

تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران

در مناظره‌های تلویزیونی

دریافت: ۱۳۹۸/ ۱ / ۱۸

پذیرش: ۱۳۹۸/ ۳ / ۱۰

علی اکبر رزمجو^۱

محمد اسلامی نژاد^۲

چکیده

در این پژوهش، اظهارات نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران بررسی شده تا بتوان گفتمان‌هایی را که نامزدها به‌طور جداگانه یا به‌صورت ائتلافی ترویج می‌کنند، تحلیل نماییم. به این منظور از روش تحلیل گفتمان انتقادی نورمن فرکلان استفاده و با توجه به روش تحقیق، جنبه‌های توصیفی، تفسیری و تبیینی گفتمان‌ها را تحلیل نموده‌ایم. در بخش روش‌شناسی پژوهش با استفاده از روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلان جدولی طراحی و تحلیل مناظرات را بر اساس آن انجام داده‌ایم. در سطح توصیف، گفتمان را در سطح خرد (گفتمان به‌مثابه متن) بررسی و در سطح تفسیر، گفتمان را در سطح میانی (گفتمان به‌مثابه فرایند) تحلیل و در سطح تبیین، گفتمان را در سطح کلان (گفتمان به‌مثابه زمینه اجتماعی) کاوش کرده‌ایم. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در مناظرات دوره دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری، گفتمان غالب اصلاحات با گفتمان رقیب اصول‌گرا در جدال است. نمایندگان گفتمان اصلاحات عبارت‌اند از: روحانی، جهانگیری و هاشمی‌طبا. نمایندگان گفتمان اصول‌گرا عبارت‌اند از: رئیسی، قالیباف و میرسلیم. گفتمان‌های رایج در مناظرات هر یک به‌نوعی بازسازی گفتمان‌هایی هستند که در دوره‌های قبل در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی ایران حضور داشته‌اند.

واژگان کلیدی: گفتمان، تحلیل گفتمان، تحلیل گفتمان انتقادی، دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران

مقدمه

رسانه‌ها در تمام جوامع عامل و ابزار ارتباطات سیاسی هستند. یکی از دلایلی که نقش و جایگاه رسانه‌ها را در جوامع کنونی برجسته ساخته است، تأثیری است که بر افکار عمومی دارند. در جهان امروز، حتی در سستی‌ترین کشورهای جهان، رسانه، سایه سنگین خود را بر نظام اجتماعی و مناسبات انسانی انداخته و قدرت نفوذ آن در عرصه عمومی و مدیریت کلان و نیز در ساحت زیست فردی تعمیم یافته است. شاید در هیچ زمان و شرایطی، مثل زمان انتخابات نقش رسانه‌ها برجسته و بااهمیت نشود، به طوری که بخش عمده‌ای از فرایند انتخابات چه به لحاظ سخت‌افزاری و بهره‌گیری از کارکرد تبلیغاتی آن و چه از منظر نرم‌افزاری برای نهادینه کردن رفتار انتخاباتی و رهبری افکار عمومی بر دوش رسانه‌ها است. در واقع رسانه، نه فقط در فرم و اجرای باشکوه‌تر انتخابات مؤثر است، بلکه بستری را برای انتخاب آگاهانه و از روی شناخت مردم فراهم می‌کند و محتوای آن را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

یکی از ابزارهای رسانه‌ای انتخابات، تلویزیون است. بسیاری از مردم مبنای تصمیم‌گیری خود را نشست‌های مناظره‌ای و فرصت‌های تبلیغی قرار می‌دهند که صداوسیما در اختیار نامزدها می‌گذارد. در کشور ما تلویزیون، نهادی دولتی و رسانه‌ای فراگیر محسوب شده و از مهم‌ترین و چه بسا قدرتمندترین کانال‌ها برای رساندن اخبار و اطلاعات سیاسی هست و جایگاه مهمی در زندگی افراد دارد. طبق آمارهایی که در این رابطه وجود دارد افراد در ایران روزانه ۲ تا ۵ ساعت از وقت خود را به تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند (خیری، ۱۳۸۷: ۴۰). نامزدها در مناظره‌های تلویزیونی به بیان دیدگاه‌های خود و نقد نظرات و حتی عملکرد رقبا می‌پردازند و مباحث مطرح شده توسط آن‌ها، تأثیر زیادی بر شناخت مردم و در نهایت سبب رأی این نامزدها دارد. بررسی و مطالعات صورت گرفته در مرکز پژوهش‌ها و سنجش افکار سازمان صداوسیما، و پیمایش‌های مشابه ۴ مرکز معتبر نظرسنجی در ایران، از ۸۷ طرح پیمایشی از تاریخ ۱۴ آذر ۹۵ لغایت ۶ خرداد ۹۶ (یک هفته پس از انتخابات) مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری شهر تهران، مراکز استان‌ها، شهرهای تابعه و روستاها، نشان می‌دهد که میزان مشارکت مردم در انتخابات از ۵۲,۲ درصد در اولین نظرسنجی به ۷۳,۱ درصد در آخرین نظرسنجی افزایش یافته است. آنچه در این نظرسنجی‌های انتخاباتی که در روزهای قبل از انتخابات انجام می‌شود، بیش‌تر مورد توجه و علاقه این پژوهش است نوساناتی است که در رفتار پاسخگویی مردم در این نظرسنجی‌ها مشاهده می‌شود. در واقع

نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که با توجه به محتوای مناظرات تلویزیونی نتایج نظرسنجی تفاوت‌های معناداری را دچار می‌شود.

این‌که نامزدهای حاضر در این انتخابات، از امکان ابداعی مناظره، برای بیان دیدگاه‌های خود و نقد دیدگاه‌ها و حتی عملکرد رقبا، چگونه استفاده کرده‌اند یا به عبارت دیگر، مهم‌ترین دیدگاه‌ها و برنامه‌های خود را «در رقابت رودررو» با رقبا به چه صورتی مطرح کرده‌اند و اینکه هر یک از نامزدها در مناظره‌های تلویزیونی چه گفتمان‌هایی را ترویج می‌کردند از اصلی‌ترین مسئله پژوهش هستند. در واقع باید دید که هر یک از شش نامزد، در مجموع سه مناظره‌ای که در آن‌ها امکان مواجهه جدی و رودررو با رقبای خود داشته‌اند، جهت‌گیری‌های اصلی، نقاط تأکید و اولویت‌ها و مؤلفه‌های گفتمانی خود را چگونه طرح کرده‌اند. و شناخت گفتمان تبلیغاتی هر کدام از نامزدها در مناظره‌های تلویزیونی دوره دوازدهم انتخابات و بررسی جنبه‌های توصیفی، تفسیری و تبیینی گفتمان‌های غالب و رقیب که از اهداف اصلی این مقاله است چگونه بوده است چراکه، درک و تحلیل عمیق اظهارات نامزدها، بدون توجه دقیق به متن مناظره‌ها و نیز شرایط فرامتنی تولید این متون گفتمانی، به‌سادگی امکان‌پذیر نیست؛ امری که به اعتقاد پژوهشگران با تحلیل گفتمان مناظره‌های تلویزیونی، تا حد زیادی امکان‌پذیر می‌شود.

به نظر پژوهشگر آنچه در این مناظرات جریان دارد گفتمان است. در واقع رقابت بیش از آن‌که بین نامزدها جریان داشته باشد، بین گفتمان‌ها وجود دارد. ائتلاف‌ها و مواضع مشترکی که در مناظرات مشاهده می‌کنیم دلیلی بر این مدعاست. هر گفتمانی معانی گسترده و عمیقی دارد که در چند سطح قابل بررسی‌اند. شناسایی و تحلیل این معانی نیاز به روش تحلیل مناسب دارد. پژوهشگر بر آن است که با روش تحلیل گفتمان انتقادی می‌توان به چنین معانی دست یافت. در این خصوص برخی از پژوهشگران بر محورهای عمیق گفتمانی مشترک تمرکز داشته‌اند و از روش‌های گوناگونی برای تحلیل گفتمان نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری بهره برده‌اند اما یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که محورهای عمیق‌تر گفتمانی مشترک نامزدها تا حد زیادی بیان‌گر اولویت‌های نامزدها هم هست. برخی دیگر از پژوهش‌ها در قالب پایان‌نامه کارشناسی ارشد مثل تحقیقات بلاش‌آبادی (۱۳۸۸) و روزه‌خوش (۱۳۸۶) با عناوین «تحلیل گفتمان مناظره‌های تلویزیونی انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران» و «بررسی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران از منظر تحلیل گفتمان» بر متن

مناظرات تمرکز و طاهری (۱۳۸۸) در «تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامردهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸)» بر کشف نشانه‌های هویتی و گفتمانی از درون آن‌ها تأکید داشته است. شیوه‌های پژوهش اینان نیز عمدتاً متمرکز بر روش لاکلا و موفه یا نورمن فرکلاف هست. گوی‌های که تقریباً در تمامی پژوهش‌های اشاره‌شده مشترک هست نقد به سیستم و فرآیند موجود از مهم‌ترین مؤکدات می‌باشد (بلاش‌آبادی، ۱۳۸۸؛ روزه‌خوش، ۱۳۸۶؛ طاهری، ۱۳۸۸).

