



تحلیل گفتمان و نشانه‌شناسی فیلم‌های تبلیغاتی روحانی^۱ و رئیسی^۲ به عنوان نماینده دو جریان اعتدال طلب و اصول‌گرا

فریبا میرزایی نژاد اوجانی^۳

تاریخ دریافت: ۹۷/۱۱/۳۰، تاریخ تایید: ۹۸/۱/۲۴

چکیده

شناسایی فضای سیاسی و اجتماعی حاکم بر جریان انتخابات و سوژه‌های تبلیغاتی احزاب، گروه‌ها و شخصیت‌های سیاسی حائز اهمیت است؛ زیرا در مبارزه انتخابی از طرف‌دهای مختلف برای توجیه و توضیح ایده‌های خود استفاده می‌کنند. این پژوهش برآن است تا با استفاده از روش نشانه‌شناسی بر اساس الگوی بارت و تحلیل گفتمان الگوی پدام (دکتر بشیر)، سکانس‌های برگزیده شده از فیلم‌های تبلیغاتی نمایندگان دو جریان اعتدال طلب و اصول‌گرا را در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران بررسی کند تا ضمن تعیین محورهای مهم گفتمانی هر کدام از دو نامزد حاضر در انتخابات، دال‌های مرکزی گفتمان آنان را نیز شناسایی کند. در جریان مستند تبلیغاتی دکتر رئیسی مشاهده می‌شود با قرار گرفتن «عدالت» به‌عنوان دال مرکزی مفصل‌بندی گفتمان جناح اصول‌گرا، نظم گفتمانی «نفی اشرافی‌گری»، «کرامت»، «مبارزه با فساد»، «ساده‌زیستی» و «رعایت انصاف» مفصل‌بندی شده‌است. آقای روحانی نیز با قرار دادن «تعادل» به‌عنوان دال مرکزی مفصل‌بندی جناح اعتدال طلب، نظم گفتمانی «شورو مشورت»، «برابری در حقوق قومیت‌ها و جنسیت‌ها»، «مبارزه با سانسور و فیلترینگ»، «نقد و انتقاد»، «صلح و آشتی بین المللی و مبارزه با ایران‌هراسی»، «میانه روی و دوری از تند روی و افراطی‌گری» و «دیپلماسی جایگزین نظامی‌گری» را تشکیل داده است. واژگان کلیدی: نشانه‌شناسی، تحلیل گفتمان، انتخابات دوازدهم ریاست جمهوری ایران، رئیسی، روحانی.

۱ Hassan Rouhani هفتمین رئیس‌جمهور ایران

۲ Ebrahim Raisi نامزد دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، متولی فعلی آستان قدس رضوی

۳ دانشجوی دکترا فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

مقدمه و بیان مسئله

اگر نقش روزافزون رسانه‌ها در شکل‌گیری شیوه‌های کنش اجتماعی و سیاسی مورد توجه قرار گیرد، به نظر می‌رسد که مطالعه انتخابات به‌عنوان مهم‌ترین «فرصت برای یک رقابت سیاسی» می‌تواند دارای ابعاد بسیار مهمی باشد. در واقع نقش رسانه‌ها، در رقابت و کشمکش گفتمان‌های مختلف سیاسی در دوره‌های گوناگون انتخابات ایران، از جنبه‌های مختلف شایسته بررسی‌های موشکافانه علمی است.

چنانکه "مکلوهان" اعتقاد دارد: امروزه جهان رسانه‌ای، عقل را مبدل به چشم می‌کند و تلویزیون امتداد دیدن انسان‌ها و نه امتداد اندیشه آنها می‌شود، در واقع در جامعه جدید، این رسانه‌ها هستند که منش‌ها، کنش‌ها و حتی واکنش‌ها را می‌سازند و هویت‌های نوین را خلق می‌کنند. با چنین تعریفی به نظر می‌رسد تحلیل گفتمان¹ و مطالعه تطبیقی رویکردها و فعالیت‌های رسانه‌ای طیف‌های مختلف سیاسی در هر کشور حائز اهمیت بسیاری می‌باشد. بر همین اساس هدف اصلی این پژوهش مطالعه شکل‌گیری و کشمکش رسانه‌ای گفتمان‌های سیاسی در جریان رقابت انتخاباتی دوره دوازدهم ریاست جمهوری است. به‌عبارت دیگر این مقاله سعی دارد نسبت به فعالیت رسانه‌ای دو جریان رقیب و شاخص‌های گفتمانی آن، به روش تحلیل گفتمان انتقادی شناخت عمیق‌تری حاصل نماید. براساس فرض‌های اولیه مطالعات فرهنگی، در بررسی متون رسانه‌ای، مولفه‌های ایدئولوژیک و اجتماعی موجود در ورای این متون و تأثیر آن در شکل‌گیری نگاه مخاطبان، امری است که باید به شکل جدی مد نظر قرار گیرد. به همین منظور در این پژوهش تحلیل گفتمان نشانه‌های فیلم‌های تبلیغاتی دو جریان سیاسی در ایران، مورد توجه قرار گرفته است. مسئله اصلی پژوهش آن است که در انتخابات دوره دوازدهم ریاست جمهوری، مهم‌ترین محورهای گفتمانی در فیلم‌های تبلیغاتی نامزدها حول محور کدام دال‌های مرکزی قرار دارد؛ همچنین فارغ از بازنمایی گفتمان‌های سیاسی و فرهنگی موجود در ایران، اهمیت بکارگیری روش نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان در شناخت مفاهیم اصلی، در هر یک از این گفتمان‌ها است.

