

تحلیل گفتمان انتقادی مناظره اقتصادی دو نامزد

سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری (رئیس‌ی و همتی)^۱

حمیدرضا رهرو^۲؛ پیمان جلی^۳؛ فاطمه عظیمی‌فرد^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۱/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۴/۱۸

چکیده

در این پژوهش یکی از مهم‌ترین کارزارهای انتخاباتی در ایران- مناظره‌های ریاست جمهوری که یکی از پربیننده‌ترین برنامه‌های نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در رسانه ملی است- از منظر تحلیل گفتمان انتقادی بررسی شده است. از این رو، نمایندگان دو گفتمان غالب در مناظره‌های سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری برای بررسی انتخاب شدند؛ آقایان رئیس‌ی و همتی به‌عنوان گفتمان نزدیک به گفتمان انقلابی یا همان اصول‌گرایی و همتی به‌عنوان گفتمان نزدیک به گفتمان اصلاح‌طلبی و سازندگی. برای بررسی این گفتمان، از روش تحلیل گفتمان انتقادی «ون دایک» استفاده شده و جامعه مورد مطالعه نیز مناظره اول تلویزیونی با موضوع اقتصادی بوده است. از بین سه مناظره، مناظره اول به دلیل اهمیت شرایط اقتصادی در کشور انتخاب شد. این مناظره در سه سطح شبکه، معنا و استدلال بررسی و در نهایت گزاره اساسی متن مناظره استخراج شد. تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد اصلی‌ترین گزاره‌های رئیس‌ی در مناظره اقتصادی شامل «حمایت از تولید ملی»، «مبارزه با فساد»، «دولت عملگر برای احیای شرایط اقتصادی» و «انتقاد به عملکرد دولت حسن روحانی» و اصلی‌ترین گزاره‌های همتی شامل «مهندسی انتخابات»، «بوششی بودن سایر کاندیداها» و «تأثیرات تحریم‌ها و عدم عضویت در کنوانسیون FATF بر اقتصاد» بوده است.

واژه‌های کلیدی

تحلیل گفتمان، سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، مناظره‌های تلویزیونی، تحلیل گفتمان انتقادی ون دایک، رئیس‌ی، همتی.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است. این مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته روزنامه‌نگاری رادیو و تلویزیون، با عنوان «تحلیل گفتمان انتقادی مناظره‌های دو نامزد انتخاباتی: رئیس‌ی و همتی در سیزدهمین دوره ریاست جمهوری» است که توسط نویسنده اول نگاشته شده و با راهنمایی نویسنده دوم و مشاوره نویسنده سوم در سال ۱۴۰۰ به دانشگاه صداوسیما ارائه شده است.

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد روزنامه‌نگاری رادیو و تلویزیون، گروه ژورنالیسم و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران. (نویسنده مسئول). hamidrhro@gmail.com

۳. استادیار، گروه ژورنالیسم و خبر، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران. jebelli@ws.irib.ir

۴. دکتری زبان شناسی همگانی، گروه زبان شناسی، دانشکده ادبیات فارسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. f.azimifard@irib.ir

مقدمه

انتخاب رئیس‌جمهور در کشور ایران مانند بسیاری از نقاط جهان مهم‌ترین فعالیت سیاسی مردم است. مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری فرصتی برای رأی‌دهندگان ایجاد می‌کند تا بتوانند نامزد مورد نظر خود را انتخاب نمایند. به عبارتی، یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین ابزار تبلیغاتی موردنظر ستادهای انتخاباتی، تلویزیون و به‌ویژه مناظره‌های تلویزیونی است. در واقع، مناظره ریاست جمهوری یکی از مجموعه مبارزات نامزدهای ریاست جمهوری در ارائه تصویر از خود و تلاش برای جلب نظر و اقناع رأی‌دهندگان است. (Sartika, 2021: 412)

در ایران، اولین مناظرات تلویزیونی، به یک سال بعد از پیروزی انقلاب برمی‌گردد؛ که در آن شهید بهشتی، به‌عنوان نماینده تفکر اندیشه اسلامی، در برابر نورالدین کیانوری، دبیرکل حزب توده به‌عنوان نماینده تفکر مارکسیستی، به مناظره پرداختند (تکییری، ۱۳۸۸: ۲۹).

پس‌ازآن، در انتخابات هفتم ریاست جمهوری هم در سال ۱۳۷۶، چهار نامزد حاضر در آن دوره، یعنی: علی‌اکبر ناطق نوری، محمد خاتمی، محمد ری شهری و رضا زواره‌ای، دور یک میز در برابر یکدیگر و در مقابل چشم بینندگان تلویزیون قرار گرفته بودند. در دوره‌های قبل اغلب مناظره‌ها به‌صورت نوشتاری و به‌خصوص مکتوب با تأخیر زمانی انجام می‌شد، در حالی‌که انجام برگزاری مناظره مستقیم آن‌هم از رسانه ملی، فضای تبلیغات کاندیداها را تغییر داد و کانون توجه عموم را به گفت‌و شنود مستقیم کاندیداها و نقد یکدیگر جلب کرد. باید گفت، مناظره‌ها در واقع یک کارزار مهم تبلیغاتی برای نامزدها انتخاباتی است و چندیین مزیت ویژه نسبت به سایر برنامه‌های تبلیغاتی نامزدها دارد. اولاً میلیون‌ها شهروند بی‌واسطه با نامزد انتخاباتی خود ارتباط برقرار می‌کنند. دوماً زمان مناظره‌ها از سایر برنامه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی بیشتر است و رأی‌دهندگان فرصت بیشتری برای شناخت نامزد انتخاباتی خود دارند و با توجه به اینکه سؤال‌های متعددی از نامزدها پرسیده می‌شود، تفاوت‌های نامزدها بهتر درک می‌شود. سوماً به این دلیل که سؤالات پیش‌بینی نشده‌ای از نامزدهای انتخاباتی پرسید می‌شود و نامزدها بی‌درنگ و بدون آمادگی نسبت به سؤال پاسخ می‌دهند و این امر سبب می‌شود این پاسخ‌ها به واقعیت حقیقی نامزدها و رویکردهایشان نزدیک‌تر باشد.

در ایران مناظره‌های انتخاباتی سال ۱۳۸۸ برای اولین بار به صورت رو در رو (دونفره) بین نامزدها انتخابات برگزار شد. اما این سبک از مناظره‌های (رو در رو) برای دوره‌های بعد یعنی مناظره‌های انتخابات سال‌های ۱۳۹۲، ۱۳۹۶ و ۱۴۰۰ تغییر کرده و به صورت گروهی برگزار شده است.

در انتخابات ایران هر نامزد با داشتن یک گفتمان مشخص از جمله آزادی، عدالت، توسعه سازندگی، کارآمدی، اعتدال، فساد ستیزی و شبیه این موارد به رقابت در انتخابات پای می‌گذارد؛ اما تحزب و دارا بودن یک ایدئولوژی صریح و یک شعار و گفتمان مشترک و مرزدار فکری و سیاسی (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاست داخلی و خارجی) به صورت روشن و دقیق مشخص نیست.

در مجموع سیزده دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران برگزار شده است. دوره انتخابات ریاست جمهوری در ۲۸ خرداد ۱۴۰۰ برگزار و در آن آقای سید ابراهیم رئیسی به عنوان هشتمین رئیس جمهور ایران انتخاب شد. ۵۹۲ داوطلب برای حضور در این انتخابات به عنوان نامزد ثبت نام کردند، که شورای نگهبان صلاحیت هفت نفر را برای نامزدی در انتخابات سیزدهم آقایان محسن رضایی، سید ابراهیم رئیسی، سید امیرحسین قاضی زاده هاشمی، عبدالناصر همتی، محسن مهرعلیزاده، علیرضا زاکانی و سعید جلیلی تأیید کرد. نامزدهای ریاست جمهوری مجموعاً سه مناظره با موضوعات "اقتصادی"، "فرهنگی، اجتماعی و سیاسی" و "دغدغه‌های مردم" برگزار کردند. لازم به ذکر است، در این انتخابات، بعد از مناظره‌ها، آقایان علیرضا زاکانی و سعید جلیلی به نفع آقای رئیسی و آقای مهرعلیزاده به نفع آقای همتی کناره‌گیری کردند.

هدف اصلی این تحقیق، شناسایی ویژگی‌های گفتمانی دو نامزد انتخاباتی سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، سید ابراهیم رئیسی و عبدالناصر همتی، در مناظرات تلویزیونی است؛ به گونه‌ای که با بهره‌گیری از شناخت گفتمان دو نامزد بتوان چهارچوبی از دیدگاه‌های دو نامزد به دست آورد.

چرایی انتخاب آقایان رئیسی و همتی به دلیل تفاوت‌های گفتمانی این دو نامزد نسبت به سایر نامزدهای انتخابات بوده است. دو نامزد مورد مطالعه متفاوت‌ترین گفتمان انتخاباتی را نسبت به همدیگر در این دور از انتخابات ریاست

جمهوری داشته‌اند. آقای رئیسی به‌عنوان نماینده نزدیک به گفتمان «انقلابی» یا «اصول‌گرایی» و آقای همتی به‌عنوان نماینده نزدیک به گفتمان «اصلاح‌طلبی» و سازندگی»، دو نامزد منتخب این مقاله هستند. در حقیقت، گفتمان دو نامزد برگزیده در این مقاله، دو قطب طیف نزدیک به گفتمان‌های سیاسی اصول‌گرا و اصلاح‌طلب حاضر در رقابت‌ها محسوب می‌شوند.

۱. پیشینه پژوهش

در بخش پیشینه مهم‌ترین آثار داخلی و خارجی در حوزه مناظره‌های انتخاباتی که به روش تحلیل انتقادی گفتمان انجام شده‌اند، ارائه شده است.

پیشینه پژوهش‌های داخلی

حمیدیان (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل انتقادی گفتمان نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران» گفتمان نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری در مناظره‌ها و فیلم‌های تبلیغاتی بررسی کرده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در این رقابت‌ها سه گفتمان «اصول‌گرای اصلاح‌طلب»، «اصلاح‌طلبی اصول‌گرا» و «توسعه‌پایدار» رقابت کرده‌اند.

روش تحقیق این مقاله، با نظریه و روش تحلیل گفتمان انتقادی مبتنی بر روش نورمن فرکلاف^۱ و تون ون دایک^۲ صورت‌گرفته است. این مقاله از لحاظ موضوع، نزدیک به پژوهش حاضر بوده؛ اما از نظر روش تحلیل، مقاله موردنظر بر پایه روش فرکلاف و ون دایک بوده، که با پژوهش حاضر، که بر پایه تحلیل به روش ون دایک بوده، متفاوت است.

