌شناختی به متون می‌پردازد و سپس گفتمان‌هایی را که متن به آنها متکی است، شناسایی کرده و نحوه وابستگی آنها به نظریه‌های کلان اجتماعی را توضیح می‌دهد. هدف وی آگاهی بخشی زبانی انتقادی به خوانندگان متون است. هر متنی خوانندگان را به سوی فهم خاصی از واقعیت رهنمون می‌کند. شناسایی انتقادی گفتمان‌های مستتر در متن و

۲. در پژوهش‌های جغرافیایی طرح‌شده در ایران، تحلیل گفتمان انتقادی به «مفهوم قدرت» تقلیل پیدا کرده است. این موضوع بیشتر به فهم ناقص از روش است که متأسفانه در روش‌های کمی سابقه بیشتری دارد.

۳. Norman Fairclough، زبان‌شناس و پژوهشگر بریتانیایی است. وی از بنیان‌گذاران تحلیل گفتمان انتقادی به‌شمار می‌رود. او نخستین کتابش را با عنوان زبان و قدرت (۱۹۸۹) در همین زمینه نوشت.

4. Inter Textually

۱. Ernesto Laclau به همراه همسرش، Chantal Mouffe، به‌عنوان سردمداران «مکتب تحلیل گفتمانی اسکس» قلمداد می‌شوند. در نظریه‌ای که آنان تبیین و طرح‌ریزی کردند، مفهوم سیاست از اهمیت اساسی برخوردار است؛ از این‌رو نظریه آنان در قیاس با بسیاری از نظریه‌های جدید، مدرن و پسامدرن، بیشتر مورد توجه محققان قرار گرفت. نظریه گفتمان آنان در کتاب همزبانی و راهبرد سوسیالیستی: به سوی سیاست رادیکال دموکراسی (Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics) شکل گرفت و در واقع بسط نظریه گفتمان فوکو در حوزه فلسفه سیاسی-اجتماعی است. نقطه آغاز کار آنان مفهوم گفتمان فوکو بوده است.

سطح توصیف: هر رخداد ارتباطی یک متن است (تحلیل ساختار زبانی، قواعد گرامری و...)

سطح تفسیر: هر رخداد ارتباطی یک پرکتیس گفتمانی است (تحلیل گفتمان‌هایی که در تولید و مصرف متن وجود دارند).

سطح تبیین: هر رخداد ارتباطی دارای پرکتیس اجتماعی است (ملاحظات مربوط به اینکه گفتمان‌های موجود در متن از چه نظریه‌های اجتماعی و بافت اجتماعی به وجود آمده‌اند و نظم گفتمانی مستقر را بازتولید کرده‌اند یا به‌عکس ساختاربندی مجدد و متضادی از آن انجام می‌دهند).

گفتمان اول: احتمالاً در ایران در فضای پسا کرونا با حجم انبوهی از گردشگری مواجه خواهیم شد

اوضاع گردشگری در ایران در سال ۱۳۹۸ خوب نبود؛ زیرا با اتفاقات دومی‌نوی ناخوشایندی مواجه شد که از جمله آن‌ها می‌توان به خروج آمریکا از برجام، تهدیدهای پیاپی این کشور، اعتراضات معروف به اعتراضات بنزینی در دی‌ماه، ترور سردار سلیمانی، حمله به تأسیسات آرامکو عربستان، حادثه سقوط هواپیمای اوکراینی و بسیاری از حوادث دیگر تا رسیدن به شروع همه‌گیری کرونا و ادامه همین روند تا پایان سال ۱۳۹۹ اشاره کرد که حاکی از ورشکستگی بخش‌های مختلف گردشگری ایران (بخش‌های مستقیم، غیرمستقیم و القایی) است. در حوزه گردشگری خارجی نیز ایران سال ۲۰۲۰ را از دست خواهد داد. تحقیقات در جهان نشان می‌دهد که اگر وضعیت کرونا به شرایط پایداری برسد، حداقل سه ماه زمان لازم است که از نظر بعد روانی وضعیت گردشگری عادی شود، اما این چند ماه درباره کشورهایمانند ژاپن، آلمان، کره جنوبی، سنگاپور و کشورهای موفق است که کارنامه بهداشت و سلامت خوبی در دوران کرونا داشته‌اند. درباره ایران عمدتاً با