این پژوهش به دلیل اکتشافی بودن نیازمند فرضیه نیست اما در بردارنده چند سؤال اصلی است: - آیا با استفاده از نشانه‌شناسی رفتاری و کلامی می‌توان به باورهای سیاسی دو جریان اصول‌گرا و غیر اصولگرا پی برد؟

- چه شاخص‌های گفتمانی در فیلم‌های انتخاباتی ریاست جمهوری بین دو نامزد اصلی وجود دارد؟

بیشینه پژوهش

از میان مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده که از نظر موضوعی با تحقیق حاضر نزدیکی دارند، به پنج مورد اشاره می‌شود: طاهری (۱۳۸۹) با استفاده از روش تحلیل گفتمان، به بررسی فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران، پرداخته است؛ او در این پژوهش از الگوی عملیاتی تحلیل گفتمان PDAM که پنج سطحی و صورت تکمیلی شیوه تحلیل گفتمانی نورمن فرکلاف است، استفاده کرده. بلاش آبادی (۱۳۸۸) متن مناظره‌های تلویزیونی انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران مورد بررسی قرار داده تا ضمن تعیین محورهای مهم گفتمانی هر یک از چهار نامزد حاضر در این انتخابات، چگونگی استفاده یا عدم استفاده آنها از محورهای گفتمانی مشترک یا غیر مشترک در مقابل یکدیگر هم مشخص کند. شایان (۱۳۹۴) در پایان‌نامه خود، کار و زار سیاسی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری پرداخته ۹۲ مورد بررسی قرار داده، در یافته‌های این پژوهش که در فرم تحلیل گفتمان تدوین شده است، گفتمان سعید جلیلی در مقابل گفتمان حسن روحانی مورد مطالعه قرار می‌گیرد. شعاعی (۱۳۸۹) در تحلیل گفتمان دوره دهم ریاست جمهوری به بازنمایی تغییرات گفتمان‌های سیاسی اصلی کشور در مواجهه با فرایندها و مناسبات نهادی، پرداخته است. در این راستا با بهره‌گیری از امکانات نظریه فرکلاف به توصیف کردار زبانی و تفسیر کردار گفتمانی و تبیین کردار اجتماعی گفتمان‌های سیاسی رقیب پرداخته شده است. حاصل این تحلیل‌ها بازنمایی تزلزل مرزهای سنتی گفتمان‌های اصلی در بافت سیاسی ایران - نظم گفتمانی دو جناح اصول‌گرا و اصلاح‌طلب بود که در جهت ایجاد نظم جدید به پیش می‌رود. تاجیک (۱۳۸۹) در مقاله خود به مطالعه نشانه‌شناسی سیاسی پرداخته و ادعا می‌کند یک نشانه‌شناس سیاسی با تمرکز بر کارکرد نشانه‌ها، به بحث در مورد تولید معنا و چگونگی معنادار شدن زیست جهان سیاسی آدمیان توسط نظام آنان (نشانه‌ها) می‌پردازد.

با توجه به بررسی‌های صورت گرفته در مقالات، پایان‌نامه‌ها و پژوهش‌های یاد شده را از لحاظ شباهت با پژوهش حاضر می‌توان سیر منطقی در تحلیل سوژه‌ها بر اساس گفتمان‌های انتقادی دانست. از تفاوت‌های این پژوهش، ترکیب دو روش پژوهشی نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان و ورود عمیق‌تر به بحث است؛ چنانکه با استفاده از روش پدام (عملیاتی فرکلاف) توانسته است لایه‌های گفتمانی دو کاندیدا را مورد واکاوی قرار دهد. طبق بررسی‌های انجام شده مشاهده می‌شود که هنوز پژوهشی در خصوص مقایسه گفتمان روحانی و رئیسی در انتخابات

دوازدهم ریاست جمهوری، صورت نگرفته و با در نظر گرفتن اهمیت نشانه‌شناسی در شناخت گفتمان‌های سیاسی، انجام پژوهش درباره گفتمان سیاسی دو کاندیدای مطرح دوازدهمین انتخابات ریاست جمهوری، ضروری به نظر می‌رسد.

چارچوب نظری با تأکید بر روش تحلیل گفتمان

با توجه به اینکه تحلیل گفتمان بر پایه نظریه گفتمان که بر اساس سه مفهوم اصلی «قدرت»، «ایدئولوژی» و «هژمونی» گرامشی استوار است و در این چارچوب مفهومی و نظری مطرح می‌شود لذا، برای تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی انتخابات دوازدهم از ارتباط این نظریات و مفاهیم با گفتمان استفاده می‌شود.