رزم‌جو و اسلامی نژاد (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی» اظهارات نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران را بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، که در این مناظره‌ها، گفتمان غالب اصلاحات با گفتمان رقیب اصول‌گرا در جدال است. نمایندگان

1. Norman. Fairclough

2. Teun A. Van Dijk

گفتمان اصلاحات عبارت‌اند از: روحانی، جهانگیری و هاشمی‌طبا. نمایندگان گفتمان اصول‌گرا عبارت‌اند از رئیسی، قالیباف و میرسلیم.

پژوهشگران در این مقاله، نگاه نامزدهای انتخاباتی را در سه حوزه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی بررسی میکنند. نتایج بررسی نشان می‌دهد، گفتمان‌های رایج در مناظرات، هر یک به نوعی بازسازی گفتمان‌هایی هستند، که در دوره‌های قبل در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی ایران، حضور داشته‌اند. این پژوهش از لحاظ موضوعی به پژوهش حاضر نزدیک بوده، اما روش بررسی این پژوهش متفاوت است. در این پژوهش، محقق سعی بر آن داشته، با روش فرکلاف به دنبال تحلیل گفتمان مناظره‌های انتخاباتی باشد.

مجیدی و رحیمی نیا (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل گفتمان اعتدال در انتخابات ریاست جمهوری یازدهم» به بررسی گفتمان انتخاباتی حسن روحانی به‌منزله نامزد پیروز انتخابات ریاست جمهوری به روش تحلیل گفتمان انتقادی لاکلا و موفه می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، گفتمان اعتدال در تنازع گفتمانی، به دلیل برخورداری از موقعیت سوژگی سیاسی قوی‌تر و فعال‌تر و منسجم‌تر، به‌کارگیری فرآیند حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی، میزان دسترسی زیاد و اعتبار بیشتر نسبت به سایر گفتمان‌های رقیب، توانست هژمونیک شود.

پروین (۱۳۹۴)، در مقاله‌ای به نام «گفتمانی جدید بیرون از جوی تاریک: تحلیل گفتمانی انتقادی یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران»، سعی می‌کند نشان دهد، که نامزدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران چگونه تلاش کردند تا با زبان به قدرت برسند. در این تحلیل، از نظریه گفتمان لاکلا و موفه استفاده شده است. اهم یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد، نامزدها با ایجاد مرزهای طرد و کنار گذاشتن رقبای خود تلاش کردند در کارزار انتخابات پیروز شوند. بررسی مناظره‌های نامزدهای ریاست جمهوری نشان می‌دهد، حسن روحانی به این دلیل انتخاب شد، که می‌توانست دیگر گفتمان‌های ناشی از بحران فزاینده سیاسی - اجتماعی را کنار بگذارد. این مطالعه به لحاظ موضوعی به پژوهش حاضر نزدیک بوده، اما روش تحلیل گفتمان متفاوت است.

پیشینه پژوهش‌های خارجی

علی و واثق^۱(۲۰۲۲)، در مقاله‌ای با عنوان «نقش چهره‌های تأکید در مناظره تلویزیونی مکرون و لوپن^۲ در ۳ می ۲۰۱۷»، با انجام یک مطالعه تحلیلی، مفهوم تحلیل گفتمان را در نظر می‌گیرد، که هدف آن ساختارشنکی ماژول‌های گفتار برای دستیابی به هدف گفتاری مورد نیاز است. بخشی از رویکرد نظری مطالعه حاضر، بررسی انواع اشکال گفتار سیاسی نامزدهای ریاست جمهوری می‌باشد.

سووندی و توریکسوود^۳(۲۰۲۱)، در مقاله‌ای با نام «مطالعه زبان‌شناسی نقش‌گرای نظام‌مند: ایدئولوژی سیاسی دونالد ترامپ^۴ و هیلاری کلینتون^۵ در اولین مناظره ریاست جمهوری»، چگونگی آشکارسازی ایدئولوژی را از طریق دو رویکرد مورد بحث قرار می‌دهند. پژوهشگر، با رویکرد فرکلاف به بررسی ایدئولوژی دونالد ترامپ و هیلاری کلینتون می‌پردازد. نتایج نشان می‌دهد که ایدئولوژی دونالد ترامپ برجسته‌تر از ایدئولوژی هیلاری کلینتون است.

آیسیه و میراندا^۶(۲۰۲۱)، در مقاله‌ای به نام «سخنان سیاسی مرتبط با مهاجرت در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری فرانسه در سال ۲۰۱۷»، به بررسی دیدگاه نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری فرانسه در مورد مهاجرت و حضور مهاجران می‌پردازد. تئوری مورد استفاده در این تحقیق، مدل‌های سه‌بعدی نورمن فرکلاف، یعنی ابعاد ریزساختاری، میان ساختاری و کلان ساختاری است.

البالات و کاریو^۷(۲۰۱۹)، در مقاله‌ای به نام «بازنمایی خود در گفتگو مبارزات انتخاباتی سیاسی: یک رویکرد فرا گفتمانی کاربردی برای نام بردن از خود در مناظره‌های تلویزیونی ریاست جمهوری»، نقش‌های بیانی نامزدهای دو حزب اصلی سیاسی آمریکا (دموکرات و جمهوری‌خواه)، را مقایسه می‌کند.

1. Ali & Watheq
2. Macron. E & Le Pen. M
3. Suwandi & Thoriquussuud
4. Donald. Trump
5. Hillary. Clinton
6. Aisyah & Miranda
7. Albalat-Mascarell & Carrió-Pastor

در تمام پژوهش‌های پیش‌گفته، روش کیفی تحلیل گفتمان انتقادی، برای بررسی داده‌ها انتخاب شده است؛ اما تفاوت در نوع روش تحلیل گفتمان و انتخاب مؤلفه‌های گفتمانی است.

پژوهش حاضر، به لحاظ روشی، با برخی از پژوهش‌های پیش‌گفته شباهت دارد و تفاوت در محتوای انتخاب شده است.

مبانی نظری پژوهش

باتوجه به جامعیت و دقت نظریه گفتمان ون دایک در بررسی‌های پژوهش‌های کیفی، این نظریه به‌عنوان چهارچوب نظری و روش تحلیل داده‌های مقاله، انتخاب شده است.

تحلیل گفتمان انتقادی^۱

تحلیل گفتمان انتقادی را می‌توان به‌عنوان رویکردی برای مطالعه زبان در دوران باستان کلاسیک جستجو کرد (Stubbs, 1997). تحلیل گفتمان انتقادی، یک زمینه بین‌رشته‌ای است که شامل تجزیه و تحلیل زبانی، تجزیه و تحلیل بلاغی و نظریه اجتماعی است؛ تا زبان را با زمینه اجتماعی خود مرتبط سازد، که هدف آن نشان دادن رابطه بین گفتمان و جامعه، متن، زمینه، زبان و قدرت است (Henderson, 2005: 2). فاولر^۲ اولین بار در سال ۱۹۷۹ گفتمان انتقادی را در زبان طرح کرد. وی اصول اساسی تحلیل گفتمان را توسعه داد. فاولر معتقد است، تجزیه و تحلیل گفتمان به‌طور جداگانه بدون در نظر گرفتن عوامل تاریخی، فرهنگی و اجتماعی نامناسب است. او تأکید می‌کند، زبان دارای معنای ایدئولوژیکی است و روابط اجتماعی را منعکس می‌کند. تحلیل گفتمان انتقادی کارکردهای انتقادی و تحلیلی دارد (Chen, 2018: 967).

تجزیه و تحلیل گفتمان انتقادی (CDA)، در اواخر دهه ۱۹۸۰ به‌عنوان پیشرفتهی عمل‌گرا در مطالعات گفتمان اروپایی به پیش‌قراولان همچون نورمن فرکلاف، روث ووداک^۳، تون ون دایک و دیگران، توسعه یافت (Blommaert & Bulcaen, 2000: 447).

1. Critical discourse analysis
2. Fuller. D
3. Ruth. Wodak

تحلیل گفتمان انتقادی در واکنش به خلأ موجود، در تحقیقات زبانی-توصیفی ظهور پیدا کرد. این نوع تحلیل دستاوردهای توصیفی، تحلیل گفتمان را هرچند مفید، اما کافی نمی‌داند و بر این مدعاست که سطوح توصیفی تحلیل گفتمان، باید سطوح اولیه چهارچوب تحلیلی جامعی باشند، که اهدافش از بیان ویژگی‌های صوری متن فراتر است. این نوع تحلیل گرانگه ابعاد مختلف گفتمان است و از منظر انتقادی ویژگی‌های زبان‌شناختی، جامعه‌شناختی، تعاملی و فرهنگی گفتمان را در چهارچوبی تبیینی و جامع تحلیل می‌کند (خسروی نیک و یارمحمدی، ۱۳۷۹: ۲۸۴). تحلیل گفتمان انتقادی، در اواخر دهه ۱۹۷۰ در مطالعه زبان‌شناسی مدرن به شاخه‌ای تازه درحال توسعه تبدیل شده بود (Chen, 2018: 967). اما CDA، به‌عنوان شبکه‌ای از دانشمندان در اوایل دهه ۱۹۹۰، پس از سمپوزیوم کوچکی در آمستردام ظهور پیدا کرد.

بنیان‌گذاران تحلیل گفتمان انتقادی، آن را به‌عنوان رویکردی با روش‌ها و نظریه‌های مختلف و متفاوت در نظر می‌گیرند. اما هدف همه آن‌ها ایجاد تغییرات اجتماعی و آگاهی اجتماعی است (Kanwal & García, 2019: 323-324). اهداف اصلی این رویکرد را در موارد زیر به طور خلاصه می‌توان بیان کرد:

۱. تحلیل گفتمان انتقادی به مشکلات اجتماعی می‌پردازد.
۲. روابط گفتمانی قدرت را بررسی می‌کند.
۳. گفتمان جامعه و فرهنگ را تشکیل می‌دهد.
۴. گفتمان تاریخی است.
۵. پیوند بین متن و جامعه است.
۶. تحلیل گفتمان تفسیری و توضیحی است.
۷. گفتمان نوعی کنش اجتماعی است.