بررسی دلایل پیروزی یک گفتمان در انتخابات نیز بخش دیگری از دسته‌بندی پیشینه این قبیل پژوهش‌ها است (روزه‌خوش، ۱۳۸۶). یافته این پژوهش‌ها نیز نشان می‌دهند که در نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در دور اول، در رقابت فشرده نامردها، گفتمان انتخاباتی احمدی‌نژاد، موردتوجه پایگاه ایدئولوژیک و نهادهای محافظه‌کاران قرار گرفت و همین امر، ورود او را به دور دوم ممکن ساخت. در دور دوم نیز، موفقیت احمدی‌نژاد، بیش‌تر حاصل قابلیت دسترسی بالای گفتمان او بود تا مقبولیت آن.

در یک دسته‌بندی دیگر پژوهش‌های خارجی جا دارند که در قالب مقاله بررسی شده‌اند که عمدتاً یا به دنبال بررسی شرایط احزاب و گفتمان گروه‌ها در قبل از انتخابات بوده‌اند یا فرهنگ سیاسی را مورد واکاوی قرار داده‌اند. مثل بریز (۲۰۱۱) که به دنبال بررسی اساسنامه احزاب و گروه‌ها در قبل از انتخابات است. چنین پژوهشی کمک کرده تا گفتمان‌های اساسنامه احزاب در انتخابات سال ۲۰۱۰ انگلیس^۱ بررسی و در پی پاسخ به این سؤال اصلی باشد که هر ایدئولوژی سیاسی چگونه و از چه راهی در جامعه نفوذ می‌کند؟ با توجه به شرایط و زمینه‌های قبل از انتخابات یافته عمده چنین پژوهش‌هایی این است که گفتمان‌ها به میزان قابل توجهی تحت تأثیر شرایط و محدودیت‌های آن‌ها در دورنمای سیاسی قرار دارند.

پاتالینن (۲۰۱۶) نیز به دنبال تفاوت‌های فرهنگ سیاسی در تحلیل گفتمان مناظره‌های ریاست جمهوری بوده است؛ چنانکه پژوهش وی با عنوان «یک بررسی کاربردی از مناظره‌های ریاست جمهوری ۲۰۱۲ فنلاند»^۲ در دپارتمان ارتباطات دانشگاه جیواسکیلا^۳ انجام شده است. این تحقیق، نظریه کاربردی گفتمان جنبش سیاسی را به کار می‌برد. محقق از این روش برای طراحی یک تصویر شفاف‌تر از گفتمان مناظرات سیاسی ریاست جمهوری ۲۰۱۲ کشور فنلاند استفاده می‌کند. هدف تحقیق مقایسه نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات

مشابه در ایالات متحده است به این منظور که به فهم بهتری از تفاوت‌های ممکن بین دو فرهنگ سیاسی برسد.

مفاهیم و چارچوب نظری

۱- تعریف مفاهیم

۱-۲- گفتمان

واژه «گفتمان» که سابقه آن در برخی منابع به قرن ۱۴ میلادی می‌رسد، از واژه فرانسوی "discours" و لاتین "discourse-us" به معنای گفت‌وگو، محاوره، گفتار و از واژه "discourrer" / "discoursum" به معنای طفره رفتن، از سر باز کردن و تعلل ورزیدن گرفته شده است (مک دائل، ۱۳۸۰، ص ۱۰). گفتمان، در حیطه غیرتخصصی خود، به معنای صحبت، مکالمه یا گفت‌وگو و دربردارنده نوعی هدف آموزشی است. از این رو، خطابه، موعظه، سمینار، سخنرانی و مانند آن را می‌توان نوعی گفتمان به شمار آورد (مک دائل، ۱۳۸۰: ۱۰).

میشل فوکو، فیلسوف فرانسوی، گفتمان را مجموعه‌ای از احکام می‌داند که در شرایط ویژه‌ای وجود می‌یابند. او خود می‌گوید: «ما مجموعه‌ای از احکام را تا زمانی که متعلق به صورت‌بندی گفتمانی مشترکی باشند گفتمان می‌نامیم. گفتمان متشکل از تعداد محدودی از احکام است که می‌توان برای آن‌ها مجموعه‌ای از شرایط وجودی را تعریف کرد.» (تاجیک ۱۳۷۹: ۱۶). فوکو گفتمان را برای اشاره به روال‌های منظم و قانون‌مندی به کار می‌برد که تبیین‌کننده شماری از گزاره‌ها هستند. یعنی قانون‌ها و ساختارهای نانوشته‌ای که کلام‌ها و گزاره‌های خاصی پدید می‌آورند. (میلز ۱۳۹۲: ۹۱).

ارنستو لاکلا و شانتال موفی در کتاب «هژمونی و راهبرد سوسیالیستی» (۱۹۸۵)، گفتمان را مجموعه‌ای معنی‌دار از علائم و نشانه‌های زبان‌شناختی و فرا زبان‌شناختی تعریف می‌کنند. در نزد آنان گفتمان صرفاً ترکیبی از گفتار و نوشتار نبوده بلکه این دو خود اجزای درونی کلیت گفتمان فرض می‌شوند و گفتمان هم دربرگیرنده بعد مادی و هم مزین به بعد نظری است (تاجیک، ۱۳۸۳: ۲۱).

یکی از ویژگی‌های گفتمان که واجد بعضی از وجوه کارکردی زبان است، رخداد ارتباطی است. این به آن معناست که مردم زبان را برای برقرار کردن ارتباط میان اندیشه‌ها و باورها (یا بیان احساسات) به کار می‌گیرند و این عمل را به‌مثابه بخشی از رخدادهای پیچیده‌تر

اجتماعی و در موقعیت‌های مشخصی همچون ملاقات با دوستان، مکالمه تلفنی، تدریس در کلاس درس، مصاحبه برای پیدا کردن کار، ملاقات با پزشک و یا هنگامی که به نوشتن یا خواندن گزارشی خبری مشغول‌اند، انجام می‌دهند (ون‌دایک ۱۳۸۹: ۱۷).

وظیفه یا هدف اصلی مطالعه گفتمان فراهم آوردن توصیفی یکپارچه از این سه بعد اصلی گفتمان است: چگونه کاربرد زبان بر باورها و تعامل تأثیر می‌گذارد یا برعکس، چگونه تعامل بر نحوه سخن گفتن مردم تأثیر می‌گذارد و یا چگونه باورها، کاربرد زبان و تعامل را کنترل می‌کنند. هم‌چنین می‌توان از مطالعات گفتمانی انتظار داشت که علاوه بر دست دادن توصیف‌های نظام‌مند، نظریه‌هایی برای توضیح مناسبات میان کاربرد زبان، باورها و تعامل ارائه کنند (ون‌دایک ۱۳۸۹: ۱۸).

مایکل‌مان (۱۹۸۹) ضمن اشاره به کاربردهای وسیع و گسترده گفتمان در فرهنگ سیاسی و تفکر اجتماعی نوین فرانسه اظهار می‌دارد که گفتمان دارای اهداف و کاربردهای چندگانه است که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، با توجه به مناقشه‌ها و مباحثات فراوانی که در سال‌های اخیر در خصوص جایگاه علم، رسالت ایدئولوژی، نقش سوژه، کارکرد زبان و... صورت گرفته است، عبارت است از فاصله انداختن یا دور ساختن مفهوم «خود» از عرصه فلسفه، ایدئولوژی، تخصص‌گرایی علمی؛ و بازگرداندن جایگاه و شأن مفهوم «خود» به آن، به عبارت بهتر جایگاه و شأن «خود» را باز و آزاد می‌گذارد و استقلال عمل بیش‌تری برای آن قائل می‌گردد. از سوی دیگر، گفتمان درعین حال بر استقلال نسبی «اندیشه» و «زبان» از «جهان» و نیز بر ضرورت تحلیل نظام‌های اندیشگی در قالب زبانی که نظام‌های مذکور در آن بیان می‌شوند، تأکید می‌ورزد (بشیر و همکاران ۱۳۸۹: ۲۲۵).

ما در این پژوهش گفتمان را به‌منزله کنشی اجتماعی در نظر می‌گیریم. به این معنا که گفتمان به مفهوم قطعه‌ای از زبان به هنگام کاربرد واقعی است. درعین حال با دیگر کنش‌های اجتماعی پیوند دارد. این به آن معنا است که اعمال فردگرایانه کاربران زبان تحت حاکمیت شرایط ایدئولوژیک و اجتماعی گسترده‌تر قرار دارند.

۳-۱- تحلیل گفتمان انتقادی

در اواخر دهه ۷۰ میلادی «فاولر، هاج، کرس و ترو» با انتشار کتاب «زبان و کنترل» در رفع محدودیت‌های رهیافت کارکردگرایانه، به تحلیل گفتمان و معرفی رهیافت جدیدی به

تحلیل گفتمان کوشیدند. آنان با وارد کردن مفهوم قدرت و ایدئولوژی در تحلیل گفتمانی، تحلیل گفتمان انتقادی را پایه‌گذاری کردند و در نهایت، در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ با اوج‌گیری تحلیل گفتمان انتقادی، «ون‌دایک، وداک و فرکلایف» سه رویکرد عمده در تحلیل گفتمان انتقادی را بنیان گذاردند.

ون‌دایک، روش‌های سوءاستفاده از قدرت اجتماعی، سلطه و نابرابری و نیز مقاومت متون در بافت‌های اجتماعی و سیاسی در مقابل آن‌ها را مورد مطالعه قرار می‌دهد. او معتقد است که با چنین روش تحلیلی، تحلیل‌گران گفتمان انتقادی در تلاش‌اند تا نابرابری‌های اجتماعی را کشف و افشاء نمایند و در نهایت در مقابل آن ایستادگی نمایند (کلاتری و همکاران ۱۳۸۸؛ به نقل از ون‌دایک ۱۹۹۸، عمل صالح و سجادی ۲۰۰۴: ۲۸). نورمن فرکلایف، تحلیل انتقادی را روشی می‌داند که در کنار سایر روش‌ها برای بررسی تغییرات اجتماعی و فرهنگی به کار گرفته می‌شود و مرجعی است که در نزاع علیه استثمار و سلطه، مورد استفاده قرار می‌گیرد (یارمحمدی ۱۳۸۳: ۱۰۵). (یارمحمدی ۱۳۸۳: ۲۳؛ به نقل از رحیمی و عمل صالح ۲۰۰۸: ۱۱۸).