گفتمان: لاکلا و موف معتقدند که گفتمان کلیتی است که در آن هر نشانه‌ای در قالب یک بعد و به واسطه رابطه‌اش با سایر نشانه‌ها تثبیت شده است. این عمل از طریق طرد تمامی سایر معناهایی که نشانه می‌توانست داشته باشد، انجام می‌گیرد: یعنی کلیه دیگر روابطی که ممکن است نشانه‌ها با یکدیگر داشته باشند، به این ترتیب، گفتمان عبارت است از تقلیل حالت‌های ممکن. گفتمان تلاشی است برای ممانعت از لغزش نشانه‌ها از جایگاهشان نسبت به یکدیگر و در نتیجه خلق یک نظام واحد معنایی (یورگن سن و فیلیپس، ۱۳۹۳).

رابطه ایدئولوژی و گفتمان

آلتوسر مدعی است که ایدئولوژی‌ها در ارتباط با هم و در بستر یک تخصم شکل می‌گیرند. او معتقد است که این ایدئولوژی‌ها در ارتباط با دیگر ایدئولوژی‌ها شرایط خاص خود را مطرح و ارائه می‌کنند و هویت آنها از پیش تعیین شده نیست، بلکه هویت آنها در اثر ضدیت با هم صورت‌بندی می‌شود. ایدئولوژی در درون یک فضای مبارزه شکل می‌گیرد و ایدئولوژی‌ها در جریان مبارزه ساخته می‌شوند. آلتوسر اشاره می‌کند که هیچ ایدئولوژی‌ای خارج از ایدئولوژی معارض شکل نمی‌گیرد (مکدانل، ۱۳۸۰: ۹۶). با کمی تأمل اگر به جای ایدئولوژی در نکته مورد نظر آلتوسر، اصطلاح «گفتمان» را قرار دهیم عمق اثرپذیری لاکلا و موفه از آلتوسر در مورد شیوه شکل‌گیری گفتمان‌ها روشن می‌شود. تز آلتوسر در مورد مطرح شدن ایدئولوژی در رابطه‌ای «مبتنی بر خصمیت در برابر سایر ایدئولوژی‌ها، اصل بنیادی ظهور گفتمان نیز است.

قدرت و گفتمان در اندیشه فوکو

در نزد فوکو، گفتمان‌ها «اعمالی هستند که به‌طور سیستماتیک، شکل‌دهنده موضوعاتی هستند، که خود سخن می‌گویند. گفتمان‌ها درباره موضوعات صحبت نکرده و هویت موضوعات را تعیین نمی‌کنند. آنها سازنده موضوعات بوده و در فرایند این سازندگی، مداخله خود را پنهان می‌دارند. از این رو، معانی و مفاهیم نه از درون زبان، بلکه از درون اعمال تشکیلاتی و ارتباطات اجتماعی سیاسی افراد با یکدیگر، حاصل می‌شوند» (فوکو، ۱۳۸۹: ۹۷).

گفتمان از نظر فوکو دلالت بر ساختارهای برساخته‌ای دارد، که جهان را به تصویر می‌کشد. به‌عبارتی دیگر، امر واقع امر گفتمانی است، که از طریق محدودیت‌های زمانی در شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی ظاهر می‌شود. سوژه یا فاعل شناسای فردی نیز، در منطق گفتمانی فوکو حضور ندارد. فرد، ساختاری بیرون از خود و گسسته دارد و بیشتر یک فرایند است تا یک هویت کانون‌مند و مشخص. گفتمان، دلالت بر چنین رابطه‌ای میان ساختارهای زبانی و فرد دارد، در منطق او، سخن از آن است که «فرد» در چه گفتمانی و چگونه ساخته می‌شود. و سرانجام آنکه امر تعیین‌بخش بیرون از گفتمان، وجود ندارد. گفتمان امتزاج پیچیده‌ای از امور زبانی و غیر زبانی دارد. بنابراین آنچه مانند اقتصاد زیرساخت خوانده می‌شود، خود بخشی از یک امتزاج گفتمانی است.

مفصل‌بندی:^۱ موجودیت‌ها و هویت‌های سیاسی، اجتماعی در ارتباط با یکدیگر شکل گرفته و فهمیده می‌شوند؛ همان‌گونه که همه چیز در یک نظام گفتمانی، در کنار هم و در ارتباط باهم فهمیده می‌شود (مکدائل، ۱۳۸۰).

دال مرکزی: معنای نشانه‌های درون یک گفتمان حول یک نقطه مرکزی به‌صورت جزئی تثبیت می‌شود. نقطه مرکزی، نشانه برجسته و ممتازی است که نشانه‌های دیگر در سایه آن نظم پیدا می‌کنند و به هم مفصل‌بندی می‌شوند (سلطانی، ۱۳۸۳).