به‌زعم راجرزا گفتمان‌ها همواره به لحاظ اجتماعی، سیاسی، نژادی و اقتصادی معنادار هستند. تحلیل گفتمان انتقادی کارکرد گفتمان را به لحاظ مسائل اجتماعی و فرهنگی از قبیل نژاد، سیاست، جنسیت و هویت باز می‌کاود. در این رویکرد،

پرسش‌هایی از این قبیل مطرح است: «چرا گفتمان به شیوه خاصی به کار می‌رود؟» و یا «چه معانی ضمنی در این نوع کارکرد نهان است؟» تحلیل گفتمان انتقادی، ارتباط میان کارکرد زبان و بافت‌های اجتماعی و سیاسی را، که زبان در بستر آن به کار می‌رود، باز می‌کاود. در این رویکرد مسائلی از قبیل جنسیت، قومیت، تفاوت‌های فرهنگی، ایدئولوژی و هویت و همچنین نحوه شکل‌گیری و تجلی آن‌ها در صورت‌متن مطرح است. (Rogers, 2004)

روش تحلیل گفتمان انتقادی ون دایک

تئون ون دایک یکی از تحلیل‌گران گفتمان انتقادی است که توجه ویژه‌ای به خبر و رسانه‌های جمعی دارد. مقاله «مطالعه بین رشته‌ای اخبار به منزله گفتمان» (ون دایک، ۱۳۸۲: ۳۲۵-۳۶۷)، کتاب «خبر بمثابة گفتمان» (۱۹۸۸)، کتاب «تحلیل خبر»^۲ (۱۹۸۸) و غیره، از جمله مطالعاتی هستند که ون دایک در آن‌ها به رسانه و خبر پرداخته است. تحلیل گفتمان انتقادی، لزوماً حوزه‌های چند رشته‌ای است و کار تفسیر روابط پیچیده بین نوشتار، گفتار، شناخت اجتماعی، قدرت، جامعه و فرهنگ را به عهده دارد (Van Dijk, 2001). ون دایک از نظر تحلیل‌گران گفتمان انتقادی صاحبان قدرت از طریق دسترسی خاص و تبعیض‌آمیز به منابع قدرت این توان را دارند که افکار عمومی مردم را از طریق‌ها ساختی زبانی آغشته به ایدئولوژی خاص کنترل کنند. (Van Dijk, 1998)

بر اساس اعتقاد و دیدگاه ون دایک، گفتمان هم به‌عنوان صورت خاصی از کاربرد زبان است و هم به‌عنوان صورتی خاص از کنش متقابل اجتماعی و یک رویداد ارتباطی کامل در موقعیت اجتماعی. از نظر او تحلیل گفتمان در یک سطح بر متن، گفتار، کنش‌های ارتباطی و موضوعی متمرکز است که طبق نظر او، سطح خرد نام دارد. در سطح عمومی‌تر، نظام‌های ساختاری گفتمان یا همان نظام‌های پیچیده اجتماعی، سیاسی، تاریخی و فرهنگی متن را مورد بازشناسی قرار می‌دهد؛ که سطح کلان نام دارد. او معتقد است که کاربرد زبان، تنها محدود به زبان شفاهی و بیانی نیست؛ بلکه می‌توان آن را به ارتباطات، کنش متقابل و زبان نوشتاری نیز تعمیم

1. News as Discours
2. News Analysis

داد. این کاربرد زبان هنگامی به وقوع می‌پیوندد که به‌عنوان نمونه ما روزنامه، کتاب، یا انواع دیگر متون نوشتاری را مطالعه می‌کنیم.

ون دایک مانند بسیاری دیگر از گفتمان کاوان، صرفاً خود را به زبان محاوره‌ای محدود نکرده، بلکه متون نوشتاری را نیز در مفهوم گفتمان مورد توجه خاص، قرار داده‌است. او معتقد است که شباهت‌های بسیاری میان شیوه نوشتن و سخن‌گفتن مردم وجود دارد و این مهم، در مورد گوش کردن به متون گفتاری یا مطالعه متون نوشتاری نیز صادق است (ون دایک، ۱۳۸۷). به‌زعم ون دایک، تحلیل گفتمان انتقادی بر روی هژمونی و نابرابری متمرکز است و هدف این رشته ارائه یک روش، انگاره، مکتب یا نظریه گفتمانی ویژه نیست. بلکه این رشته به مطالعه، بررسی و تحلیل روابط پیچیده مسائل اجتماعی، ایدئولوژی، قدرت، هژمونی و گفتمان می‌پردازد؛ تا مشخص گردد، بی‌عدالتی و نابرابری در قالب گفتمان‌ها در بیان و اعمال آنچه مؤثرند.

تئون ون دایک، باوجود رهنمودهای علمی که در تحلیل گفتمان انتقادی ارائه می‌دهد، معتقد است روشی مختص خود و مکتب یا رویکرد خاصی ارائه نمی‌دهد. او به پژوهشگران این حوزه پیشنهاد می‌کند که دلیل پیچیدگی رابطه میان گفتمان و اجتماع، بهترین رویکرد ممکن را از میان فرهنگ‌ها، کشورها و سایر رشته‌های علوم انسانی اقتباس نمایند و به تحلیل گفتمان انتقادی به‌عنوان حوزه‌ای "چند رشته‌ای" بنگرند. او بر اساس دیدگاه "چند رشته‌ای" خود، عنوان "تحلیل گفتمان شناختی-اجتماعی" را، برای تحلیل گفتمان انتقادی خود، برمی‌گزیند.

ون دایک بر این باور است، که ساختار گفتمان و ساختارهای اجتماعی به واسطه شناخت فردی و اجتماعی به یکدیگر مرتبط می‌گردند و «شناخت»، حلقه گمشده بسیاری از مطالعات تحلیل گفتمان انتقادی است. ازاین‌رو، او مثلث «جامعه-شناخت-گفتمان» را ارائه می‌دهد. (ون دایک، ۱۳۸۲: ۱۰۹)

گفتمان انتقادی از نظر ون دایک، شامل سه سطح کارکرد گفتمانی، کارکرد شناختی و کارکرد اجتماعی است. فهم دقیق مفاهیم سه‌گانه "گفتمان، شناخت و اجتماع"، برای آشنایی با این رویکرد اهمیتی بسزا دارد. منظور از گفتمان در

اینجا معنای عام یک رویداد ارتباطی، از جمله: تعامل محاوره‌ای، متن نوشتاری، حرکات بدن، سر و دست، طرح صفحه‌بندی، تصاویر و جنبه‌های نشانه‌شناختی و چندرسانه‌ای دیگر دلالت معنایی است (Van Dijk, 2001: 98).

ون دایک مفهوم "ساختار کلان" (Macro- Structure) را، در ارتباط با متن، مطرح می‌کند. منظور وی از "ساختار کلان" تعداد زیادی جمله در قالب بافت یا متن است. از نظر ون دایک ساخت و تولید یک متن، با یک پیام اصلی که ثقل معنایی را تشکیل می‌دهد، شروع می‌شود و به تدریج، رشد و گسترش می‌یابد؛ تا آنجا که معانی ریز زبانی موجود در جمله‌های منفرد را، در برمی‌گیرد. وقتی متنی می‌خواهد تولید شود، باید عملیاتی وجود داشته باشد؛ که این عملیات به صورت چرخشی اجرا می‌شود و عبارت است از:

۱. حذف (حذف مستقیم و غیرمستقیم عناصر زبانی)
۲. تعمیم یا بسط مطالب به سایر مطالب مربوط به موضوع
۳. ساخت یا ساختمان، یعنی خلق مطالب جدید در قالب صورت‌های جدید (آقا گل زاده، ۱۳۸۱: ۱۴۹)

مسئله اصلی تحلیل گفتمان انتقادی ون دایک این است، که چگونه ادعاهای نظری خود را به ابزارها و روش‌های تحلیلی تبدیل می‌کند. به طور خاص، میانجی‌گری میان نظریه‌ها و مفاهیم کلان و موارد و مصادیق ملموس و عینی، که هسته و کانون تحلیل در تحلیل گفتمان انتقادی را شکل می‌دهند، مورد تأکید است.

از آنجایی که این پژوهش با استفاده از دیدگاه‌ها و شیوه تحلیلی ون دایک سامان یافته، متغیرها و مقوله‌هایی که وی در تحلیل گفتمان انتقادی و متون رسانه‌ای، از آن‌ها استفاده کرده، برای تحلیل به کار رفته‌اند؛ که عبارت‌اند از: واژگان، استعاره، کنایه، اغراق و بزرگ‌نمایی، حُسن تعبیر، تخفیف دادن و جابه‌جا کردن، منافع، نقل‌قول، ناگفته‌ها، چشم‌انداز (منظر)، انسجام کلی (درون‌مایه‌ها)، قطب‌بندی، پیش‌فرض‌ها، معانی ضمنی و تأکید ساختاری استفاده می‌شود. (بیگی و مجیدی، ۱۳۹۹: ۳۸)

ون دایک معتقد است، یکی از ویژگی‌های مهم تحلیل گفتمان این است، که در توصیف نوشتار و گفتار از نظریه‌های ایجاد شده، برای سطوح متنوع و متعدد گفتمان استفاده می‌کند (ون دایک، ۱۳۸۷). وی تئوری مربع ایدئولوژیک را بیان می‌کند. اصطلاح مربع ایدئولوژیک، از چهار ضلع تأکید بر ویژگی مثبت خود با خودی‌ها «ما»، تأکید بر ویژگی منفی دیگران «دیگری»، کم‌رنگ جلوه‌دادن ویژگی‌های منفی خود با خودی‌ها «ما» و کم‌رنگ جلوه‌دادن ویژگی مثبت دیگران «دیگری» تشکیل شده است، ویژگی‌های متضاد گفتمان‌ها را نمایان و وجود قطب‌بندی در جوامع را نیز توجیه می‌کند. (پاشازانوس و رحیمی، ۱۳۹۸)

ون دایک، بر ابزارهای بلاغی مورداستفاده در متون سیاسی، تمرکز دارد. او ۲۷ راهبرد ایدئولوژیک را تشریح می‌کند، که دو مورد اصلی آن‌ها «ویژگی مثبت خود» و «بازنمایی منفی دیگر» است. این دو راهبرد کلان، معنایی هستند؛ که به منظور «حفظ چهره» یا «مدیریت تصور» مورد استفاده قرار می‌گیرند. ون دایک معتقد است، بسیاری از مطالعات نشان داده‌اند، که گفتمان ایدئولوژیک معمولاً شامل راهبردهای کلی زیر است، که می‌توان آن را میدان ایدئولوژیک نامید.