به‌طورکلی سه سطح برای تحلیل گفتمان انتقادی به‌عنوان یک روش تحقیق کیفی قابل تشخیص است: الف) سطح توصیف: در این سطح متن بر اساس مشخصه‌های زبان‌شناختی اعم از آواشناسی، واج‌شناسی، نحو، ساخت‌واژه یا صرف و معنی‌شناسی و تا حدودی کاربردشناسی، مورد توصیف و تحلیل واقع می‌شود. ب) سطح تفسیر: به تفسیر متن بر مبنای آنچه در سطح توصیف بیان‌شده با در نظر گرفتن بافت موقعیت و مفاهیم و راهبردهای کاربردشناسی و عوامل بینامتنی می‌پردازد. ج) سطح تبیین: به توضیح چرایی تولید چنین متنی از میان امکانات مجاز موجود در آن زبان در ارتباط با عوامل جامعه‌شناختی، تاریخی، گفتمان، ایدئولوژی و قدرت و قراردادهای دانش فرهنگی - اجتماعی می‌پردازد (آفاگل زاده ۱۳۹۰: ۱۹).

در این پژوهش ما از تحلیل گفتمان انتقادی به معنای فرکلایف آن استفاده کرده و آن را روشی تحلیلی همراه با تئوری می‌پنداریم که به مطالعه کاربرد زبان در رابطه با قدرت می‌پردازد. منظور این است تلاش می‌کنیم که روابط و مکانیسم‌های پنهانی را آشکارسازیم که باعث رواج مفاهیم خاصی با معانی خاص در اذهان عمومی و از میدان به در کردن مفاهیم دیگر و معانی دیگر می‌شود.

۱-۴- گفتمان هژمونیک

هژمونی یک گفتمان مبتنی بر انسجام معنایی دال‌های دیگر حول دال مرکزی است. در صورتی که یک گفتمان موفق شود با اتکا بر دال مرکزی خود، مدلول‌های مدنظر خود را به دال‌های گفتمانش نزدیک کند، یا به عبارت دیگر، نظام معنایی مطلوب خویش را در ذهنیت جمعی اجتماع، هر چند به طور موقت، تثبیت کند و رضایت عمومی را جلب کند، آن گفتمان هژمونیک می‌شود. اما در صورتی که گفتمان رقیب بتواند به کمک سازوکارهای مختلف این نظام معنایی را شالوده شکنی کند و ساختارهای معنایی شکل گرفته در ذهنیت جمعی مردم را در هم بریزد، آن‌گاه این گفتمان هژمونی‌اش را از دست می‌دهد؛ بنابراین موقعیت گروه‌های سیاسی به توانایی‌شان برای تولید معنا بستگی دارد (سلطانی، ۱۳۸۴).

هژمونی را به بهترین وجه می‌توان به منزله سازماندهی اجماع دانست. فرایندهایی که به واسطه آن‌ها صورت‌های پست‌تر آگاهی بدون توسل به زور یا خشونت خلق می‌شوند (سلطانی، ۱۳۸۴). در واقع، هژمونی به کمک تثبیت معنا حاصل می‌شود از این رو موفقیت طرح‌های سیاسی را به واسطه توانایی‌شان برای تثبیت نسبی معنا در بافتی مشخص و محدود می‌توان سنجید. نظریه پردازان گفتمان این را هژمونی می‌نامند. بستگی و انجماد ظاهری یک حوزه گفتمانی حاصل راهکارهایی است که برای کسب هژمونی طراحی شده‌اند.

«هژمونی» شبیه به «گفتمان» است چون هر دو اصطلاح به تثبیت عناصر در ابعاد اشاره دارند. اما تفاوتشان در این است که مداخله هژمونیک عمل تثبیت را مابین گفتمان‌هایی انجام می‌دهد که تصادم خصومت‌آمیز با یکدیگر دارند، گفتمانی که در میدان گفتمان حاکم است از طریق مفصل‌بندی مجدد عناصر آن میدان، گفتمان‌های دیگر را تضعیف یا حتی نابود می‌کند. مداخله هژمونیک زمانی موفق است که جایی که پیش از آن کشمکش حاکم بود یک گفتمان به تنهایی حاکم شود، در این صورت است که تخاصم رفع می‌شود. برای مثال، به مصاف یکدیگر رفتن مردم در جنگ اول جهانی نشانه این بود که مفصل‌بندی هژمونیک مردم در قالب «آلمانی» و «فرانسوی» به مفصل‌بندی مردم در قالب کارگر پیروز شده است. بدین ترتیب، «مداخله هژمونیک» فرایندی است که در حوزه‌ای واقع می‌شود که مورد تخاصم است و «گفتمان» نیز محصول آن - تثبیت تازه معنا - است (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۲: ۹۱).

به عقیده فرکلاف، مفهوم هژمونی وسیله‌ای در اختیارمان می‌گذارد که با کمک آن می‌توان نشان داد که عمل گفتمانی چگونه بخشی از عمل اجتماعی گسترده‌تر درگیر در روابط قدرت را شکل می‌دهد؛ عمل گفتمانی را می‌توان به مثابه جنبه‌ای از منازعه‌ای هژمونیک به شمار آورد که به بازتولید و تغییر و تحول نظم گفتمانی‌ای که بخشی از آن است (و در نتیجه بازتولید و تحول مناسبات قدرت موجود) کمک می‌کند. تغییر گفتمانی هنگامی واقع می‌شود که عناصر گفتمانی به شیوه‌ای جدید مفصل‌بندی شوند (پورگنسن و فیلیپس، ۱۳۹۲: ۱۳۲ - ۱۳۳).

منظور ما از گفتمان هژمونیک در این پژوهش گفتمانی است که غالب می‌شود و گفتمان‌های دیگر را از صحنه خارج می‌کند. گفتمان هژمونیک به قدرت حاکم بسیار نزدیک است و شرایط تولید و بازتولید اقتدار آن را فراهم می‌سازد. گفتمان رقیب در صورتی که بتواند اجزای گفتمان را به شیوه‌ای دیگر بازتولید کند، گفتمان غالب را به حاشیه رانده و خود غالب می‌شود.

۱-۵- دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران

انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران مهم‌ترین اتفاق سیاسی کشور است که هر چهار سال یک‌بار برگزار می‌شود. در واقع یکی از مهم‌ترین دستاوردهای انقلاب اسلامی ایران، تغییر سیستم پادشاهی به جمهوری است که رئیس‌جمهور با رأی مستقیم مردم انتخاب می‌شود. نخستین قانون انتخابات ریاست‌جمهوری در سال ۱۳۶۴ تدوین و تصویب شد و پس از آن نهادی به نام شورای نگهبان که مستقل از دولت و مجلس است به‌عنوان نهاد ناظر بر انتخابات در قانون اساسی تشکیل شد. از دور هفتم انتخابات ریاست‌جمهوری، عرصه رقابت تنگ‌تر و شدیدتر شده است. به‌گونه‌ای که از این دوره به بعد هرکدام از رئیس‌جمهورهای منتخب، در دور بعدی نیز توانسته‌اند اکثریت آرا را کسب کنند.

در دور دوازدهم نیز همین روند ادامه پیدا کرد. دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران در روز جمعه ۲۹ اردیبهشت ۱۳۹۶ برگزار شد. نام‌نویسی داوطلبان از روز ۲۲ فروردین ۱۳۹۶ آغاز شد و تا ۵ روز ادامه داشت. پس از اعلام نام‌زدهای تأیید صلاحیت شده، آن‌ها از ۸ تا ۲۷ اردیبهشت (جمعاً به مدت ۲۰ روز) برای تبلیغات انتخاباتی زمان داشتند. رئیس‌جمهور وقت، حسن روحانی، مجاز به شرکت در انتخابات برای دومین بار پیاپی شد که با سید ابراهیم رئیسی، سید مصطفی هاشمی‌طبا و سید مصطفی میرسلیم

رقابت کرد. طبق نتیجه رسمی حسن روحانی با کسب ۵۷٪ آرا مجدداً به عنوان رئیس جمهور ایران انتخاب شد. ویژگی بارز این دوره از انتخابات ریاست جمهوری وجود ائتلاف‌ها در بین نامزدها بود. به گونه‌ای که آقای جهانگیری که معاون اول رئیس جمهور در دوره قبل بود به نفع آقای روحانی و آقای قالیباف به نفع آقای رئیسی کناره‌گیری کرد.