دال شناور: دال‌های شناور نشانه‌هایی‌اند که گفتمان‌های مختلف تلاش می‌کنند تا به آنها به شیوه خاص خودشان معنا ببخشند؛ نقاط مرکزی هم دال‌های شناور به حساب می‌آیند، اما تفاوت در این است که نقطه مرکزی به حالتی اشاره دارد که معنای نشانه به حالت انجماد و انسداد درآمده است، اما دال شناور به حالتی اشاره دارد که نشانه در میدان مبارزه گفتمان‌های متفاوت برای تثبیت معنا، شناور و معلق است (سلطانی، ۱۳۸۳).

عناصر:^۱ عناصر دال‌های سرگردان و شناوری هستند که در حوزه گفتمانگی به سر می‌برند و هنوز معنا و هویت گفتمانی نیافته‌اند.

وقته‌ها یا لحظه‌ها:^۲ لحظه‌ها و وقته‌ها، عناصری هستند که از حوزه گفتمانگی بیرون آمده‌اند و از حالت شناوری رهایی یافته و در چارچوب یک گفتمان، پهلو گرفته‌اند.^۳ گفتمان می‌کوشد از طریق فرو کاستن معانی متکثر آنها به یک معنای واحد و ثابت عنصرها را به وقته‌ها تبدیل کند. گفتمان نوعی حد و حدود ایجاد می‌کند، یعنی بی‌ثباتی‌ای را که در معنای نشانه‌ها وجود دارد به‌طور موقت متوقف می‌سازد. حد و حدود یادشده هیچ‌گاه قطعی و نهایی نیست. گذار از عنصرها به وقت‌ها هیچ‌گاه به‌طور کامل متحقق نمی‌شود. Mouff & laclau, 1985: 110)

حوزه گفتمانگی:^۴ هر دال معنایی متعددی می‌تواند داشته باشد و هر گفتمان با تثبیت یک معنا، معناهای بالقوه زیادی را طرد می‌کند. این معانی همچنان موجودند و امکان ظهور در گفتمانی دیگر و شرایطی دیگر را دارند. حوزه گفتمان گویی، محفظه‌ای از معانی اضافه و بالقوه در بیرون از منظومه گفتمان خاص که توسط آن طرد شده‌اند و مواد خامی برای مفصل‌بندی‌های جدید محسوب می‌شوند؛ بنابراین هر چیزی که از یک گفتمان حذف می‌شود و یا خارج از آن است، در حوزه گفتمان گویی قرار می‌گیرند. (Mouff & laclau, 1985: 110)

زنجیره هم‌ارزی_تفاوت:^۵ در مفصل‌بندی، دال‌های اصلی (نه مرکزی) زنجیره هم‌ارزی تفاوت را به وجود می‌آورند. دال‌های یادشده، هنگامی که در منظومه گفتمانی قرار می‌گیرند، از طریق هم‌ارزی، تفاوت‌ها و تکثرها را می‌پوشانند و به آنها هماهنگی می‌بخشند؛ مانند گفتمان سیاه در واکنش به نژادپرستی سفیدپوستان. افراد غیرسفید، در زنجیره هم‌ارزی سیاه قرار می‌گیرند و تفاوت‌های ملی و سرزمینی و... به فراموشی سپرده می‌شود، اما هم‌ارزی هرگز به حذف کامل تفاوت‌ها نمی‌انجامد و همواره امکان ظهور، بروز و خروج از زنجیره هم‌ارزی وجود دارد. این مجموعه ساختار کلی تحلیل گفتمان را تشکیل می‌دهند (بلیک‌رید و ادوین‌هارولدس، ۱۳۷۸).

1 Elemints

2 Moments

۳مانند حقوق بشر در اسلام که به تازگی وارد گفتمان حقوق بشر دوستانه شده و به هویت و معنای موقت و جدیدی رسیده است.

4 Field Of Discursivity

5 Equivalence - Difference

ساختارشکنی یا واسازی: ساختارشکنی یا واسازی مفهومی است که از دریدا به عاریت گرفته شده است، به‌عنوان تهدیدی برای ثبات معنایی گفتمان رخ می‌نماید. این مفهوم بر این امر تأکید دارد که برای از بین بردن هژمونی و سلطه یک گفتمان باید ثبات معنایی آن را از بین برد تا زمینه تغییر «وقته» به دال شناور فراهم آید (کوثری و تفرشی، ۱۳۹۵).

نشانه: نشانه و دلالت، واقعیتی است که ارتباط انسان با جهان را تحقق می‌بخشد و پدیده‌ای است که در همه‌جا حاضر است. تفکر را به حرکت می‌اندازد و از موضوعی به موضوع دیگر سیر می‌دهد و مفاهیمی مانند تأویل، تفسیر، تعبیر، فهم، ظاهر و باطن از آن زاده می‌گردد. لذا، ارائه چارچوبی کلی و فرآیندی منظم در این باب می‌تواند تفکر بشر را شکل داده، زمینه‌های فکری او را به هم پیوند دهد کارکرد نشانه انتقال اندیشه به وسیله پیام است (گیرو، ۱۳۸۰: ۱۹) که مستلزم عناصری چون: فرستنده، گیرنده، تماس، فرم، رمزگان، محتوا و زمینه یا موقعیت است. هر نشانه‌ای با قصدی آگاهانه یا ناآگاهانه در خصوص انتقال پیام و تولید معنا و یا بازتولید آن همراه است.