۱. تأکید بر چیزهای خوب ما،
۲. تأکید بر چیزهای بد آن‌ها،
۳. کم‌اهمیت کردن چیزهای بد ما،
۴. کم‌اهمیت کردن چیزهای خوب آن‌ها. (Van Dijk, 2004)

این دو راهبرد و همچنین ۲۵ دسته دیگر، از تحلیل گفتمان ایدئولوژیک توسط وی، مانند ایدئولوژیک، اقتدار، طبقه‌بندی و غیره معرفی شده است. این راهبردهای گفتمانی و ابزارهای بلاغی برای نشان‌دادن ایدئولوژی‌های بالقوه سیاستمداران در سخنرانی‌های خود است. به منظور نشان‌دادن ماهیت این راهبردها و ابزارهای مورداستفاده سخنرانان و مقایسه ویژگی‌های گفتمانی و ایدئولوژی‌های اساسی سخنرانی‌ها، هر پاراگراف از متن به‌عنوان یک واحد کلان در نظر گرفته شده و بر اساس پارامترهایش، تعریف می‌شود. (Najarzadegan & et al, 2017: 776).

البته گزاره‌های مورد اشاره را می‌توان به دو گزاره کلی کاهش داد: ۱- توصیف مثبت گروه «ما»، ۲- توصیف منفی گروه «دیگران» (Van Dijk, 2000: 44).

مناظره‌های انتخاباتی

ریشه تاریخی مناظره‌های تلویزیونی قبل از انتخابات به آمریکا برمی‌گردد، جایی که اولین مناظره تاریخی بین نیکسون^۱ و کندی^۲ در سال ۱۹۶۰ برگزار شد. این مناظره‌ها پس از وقفه چند ساله، در سال ۱۹۷۶ از سرگرفته شد و تا به امروز ادامه داشته؛ و تأثیر آن بر مناظره در سایر کشورها بسیار زیاد بوده است. حتی وقتی نحوه برگزاری مناظره‌ها در سایر کشورها با مدل آمریکایی متفاوت باشد، تحقیقات نشان می‌دهد، که شباهت زیادی وجود دارد (Benoit & Klyukovski, 2007 2006; Benoit & et al, 2012; Jalilifar & Alavi-Nia).

در طول انتخابات ریاست جمهوری آمریکا، غالباً دو نامزد اصلی (که یک نامزد از حزب جمهوری خواه و یک نامزد از حزب دموکرات می باشد) درخصوص مسائل مهم آمریکا به مناظره می‌پردازند. چنین بحث‌هایی به‌عنوان یک فرایند انتخاباتی در نظر گرفته می‌شود و در برخی موارد، تقریباً نتایج انتخابات را تعیین میکند (۲۰۱۹ Haddadan & et al). اما همه مناظره‌ها در آمریکا دو نفره نبوده و سال ۱۹۹۲ نقطه عطفی در مناظره‌های انتخاباتی در آمریکا بوده است. در این سال عنوان اولین مناظره‌های تلویزیونی سه نفره بین نامزدهای رئیس‌جمهور وقت جورج اچ. دبلیو بوش^۳، بیل کلینتون^۴ فرماندار وقت و تاجر رأس پرو^۵ برگزار شد.

مناظره‌های ریاست جمهوری جزئی از مناظره‌های سیاسی میباشد که ویژگی‌های ارتباطات سیاسی، گفتمانهای قدرت و اهداف مشارکت‌کنندگان را نمایش می‌دهد. با ماهیت متمایز و کنش متخاصم سیاسی، مناظره‌های ریاست جمهوری هم‌چنین تمایل به گفتمان متقاعدکننده با قالب مفصل در مورد موضوعات بحث‌برانگیز را، نشان می‌دهد.

در جاهای دیگر، سیاستمداران با استفاده از گفتمان راهبردی از درجات مختلف شیوه‌ها، استدلال‌های خود را در جهت ارائه یک پیشنهاد و تحقق اهداف

1. Nixon. R
2. Kennedy. J
3. George H. W. Bush
4. Bill. Clinton
5. Ross. Perot

متقاعدکننده، استفاده می‌کنند (Cheng, 2016). به‌عنوان یک مسیر ارتباطی، یکی از شاخص‌های مناظره‌ها که مورد توجه رأی‌دهندگان یا عموم مردم قرار می‌گیرد، گفتمان (موضوع) نامزدهای ریاست جمهوری و معاونان ریاست جمهوری است. گفتمانی که بر توانایی نامزدها در رسیدگی به مسائل اساسی و وعده داده‌شده، تأثیر می‌گذارد (Nimmo, 2005). مطابق با تحقیقات انجام‌شده، مناظره‌ها که مهم‌ترین کارزار تبلیغاتی نامزدها است،

در تلاش برای متقاعد کردن جذب شهروندان برای رسیدن به هدف اصلی، یعنی رأی دادن به کارزار و نامزد مورد نظر است (Iskandar, 2020). مناظره تلویزیونی ریاست جمهوری، فراتر از مبارزات انتخاباتی، به نامزدها فرصت مناسبی می‌دهد، تا هم زمان با اکثریت رأی‌دهندگان از طیف‌های مختلف صحبت و آن‌ها را اقناع کنند؛ هرچند ممکن است در یک مکان نباشد. بنابراین، بسیار مهم است که نامزدها از این فرصت استفاده نمایند و مواضع سیاست خود را با حمایت از پیشنهادها و راه‌حل‌های قابل قبول برای رأی‌دهندگان روشن کنند. همان‌طور که در کشورهای غربی مشاهده می‌شود، دو طرف مناظره کننده از مسئولین فعلی و مخالفان، رویکردهای عملگرایی متفاوتی را، اتخاذ می‌کنند. عموم مسئولین فعلی تمایل دارند، عملکرد خود را برجسته کرده و متعهد به حفظ وضع موجود باشند؛ اما مخالفان، برای نقد ناتوانی‌های فعلی، موضع‌گیری می‌کنند (Cheng 2016).

روش تحقیق

این پژوهش به شیوه کیفی و با استفاده از روش تحلیل «گفتمان ون دایک» انجام‌گرفته است. در این روش در سه سطح: سطح معنا، سطح سبک^۲ و سطح استدلال^۳ به بررسی مناظره اول سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری با موضوع اقتصادی پرداخته و بر مبنای جدول (۱-۳) سه سطح مورد بررسی قرار گرفته و در نهایت گزاره اساسی دو نامزد استخراج شده است.

1. Semantic level
2. Style level
3. Argument level

این تحقیق از نوع کیفی است؛ اما برای تحلیل دقیقتر، ابزارهای گفتمانی دو نامزد باتوجه به مؤلفه‌های کیفی تحقیق، به شکل کمی نیز استخراج شده است. بدین روش، تلاش شده برای نتیجه‌گیری بهتر از داده‌های کیفی، از داده‌های کمی نیز بهره گرفته شود و تحلیل دقیق‌تر از تشابه و تمایز گفتمانی دو رقیب، باتوجه به بسامد کاربرد مؤلفه‌های گفتمانی، ارائه شود.

تجزیه و تحلیل کمی داده‌های کیفی، شامل تبدیل داده‌ها از کلمات به اعداد است. این کار برای تمام داده‌های کیفی ممکن نیست؛ بلکه فقط برای داده‌هایی امکان دارد که قابلیت کمی شدن داشته باشند. در این تحقیق این امکان وجود داشت.

لازم به ذکر است برای تحلیل دقیق‌تر مناظره اقتصادی ضمایر و کلمات پرتکرار دو نامزد در این مناظره استخراج شده است.

حجم نمونه

با توجه به این که پژوهشگران به دنبال تحلیل گفتمان مناظره‌های دو نامزد انتخاباتی سید ابراهیم رئیسی و عبدالناصر همتی در سیزدهمین دور انتخابات ریاست جمهوری بوده‌اند، مناظره اول با موضوع اقتصادی که به صورت زنده از تلویزیون برای مردم پخش شد، به طور کامل بررسی شده است. الف) روش نمونه‌گیری: تمام شماری، ب) حجم نمونه: اظهارات سید ابراهیم رئیسی و عبدالناصر همتی در مناظره اول اقتصادی.

اعتبار و پایایی پژوهش^۱

پایایی و روایی، دو ویژگی مهم و اساسی در ارزیابی هر ابزار اندازه‌گیری یا ابزار برای یک تحقیق خوب است. قابلیت اطمینان، مربوط به ایمانی است که فرد می‌تواند به داده‌های به‌دست‌آمده از استفاده از یک ابزار داشته‌باشد؛ یعنی درجه‌ای که هر ابزار اندازه‌گیری خطای تصادفی را کنترل می‌کند. در اینجا تلاش شده است، پایایی و اعتبار و تهدید آن‌ها در برخی جزئیات بررسی شود. (موها جان^۲، ۲۰۱۷: ۱)

1. Validity & Reliability
2. Mohajan

در تحقیقات کمی، پایایی به سازگاری ابزارها یا معیارهای جمع‌آوری داده‌ها اشاره دارد. در تحقیقات کیفی، این اصل نشان می‌دهد، مطالعه باید به‌گونه‌ای گزارش شود که دیگران هم در صورت بررسی داده‌ها بتوانند به تفسیرهای مشابهی دست یابند. این امر را می‌توان با مستندسازی دقیق تمام فعالیت‌های تحقیقاتی، داده‌ها و نتیجه‌گیری‌ها انجام داد. سپس چنین اسنادی می‌تواند توسط یک محقق خارجی بررسی شود؛ تا صحت آن‌ها و میزان استقرار نتایج در داده‌ها را بازبینی کند (به نقل از ناساجی، ۲۰۲۰: ۴۲۷-۴۲۹). در همین راستا، محقق در این پژوهش تمام سعی خود را مبذول کرده و تمام یافته‌ها و اسناد خود، از جمله: تحلیل داده‌ها، متن مناظرات و هر آنچه که از آن در مقاله بهره برده را ثبت، ضبط و مستند نموده است. از آنجایی که تحقیق حاضر از نوع کیفی است، بحث پایایی موضوعیت ندارد؛ اما در مورد اعتبار تحقیق می‌توان به دانش و برداشت محقق و نظارت آن از سوی استادان راهنما و مشاور اشاره کرد. از این رو، محقق تلاش کرده و با کمک استادان راهنما و مشاور همچنین مشورت با کارشناسان این حوزه مراحل بررسی و استخراج داده‌ها را با دقت کامل و مرحله به مرحله انجام داده است.