۲- چارچوب نظری

۲-۱- نظریه اقناع

متقاعد کردن دیگران یا اقناع یکی از شیوه‌هایی است که در تبلیغات دینی، تجاری و سیاسی کاربرد فراوانی داشته و دارد. ارسطو از نخستین کسانی است که در آثار کلاسیک خود که راجع به فن خطابه بوده است اقناع و متقاعدسازی را تجزیه و تحلیل کرده و در مورد آن‌ها مطالب ارزشمندی نوشته است. شاید بتوان عصری که در آن زندگی می‌کنیم را عصر اقناع و متقاعد کردن بنامیم؛ عصر متقاعد کردن دیگران برای دستیابی به اهداف خود، عصر هدایت دیگران به سمت ایده‌ای خاص، مصرف کالایی ویژه و رأی دادن به انسانی مخصوص. این عصر متقاعد کردن دیگران با پیام‌های کوتاه، گیرا و اغلب تصویری انباشته شده است. از این رو شعارها و ایماژها جایگزین استدلال‌های منطقی شده‌اند. در این عصر برای اقناع مخاطب از کلمات اثربخش، تصاویر ماندگار، به چالش انداختن ذهن در مورد مسئله‌ای خاص با طرح سؤال‌هایی به ظاهر درست و یا اعلان استفاده می‌شود و همه این موارد، زمینه لازم را برای اقناع یا متقاعدشدن فراهم می‌آورد. (آرنسون و پراتکانیس، ۱۳۸۰: ۵۳). اقناع دارای صفاتی است که اشکال دیگر قدرت فاقد آن است، زیرا دربردارنده خاصیت روان‌شناختی آزادی است و ترغیب شوندگان احساس می‌کنند که موافق میل خود اهداف و رهنمودهای تعیین شده را انجام می‌دهند. (بینگر، ۱۳۷۶: ۳۶)

مک گوایر برای فرآیند اقناع شش مرحله را برمی‌شمارد: ۱- عرضه ۲- توجه ۳- درک ۴- پذیرش ۵- پرده‌پوشی ۶- رفتار آشکار (مک کوئیل، ۱۳۸۲: ۳۶). در تحقیقات رسمی، مقوله اقناع چندین اصطلاح رایج به معنای ویژه و فنی متفاوت با معنای روزمره خود می‌گیرد. این اصطلاحات به اقناع‌کنندگان کمک می‌کند که موقعیت‌های علم بیان را تجزیه و تحلیل کنند و در طراحی پیام‌هایشان قدم‌های مؤثرتری بردارند. اولین اصطلاح باور است. در نظریه اقناع، باور در مورد باید‌ها و نبایدهای مردم بحث می‌کند. دومین اصطلاح ارزش است؛ یعنی آنچه ما فکر می‌کنیم خوب یا بد درست یا غلط است. سومین اصطلاح انگیزه است. انگیزه به

علائق شخصی افراد بازمی‌گردد. انگیزه یعنی آنچه ما به آن نیاز داریم تا بازخوردهای مثبتی در برابر خودمان، دوستانمان و افراد خانواده‌مان ارائه دهیم. چهارمین اصطلاح اقناع گرایش است. گرایش یعنی آنچه مردم آن را دوست دارند یا ندارند. مطابق میلشان هست یا نیست. در واقع او می‌خواهد بداند که آیا شما عملکرد دولت را دوست دارید یا ندارید، با دولت و سیاست‌هایش هم‌عقیده هستید یا در تضاد هستید (دهقان، ۱۳۷۸: ۱۲۲)

روش‌شناسی پژوهش

روش انجام این تحقیق، تحلیل گفتمان انتقادی است. «برخی از مشهورترین رهیافت‌ها در تحلیل گفتمان انتقادی به وندایک و فرکلایف تعلق دارد. باین‌حال از روش تحقیق تحلیل گفتمان انتقادی فرکلایف استفاده می‌کنیم؛ چراکه رهیافت وی در مقایسه با رهیافت‌های دیگر، مدون‌ترین نظریه‌ها و روش‌ها را برای تحقیق در حوزه ارتباطات، فرهنگ و جامعه فراهم می‌کند» (فرقانی و اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۰: ۱۳۶). مناظرات به‌طور کامل پیاده‌سازی شده و با توجه به رهیافت‌های تحلیل گفتمانی فرکلایف، الگوی ویژه‌ای برای استخراج داده‌ها طراحی کردیم. این الگوی نظری در سه سطح (خرد، میانی و کلان) در ۱۱ لایه عناصر گفتمانی بررسی شده است. شایان توجه است که بخش‌هایی از تمام این لایه‌های گفتمانی، متناظر با گفتمان حاکم بر سخنان نامزدها، و به فراخور متن و پژوهش، استفاده شده است. همچنین تحلیل گفتمان انتقادی به‌عنوان روشی کیفی، متن را به‌عنوان عملی اجتماعی در ارتباط با ایدئولوژی، اثرات، تاریخ و جامعه تحلیل می‌کند. بنابراین سطح سوم، بیش از همه ناظر به انتقادی بودن روش تحلیل گفتمان این پژوهش خواهد بود (فرقانی، ۱۳۸۲: ۱۰۱-۹۲).

جدول (۱) الگوی تحلیل انتقادی فرکلاف

ردیف	سطوح	عناصر گفتمانی	متن و توضیحات
۱	خرد: توصیف (گفتمان به‌مثابه متن)	واژگان	سفید (مثبت) و سیاه (منفی)
۲		قطب‌بندی	
۳		استعاره‌ها/ تلویحات	
۴		انسجام کلی	
۵	میانی: تفسیر (گفتمان به‌مثابه فرآیند)	ظاهر کلام	
۶		معنای کلام	
۷		انسجام موضوعی	
۸		ساختار (جان‌مایه) متن	
۹	کلان: تبیین (گفتمان به‌مثابه زمینه اجتماعی)	عوامل اجتماعی/ تاریخی	
۱۰		ایدئولوژی‌ها	
۱۱		اثرات	

در بخش توصیف ابتدا واژگان مثبت و منفی در متن معین و به این صورت توصیف شدند. سپس قطب‌بندی^۴ در متن و گروه ما و آن‌ها یا خودی و دیگری را در متن مشخص می‌کنیم. همچنین استعاره،^۵ تشبیه،^۶ کنایه^۷ و آرایه‌های ادبی را در متن کاوش کردیم و در آخر انسجام^۸ کلی نیز در قسمت توصیف مورد بررسی قرار گرفت. در این قسمت سعی می‌کنیم به سؤالاتی که فرکلاف، خود برای بررسی سطح توصیف متن طرح کرده است و در خلال آن به گفتمان غالب بر متن‌ها دست‌یابیم.

مرحله تفسیر بر این باور متکی است که مؤلف و مخاطب متن هر دو دارای اذهانی بارور از گفتمان‌های جاری در محیط هستند. در این مرحله مقوله‌ها و مشخصه‌هایی که در مرحله توصیف مورد توجه بود، به‌عنوان نشانه‌هایی تلقی شدند که می‌توان با تمسک به آن‌ها از متن و زمینه متن بیرون رفت. فرکلاف این سطح را در دو مرحله تفسیر متن و تفسیر زمینه مورد توجه قرار می‌دهد؛ بنابراین در این مرحله ابتدا متن پیاده‌سازی شده را به چند بخش (ظاهر کلام و معنای کلام) تقسیم و سپس انسجام موضوعی و بعد از آن جان‌مایه متن استخراج شد و به تعبیر دیگر در این مرحله به این نکته پرداخته شد که منظور از صحبت‌های نامزدها چه بوده است. در انسجام موضوعی، نظرات و مواضع کاندیدهای دیگر را در رابطه با اظهارات

کاندید موردنظر آورده تا نزدیکی مواضع کاندیدهای هر گفتمان روشن شود. همین مواضع مشترک است که در سطح تبیین تقسیم‌بندی‌های ایدئولوژیکی را بین نامزدها مشخص خواهد کرد. سپس رابطه متن با زمینه مورد تحلیل قرار گرفت. یعنی مشخص شد که هر متنی با توجه به بندهای اصلی و درون‌مایه آن به چه دیدگاهی تعلق دارد. از طرف دیگر به این موضوع نیز پرداخته شد که هر کدام از اشخاصی که مفهومی مطرح می‌کنند از طرح مفهوم خاص موردنظر خود چه اهدافی را دنبال می‌کنند.

مرحله تبیین، تحلیل‌گر از شبکه معنایی متون خارج می‌شود و با تکیه بر زمینه یا بستر اجتماعی به تحلیل یک متن می‌پردازد. فرکلاف این سطح را با طرح سه پرسش پی می‌گیرد:

۱. عوامل تعیین‌بخش اجتماعی: در موقعیت خاص مورد مطالعه و در سطوح نهادی و اجتماعی کدام روابط قدرت این گفتمان را شکل داده‌اند؟

۲. ایدئولوژی‌ها: چه عناصری از آگاهی پیشینی که به کار گرفته شده، مشخصه ایدئولوژیک دارد؟

۳. اثرات: این گفتمان در روابط قدرت جاری در سطح موقعیتی، نهادی و یا اجتماعی چه جایگاهی دارد؟ این منازعات آشکارند یا پنهان؟ آیا این گفتمان در جهت حفظ وضع موجود است یا به دگرگونی آن می‌اندیشد؟

با توجه به موضوع پژوهش که تحلیل گفتمان مناظرات تلویزیونی دور دوازدهم ریاست‌جمهوری است، نیازی به نمونه‌گیری نیست و تمام جامعه آماری را مورد بررسی قرار دادیم. روشن است که نتایج این پژوهش، قابلیت تعمیم ندارد و نمی‌توان انتظار داشت که در مناظرات آینده یا گذشته، چنین گفتمان‌هایی در مناظرات وجود داشته باشد. همچنان نمی‌توان انتظار داشت که همین نامزدها در مناظرات آینده، چنین موضعی داشته باشند.