دال و مدلول از دیدگاه بارت: در بازخوانی آثار بارت پی خواهیم برد که هدف وی از نشانه‌شناسی بیان آشکار آن موضوعی است که غالباً در متون و رفتارهای فرهنگ عامه به‌صورت تلویحی و ضمنی باقی می‌ماند. قاعده‌ای که مسیر کار بارت را تعیین می‌کند، عبارت از بررسی دقیق آن چیزهایی که به‌گونه‌ای کاذب، بدیهی محسوب می‌شود. بارت به فرآیند دلالت، یعنی همان فرآیندی می‌پردازد که معنا از طریق آن ایجاد می‌شود. او با استفاده از الگوی پیش‌گفته‌ی سوسور، متون و رفتارهای فرهنگ عامه را تحلیل می‌کند. او چارچوب کلی (دال + مدلول = نشانه) را در نظر می‌گیرد و سطح دومی از دلالت را به آن می‌افزاید. سطح دوم دلالت در دیدگاه بارت و رابطه آن با سطح اول را در جدول زیر مشخص شده است.

| | | | |
|------------|-----------|---------|--------------------------|
| | مدلول اول | دال اول | دلالت اولیه (معنای صریح) |
| | نشانه اول | | |
| مدلول جدید | دال جدید | | دلالت ثانوی (معنای ضمنی) |
| نشانه جدید | | | |

نزد بارت، سطح «گفتمان» فراتر از عمل روایت است. به گفته وی، تحلیل روایت در گفتمان متوقف می‌شود از اینجا به بعد باید به نشانه‌شناسی دیگری تغییر مسیر داد، نشانه‌شناسی‌ای که مخاطب و شرایط اجتماعی را در بر گیرد.

نشانه‌شناسی در فیلم: از دیگر رویکردهای نشانه‌شناسی می‌توان از تحلیل روایی فیلم به‌عنوان جدیدترین شاخه از تحقیقات نشانه‌شناسی نام برد که از بطن نوآوری‌های نقادانه‌ای ۱۹۷۰، تعریف جدیدی از نظریه فیلم ارائه داده است. تحلیل روایی همچون همه تحقیقات نشانه‌شناختی قصد دارد که پوسته‌ی به ظاهر توجیه شده و طبیعی بین دال و جهان داستان را کنار بزند و نظام عمیق‌تر در تداعی‌ها و روابط فرهنگی‌ای را آشکار کند که از خلال فرم روانی بیان می‌شوند. عناصر قرار دادی ساختار روایی (شخصیت‌ها) الگو بندی طرح و توطئه، می‌توانند به‌مثابه نظام‌هایی از نشانه‌هایی تلقی شوند که منطبق بر رمزگان مختلف، ساختار و سازمان یافته‌اند (استم و دیگران، به نقل از مهدی زاده و اسمعیلی، ۱۳۹۱).

روش‌های پژوهش (نشانه‌شناسی و تحلیل‌گفتمان)

نشانه‌شناسی فیلم بر اساس الگوی بارت: واحد خوانش در تحلیل بارت، یک قلمرو تحقق معناست که گاهی یک جمله و گاهی یک کلمه است. این راهبردهای تفسیری سبب ایجاد انعطاف در نحوه بررسی بارت شده است. هدف بارت، نشان دادن ماهیت دلالت‌کننده داستان بالزاک بوده است (Hawkes, 2003). پنج رمزگان مؤثر در روایت که در تحلیل رمان بالزاک به‌کار گرفته، عبارت‌اند از:

۱- **رمزگان هرمنوتیک**^۱: رمزگانی که روایت را پیش می‌برد و مترادف با پرسش، پاسخ و طیف متنوعی از رویدادهای تصادفی است که ممکن است پرسشی را صورت‌بندی کنند یا پاسخ آن را ارائه دهند و یا معمایی را پیش کشند. این رمزگان مؤلفه‌های پرسش، ابهام، معما و تاخیر معنایی را صورت‌بندی می‌کنند و در نهایت، نقاط بازگشت در روایت را شکل می‌دهد که همان بازگشایی پاسخ‌ها و سازماندهی خطی پاسخ معماهایی است که پیش‌تر مطرح شده‌اند.

۲- **رمزگان واحدهای کمینه معنایی یا دال‌های ضمنی**^۲: در واقع، همان رمزگان معناهای ضمنی است که از اشارات ظریف معنایی تشکیل شده است. برای مثال، e در عنوان داستان «سارازین» بر مؤنث بودن دلالت دارد.