جدول ۱. سه سطح ون دایک

ردیف	سطح	عناصر گفتمانی	توضیحات
۱	سبک	واژه‌گزینی ^۲	واژه‌های مثبت و منفی
		کنایه	کنایه‌های منفی
۲	معنا	قطب‌بندی ^۳	
		تلویحات ^۴	
		پیش‌انگاشت ^۵	
		خلاف واقع ^۶	
۳	استدلال	مبالغه	
		اسناد و ارجاع	
		مقایسه	

1. Nassaji
2. Lexicalization
3. Polarization
4. Implications
5. Presupposition
6. Counterfactual

یافته‌های پژوهش

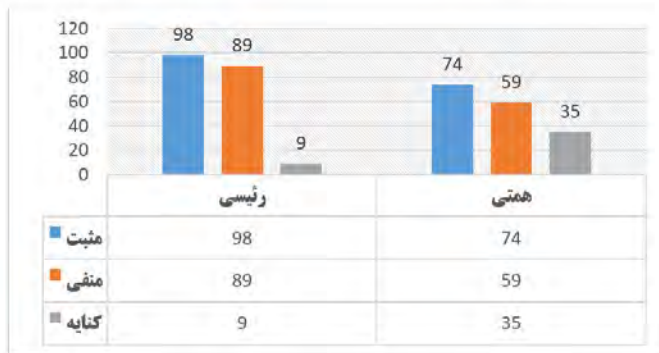
سطح سبک واژه‌گزینی و کنایه

در این مرحله به دنبال واژه‌های مثبت و منفی بودیم. «مطالعات زبان سیاسی»، اغلب روی سبک واژگانی تمرکز می‌کنند. واژه‌ها و تنوعات آن‌ها نشانگر الگوهای ذهنی نهفته در رویدادهای قومی و نژادی هستند. استفاده از واژگان خاص، به منظور تأثیرگذاری بر مردم است.

جدول ۲. سطح واژه‌گزینی و کنایه

نظام واژگان		مناظره اول با موضوع اقتصادی
رئیس‌ی	مثبت	اندیشه، انگیزه، تولید(۹)، رونق، جذابیت(۴)، تولیدکننده، جاذبه، باصداقت، جوان‌های عزیز، حل شدن، اشکال نداشتن، باصداقت، باشعور، تجربه‌کردن، شخصیتی، رقابت و مشارکت، گذشت کردن، پیگیری کردن، توقیف نکردن، شکایت نکردن، راه‌اندازی کردن، سرزدن، کارآفرین، دفاع کردن
	منفی	موانع تولید، غیرمولد، مشکل، قاچاق، فقدان نقدینگی، بی‌صداقتی، حرف نادرست، خیلی بد، تخریب کردن، تهمت زدن، ادعا کردن، اهانت کردن، مشکلات، جریان معاندین، پوششی، شکایت کردن، گرفتار شدن، داد
	کنایه	به این روز انداختید، داد همه را درآوردید، درد دل آن‌ها را بشنوم، آن‌ها صدایشون بلند است، اینکه کسی بهشون توجه نمی‌کند
همتی	مثبت	نمایندگان توانا، ائتلاف بزرگی برای جمهوریت، تولید ثروت، توزیع عادلانه ثروت، صادقانه صحبت کردن، اصلاحات اقتصادی، توسعه اقتصادی، توانایی اداره کردن، بزرگ کردن اقتصاد، قوی‌ترین، عزیز
	منفی	ابراز تأسف کردن، معترض، اعتراض، قهر از صندوق، انفعال، تهدید علیه جمهوریت، توزیع فقر، دروغ گفتن، گروگان گرفتن، پوششی، پوشش، حمله کردن، التهاب در بازار، سیاه، ضرر کردن، متهم کردن، تهدیدکردن، مشکل
	کنایه	نداشتن توان مدیریت دوستان، وعده‌های رنگارنگ و جذاب، پدر اقتصاد کشور را درآوردن، به معلول پرداختن، التماس کردن، حرف زدن از تولید ثروت، بیانیه خواندن، ابتدایی‌ترین مسائل فنی تجاری را بلد نیستید

در این سطح تمامی واژه‌های مثبت و منفی به همراه کنایه‌های منفی دو نامزد انتخاباتی در مناظره اول استخراج شده و نمونه‌ای از این تحلیل در جدول بالا قرار گرفته است. اطلاعات به دست آمده از این تحلیل مطابق نمودار ۱ نشان می‌دهد، در مناظره اول با موضوع اقتصادی: رئیس‌ی ۹۸ واژه مثبت، ۸۹ واژه منفی و ۹ بار از کنایه بهره برده و همتی ۷۴ واژه مثبت، ۵۹ واژه منفی و ۳۵ بار از کنایه استفاده کرده است. همان‌گونه که در نمودار مشخص است، رئیس‌ی در این مناظره نسبت به رقیب خود واژگان مثبت و منفی بیشتری بکار برده است.

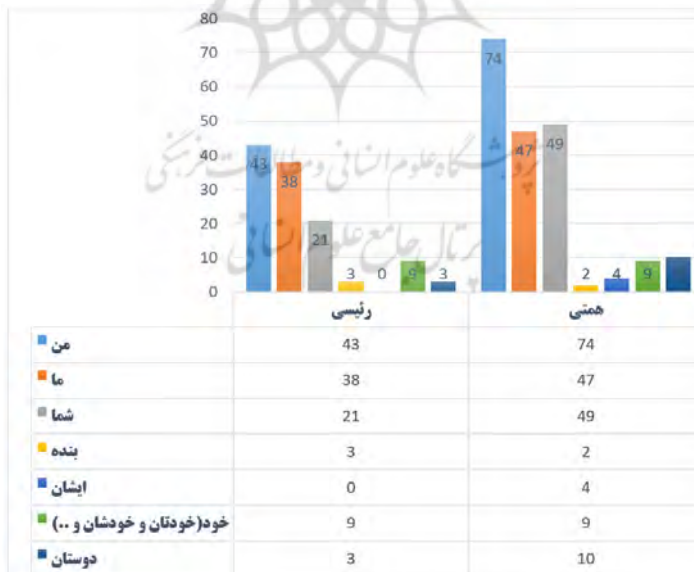


نمودار ۱. نظام واژگان و کنایه‌ها

سطح معنا

• قطب‌بندی

در این بخش، ضمایر فاعلی به‌کار رفته در مناظره اقتصادی نامزدها در کنار ارزش‌های منتسب احصا شده، که در نمودار زیر برای جلوگیری از مطول شدن مقاله، صرفاً به گزارش ضمایر اکتفا شده است.



نمودار ۲. ضمایر

داده‌های مربوط به ضمایر تفاوت جالبی را نشان می‌دهد، به‌وضوح همتی از ضمایر بیش‌تری نسبت به رئیسی استفاده کرده است. ضمیر «من»، پرتکرارترین ضمیر استفاده شده برای هر دو نامزد بوده است.

• تلویحات

گفتمان فقط دارای معماهای محدودی در ظاهر نیست؛ بلکه معماهای تلویحی دیگری نیز دارد و ما معمولاً قادریم، این معماهای تلویحی را استنباط کنیم. برای نمونه، وقتی در روزنامه می‌خوانیم «دیروز ده پناهنده تاملی اخراج شدند»، در اینجا این معنای ضمنی وجود دارد، که این پناهندگان قبلاً در کشور بوده‌اند و پلیس و مقامات در راندن آن‌ها از مرز درگیر بوده‌اند و معماهای دیگری، از این قبیل. (افخمی و دیگران، ۱۳۹۷: ۵۴). تلویحات گاهی چیزی را تداعی می‌کنند، یا ما را یاد چیز دیگری می‌اندازند، یا با تلقین تلاش می‌کنند مخاطب را تحت‌تأثیر قرار دهند. باید به‌نوعی ناگفته‌ها و فرامتنها را در اینجا استخراج کنیم.

• پیش‌انگاشت

یک نوع تلویح ویژه، پیش‌انگاشت است. برای نمونه، وقتی مدیر شرکتی می‌گوید «لازم است که فقدان مهارت متقاضی کار اقلیت از طریق برنامه‌های آموزشی اضافی از بین برود»، پیش‌انگاشت او این است که این‌گونه متقاضیان فاقد مهارت و تحصیلات کافی هستند. (همان)

مثلاً: «اما با این ساز و کارهایی که الان هست به‌صورت مجوزها این باید پسینی باشد نه پیشینی»

پیش‌انگاشت: دولت گذشته در صدور مجوز برای تولید تعلل کرده است. در دولت رئیسی صدور مجوز تولید سرعت می‌گیرد. (تسهیل در صدور مجوزها)

به دلیل نزدیکی تلویحات و پیش‌انگاشت‌ها، پژوهشگران دو موضوع را در یک دسته طبقه‌بندی کرده و در مورد هر سؤالی که مجری (حیدری) پرسیده است، پیش‌فرض‌های هر نامزد را به شکل جمله استخراج کرده‌اند. به این ترتیب، در هر موضوع مشخص می‌شود، نامزد مناظره کننده چه پیش‌فرضی دارد.

جدول ۳. تلویحات و پیش‌انگاشتها

تلویحات و پیش‌انگاشتها	نامزد انتخاباتی
نظرسنجی‌ها اعتماد مردم به رئیسی را نشان می‌دهند. مردم خواهان صداقت هستند؛ رئیسی برخلاف رقبا با مردم صادق است. روحانی و جهانگیری در دور قبل مناظرات به رئیسی تهمت زدند اما فایده‌ای نداشت.	رئیسی
همتی خود را در مقابل پنج کاندید همفکر می‌داند و به موازنه نبودن آرایش مناظره، انتقاد دارد. رقیب اصلی خود را رئیسی و بقیه کاندیدها را یار کمکی او می‌داند. به پوششی بودن کاندیدها اشاره می‌کند و بیان می‌دارد آن‌ها تا آخر رقابت باقی نخواهند ماند. جلیلی و طیف نزدیک او را، مخالف برجام و حفظ وضعیت اقتصادی موجود می‌داند؛ که جز حرف زدن، عملی ندارند.	همتی

• خلاف واقع

خلاف واقع، دو الگوی زبانی دارد: ۱. الگوی اگر... می‌شود. ۲. تصور کنید....

این دو الگویی هستند که بر اساس پیش‌فرض، استفاده می‌شود. منظور این است، نامزدها در مورد چیزی حرف می‌زنند، که فعلاً نیست. برای همین، به آن خلاف واقع گفته می‌شود.