یافته‌های پژوهش

هر یک از نامزدها در مناظره‌های تلویزیونی چه گفتمان‌هایی را ترویج می‌کنند؟

میرسلیم شاید خودش را متعلق به گفتمان سازندگی بداند اما در واقعیت کلام و گفتمان او کاملاً اصول‌گرایانه است. رئیسی و قالیباف نیز از گفتمان اصول‌گرایی بهره می‌برند که مهم‌ترین شاخص گفتمان اصول‌گرایی عدالت‌خواهی است. سوابق و جهت‌گیری هاشمی‌طبا

او را در جبهه اصلاح طلبان قرار می‌دهد. روحانی و جهانگیری نیز به وضوح ترویج‌دهنده گفتمان اصلاح طلب هستند. مهم‌ترین دلیل برای این امر خصومت نامزدهای اصول‌گرا با ایشان و از سوی دیگر حمایت چهره‌های برجسته اصلاح طلب از آنان است.

جنبه‌های توصیفی گفتمان‌های غالب و رقیب در مناظره‌های تلویزیونی دور دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری کدام‌اند؟

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که انسجام واژگانی گفتمان غالب (روحانی، جهانگیری و هاشمی‌طبا) عمدتاً متمرکز بر اشتغال، ازدواج، احساس آزادی، طرح‌های عمرانی، توسعه چندوجهی و اقتصاد مقاومتی و تعامل با دنیا است. گفتمان رقیب (قالیاف، رئیسی و میرسلیم) نیز عمده توجه خود را بر اشتغال‌زایی، حمایت از تولید داخلی، عدالت اجتماعی، افزایش یارانه دهک‌های پایین، عدم مهاجرت روستاییان به شهر، اهمیت نیروی انسانی، خدمت به کشور و اقتصاد مقاومتی در عمل گذاشته است. همچنین گفتمان غالب واژگان منفی خود را عمدتاً متوجه گفتمان رقیب و دولت‌های نهم و دهم کرده است؛ با عناوینی همچون: مشکل اشتغال و ازدواج، فریب مردم، مؤسسات اعتباری غیرمجاز، نگاه آمرانه و خشن با جامعه، موقعیت‌های از دست رفته به خاطر ناپختگی، بی‌تجربگی و تخصص ناکافی دولت نهم و دهم در سیاست خارجی و مدیریت اقتصادی و قاچاق کالا. گفتمان رقیب نیز از واژگان منفی‌ای همچون: بحران محیط‌زیست، دولت چهاردرصدی، بیکاری، رکود، گرانی، افزایش فاصله طبقاتی، برجام، افزایش فقر و کوچک‌تر شدن سفره مردم، بی‌کفایتی و بی‌برنامگی دولت یازدهم در مهار حاشیه‌نشینی، عدم پذیرش انتقاد، استخراج بی‌رویه نفت و عدم حمایت از تولیدکنندگان استفاده کرده است.

در قطب‌بندی‌ها گفتمان غالب گروه خودی را شامل: دولت یازدهم، جوانان، موافقان برجام و متخصصان ایرانی در خارج از کشور هستند. همچنین گروه غیرخودی نیز شامل دولت نهم و دهم، قالیاف، رئیسی، میرسلیم، دستگاه قضایی و جریان اصول‌گرایی است. برای گفتمان رقیب گروه خودی شامل افراد خدوم، اصول‌گرایان، جوانان، جریان ۹۶ درصدی مردم، احمدی‌نژاد، مردم و ملت ایران هستند در حالی که گروه غیرخودی شامل دولت یازدهم، کاخ‌نشینان، وزیر امور خارجه، کابینه دولت، اصلاح‌طلبان و گروه ۴ درصدی رانت‌خوار هستند.

در بخش استعاره و تلویحات عمده اشارت‌های گفتمان غالب ناظر به دولت‌های نهم و دهم و جریان اصول‌گرایی بوده است مانند: برخورد‌های گازانبری و قضایی، بذریاس کاشتن، از این جیب مردم به آن جیب گذاشتن و ما توانستیم ماشین اقتصاد را از دره بیرون بیاوریم و در مسیر درست قرار دهیم. گفتمان رقیب نیز عمده تلویحات خود را ناظر به عملکرد دولت یازدهم می‌داند مانند: جاذبه‌های کاذب، حقوق شهروندی انشا نیست، سنگ برجام را به سینه زدن، کجاست فراگیری عدالت؟ سفره مردم کوچک‌تر شده و دولت دلال‌چی‌ها.

انسجام کلی گفتمان غالب را می‌توان ادامه‌دهنده گفتمان اصلاحات یا صورت پذیرفته‌شده آن در فضای سیاسی کنونی کشور دانست. تأکید بر لزوم ارتباط حسنه با غرب و جذب سرمایه‌های خارجی، مذاکره با غرب و سیاست خارجی دیپلماتیک و توجه به حقوق شهروندی و اهتمام ورزیدن به فرهنگ، وفاداری این گفتمان را به جریان اصلاحات نشان می‌دهد. نامزدهای گفتمان غالب، به‌طور هماهنگ تمام کاستی‌ها و ضعف‌های موجود را به دولت نهم و دهم یعنی گفتمان اصول‌گرا نسبت می‌دهند. البته اظهارات هاشمی‌طبا در متن مناظرات را باید بی‌خطر و با اغماض محافظه‌کارانه در نظر گرفت. او نه گفتمان غالب را به چالش می‌کشد و نه گفتمان رقیب را به حاشیه می‌راند. گفتمانی که سید مصطفی میرسلیم آن را نمایندگی می‌کند همان گفتمان اصول‌گرایی است. تأکید بر نیروی انسانی کشور و استفاده از ظرفیت نیروهای جوان و مستعد برای افزایش تولید کالا، کاهش استخراج نفت، مشارکت اقلیت‌ها و جناح‌های مختلف در اداره کشور، توجه به استعدادها و ظرفیت مناطق مختلف کشور و جلوگیری از تمرکز سرمایه در شهرهای بزرگ، صیانت از محیط‌زیست و منابع طبیعی کشور از آن جمله است. گفتمان اصول‌گرا همواره با عدالت‌محوری عجین بوده است. دفاع از حقوق مستضعفان و پیگیری حقوق از دست‌رفته آن‌ها به مطالبات اصلی تبدیل شد. اظهاراتی مانند افزایش سه برابری یارانه‌های دهک‌های پایین جامعه و ایجاد سالانه یک میلیون شغل در کشور از شعارهای اصلی این گفتمان است. مخالفت با سیاست خارجی دولت به‌ویژه در قضیه برجام نیز لبه تیز انتقاد گفتمان اصول‌گرا از دولت یازدهم و گفتمان اصلاح‌طلبی است. از جمله موارد مشترکی که نامزدهای گفتمان رقیب را به هم نزدیک می‌کند، به چالش کشیدن گفتمان غالب به‌ویژه سیاست خارجی آن «برجام» است.

جنبه‌های تفسیری گفتمان‌های غالب و رقیب در مناظره‌های تلویزیونی دور دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری کدام‌اند؟ در جدول زیر می‌توان مشاهده کرد.

جدول (۲) جنبه تفسیری ظاهر کلام و معنای کلام در گفتمان غالب

ظاهر کلام گفتمان غالب	
•	درباره مسکن نمی‌توان سرمایه‌گذاری‌های بزرگ کرد.
•	زیربنای همه توسعه‌ها حفظ ایران است.
•	ما اینجا نیامدیم برای رأی جمع کردن
•	مردم یارانه نقدی را دوست دارند یا طرح تحول سلامت را؟
•	جایگاه ریاست جمهوری محل کارآموزی نیست.
معنای کلام گفتمان غالب	
•	به این معنی است که مشکل اصلی در کشور ما اشتغال جوانان است که ما باید هزینه‌هایی که قرار است برای مسکن انجام دهیم صرف اشتغال و تولید برای جوانان بکنیم.
•	به این معنی است که اگر ما در کشور امنیت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نداشته باشیم هیچ‌وقت نمی‌توانیم در زمینه‌های ذکر شده پیشرفت و توسعه داشته باشیم.
•	به این معنی است که هدف مناظره ارائه برنامه‌های آینده برای مردم است که بتوانند بین نامزدها یک نفر را انتخاب کنند.
•	به این معنی است که از یارانه نقدی تورم به وجود می‌آید ولی از طرح تحول سلامت خدمات پزشکی و درمانی با کمترین قیمت به وجود می‌آید که برای مردم بهتر است.
•	به معنی این است که کسی باید رئیس‌جمهور شود که باتجربه و متخصص در امور سیاست ملی و بین‌المللی باشد.

ظاهر این جملات و کلام‌ها به‌تنهایی قابل فهم نیستند و احتمالاً ابهام ایجاد کند. معنای این کلام‌ها نشان می‌دهد که آن‌ها سیاست‌زبانی و بازی با کلمات را برای تخریب رقیب و تقویت گفتمان غالب بکار گرفته‌اند. گفتمان غالب اقدامات دولت یازدهم را برجسته می‌کند. طرح تحول سلامت، مشارکت اقشار مختلف جامعه در مدیریت کشور، دیپلماسی قوی در سیاست خارجی، ایجاد امنیت در زمینه‌های مختلف به‌ویژه امنیت اقتصادی از جمله کلام‌هایی است که نامزدهای گفتمان غالب به‌منظور دفاع از عملکرد دولت قبل بیان می‌کنند. به حاشیه‌رانی گفتمان رقیب توسط این نامزدها در کلام مشاهده می‌شود. انتقاد از برخوردهای امنیتی و خشن در دولت‌های نهم و دهم، تخصیص یارانه نقدی به‌صورت فراگیر برای همه اقشار جامعه که در دولت اصول‌گرایان کلید آن زده شد کلام‌هایی است که به این منظور بیان می‌شود.