۳- **رمزگان نمادین**^۳: این رمزگان گروه بندی یا ترکیب بندی‌های قابل تشخیص است که به‌طور منظم در متن تکرار می‌شوند و سرانجام ترکیب بندی غالب را می‌سازند. مهم‌ترین کارکرد رمزگان نمادین وارد کردن تقابل‌ها در متن است. این رمزگان در برگیرنده مضمون‌ها است.

1 Hermeneutic codes

2 The code of semes or signifiers

3 The proairetic code

۴- **رمزگان کنشی**^۱: ریشه در مفهوم «توانایی عقلانی تعیین نتیجه عمل» دارد و خود به خود و به‌طور ضمنی، به ختم رویداد اشاره می‌کند. این رمزگان در برگیرنده کنش‌ها و رویدادهاست که همان زنجیره رویدادها را در بر می‌گیرد. این توالی‌ها الزاماً از درون متن نشئت نمی‌گیرند، بلکه خواننده به متن‌های ساختار کلی متن را به‌مثابه یک کل به هم پیوسته حدس می‌زند. بر اساس، این رمزگان دارای ویژگی‌های گفتمانی است.

۵- **رمزگان فرهنگی یا ارجاعی**^۲: به مثابه صدایی اخلاقی، جمعی، بی‌نام و مقتدر، درباره خرد پذیرفته شده سخن می‌گوید. برای بارت این رمزگان نمایان‌گر «نظام تثبیت شده اقتدار سنت‌ها و اخلاقیات پدر سالارانه» است. رمزگان فرهنگی ارجاع به بیرون دارد و به قلمرو عقیدتی و اسطوره‌ها ارجاع می‌دهد که سعی دارد باورهای مطرح شده در متن را طبیعی و مطابق با عرف نشان دهد.

اغلب، رمزگان ۲ و ۳ به آسانی قابل تفکیک از همدیگر نیستند. رمزگان‌های ۱ و ۴ عامل حرکت متن به سمت جلو و ایجاد توالی در متن‌اند و رمزگان‌های ۲ و ۳ و ۵ اطلاعات پایه‌ای (اساسی) را برای متن فراهم می‌کنند (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۱۵۹). در این پژوهش، به دنبال ارائه تحلیل روایی نیستیم و در تحلیل فیلم‌ها، رمزگان‌های ۲، ۳ و ۵ مورد نظر قرار می‌گیرند. با این حال رمزگان‌های ۱ و ۴ یعنی رمزگان هرمنوتیکی و کنشی برای کامل شدن الگوی بارتی ارائه می‌شوند.

رویکرد تحلیل گفتمان عملیاتی پدام^۳

روش پدام یا همان روش عملیاتی تحلیل گفتمان^۴ از جانب دکتر بشیر ارائه شده است. ایشان علت ارائه این روش را وجود ابهام در روش عملیاتی سایر روش‌های تحلیل گفتمان، عنوان کرده‌اند (بشیر، ۱۳۹۰: ۱۰) ایشان در این روش سعی کرده‌اند میان عینیت و ذهنیت در تحلیل گفتمان ارتباط برقرار کرده و روشی نسبتاً مدون ارائه کنند. این روش قبلاً در تحقیقاتی مورد استفاده قرار گرفته و کارایی آن به تأیید رسیده است.^۵ مراحل فرآیندی روش پدام شباهت‌هایی

1 The symbolic code

2 the culral code or reference code

۳ این روش توسط دکتر حسن بشیر در کتاب «خبر، تحلیل شبکه ای و تحلیل گفتمان» (بشیر، ۱۳۸۹) استفاده شده است.

4 Practicle Discourse Analysis Method(PDAM)

۵ از جمله این تحقیق‌ها می‌توان به بلاش آبادی (۱۳۸۸) و بشیر و حاتمی (۱۳۸۸) اشاره کرد.

با روش فرکلاف دارد. همانگونه که فرکلاف در روش تحلیل گفتمان بر سه مرحله توصیف، تفسیر و تبیین تأکید می‌کند روش پدام نیز در تلاش است که این مراحل را با توجه به پنج سطح تحلیل که عبارتند از «سطح-سطح»، «سطح-عمق»، «عمق-سطح»، «عمیق» و «عمیق‌تر» مورد توجه قرار دهد.

سه سطح اول در حقیقت نوعی از توصیف است، اما این توصیف با تکیه به اصل متن، معنای هژمونیک و ضمنی متن با انتخاب جملات همسو با هدف تحلیل، کشف رابطه میان معنای مشترک در جملات همگرا در متن، و نهایتاً قرائت معنای جملات همسو در متن با سایر معنای مستخرج از جملات دیگر متن به‌طور کلی است (بشیر، ۱۳۹۰: ۱۰).