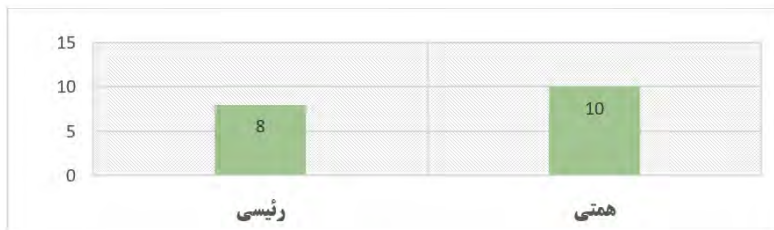
مثلاً: «اگر ۲۵ درصد مالیات برای تولید گذاشتیم، این و باید با یک شیب ملایم تبدیل کنیم به یک‌میزان پایین‌تری، تا برسه به یک میزان مثلاً ۱۰ درصدی»

جدول ۴. خلاف واقع

خلاف واقع	نامزد انتخاباتی
اگر بیست و پنج درصد مالیات برای تولید گذاشتیم این و باید با یک شیب ملایم تبدیل کنیم به یک‌میزان پایین‌تری تا برسد به یک‌میزان مثلاً ۱۰ درصدی. اگر این کار جواب می‌داد خوب تو همین سالن افراد بسیاری اهانت کردند. اگر مشکلات مردم با اهانت به من حل می‌شود اشکال ندارد اگر با تهمت زدن به من حل می‌شود.	رئیسی
اگر دوستان پوششی بخواهند من جوابشان را بدهم باید رسماً اینجا قسم بخورند که تا آخر رقابت‌های انتخاباتی باقی می‌مانند. اگر رئیس‌جمهور بشوم، شما (رضایی) را به‌عنوان یکی از مخلین اقتصادی کشور که وضع معیشت به این روز آوردند حتماً معرفی می‌کنم.	همتی

تحلیل گفتمان انتقادی مناظره اقتصادی دو نامزد سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

بررسی داده‌ها نشان می‌دهد رئیسی ۱۱ بار و همتی ۱۰ بار با مطابق نمودار (۳-۴) از خلاف واقع در این مناظره استفاده کرده‌اند.



نمودار ۳. خلاف واقع

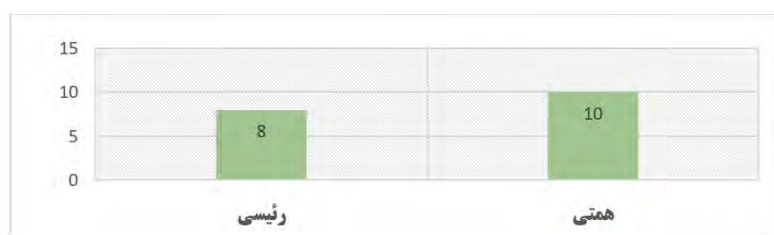
• مبالغه

پژوهشگران در متن مناظره به دنبال تعداد مبالغه‌ها بوده‌اند تا مشخص شود دو نامزد چه تعداد تصویر مثبت از خود یا تصویر منفی از غیر خودی ارائه داده‌اند.

جدول ۵. مبالغه

مبالغه	نامزد انتخاباتی
داد همه را درآوردید. اقتصاددان‌ها را بنده می‌توانم به خط بکنم. دروازه‌بانی که ۱۷ تا گل خورد، گفتند: چرا ۱۷ تا گل خوردی؟ گفت: اگر من نبودم، ۳۰ گل خورده می‌شد.	رئیسی
۲۰ سال دارید بیانیه می‌خوانید، پدر کشور درآوردید. این چندساله، پدر کشور را درآوردید. هر شب ۳۰: ۲۰ اول خلاصه خبر، شما(رئیسی) را چرا، مثل سوپرمن مطرح می‌کنند.	همتی

اطلاعات به‌دست‌آمده از بررسی متن مناظره مطابق نمودار (۴-۴) نشان می‌دهد در مناظره اول با موضوع اقتصادی رئیسی ۸ بار و همتی ۱۰ بار از مبالغه استفاده کرده‌اند.



نمودار ۴. مبالغه

سطح استدلال

• اسناد و ارجاع

ادعاها و دیدگاه‌ها هنگامی که با شواهد و مدارک همراه شوند، قابل قبول‌تر به نظر خواهند رسید. استناد به شخصیت‌ها و نهادهای مرجع، به‌عنوان شاهد و مدرک، احتمال پذیرش آرای گویندگان را افزایش می‌دهد. (Van Dijk, 2006: 136)

«مفهوم دیگری که موردنیاز است، مفهوم ارجاع است. منظور از ارجاع، شیوه‌های ارتباط گفتمان و معماهای آن با رخداد‌های واقعی یا خیالی‌ای است، که مردم درباره آن‌ها صحبت می‌کنند و به آنها اصطلاحاً مصداق گفته می‌شود. یکی از قواعد مربوط به انسجام موضعی گفتمان، این است که گزاره‌های گفتمان باید به رخدادها یا موقعیت‌های مربوط (دست‌کم از نظر سخنگو) ارجاع داده‌شوند (درباره آن‌ها باشند). بنابراین، گفتمان زمانی منسجم است که جملات آن، به اموری ارجاع دهند که به‌صورت علی، به یکدیگر مربوط باشند. چنین انسجام نسبی است و بستگی به سخنگویان و دانش آن‌ها دارد» (کالی، ۱۳۹۴: ۲۷).

افراد و نهادهای نامبرده در متن مناظره، ارجاع محسوب می‌شوند.

جدول ۶. اسناد و ارجاع

ارجاع	متن مناظره	نامزد انتخاباتی
<p>اشاره به نظرسنجی‌ها سایت وزارت علوم کادس (حد نگار^۲)</p>	<p>من خواهش می‌کنم یک نظرسنجی نه یک نظرسنجی نظرسنجی‌های بسیاری شده [است]. این جوان‌های عزیز که دسترسی دارند شما فکر کنید که این خودشان الان بروند رو سایت آموزش عالی ببینند مثلاً مدرک تحصیلی متأسفانه کشور ما بسیار در کاداس و حد نگار عقبه و شاید مثلاً یک کشور است که این کار انجام نداده یا در حال انجام است ما این کار رفتیم دنبال کردیم برنامه‌ریزی کردیم انشا الله تا آخر ۱۴۰۰ کاداس کشور به سامان خواهد رسید.</p>	<p>رئیس</p>

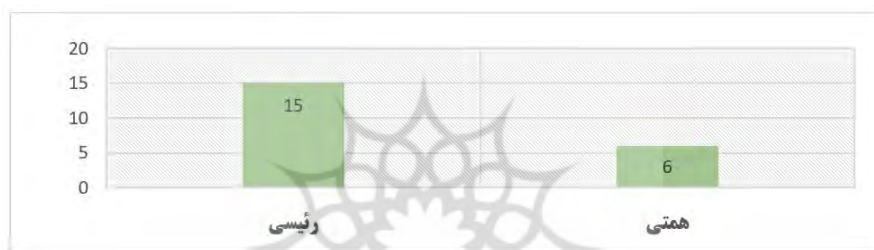
1. Cadastre

۲. حد نگار (کاداستر) فهرست مرتب‌شده اطلاعات مربوط به قطعات زمین است، که مشخصه‌های زمین مانند اندازه، کاربری، مشخصات رقمی ثبتی و یا حقوقی به نقشه بزرگ مقیاس اضافه‌شده است. قانون جامع حد نگار در سال ۱۳۹۳ تصویب و به وزارت دادگستری ابلاغ شد.

تحلیل گفتمان انتقادی مناظره اقتصادی دو نامزد سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

ارجاع	متن مناظره	نامزد انتخاباتی
مقام معظم رهبری (گروه اقتصاد دانشگاه تهران) اقتصاددان‌ها و مدیران	جناب آقای رضایی حتی مقام معظم رهبری مجدداً این طرح رو به جمع ارجاع دادند. درخواست کردید گروه دانشکده اقتصاد وارد بشوید که با اکثریت قاطع رد شد. قوی‌ترین اقتصاددان‌ها و مدیران حاضرند، به دولت من کمک کنند.	همتی

اطلاعات به‌دست‌آمده از بررسی متن مناظره مطابق نمودار (۴-۵) نشان می‌دهد، در مناظره اول با موضوع اقتصادی، رئیسی ۱۵ بار و همتی ۶ بار در مناظره ارجاع داده‌است.



نمودار ۵. اسناد و ارجاع

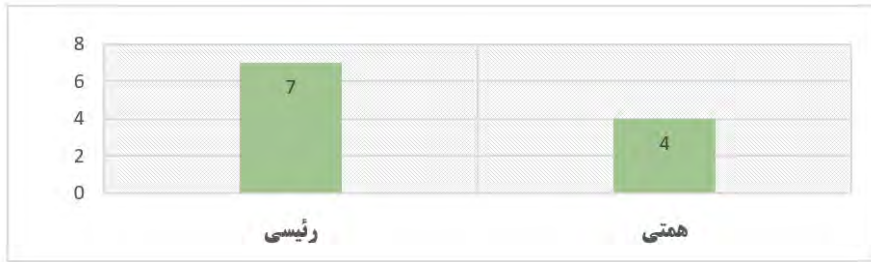
● مقایسه

در بسیاری از موارد دیده شده، مفاهیم ایدئولوژیک از طریق مقایسه به مخاطب القا و منتقل می‌شود. در این موارد، مقایسه را می‌توان، استراتژی کارآمد برای تأثیر بر اذهان عمومی، به حساب آورد؛ که توانای اقتناع را دارد. (ون دایک ۲۰۰۶ به نقل از کلانتری خاندانی، ۱۳۹۹: ۱۴۸-۱۴۹)

جدول ۷. مقایسه

نامزد انتخاباتی	مقایسه
رئیسی	مردم من رو تجربه کرده‌اند، شما رو هم دیده‌اند. نه یک روزنامه بستیم، نه یک نفر رو به‌خاطر انتقاد از خود پیگیری کردیم. ولی شما که به جایی ارتباط دارید، که صدها شکایت کردند، علیه کسانی که به آن‌ها اهانت کردند.
همتی	من برخلاف دوستانی که اینجا روبروی شما هستند اقتصاد می‌دانم، بقیه این دوستان توانش را ندارند و من برنامه و توانش را دارم.

تحلیل داده‌ها از متن مناظره مطابق نمودار ۶ نشان می‌دهد در مناظره اول با موضوع اقتصادی رئیسی ۸ بار و همتی ۴ بار از مقایسه در مناظره بهره برده است.



نمودار ۶. مقایسه

● گزاره اساسی متن

ساختار متن در سطح کلان، مانند این‌که متن چگونه آغاز شده، چگونه استمرار یافته و چگونه خاتمه می‌یابد و در نتیجه چگونه معنای نهایی در آن پرورده شده است (خانیکی، ۱۳۹۲: ۲۶۸)، در سطح گزاره اساسی مطرح است. گزاره‌ها، عبارات یا جمله‌هایی هستند که معنای اساسی متن، بر آنها تکیه دارد و ممکن است مدت‌ها پس از مطالعه متن، در خاطر خواننده یا مخاطب باقی بمانند. در واقع، یک متن از گسترش و بسط گزاره‌های اصلی آن به دست می‌آید. گزاره‌ها، پیام اصلی متن را، در خود دارند (فرقانی، ۱۳۸۲: ۵۴). گزاره اساسی متن، آخرین مورد بررسی جمع‌بندی سه سطح بالا است.