جدول (۳) جنبه تفسیری ظاهر کلام و معنای کلام در گفتمان‌های رقیب

ظاهر کلام گفتمان رقیب	
	<ul style="list-style-type: none"> • دولت‌ها در حد توانشان موفقیت‌هایی به دست آورده‌اند. • هیچ دولتی نمی‌تواند موفق بشود مگر اینکه انتقاد اقلیت و احزاب را بپذیرد. • آیا زندگی فقرا برای دولت مسئولیت آور نیست؟ • بلندمرتبه‌سازی • نگاه قیّم‌آبانه و کنترل نظارت بر همه موضوعات فرهنگی.
معنای کلام گفتمان رقیب	
	<ul style="list-style-type: none"> • یعنی دولت‌ها نتوانسته‌اند با توجه به شعارهایی که می‌دهند در عمل نیز آن‌طور عمل کنند. مثلاً: رعایت حقوق شهروندی، انتقادپذیری و • یعنی دولت یازدهم نسبت به احزاب و اقلیت‌هایی که منتقد بودند به‌طور شایسته‌ای رفتار نکردند. بارها آن‌ها را به بهانه‌های مختلف احضار و اذیت کردند. • به این معنی است که ما باید برای فقرا و مستضعفان تلاش کنیم و سعی در توانمندسازی آن‌ها داشته باشیم نه با رانت و باندبازی کشور را اداره کنیم. • منظور از بلندمرتبه‌سازی این است که شهرداری تهران مجوز ساخت خانه‌هایی با طبقات زیاد داده است که این خود نیز مشکلاتی را به وجود آورده است. • به این معنی است که آن‌ها خود را صاحب فرهنگ و مالک این کشور می‌دانند و سلیقه‌ای و بر اساس منافع خود همه موضوعات را کنترل می‌کنند و حتی می‌خواهند که به فرهنگ جهت بدهند.

جملات و عبارات‌های آقای میرسلیم در مورد انتقاد از افزایش صادرات نفت در دولت یازدهم، عدم انتقادپذیری دولت یازدهم و عدم مشارکت دادن اقلیت‌های قومی و مذهبی در مدیریت کشور و عدم توجه به آمایش سرزمینی و افزایش بی‌رویه حاشیه‌نشینی در مجاورت شهرهای بزرگ در این دولت است. کلام‌های ایجابی آقای میرسلیم در مورد لزوم صیانت از نفت، کاهش صادرات نفت خام، تولید کالاهای غیرنفتی و افزایش صادرات غیرنفتی به کشورهای مختلف است. جملات و عبارات‌های آقایان رئیسی و قالیباف که نمایندگان اصلی گفتمان اصول‌گرا هستند به میزان زیادی مشابه است. کلام آن‌ها در رابطه با افزایش فاصله طبقاتی در دولت یازدهم، عمل نکردن دولت یازدهم به وعده‌های انتخاباتی، چنگ انداختن به فرهنگ عمومی کشور و سمت‌وسو دادن به آن در دولت قبل و سودآور نبودن برجام است. تلاش برای کاهش فاصله طبقاتی، عمل‌گرایی و مبارزه با رانت و باندبازی، حمایت از مستضعفین و ناتوانان رویه ایجابی کلام آن‌ها است.

انسجام موضعی

برای بررسی انسجام موضعی در تحقیق، ما موضع‌گیری‌های نامزدها را به اظهارات هر یک از نامزدها در این بخش بررسی کرده‌ایم. حال در جمع‌بندی انسجام موضعی، باید دنبال انسجام در مواضع نامزدهای گفتمان اصلی و رقیب باشیم. به دلیل تعداد عبارات زیاد برای هر گفتمان به ذکر ده مورد اصلی و مهم اکتفا کرده‌ایم.

گفتمان غالب

- فروش نفت خام بر اساس قانون مجلس و سیاست‌های کلی نظام؛
- پس گرفتن بازار نفت ایران که توسط عربستان در حال قبضه بود؛
- باز شدن بازار صادرات بر روی کشور توسط برجام؛
- برداشت بیش‌تر نفت و گاز در پارس جنوبی و در غرب کارون در رقابت با قطر و عراق؛
- برداشته شدن تمام تحریم‌های هسته‌ای و ثابت نگه‌داشتن صادرات نفت در نتیجه برجام؛
- به رسمیت رساندن حق هسته‌ای ایران، تبدیل فضای ایران هراسی به ایران‌دوستی، افزایش صادرات نفت و پتروشیمی و بیمه کشتی‌ها برای صادرات و واردات کالا به ایران؛
- موفقیت دولت برای کنترل تورم و نامشخص بودن منابع افزایش یارانه؛
- کوچک شدن سفره مردم در دولت قبل و افزایش تورم با افزایش یارانه؛
- نظام جامع تأمین اجتماعی در دولت دوازدهم؛
- آزادی در جامعه را امری لازم برای پیشرفت جوانان معرفی کردن.

گفتمان‌های رقیب

- تقسیم جامعه به ۹۶ درصد بی‌بهره و ۴ درصد برخوردار به‌وسیله رانت و وجود ۳ میلیون مسکن خالی در کشور و ناتوانی دولت در احیای سالانه ۱۰ درصد از بافت فرسوده؛
- انتقاد از برجام و اتهام دولت در تلف کردن وقت در چهار سال و عدم احقاق حقوق کشور در رابطه با همسایگان؛
- کنترل تورم به‌وسیله رکود و عدم توجه به بهره‌وری در مورد امکانات داخلی
- ورشکستگی و تعطیلی کارگاه‌های تولیدی به دلیل انحصار نقدینگی در دست عده‌ای افراد بدحساب؛
- غربی دانستن سبک زندگی موردنظر دولت یازدهم و برشمردن ویژگی‌های آن مانند مصرف منابع حداکثری، تولید سودآور و گسست‌های اجتماعی به‌ویژه در رابطه با خانواده؛
- افزایش دنیاطلبی و فاصله فاحش طبقاتی، حقوق‌های نجومی و اختلاس، طلاق، اسراف، رکود و بی‌اخلاقی در دولت یازدهم؛
- لزوم شفاف‌سازی در نظام اداری و شرکت‌های دولتی و جلوگیری از حیاط‌خلوت شدن شرکت‌های دولتی برای دولت؛
- حمایت از دولت نهم و دهم به دلیل استفاده از جوانان و دستیابی به کارهای علمی بزرگ؛
- متهم کردن دولت یازدهم به حمایت از عده‌ای خاص برای تجارت و رهاسازی میلیون‌ها نفر بیکار؛
- تمایل نداشتن دولت برای جلوگیری از قاچاق کالا به دلیل داشتن افراد دولت یازدهم در بخش خصوصی.

ساختار یا جان‌مایه متن

گفتمان غالب: گفتمان اصلاح طلب

ساختار یا جان‌مایه متن در اظهارات نامزدهای گفتمان اصلاحات به‌طور کلی بر دو محور استوار است. محور اول در مورد راهکارها و برنامه‌های مورد نظر جهت مقابله با مشکلات روز کشور و رشد اقتصادی بیشتر و تأمین رفاه بیشتر برای جامعه است و محور دوم در مورد انتقادات و نسبت دادن کاستی‌ها به اثرات اقدامات دولت نهم و دهم است. آنچه مهم است این است که راهکارهای ارائه شده همدیگر را نقض نمی‌کنند و منافاتی باهم ندارند. چنان‌که هاشمی‌طبا در اظهاراتش موافق استخراج بالای نفت و خام‌فروشی آن است. همگام با او، حسن روحانی و معاونش اسحاق جهانگیری از استخراج و فروش نفت خام حمایت می‌کنند و آن را یکی از اهداف اقتصاد مقاومتی عنوان می‌کنند. آن‌ها هر سه موافق ثابت ماندن میزان یارانه‌ها هستند و از ناتوانی دولت و محدود بودن منابع برای افزایش یارانه‌ها صحبت می‌کنند و معتقدند افزایش یارانه‌ها منجر به افزایش تورم می‌شود. در زمینه سیاست خارجی نیز هر سه از برجام حمایت کرده و سیاست خارجی و مذاکرات ایران را موفق قلمداد کرده و برجام را در رفع تحریم‌ها مؤثر می‌دانند.

گفتمان رقیب

ساختار و جان‌مایه متن اظهارات میرسلیم بر انتقاد از دولت یازدهم استوار است. در این راستا وی از سیاست‌های مرکزگرایانه دولت صحبت می‌کند که باعث مهاجرت روستائیان و ساکنان شهرهای کوچک به حاشیه شهرهای بزرگ شده است. از سوی دیگر بی‌توجهی دولت به حاشیه‌نشینان را باعث بروز مشکلاتی مانند محرومیت این افراد از امکانات رفاهی مانند آموزش و بهداشت و درمان شده‌اند. یکی دیگر از نقدهای میرسلیم به دولت یازدهم عدم توجه دولت به اقلیت‌های قومی و مذهبی و عدم انتقادپذیری از احزاب و گروه‌های مخالف، احضار و آزار مخالفان و سوءاستفاده از اطلاعات توسط عوامل دولت یازدهم و عدم امکان دسترسی آزاد به اطلاعات در این دولت است.

آنچه در مورد ساختار یا جان‌مایه متن گفتمان اصول‌گرایانه آقای میرسلیم در مناظرات تلویزیونی دور دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری می‌توان گفت این است که این گفتمان راهکارها و برنامه‌های جامعی برای رفع مشکلات کشور مانند اشتغال، ازدواج جوانان و

محیطزیست ارائه نمی‌دهد. بنابراین این گفتمان در مناظرات کنشی و ایجابی نیست، بلکه واکنشی و سلبی است. یکی از دلایلی که این گفتمان نمی‌تواند به تغییر گفتمان غالب منجر شود و در برابر گفتمان‌های دیگر به حاشیه رانده می‌شود، همین سلبی و واکنشی بودن آن است.