گفتمان انتقادی، موضوع اصلی تحقیق پرکتیس‌های گفتمانی و زبانی هستند که هم بازنمایی‌هایی از جهان، سوژه‌های اجتماعی و روابط اجتماعی را می‌سازند و هم در پیشبرد منافع گروه‌های اجتماعی خاص، نقش ایفا می‌کنند. فرکلاف در این زمینه معتقد است تحلیل گفتمان انتقادی رویکردی است که می‌کوشد به نحوی نظام‌مند به تحقیق درباره «مناسبات غالباً مبهم علیت و تعیین‌کنندگی میان پرکتیس‌های گفتمانی، رخدادها و متون و همچنین ساختارها، روابط و فرایندهای گسترده‌تر اجتماعی و فرهنگی بپردازد» (Fairclough, 1993).

یافته‌ها

به‌دنبال همه‌گیری جهانی کرونا و رکود صنعت گردشگری، متون بسیار متنوعی از چرایی و چگونگی و پیامدهای این بحران تولید و مصرف شده است که هر کدام از منظر و دیدگاهی و بعضی مواقع متضاد به بازنمایی موضوع پرداخته‌اند. در این میان کارشناسان گردشگری ایران از ابتدای شکل‌گیری بحران اخیر، متون زیادی تولید کرده‌اند. در یک نگاه کلی، متون منتشرشده با موضوع بحران اخیر را می‌توان به دو دسته کلی یا دو گفتمان اصلی تقسیم کرد:

گفتمان اول: احتمالاً در ایران در فضای پسا کرونا با حجم انبوهی از گردشگری مواجه خواهیم شد.

گفتمان دوم: مدل گردشگری در دنیا و به‌تبع آن در ایران تغییر پیدا خواهد کرد.

فرکلاف معتقد است متن‌ها کم و بیش از انواع گفتمان و شرح و توصیف آنها ساخته شده‌اند؛ بنابراین یک تحلیل میان‌متنی، حلقه واسط زبان و بافت اجتماعی است. از سوی دیگر فرکلاف در تحلیل میان‌متنی به‌دنبال شنیده‌شدن صداهای مختلف در متن است. فرکلاف این مفاهیم را در مدل سه‌بعدی تحلیل قرار داده است. از نظر وی، تحلیل گفتمان یک رخداد ارتباطی باید هر سه سطح را تحت پوشش قرار دهد:

روان‌شناسی مخاطب، تغییر مدل‌های سفر و یکپارچگی بروز می‌کنند.

وابسته‌نبودن اقتصاد ایران به گردشگری، توجه به گردشگری داخلی به‌جای گردشگری خارجی، وابستگی گردشگری خارجی ایران به گردشگری مذهبی و فرهنگی و محدودبودن گردشگری ایران به چند شهر اصفهان، شیراز، مشهد، تبریز و کاشان، باید ایران را به سمت تغییر در مدل توسعه گردشگری خاص ایران و گردشگری خلاق سوق دهد. براساس بررسی متون گردشگری در دوران کرونا، کرونا طرز تفکر و رفتار گردشگران را تغییر خواهد داد. گردشگری در پساکرونا تحولات شگفت‌انگیزی را تجربه می‌کند و استانداردهای بهداشتی در مراکز اقامتی، هتل‌ها و رستوران‌ها ارتقا پیدا می‌کنند. پساکرونا فرصتی از آینده است که در آن ایمنی، امنیت، سلامت و بهداشت، اولویت‌هایی برای برنامه‌ریزی یک گردشگر خواهند شد؛ زیرا در ایران دولت وابستگی زیادی به اقتصاد گردشگری ندارد و اکنون با مشکلات زیادی در حوزه‌های دیگر اقتصاد مواجه است. همچنین حمایت زیادی در دوران کرونا از بخش گردشگری نکرده و در واقع نمی‌تواند حمایت کند. با توجه به افزایش نرخ تورم در کشور، کاهش سهم نفت در اقتصاد نفتی ایران، کاهش قدرت خرید مردم و بیکاری ناشی از ورشکستگی بخش‌های مختلف اقتصاد ایران، گردشگری سهم اندکی در توسعه اقتصادی ایران در دوران پساکرونا خواهد داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