شایان ذکر است، ارائه همه متن مناظره اقتصادی موردنظر، به دلیل محدودیت صفحات ممکن نیست؛ لذا محققان، صرفاً به ذکر گزاره‌های اصلی، بسنده کرده‌اند.

جدول ۸. گزاره‌های اساسی مناظره اقتصادی رئیسی و همتی

گزاره‌های اساسی مناظره	نامزد انتخاباتی
<p>تغییر ساختار حاکمیت دولت، به سمت حمایت از تولید، گزاره اصلی دولت آقای رئیسی است.</p> <p>مردم صداقت مدیریت او را، در قوه قضاییه می‌پسندند.</p> <p>مخالفین رئیسی در دور قبل و این دور علیه او بسیج شده‌اند.</p> <p>به آزادی رسانه‌ها و منتقدین باور دارد.</p> <p>رئیس در دولت به دنبال مبارزه با علت فسادها است.</p> <p>شرایط اقتصادی کشور بحرانی و مردم را معترض شرایط موجود می‌داند. او برای رفع حل مشکلات وعده استفاده از مشاوران توانمند را می‌دهد.</p> <p>دولت(حسن روحانی) را در زمین‌خواریها مقصر می‌داند.</p> <p>قوه قضاییه(رئیس) حافظ بیت‌المال و مانع زمین‌خواریها است.</p> <p>دولت بعدی در مبارزه با فساد جدی است.</p> <p>مدیریت خود را در قوه قضاییه نمادی از مدیریت توانمند می‌داند.(اشاره به طرح کاداستر حد نگار)</p> <p>دولت روحانی را ناکارآمد، دروغ‌گو و ناتوان می‌داند.</p> <p>دولت بعدی مسئله ارز صادراتی و نقدینگی تسهیلات بانکی را، مدیریت خواهد کرد.</p> <p>حل مشکلات اقتصادی، اولویت اصلی دولت است.</p> <p>دولت رئیسی با فیلترینگ و کاهش سرعت اینترنت مخالف است.</p>	<p>رئیس</p>
<p>همتی به رد صلاحیت‌های گسترده و مهندسی انتخابات شورای نگهبان به نفع آقای رئیسی اعتراض دارد.</p> <p>همتی بر مبرک تحصیلی، صداقت و توانایی مدیریت اقتصاد خود تأکید دارد، مدیریت اقتصادی و وعده‌های سایر نامزدها را، در شرایط فعلی کشور زیر سؤال می‌برد.</p> <p>اصلاحات اقتصادی و عضویت در افای‌تی‌اف اولویت اقتصادی دولت همتی است.</p> <p>مقصر اصلی وضعیت تحریم اقتصادی و قرارگرفتن ایران در لیست سیاه افای‌تی‌اف، رضایی و جلیلی هستند.</p> <p>عملکرد رئیسی در قوه قضاییه را پوپولیست و آماده‌شدن برای انتخابات ریاست جمهوری می‌داند.</p> <p>بر سواد اقتصادی خود تأکید می‌کند.</p> <p>سایر کاندیداها را پوششی و هماهنگ با رئیسی علیه خود می‌داند.</p> <p>همتی، خود را نماینده روحانی نمی‌داند، بلکه با روحانی اختلاف نظر دارد.</p> <p>به اعتقاد همتی، روحانی از همه نامزدهای ریاست جمهوری بهتر است.</p> <p>همتی با قیمت‌گذاری دستوری مخالف است.</p> <p>تحریم‌ها بر تورم بسیار مؤثر است.</p> <p>به نظر همتی بانک مرکزی باید مستقل باشد.</p> <p>همتی وعده فروش محصولات کشاورزی در بورس کالا می‌دهد.</p> <p>برنامه دولت همتی تغییر ساختار کشاورزی از سنتی به صنعتی است.</p> <p>دولت همتی در قیمت‌گذاری محصولات دخالت نخواهد کرد.</p> <p>از عملکرد خود در بانک مرکزی دفاع می‌کند.</p> <p>تبدیل اقتصاد ایران به قدرت اول منطقه برنامه دولت وی است.</p>	<p>همتی</p>

نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر برای شناسایی تفاوت‌های گفتمانی دو رقیب اصلی انتخابات، مناظره‌ها در سه سطح سبک، معنا و استدلال بررسی شد. مناظره بین آقایان رئیسی و همتی در واقع رقابت میان گفتمان اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی بوده است. هرچند همتی مورد حمایت اجماعی و کامل اصلاح‌طلبان قرار نگرفت. اما گفتمان مناظره‌های وی، خط و مشی این جناح سیاسی را پیگیری می‌کرد. رئیسی با تکیه بر عملکرد خود در قوه قضائیه آن را مبنای دفاع از نامزدی در انتخابات ریاست جمهوری دانسته و تغییر ساختار حاکمیت دولت به سمت حمایت از تولید را از اهداف اصلی خود برشمرده است. در مقابل همتی به رد صلاحیت‌های گسترده و مهندسی انتخابات شورای نگهبان به نفع آقای رئیسی اعتراض دارد و با تأکید بر مدرک تحصیلی، صداقت و توانایی مدیریتی اقتصادی خود، برنامه‌های اقتصادی و وعده‌های سایر نامزدها را در شرایط فعلی کشور ناکارآمد و غیر اصلاح‌گراانه دانسته است.

بر اساس مدل ون دایک، با استفاده از ابزارهای زبانی واژه‌گزینی، کنایه، مبالغه، ناگفته‌ها، مقایسه، ارجاع، قطب‌بندی، پیش‌فرض‌ها و معانی ضمنی که در بخش مبانی ذکر آن رفت، داده‌های پژوهش حاضر تحلیل شد.

داده‌ها نشان می‌دهد رئیسی در این مناظره از کنایه‌های کمتری استفاده کرده، اما توأمان از واژگان مثبت و منفی بیشتری استفاده نموده است، در مقابل همتی از واژگان کنایه بیشتر بهره گرفته است، که نشان می‌دهد تأکید رئیسی بیشتر بر افعال و عملکردها و تأکید همتی بیشتر بر اشخاص و عملگرها است. در واقع، تفاوت دو رویکرد به روشنی در سطح واژگان به کار رفته قابل مشاهده است.

رئیسی نتایج نظرسنجی‌ها را ناشی اعتماد مردم به صداقت خود دانسته و تلاش‌های تخریبی روحانی و جهانگیری در مناظرات دور قبل انتخابات بر علیه خود را بی‌فایده قلمداد نموده است. تا این چنین تلویحات و پیش‌انگاشت‌های ذهنی را نشان دهد. از طرفی همتی خود را در مقابل پنج نامزد از جناح اصول‌گرایی تنها پنداشته و با انتقاد از موازنه نبودن آرایش مناظرها، رقیب اصلی خود را رئیسی و بقیه داوطلبان را یار کمکی او اعلام کرده است.

رئیزی و همتی تقریباً به نسبت مساوی و نزدیک به هم از گزاره‌های خلاف واقع استفاده نموده‌اند و همچنین با مبالغاتی که در بیانات هر دو فرد وجود داشته، سیاه‌نمایی شخصیت و عملکرد طرف مقابل و نشان‌دادن تصویر مثبت از خود بارها نشان‌داده شده‌است. علاوه بر این، نامزدها در مقام مقایسه بین عملکرد خود و طرف مقابل، به دنبال القای برتری عملکرد خود، به مخاطب هستند و برای مثال رئیزی عملکرد خود در مسئولیت‌های قبلی را محک خوبی برای سپردن کرسی ریاست جمهوری به خود عنوان نموده و در مقابل همتی تحصیلات اقتصادی خود را، نقطه تمایز خود با رئیزی و سایر کاندیداها دانسته و آن را راه برون‌رفت از شرایط اقتصادی حاضر، قلمداد کرده است. وی با این نوع گفتمان تلاش کرد، بر اهمیت علم اقتصاد تأکید کند.

تحلیل مناظره اول انتخاب ریاست جمهوری بین دو نامزد اصلی نشان داد، به لحاظ زبان‌شناختی گفتمان دو نامزد تشابه و اختلاف‌هایی دارند. برجسته‌ترین تمایز گفتمان رئیزی نسبت به رقیبش کاربرد بیش‌تر ارجاع و مقایسه در مقابل کنایه و مبالغه کمتر بوده است. در مقابل در گفتمان همتی، کاربرد بیشتر مبالغه و ضمیر شخصی من برجسته است.

در مجموع، تحلیل گفتمان مناظره اقتصادی دو رقیب اصلی انتخابات حاکی از آن است که دو نامزد به‌جای اثبات برنامه‌های خود بر نفی نامزد مقابل متمرکز شده بودند و این نوع گفتمان که در کلام همتی برجسته‌تر بود، سلبی بودن رقابت انتخاباتی را نشان می‌دهد. از همین روست که بسیاری از کارشناسان بعد از برگزاری مناظره‌ها، از شکست اخلاق سخن گفتند. اکنون که بیش از یک سال از برگزاری مناظره‌ها گذشته و مشکلات اقتصادی همه اقشار جامعه را متأثر ساخته است، بیش از پیش مشخص می‌شود، سؤالات اقتصادی طرح شده، نسبت نزدیکی با شرایط اقتصادی کشور، نداشته‌است.

پیشنهاد‌های پژوهشی

❖ برای دستیابی به تحلیلی جامع‌تر، گفتمان دو نامزد دیگر برنامه‌های تبلیغاتی انتخابات، از جمله: دوربین من شبکه یک و مستندهای انتخاباتی نیز بررسی شود.

- ❖ بررسی گفتمان انتخاباتی آقای رئیسی در دور قبل و بررسی تفاوت‌ها و شباهت‌های گفتمان انتخاباتی سال ۱۳۹۶ با گفتمان سال ۱۴۰۰.

پیشنهاد‌های کاربردی

- ❖ بررسی نقاط ضعف و قوت مناظره‌های انتخاباتی سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۴۰۰ برای طراحی مناظره‌های آتی ریاست جمهوری.

- ❖ یکی از مشکلات این مناظره و دیگر مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری، نحوه طرح سؤالات است که بر نوع پاسخ‌گویی تأثیر می‌گذارد. از این رو باید نحوه پرسش‌ها تغییر کند، تا پاسخ‌ها از کلی‌گویی خارج شود.