سه مرحله اول روش پدام دارای این نام‌ها می‌باشند: برداشت از اصل متن، جهت‌گیری و گرایش متن و تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن. در این سه مرحله سعی می‌شود معنای متن کشف شود اما حرکت معنایی هنوز در خود متن محصور است. ما این سه مرحله را در یک جدول می‌آوریم. در قسمت اول با نام برداشت از اصل متن محقق درصدد کشف کلمات و جملاتی است که در متن دارای بار معنایی خاص در راستای اهداف تحقیق می‌باشند. این قسمت سطحی‌ترین و ظاهری‌ترین بخش تحلیل گفتمان است. سطح دوم تحلیل در این روش جهت‌گیری و گرایش متن است. می‌توان آن را با بخشی از سطح دوم فرآیند تفسیر در روش فرکلاف یعنی معنای کلام برابر دانست.

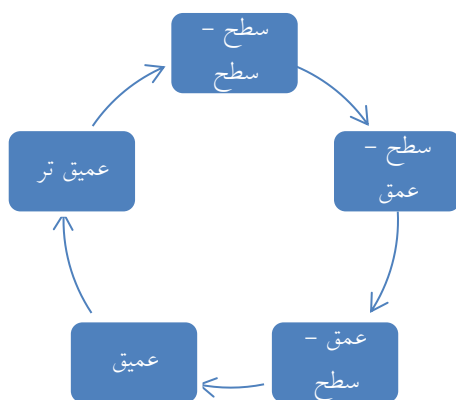
سطح سوم تحلیل با این روش، سطح «عمق سطح» تحلیل است که تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن نام دارد. و می‌توان آن را شبیه به بخش دیگری از مرحله تفسیر روش فرکلاف یعنی انسجام موضعی دانست. این قسمت دلیل انتخاب محقق را برای انتخاب قسمتی از متن و ارتباط آن با هدف تحقیق روشن می‌سازد. البته در این مرحله تحلیل هنوز به سطح نهایی خود نرسیده.

در مرحله عمیق، متن در زمینه موقعیتی مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در اینجا، زمینه‌های موثر در خلق متن مورد توجه می‌باشند. متن در زمینه‌های مختلف خلق می‌شود، بنابراین آشنائی با زمینه‌های مزبور در حد امکان می‌تواند در این مرحله از تحلیل تأثیر بسزایی داشته باشد. این مسئله به این معنا است که تحلیلگر باید شناخت کافی از محیط و زمینه‌های خلق متن داشته باشد. در این مرحله، تحلیلگر میان متن و زمینه رابطه معنایی ایجاد می‌کند (بشیر، ۱۳۹۰: ۱۲).

سطح چهارم در این روش را هم می‌توان با مرحله دیگری از روش فرکلاف یعنی ساختار و جان مایه متن و بافت داستان مرتبط دانست. این مرحله مرحله خروج از ساختار ظاهری متن و توجه به فرامتن‌های مرتبط با متن است. فرامتن در این مرحله هر مسئله‌ای است که می‌تواند در خلق متن و فهم درست تر آن تأثیر گذار باشد و یا با آنها رابطه ایجاد کند.

مرحله «عمیق‌تر» مرحله حساس تحلیل است. تحلیل نهایی در این مرحله صورت می‌گیرد. محقق در این مرحله از تحلیل‌های سطح عمیق و نیز مطالب سه سطح نخست استفاده می‌کند و آن‌ها را همزمان مورد توجه قرار می‌دهد.

مرحله عمیق‌تر مرحله ایجاد رابطه معنایی میان گفته‌ها و ناگفته‌ها است. ناگفته‌ها و غیاب‌ها در متن دارای اهمیت زیادی هستند. برخی در نقد سعی به تبدیل نجوا و تلویحات متن به سخنی شنیدنی می‌کنند اما در معنایی دقیق‌تر و عمیق‌تر نقد باید معرفتی عمیق از متن بدهد و به ناگفته‌ها هم توجه کند. به بیان استوری «معرفتی که ضرورت ایدئولوژیک سکوت‌ها و غیبت‌های متن و نقصان ساختار بخش آن را تبیین کند. به عبارتی، نقد یعنی به نمایش گذاشتن آنچه در متن بیان شدنی نیست» (استوری، ۱۳۸۶: ۸۳). در این مرحله، کشف ناگفته‌ها بر پایه گفته‌ها انجام می‌گیرد. مرحله مزبور، مرحله نتیجه‌گیری از فرآیند تحلیل انجام گرفته در مراحل قبلی است. بنابراین نوعی از جمع بندی، مقوله‌سازی کلان، نتایج نهایی و بالاخره استنباط کلی را نشان می‌دهد (بشیر، ۱۳۹۰: ۱۶).