فوکو با پیش‌فرض کلی برساخت‌گرایی اجتماعی هم‌نواست که می‌گوید دانش آنها بازتابی از واقعیت نیست. حقیقت یک برساخته گفتمانی است و رژیم‌های معرفتی گوناگون هستند که تعیین می‌کنند چه چیز

گردشگری توده^۱ به‌صورت گردشگر داخلی مواجه می‌شویم. گردشگری در این گفتمان به‌صورت مسافرت‌های برون‌شهری آمیخته با اوقات فراغت، گردشگری مذهبی، افزایش سمینارها و کنفرانس‌های داخلی و هجوم گردشگران به مقاصد خوش آب‌وهوا و غیره است.

گفتمان دوم: مدل گردشگری در دنیا و به‌تبع آن در ایران تغییر خواهد یافت

مدل توسعه پایدار تا حد زیادی نتوانسته است به چالش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی قرن بیست و یکم بپردازد. پایداری واقعی تنها زمانی اتفاق خواهد افتاد که به‌عنوان بخشی از زندگی روزمره افراد و فرهنگ‌های مختلف در سرتاسر کره زمین ارزیابی شود. همه‌گیری کرونا، شمار فزاینده‌ای از مردم، مشاغل و دولت‌ها را به در پیش گرفتن روش‌های جدید، تفکر جدید و رفتار و عملکرد جدید، تحریک می‌کند که با اهداف توسعه پایدار همسو باشند (Galvani, Lew and Perez, 2020). رویداد همه‌گیری COVID-19 نه به‌طور کامل، اما سبب سقوط قابل‌توجه سیستم زمین و انسان شده است. احتمالاً انسان در حال ورود به مرحله سازمان‌دهی مجدد نوآوری و خلاقیت است که برای سیستم انسانی ما لازم است تا خود را تغییر دهیم و در نهایت با شرایط جدید سیاره‌ای که در آن زندگی می‌کنیم سازگار شویم (Lew et al., 2020). براساس بیانیه هشدار و اقدام گردشگری^۲، گردشگری در دوران بحران همه‌گیر COVID-19 به‌وضوح نشان داد که صنعت گردشگری جهانی وابستگی‌های اقتصادی ایجاد می‌کند که پایدار نیستند. در عوض کشورها به اقتصادهای متنوعی نیاز دارند که براساس رفاه پایدار جامعه ساختاریافته باشند (Taaf, 2020). شرکت‌هایی که امروزه در موضوع پساکرونا فعالیت می‌کنند، در حال حاضر در سه حوزه

2. Tourism Alert and Action Forum (TAAF). TAAF's Nine Point Plan that was set out in our statement "Taking back our communities post COVID" is a peace with justice approach to tourism

1. Mass Tourism

۳. باید به بررسی رابطه میان پرکتیس گفتمانی و نظم گفتمانی پرداخت (Fairclough, 1992).