پیشنهاد کاربردی این مقاله این است، یک سؤال واحد از کلیه نامزدها پرسیده شود، تا پاسخ‌ها قابل مقایسه گردند. در این مناظره به‌جای آنکه نامزدها طرح شفاف خود را برای خروج از بحران اقتصادی موجود ارائه کنند، بیشتر به کلی‌گویی درباره برنامه اقتصادی خود و حمله به رقیب پرداختند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

آقا گل زاده، فردوس. (۱۳۸۱). *زبان‌شناسی همگانی مقایسه و نقد رویکردهای تحلیل کلام و تحلیل کلام انتقادی در تولید و درک متن*. رساله دکتری. دانشگاه تربیت‌مدرس.

افخمی، علی، عابدینی، سیروس، محمودی بختیاری، بهروز. (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان انتقادی سخنرانی‌های دونالد ترامپ در مورد مهاجران». *فصلنامه علمی - پژوهشی زبان‌شناسی اجتماعی*، ۱(۳)، ص. ۵۳-۶۴.

بیگی، علیرضا، مجیدی، حسن. (۱۳۹۹). «تحلیل گفتمان دفاعیه علی سلمان، دبیرکل جمعیت الوفاق بحرین، در دادگاه آل خلیفه». *فصلنامه علمی تحقیقات سیاسی و بین‌المللی*، ۱۲(۴۴)، ص. ۲۹-۶۱.

پاشازانوس، احمد، رحیمی، معصومه. (۱۳۹۸). «تحلیل گفتگو حضرت موسی و فرعون در سایه مربع ایدئولوژیک ون دایک». *فصلنامه پژوهش‌های زبان‌شناختی قرآن*، ۸(۲)، ص. ۲۱-۳۶.

تکییری، جعفر. (۱۳۸۸). «از نخستین مناظره تلویزیونی تا روبه فردا». *دوهفته‌نامه تحلیلی و خبری پنجره*، ص ۲۹.

حمیدیان، اکرم. (۱۳۹۹). «تحلیل انتقادی گفتمان نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری». *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۱(۳)، ص. ۵۸-۸۵. خانیکی، هادی (۱۳۹۲). *در جهان گفت‌وگو بررسی تحولات گفتمانی در پایان قرن بیستم*. تهران: هرمس.

خسروی نیک، بهروز، یارمحمدی، لطف‌الله. (۱۳۷۹). «بررسی ساختارهای گفتمانی و ایدئولوژیکی در گفتمان‌های خبری روزنامه‌های ایران». *مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس زبان‌شناسی نظری*.

رزمجو، علی‌اکبر، اسلامی نژاد، محمد. (۱۳۹۸). «تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی». *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۲(۲)، ص. ۱۱۰-۱۴۲.

تحلیل گفتمان انتقادی مناظره اقتصادی دو نامزد سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری

فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). *راه دراز گذر؛ تحول گفتمان توسعه سیاسی در ایران*. تهران: نشر فرهنگ و اندیشه.

کالی، پروین. (۱۳۹۴). *تحلیل انتقادی گفتمان مناظره‌های انتخابات یازدهمین دوره ریاست جمهوری: رویکرد نورمن فرکلاف*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه پیام‌نور مرکز تهران جنوب.

کلانتری خاندانی، عزت اله، فرخی، محمدحسن، غنچه پور، موسی. (۱۳۹۹). «تحلیل گفتمان انتقادی توئیت‌های ترامپ بر اساس مدل ون دایک». *زبان پژوهی*، ۱۲(۳۴)، ص. ۱۳۱-۱۵۶.

مجیدی، حسن، رحیمی نیا، محسن. (۱۳۹۷). «تحلیل گفتمان اعتدال در انتخابات ریاست جمهوری یازدهم». *راهبردی سیاست*، ۷(۲۵)، ص. ۱۲۵-۱۵۵.

ون دایک، تئون ای (۱۳۸۷). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان؛ از دستور متن تا گفتمان کاوی منتقدان (گروه مترجمان)*. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها (نشر اصلی اثر ۱۹۹۲).

ون دایک، تئون ای. (۱۳۸۲). *مطالعاتی در تحلیل گفتمان (از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی)*، گروه مترجمان: پیروز ایزدی و دیگران؛ مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

Aisyah, S., & Miranda, A. (2021). Political Rhetoric Related to Immigration in The 2017 French Presidential Campaign. *International Review of Humanities Studies*, 6(1).

DOI: <https://doi.org/10.7454/irhs.v6i1.337>.

Albalat-Mascarell, A., & Carrió-Pastor, M. L. (2019). Self-representation in Political Campaign Talk: A Functional Metadiscourse Approach to Self-mentions in Televised Presidential Debates. *Journal of Pragmatics*, 147, pp. 86-99.

DOI:10.1016/j.pragma.2019.05.011.

Ali, R. H., & Watheq, J. M. (2022). The Role of Certain Figures of Emphasis in the Televised Debate between Macron and Le Pen on may 3, 2017. *Journal of the College of Languages (JCL)*, (45), pp. 161-176. DOI: <https://doi.org/10.36586/jcl.2.2022.0.45.0161>.

Benoit, W. L., & Klyukovski, A. (2006). A Functional Analysis of the 2004 Ukrainian Debates. *Argumentation* 20, pp. 209-225.

DOI: 10.1007/ s10503-006-9007-x.

Benoit, W. L., Wen, W. C., & Yu, T. H. (2007). A functional analysis of 2004 Taiwanese political debates. *Asian Journal of Communication*, 17(1), pp. 24-39.

DOI: <https://doi.org/10.1080/01292980601114521>.

Blommaert, J., & Bulcaen, C. (2000). Critical discourse analysis. *Annual review of Anthropology*, 29(1), pp. 447-466.

DOI: 10.1146/annurev.anthro.29.1.447.

Chen, Wen. (2018). A Critical Discourse Analysis of Donald Trump's Inaugural Speech from the Perspective of Systemic Functional Grammar. *Theory and Practice in Language Studies*, 8(8), pp. 966-972.

DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0808.07>.

Cheng, Maria. (2016). The power of persuasion: Modality and issue framing in the 2012 Taiwan Presidential Debates. *Discourse & Society*, 27(2), pp. 172-194.

DOI: <https://doi.org/10.1177/0957926515611556>.

Haddadan, S., Cabrio, E., & Villata, S. (2019). Yes, we can! mining arguments in 50 years of us presidential campaign debates. In ACL

2019-57th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics (pp. 4684-4690).

<https://hal.inria.fr/hal-02194887/document>.

Henderson, R. (2005). A Faircloughian approach to CDA: Principled eclecticism or a method searching for a theory?. *Melbourne Studies in Education*, 46 (2), pp. 9-24.

DOI: <https://doi.org/10.1080/17508480509556422>.

Iskandar, Farid. (2020). Analisis Wacana Politik Debat Publik Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden Republik Indonesia Political Discourse Analysis of The Public Debate for Presidential and Vice Presidential Candidates of The Republic of Indonesia. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences*.

DOI: [10.34007/jehss.v3i1.177](https://doi.org/10.34007/jehss.v3i1.177).

Jalilifar, A., & Maryam, A. N. (2012). We Are Surprised; Wasn't Iran Disgraced There? A Functional Analysis of Hedges and Boosters in Televised Iranian and American Presidential Debates. *Discourse & Communication*, 6(2). pp. 135-161.

DOI: <https://doi.org/10.1177/1750481311434763>.

Kanwal, S., & García, M. I. M. (2019). Representation of gender through framing: A critical discourse analysis of Hillary Clinton's selected speeches. *International Journal of English Linguistics*, 9(2), pp. 321-331.

DOI: [10.5539/ijel.v9n2p321](https://doi.org/10.5539/ijel.v9n2p321).

Mohajan, H. K. (2017). Two criteria for good measurements in research: Validity and reliability. *Annals of Spiru Haret University*.

Economic Series, 17(4), pp. 59-82.

<https://mpr.ub.uni-muenchen.de/83458/>.

Najarzadegan, S., Dabaghi, A., & Eslami-Rasekh, A. (2017). A Critical Discourse Analysis of Iran and US Presidential Speeches at the UN: The Sociopragmatic Functions. *Theory & Practice in Language Studies*, 7(9).

DOI: <http://dx.doi.org/10.17507/tpls.0709.08>.

Nassaji, H. (2020). Good qualitative research. *Language Teaching Research*, 24(4), 427-431.

DOI: <https://doi.org/10.1177/1362168820941288>.

Nimmo, D. (2005). *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan dan Media* (Terjemahan: Political Communication and Public Opinion in Amerika). *PT Remaja Rosdakarya, Bandung*.

ISBN :979-514-220-8.

Rogers, R. (2004). Setting an agenda for critical discourse analysis in education. In *An introduction to critical discourse analysis in education* (pp. 267-284). Routledge.

<https://www.academia.edu/download/6981205/lawrenceerlbau-m2004anintroductiontocriticaldiscourseanalysisineducation.pdf#page=268>.

Sartika, Tina. (2021, March). DISCOURSE ANALYSIS OF DONALD RUMP'S AND JOE CRITICAL BIDEN'S LANGUAGE IN USE IN THE 2020 UNITED STATES PRESIDENTIAL DEBATES. In *International Conference on Education of Suryakencana (IConnects Proceedings)*.

DOI: <https://doi.org/10.35194/cp.v0i0.1379>.

Stubbs, M. (1997). Eine Sprache idiomatisch sprechen: Computer, Korpora, Kommunikative Kompetenz und Kultur. In K. J. Matheier (ed.) *Norm und Variation*. Frankfurt: Lang.

Suwandi, A. F., & Thoriqussud, M. (2021). A Study of Systemic Functional Linguistics: Political Ideology of Donald Trump and Hillary Clinton in First Presidential Debate. *Journal of English Education and Teaching*, 5(2), pp. 66-187.

DOI: <https://doi.org/10.33369/jeet.5.2.166-187>.

Van Dijk, T. A. (1998). *Ideology and Interdisciplinary approach*. London.

Van Dijk, T. A. (2000). News racism: a discourse analytical approach. In T. A. Van Dijk (Ed.), *Ethnic minorities and the media* (pp. 33-49). Philadelphia, USA: Open University Press.

<https://discourses.org/wp-content/uploads/2022/07/Teun-A.-van-Dijk-2000-News-racism-A-discourse-analytical-approach.pdf>.

Van Dijk, T. A. (2001). Multidisciplinary CDA: a plea for diversity. in: Wodak, Ruth & Meyer, Michael (Eds.) *Methods of CDA*. London: Sage, pp. 95-120.

Van Dijk, T. A. (2004). Politics, ideology and discourse. In: Wodak, R. (Ed.), *Encyclopedia of Language and Politics, Section Language and Politics* (pp. 728-740). Universitat Pompeu Fabra: Barcelona.

Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideology*, 11(2), pp. 115-140.

DOI: <https://doi.org/10.1080/13569310600687908>.