ساختار و جان‌مایه متن در اظهارات سایر نمایندگان اصلی گفتمان اصول‌گرا، عدالت اقتصادی و حمایت از محرومان و مستمندان است. در این راستا ابراهیم رئیسی از افزایش فاصله طبقاتی در دولت یازدهم ابراز نگرانی کرده و برنامه‌هایش را برای بهبود وضعیت معیشت محرومان و اقشار کم‌درآمد جامعه بیان می‌کند. او افزایش یارانه دهک‌های پایین جامعه را راهکاری در این خصوص می‌داند و معتقد است که دولت در این چند سال منابع درآمد فراوانی در اختیار داشته که توانایی افزایش یارانه‌ها را داشته ولی دولت یارانه مردم را تصرف کرده است و این درآمدهای اضافی خرج خود دولت‌مردان و تبلیغات دولت شده است.

محمدباقر قالیباف نیز در چنین طرح‌هایی او را همراهی می‌کند. قالیباف از تقسیم جامعه به دو گروه ۴ درصد بهره‌مند که آن‌ها هم با رانت به چنین منابع عظیم ثروت دست پیدا کرده‌اند و ۹۶ درصد افراد بی‌نصیب از ثروت و منابع اقتصادی دولت سخن می‌گوید. او معتقد است اولین اقدام مقابله با این گروه ۴ درصد است که بر اقتصاد کشور چنگ انداخته و فساد اقتصادی، اختلاس، حقوق‌های نجومی و قاچاق گسترده توسط آن‌ها صورت می‌گیرد. قالیباف مدعی است که تعداد زیادی از این افراد در دولت یازدهم حضور دارند و یا از نزدیکان به عوامل دولت هستند. قالیباف نیز چون رئیسی از ایجاد سالانه ۲ میلیون شغل و افزایش ۳ برابری یارانه‌ها صحبت می‌کند. در رابطه با سیاست خارجی هر دو مخالف برجام هستند و معتقد هستند که برجام دستاوردی برای مردم ایران نداشته است و پس از چهار سال اتلاف وقت و هزینه هنوز تحریم‌ها به قوت خود باقی است.

چنان‌که مشاهده می‌شود ساختار یا جان‌مایه اظهارات نامزدهای اصول‌گرا بسیار به هم نزدیک است و طرح‌ها و برنامه‌های یکسانی برای دولت آینده دارند.

جنبه‌های تبیینی گفتمان‌های غالب و رقیب در مناظره‌های تلویزیونی دور دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری کدام‌اند؟

گفتمان غالب (اصلاح‌طلبی)

از لحاظ زمینه‌های تاریخی - اجتماعی بین نامزدهای گفتمان غالب نزدیکی و همبستگی وجود دارد. در واقع نزدیکی آن‌ها به زمان اصلاحات و قبل‌تر از آن دولت سازندگی برمی‌گردد. حسن روحانی با اینکه عضو شورای مرکزی جامعه روحانیت مبارز به‌عنوان پایگاه سنتی اصول‌گرایان هست در دولت هاشمی رفسنجانی و سید محمد خاتمی از چهره‌های نزدیک به رئیس دو دولت محسوب می‌شد. روسای جمهوری که بی‌شک بزرگ‌ترین منتقدان آن‌ها را طیف اصول‌گرایان تشکیل می‌دادند. در همین زمان، هاشمی‌طبا رئیس سازمان تربیت‌بدنی بود. جهانگیری نیز در دولت اصلاحات وزیر بوده است؛ بنابراین نقطه اتصال هر سه نامزد گفتمان غالب اصلاحات است.

از لحاظ زمینه ایدئولوژیک باید گفت که جهانگیری متعلق به جریان اصلاحات است. تمام دوران فعالیت اجرایی وی در دوران اصلاحات بوده است. باین‌حال، حضور وی در انتخابات نه تنها مانعی برای روحانی نیست، بلکه به بالا بردن تعداد رأی‌های او کمک می‌کند. یکی از مهم‌ترین کارکردهایی که نامزد شدن معاون رئیس‌جمهور فراهم آورد، دو برابر شدن وقت آن‌ها در مناظرات تلویزیونی برای دفاع از دولت یازدهم و نقد دولت نهم و دهم بود. این روش باعث می‌شود که روحانی در برابر جبهه‌گیری اصول‌گرایان تنها نماند و توازنی نسبی در مناظرات وجود داشته باشد که آن را جذاب‌تر و عادلانه‌تر نشان دهد. از لحاظ ایدئولوژیک روحانی بیش‌تر به اصلاح‌طلبان کلاسیک مانند هاشمی رفسنجانی و محمد خاتمی نزدیک است. این در حالی است که وی را بیش‌تر به‌عنوان میانه‌رو و اعتدال‌گرا می‌شناسند. انتصاب منصب دبیر شورای عالی امنیت ملی در دوره اصلاحات نزدیکی وی را به این جریان نشان می‌دهد. از لحاظ ایدئولوژیک هاشمی‌طبا نیز در زمره اصلاح‌طلبان است. محافظه‌کاری وی در ورود به کارهای سیاسی و در حاشیه بودن وی در جریان اصلاحات باعث شده است که هیچ‌وقت به‌عنوان نامزد اصلی این جریان و یا هیچ جریان و یا گروه و جریان دیگری شناخته نشود. از لحاظ اثرات باید گفت که گفتمانی که هاشمی‌طبا به آن تعلق دارد، خستی است و رقیب هیچ‌یک از گفتمان‌های حاضر محسوب نمی‌شود. بنابراین می‌توان

گفتمان وی را گفتمان محافظه‌کاری تلقی کرد. این گفتمان در داخل گفتمان غالب عمل می‌کند و نمی‌تواند منجر به تغییر باشد، بلکه به بازتولید گفتمان غالب کمک کرد.

گفتمان رقیب

گفتمان اصول‌گرا

از لحاظ زمینه تاریخی - اجتماعی بین دو نامزد گفتمان اصول‌گرا زمینه مشترک چندانی یافت نمی‌شود. قالیباف سال‌های زیادی، فرمانده نظامی در سپاه پاسداران و نیروی انتظامی و پیش از یک دهه شهردار تهران بوده است. در حالی که رئیسی پیش‌تر در مناصب قضایی مدیریت کرده است. معرفی چنین افرادی این اختیار را به اصول‌گرایان می‌دهد که با قدرت به نقد گفتمان حاکم بپردازند و با شعار همیشگی این جریان یعنی حمایت از مستمندان و مستضعفان در برابر گفتمان غالب ایستادگی کند. ایجاد اشتغال، مسکن و تسهیل شرایط ازدواج برای جوانان، از جمله مواردی است که بیش‌ترین تأکید را در سخنان رئیسی به خود اختصاص داده است. آنچه این جریان را در برابر جریان غالب، در حالت ضعف قرار می‌دهد، بی‌توجهی این جریان به آزادی‌های سیاسی و مدنی است.

از لحاظ اثرات نیز گرچه گفتمان هر دو اصول‌گرایی است، اما بیان قالیباف گیراتر و حملات وی به دولت یازدهم برنده‌تر و کاری‌تر است. افشاگری‌های قالیباف ناسازگاری گفتمان اصول‌گرا را با گفتمان اصلاح‌طلب نشان می‌دهد. این‌که هنوز گفتمان اصول‌گرا خود را نماینده فقرا و محرومان و اقشار متوسط جامعه معرفی می‌کند، مهم است. نه از آن‌رو که واقعاً نماینده اکثریت غیر مرفه جامعه باشد یا نباشد یا این گروه عظیم چنین حقی به آن بدهد یا ندهد، از آن‌رو مهم است که اتهامی را به دولت یازدهم روا می‌دارد که جذاب، دل‌نشین و انقلابی است. نسبت دادن دولت یازدهم به ۴ درصد از ثروتمندان جامعه و رها کردن ۹۶ درصد جامعه به حال خود، شبیه به حادثه وال‌استریت در نیویورک آمریکا است. بنابراین گفتمان اصول‌گرا در بیان قالیباف نیز خارج از گفتمان غالب عمل کرده و باعث تغییر خواهد شد.

با توجه به سوابق و جایگاه میرسلیم در حزب مؤتلفه اسلامی، باید گفت که انتقادات وی از دولت یازدهم، هماهنگ با دیدگاه‌های گفتمان اصول‌گرایی است. چنان‌که در اظهاراتش به حمایت از تولید در داخل کشور و رفع موانع جهت صادرات و کنترل واردات سخن می‌گوید.

یکی از مهم‌ترین عناصر گفتمان وی تولید بیشتر در داخل و کنترل ورود کالاهای خارجی به داخل است. یکی دیگر از عناصر مهم سخنان آقای میرسلیم توسعه بهداشت و درمان و آموزش و پرورش به‌ویژه در مناطق حاشیه‌ای و روستایی بوده است.

نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که گفتمان‌های رایج در مناظرات موردبررسی، هر یک به‌نوعی بازسازی گفتمان‌هایی هستند که در دوره‌های قبل در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی ایران حضور داشته‌اند. با توجه به مشکلات و معضلات جامعه در هر دوره‌ای گفتمان‌های رایج تغییراتی در رویکردشان نسبت به این مسائل ایجاد می‌کنند و دوباره وارد کارزار انتخابات می‌شوند. این نوع تغییرات تدریجی گفتمان‌ها، تغییرات آرام اما مداومی را در ابعاد مختلف جامعه ایران پدیدار می‌سازد. به‌طورکلی عواملی که باعث می‌شود بتوانیم میان گفتمان‌ها در ایران تفکیک قائل شویم عبارت‌اند از:

۱. نگرش به اقتصاد کشور

۲. سیاست فرهنگی

۳. سیاست خارجی

در رابطه با نگرش به اقتصاد کشور، گفتمان غالب موافق ثابت نگه‌داشتن میزان یارانه، کمک به اشتغال و ازدواج جوانان از طریق ارائه تسهیلات قرض‌الحسنه، فروش نفت خام، تلاش برای استخراج بیش‌تر نفت از میدان‌های نفتی مشترک، توجه به بخش خصوصی، عدالت در اخذ مالیات، مدرنیزاسیون کشاورزی و اولویت تولیدات کشاورزی بر تولیدات صنعتی است. گفتمان اصول‌گرا طرفدار افزایش یارانه دهک‌های پایین جامعه و هدفمندسازی یارانه‌ها، تحت پوشش قرار دادن افراد بیکار در نهادهای حمایتی و توانمندسازی آنان جهت ورود به بازار کار، بهسازی مسکن و استفاده از مسکن‌های خالی موجود جهت اسکان زوج‌های جوان، کم‌توجهی به بخش خصوصی، معافیت مالیاتی برای افراد کم‌درآمد، افزایش حقوق فرهنگیان، افزایش تولیدات صنعتی و جلوگیری از تعطیلی واحدهای تولیدی از طریق حمایت‌های دولت، تولید گیاهان دارویی و توزیع عادلانه بودجه عمرانی در مناطق مختلف کشور است. همچنین کمک به اشتغال جوانان از طریق افزایش تولید صنعتی و صادرات کالا

به خارج از کشور، توسعه حمل و نقل عمومی و ناوگان ریلی و دریایی کشور، جلوگیری از فروش نفت خام، فراهم کردن شرایط زندگی و رفاه در مناطق حاشیه‌نشین شهرهای بزرگ و جلوگیری از ایجاد جاذبه‌های کاذب در شهرهای بزرگ از دیگر موارد طرح شده هست.

در رابطه با سیاست فرهنگی گفتمان غالب طرفدار آزادی مطبوعات، رفع فیلترینگ، احیای خانه احزاب، توجه به زبان اقوام مختلف و تدریس آن در مدارس و دانشگاه‌ها، ارتباط علمی و تحقیقاتی با مراکز علمی و تحقیقاتی خارج از کشور، انتقادپذیری و حقوق شهروندی است. گفتمان اصول‌گرا طرفدار استفاده از آموزش و پرورش جهت فرهنگ‌سازی و آموزش مهارت به جوانان برای اشتغال‌زایی، استفاده از نهادها و مراکز مردم‌نهاد برای آموزش و ترویج ارزش‌ها و مدافع حمایت از پیشنهادها سازنده احزاب و مخالفین در دولت، توسعه آموزش و پرورش و مبارزه با بی‌سوادی، توجه به اقلیت‌های قومی - مذهبی است.

همچنین در رابطه با سیاست خارجی گفتمان غالب مدافع برجام و مذاکره با غرب، مذاکره با کشورهای شریک ایران در میدان نفتی جهت استخراج بیش‌تر، مذاکره با کشورهای همسایه جهت مقابله با پدیده ریزگردها، روابط دوستانه و صلح‌آمیز با غرب و تقویت عناصر فرهنگ خودی در کشورهای دیگر است. گفتمان اصول‌گرا مخالف برجام و مذاکره با غرب، مدافع مذاکرات مقتدرانه و باعزت با غرب و نهراسیدن از جنگ، عدم نشان دادن نقطه‌ضعف‌ها در مذاکرات است.

کتابنامه

۱. بلاش آبادی، علی (۱۳۸۸). تحلیل گفتمان مناظره‌های تلویزیونی انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). تهران: دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۲. بهرام‌پور، شعبان‌علی (۱۳۷۹). مقدمه تحلیل انتقادی گفتمان (نورمن فرکلاف). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳. خیری، حسین (۱۳۸۷). «مقایسه فضای تبلیغی تلویزیون و مسجد». تهران: ماهنامه معرفت، شماره ۱۳۱.
۴. روزه‌خوش، محمد (۱۳۸۶). بررسی نهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران از منظر تحلیل گفتمان. تهران: دانشگاه تربیت‌معلم.
۵. شقاقی، مهدی و غلامرضا فدایی (۱۳۹۲). تحلیل گفتمان انتقادی و کاربرد آن در پژوهش‌های علم اطلاع‌رسانی. تهران، تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی، ۱(۴۷).
۶. طاهری، سید حمید (۱۳۹۴). تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸). تهران: دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
۷. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۲). «تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران» (از مشروطه تا خاتمی). فصلنامه رسانه. شماره ۵۴.
۸. فرقانی، محمدمهدی (۱۳۸۲). راه دراز گذار. تهران: فرهنگ و اندیشه.
۹. فرقانی، محمدمهدی و اکبرزاده جهرمی، سید جمال‌الدین (۱۳۹۰). «ارائه مدلی برای تحلیل گفتمان انتقادی فیلم». فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، شماره ۱۶.
۱۰. فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

لاتین

1. Breeze, Ruth. 2011. Variations on a Theme: Party Manifesto Discourses in the UK 2010 Election. Culture, language and Representation. 16977750. Vol lx,pp: 9- 30.
2. . Dyer, Richard. 1997. White, in Film Theory: Critical Concept in Media and Cultural Studies. Volume
3. Fisk, John. 2001. Television, Culture: Popular Pleasures And Politics. London: Routledge.
4. Hall, Stuart. 1997. The Work of Representation, in Cultural Representation and Signifying Practice. London: Sage Publication.
5. Hall, Stuart.2003. Representation, London: Sage Publication.
6. Hall, Stuart. 2001."Cultural Identitiy and Cinematic Reoresentation" in R. Stem and T. Miller, Film and Theory: an Antology. London: Blockwell.
7. Paatepainen, Paura. 2016. A Functionap Anapysis of the Finnish 2012 Presidentiap Debates. Finpand: university of Jyvaskypa.
8. Bluem, William (1965) Documentry in American Television, New York: Hastinghouse.
9. Collett, P. (1977) “The Rules of Conduct”, in P. Collett (Ed). Social Rules and Social Behavior, Totowa, NJ: Rowman and Littlefield.
10. Cook, Guy (1992) The Discorse of Advertising, London: Routledge
11. Copley, T. (1994) Religious Education: Developing Primary Teaching skills, London: Routledge.
12. Dalfen, Charles M. (1979) “Cultural Values and Communication”, in: Series: Cultures, Paris: Unesco Publications
13. Dyer, Gillian (1993) Advertising As Communications, London: Routledge
14. Esciencennews (2008) Presidential debates are mostly positive and emphasize policy, Retrieved September 24 2008 from world Wide Web

<http://esciencennews.com/articales /2008/09/24/ presidential>

فصلنامه علمی-پژوهشی فلسفه، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال دوم، شماره دوم (تابستان ۱۳۹۱)

15. Fridkin, Kin et all (2008) Role of the Candidates Propaganda Campaigns, Retrived March 16, (2009) from World Wide web: <http://www.fridkin.of.mill/battle/html>
16. Grierson, John (1979) cité par Satyajit RAY in The Documentary tradition, (2nd edition) by Lewis JACOBS. Ed. Norton
17. Grossberg, L. Nelson, C. & Treichler, P. (Eds), (1992) Cultural Studies, London: Routledge & kegan Paul
18. Lull, J. (2000). Media, Communication, Culture: A Global Approach, second ed, Cambridge: Polity Press; New York: Columbia University Press.
19. Morreale, J. (1993). The presidential campaign flm: A critical history. Westport, CT: Praeger.
20. Nichols, Bill (1991) Representing Reality: issues and concept in Documentary, USA: Bloowingfon and Indianapolis university press.
21. Norris, p (2000) Avirtuous circle, New York: Cambridge University press
22. Tedesco, John and Kaid, Lynda. (2003). "Style and Effects of the Bush and Gore Spots", in: The Millenium Election, Eds: Kaid, Tedesco, Bystrom, and McKinney, Lanham, Boulder, New York, Torento, Oxford, Rowman & Littlefeld Publishers.
23. Thompson, J. B. (1995) The Media and Modernity: A Social Theory of the Media, Cambridge: Polity Press.
24. Winer, Myron. (1971) political participation in crises and sequenes in political development.
25. Entman, RM. (1993). Framing: toward clarfication of a fractured paradigm. journal of communicatin.58-43:51.
26. Phillips, L & Jorgensen, M (2002) Discourse analysis as theory and method. sege publications.
27. Scheufel, r. & Tewksbury, d. (2007). Framing, Agenda setting, and Priming, jornal of Communication, vol57 no 1

سایتها

1. <http://iribresearch.ir/ertebatat.asp>
2. iribresearch.ir/payam/pdf/93/93_488.pdf
3. <https://fa.wi;ipedia.org>

4. Hawzah.net/fa/magazine/view
5. <https://fa.euronews.com>
6. <http://didban.ir/fa/news>
7. <https://tehranpress.co>

-
- ¹. Variations on a Theme: Party Manifesto Discourses in the uk 201 Election
 - ². A Functional Analysis of the Finnish 2012 Presidential Debates
 - ³. Jyvaskyla
 - ⁴. Polarization
 - ⁵. Metaphor
 - ⁶. Comparison
 - ⁷. Sarcastic
 - ⁸. Coherence