یکی از اهداف عمده تحلیل گفتمان، تشریح فهم‌های بدیهی انگاشته و تبدیل آنها به موضوع بحث و نقد و درنهایت آماده کردن آنها برای تغییر است. فرکلاف در این باره می‌گوید: اختیار کردن اهداف انتقادی، به این معنی است که برای روشن کردن این‌گونه طبیعی‌شدگی‌ها بکوشیم و به بیان کلی‌تر، تعیین‌ها و تأثیرات اجتماعی گفتمان را که از دید مشارکان آن مخفی می‌مانند، آشکار کنیم (فرکلاف، ۱۳۷۹، ص. ۲۷). بهترین نگاه به گفتمان این است که آن را نه یک سیستم انتزاعی (گرایش نظریه‌های گفتمان ساختارگرا و پس‌ساختارگرا) بلکه کاربرد «موقعیت‌مند» زبان در بستریایی که در آن رخ می‌دهد به شمار آوریم. در رابطه با گردشگری، بیماری همه‌گیر COVID-19 فرصتی را برای ما فراهم کرده است تا آینده گردشگری را دوباره تصور کنیم. همان‌طور که بیانیه شبکه اقدام گردشگری (TAAF, 2020) به درستی بیان می‌کند که «گردشگری دیگری امکان‌پذیر است». بحران COVID-19 فرصت‌هایی را برای ما فراهم می‌کند تا در غیر این صورت به سمت بین‌المللی حرکت کنیم. در این میان، باید بدانیم که دانشمندان گردشگری سهمی در انتخاب مسیرهای جایگزین گردشگری دارند (Everingham and Chassagne, 2020).

منابع مالی

منابع مالی این پژوهش توسط نویسنده تامین شده است.

تعارض در منافع

نویسنده تعارضی در منافع گزارش نکرده است.

صادق و چه چیز کاذب است. غالباً تحلیلگران گفتمان اسیر همان گفتمانی هستند که قصد تحلیل آن را دارند. در اینجا در تحلیل گردشگری پسا کرونا در ایران، اسیر «گفتمان ورشکستگی گردشگری» با همه‌گیری کرونا شده‌ایم. حتی اگر تحلیلگر گفتمان اسیر گفتمانی نباشد که قصد تحلیل آن را دارد، اسیر ساختار گفتمانی دیگر است که در اینجا نقش اقتصاد سیاسی ایران (اقتصاد سیاسی نفتی و رانتی) در توسعه نیافتن گردشگری است. از میان رویکردهای مختلف در تحلیل گفتمان انتقادی، فرکلاف مفصل‌ترین چارچوب را برای تحلیل رابطه‌ای کاربرد زبان و پرکتیس اجتماعی ارائه کرده است. در نگاه وی، تحلیل گفتمان انتقادی روشی است که در کنار سایر روش‌ها برای بررسی تغییرات اجتماعی و فرهنگی به کار گرفته می‌شود و به دلیل اینکه تغییرات را مدنظر قرار می‌دهد، قابل توجه است. گردشگری در دوران کرونا بیشترین تغییرات را به خود دیده است. فرکلاف از اصطلاح گفتمان برای اشاره به کل فرایند تعامل اجتماعی استفاده می‌کند که متن تنها بخشی از آن است؛ زیرا وی برای گفتمان سه عنصر در نظر می‌گیرد که عبارت‌اند از: متن، تعامل و بافت اجتماعی. رویکرد فرکلاف متشکل از مجموعه‌ای از مفروضات فلسفی، روش‌های نظری، دستورالعمل‌های روش‌شناختی و فنون خاص تحلیل زبانی است. فرکلاف در مدل سه‌بعدی‌اش، پرکتیس گفتمانی، متن و پرکتیس اجتماعی را در قالب سه سطح مختلفی که می‌توان آنها را در تحلیل تفکیک کرد، مطرح می‌کند (Fairclough, 2000).

۱. تحلیل پرکتیس گفتمانی بر نحوه تولید و مصرف متن متمرکز است.

۲. با تحلیل دقیق ویژگی‌های زبانی یک متن از طریق به کارگیری ابزارهای خاص می‌توان نشان داد که گفتمان‌ها چگونه به طریق متنی فعال می‌شوند و به یک تفسیر خاص می‌رسند و آن را تقویت و تحکیم می‌کنند.

گفتمان انتقادی فرکلاف در تحلیل متون انضمامی:
با نگاهی به متون تولیدشده رسانه‌ای با محوریت
بحران اقتصادی و اجتماعی اخیر اروپا و آمریکا.
فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران،
(۱)۲، ۱۷۶-۱۵۳.

یورگنس، ماریان و فیلیپس، لوییز (۱۳۹۷). نظریه و روش
در تحلیل گفتمان. ترجمه هادی جلیلی، چاپ
هشتم، تهران: نشر نی.

References

- Ala'a, A., and Albattat, A. (2019). Current Issue in Tourism: Disease Transmission as a Potential Risk for Travellers. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8, 103-114.
- Everingham, P., & Chassagne, N. (2020). Post COVID-19 ecological and social reset: moving away from capitalist growth models towards tourism as Buen Vivir. *Tourism Geographies*, 1-12.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change* (Vol. 10). Cambridge: Polity press.
- Fairclough, N. (1993). Critical discourse analysis and the marketization of public discourse: The universities. *Discourse & society*, 4(2), 133-168.
- Fairclough, N. (2000). *New labour, new language?*. Taylor & Francis.
- Fong, L. H. N., Law, R., & Ye, B. H. (2020). Outlook of tourism recovery amid an epidemic: Importance of outbreak control by the government. *Annals of Tourism Research*, 102951.
- Galvani, A., Lew, A. A., & Perez, M. S. (2020). COVID-19 is expanding global consciousness and the sustainability of travel and tourism. *Tourism Geographies*, 1-10.
- Hilsenrath, J. (2020). Global Viral Outbreaks Like Coronavirus, Once Rare, Will Become More Common. *The Wall Street Journal*, March, 6.
- <https://www.unwto.org/data>
- <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
- <https://www.worldometers.info/coronavirus/country/iran/>
- Laclau, E., and Mouffe, C. (2014). *Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics*. Verso Trade.
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020. *Tourism Geographies*, 1-12.
- Page, S., Song, H., & Wu, D. C. (2012). Assessing the impacts of the global economic crisis and swine flu on inbound tourism demand in the United Kingdom. *Journal of travel research*, 51(2), 142-153.
- Qiu, R. T., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994.
- Richter, L. K. (2003). International tourism and its global public health consequences. *Journal of Travel Research*, 41(4), 340-347.
- Ritchie, B. (2008). Tourism disaster planning and management: From response and recovery to reduction and readiness. *Current issues in Tourism*, 11(4), 315-348.
- Scott, N., & Laws, E. (2006). Tourism crises and disasters: Enhancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 149-158.
- Seabra, C., Reis, P., & Abrantes, J. L. (2020). The influence of terrorism in tourism arrivals: A longitudinal approach in a Mediterranean country. *Annals of Tourism Research*, 80, 102811.
- Sharifpour, M., Walters, G., & Ritchie, B. W. (2014). Risk perception, prior knowledge, and willingness to travel: Investigating the Australian tourist market's risk perceptions towards the Middle East. *Journal of Vacation Marketing*, 20(2), 111-123.

منابع

فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). *تحلیل گفتمان انتقادی*. ترجمه فاطمه شایسته پیران و همکاران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

محسنی، محمدجواد (۱۳۹۱). جستاری در نظریه و روش تحلیل گفتمان فرکلاف. *فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی*. ۳(۳)، ۶۳-۸۶.

نوذری، حمزه، جمشیدی‌ها، غلامرضا، غلامی‌پور، اسماعیل و ایرانی، اسماعیل (۱۳۹۲). *سودمندی*

Song, H., Livat, F., & Ye, S. (2019). Effects of terrorist attacks on tourist flows to France: Is wine tourism a substitute for urban tourism?. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100385.

Tourism Alert and Action Forum. (2020). Tourism alert and action forum statement on Covid-19 pandemic crisis - 30 March 2020.

Wang, Y. S. (2009). The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan's international inbound tourism demand. *Tourism Management*, 30(1), 75-82.

Yu, Q., McManus, R., Yen, D. A., & Li, X. (2020). Tourism boycotts and animosity: A study of seven events. *Annals of Tourism Research*, 80.