نمودار شماره ۱. سطوح مختلف تحلیل گفتمانی طبق روش پدام (PDAM)

(منبع: بشیر، ۱۳۹۱، ج ۲: ۱۱)

نمونه‌گیری و جامعه‌آماری: در تحقیقات کیفی از جمله تحلیل گفتمان، منطق نمونه‌گیری

اساساً متفاوت از منطق نمونه‌گیری آماری است. منطق نمونه‌گیری در مطالعات کیفی، مستلزم نمونه‌گیری از موارد برجسته و افراد شاخص یا مستلزم نمونه‌گیری نظری و مبتنی بر هدف است. به این معنی که هدف نمونه‌گیری انتخاب نمونه‌هایی است که با نظریه همخوانی داشته باشد و نظریه را بسط دهد و برای مقولات مختلف نمونه‌هایی ارائه شود؛ بنابراین با فرض این نکته که دراصل داده‌های ممکن بی‌شمارند، نمونه‌گیری در این تحقیق بر اساس اصل هدفمندی صورت می‌گیرد. از آنجاکه تحلیل تمام سکانس‌های فیلم‌های تبلیغاتی از توان این تحقیق خارج است، از نمونه‌گیری غیر تصادفی و هدفمند استفاده شده است. از نظر نظریه‌پردازان گفتمان همچون وندایک، فرکلاف و... برای نمونه‌گیری تحلیل گفتمان باید داده‌هایی انتخاب شوند که به خوبی بازنمایی کننده گفتمان مورد نظر هستند (قجری و نظری، ۱۳۹۲: ۱۲۴).

مروری بر فیلم کنسرت مردم: فرم و محتوای این مستند می‌تواند به خوبی ایده مرکزی

رئیدی را برای این انتخابات به ما نشان دهد. قبل از هر چیز دیگری نام این مستند جلب توجه می‌کند؛ «کنسرت مردم»؛ کنسرت دقیقاً همان مسئله‌ای است که در چند ماه اخیر برای اصول‌گرایان تبدیل به یک چالش بزرگ شده است. فیلم یک راوی دارد. فردی که گاه سوار بر ماشین، گاه پیاده و ایستاده در کنار برخی مکان‌ها و گاه با حضور در مناطق پایین و بالای شهر مونولوگ دارد و گاهی هم نریشن‌هایی با فلاش بک به دوران گذشته. این مستند با گفت‌وگوی فقرا آغاز شده و مجتمع‌های تجاری و مال‌ها بخش مهمی از آن را تشکیل می‌دهد. پروژه‌های بزرگ تجاری یک به یک به نمایش درآمدند و بر این نکته تأکید شده که رئیدی چگونه پس از قبول سمت، سرمایه آستان قدس رضوی را از چنین پروژه‌هایی بیرون کشیده است. «کنسرت مردم» با ایده نشان دادن تضاد میان قشر پایین دست جامعه و ساخت‌وسازها و رانتهای نجومی عده‌ای خاص شکل گرفته است. مضمونی که شاید مهم و جذاب است اما اگر تمام محوریت یک فیلم انتخاباتی شود روایتی به شدت ناقص از کاندیدای مورد نظر ارائه می‌دهد. مستند اول سیدابراهیم رئیدی بیش از هر موردی موضوع عدالت اجتماعی و قشر پایین و مستضعف جامعه را هدف قرار داده و از طرفی به بیان مباحث مهم دیگر جامعه و معضلات آن نپرداخته است، اما توانسته شمایی عدالت‌طلب و پاک‌دست از سیدابراهیم رئیدی نشان دهد که مردم باورش کنند و بعضاً بتوانند رای مردم قشر ضعیف، حتی قشر متوسط و مرفه که دغدغه‌های عدالت‌خواهانه و مردمی‌تر دارند را از آن خود کنند. در این مستند به موضوع کنسرت و لغو آن پرداخته شده که

در سال گذشته این وضعیت مشهد را محور جنجال‌های شکل‌یافته برای لغو کنسرت‌ها قرار داد و پای وزیر، امام جمعه مشهد، نمایندگان مجلس و شخص رئیس‌جمهور را به این موضوع باز کرد. سیدابرهیم رئیسی در طول مستند سعی کرد پاسخی واضح به انتقادات در این‌باره دهد و با مطرح کردن اولویت‌های اقتصادی و فرهنگی مهم‌تر، ماجرای کنسرت‌ها را دغدغه اصلی مردم نشان ندهد.

مروری بر فیلم رئیس‌جمهور روحانی: فیلم رییس‌جمهور روحانی هفده سکانس و یک بخش پایانی طراحی شده است. هر کدام از سکانس‌ها، دارای عنوان و محتوایی در جهت صورت‌دهی به آن عنوان است. عنوان همه سکانس‌ها با رنگی بیشتر سفید و بر پرده‌ای کاملاً سیاه، نوشته می‌شود. آغاز فیلم در سکانس اول با نام خدایی که مختص به خردمندان و امیدواران است شروع شده و تقدیم به سه نسل و زنان و مردان گردیده است.

به طور کلی، می‌توان گفت که این فیلم با خصلتی بیوگرافیک، خاطرات سیاسی و تاریخی حسن روحانی و عملکرد چهارساله‌اش را با جای‌دهی گوشه‌هایی از سخنرانی‌های نخبگان و کارشناسان سیاسی در میان پاره روایت‌های بیوگرافیک روایت می‌کند. سخنرانی‌ها در مقام مؤید و مصدق روایت‌ها ظاهر می‌شوند. روایت سرشار از ماجراهایی است که تلاش و موفقیت، تصمیم‌گیری‌های استراتژیک، اعتدال و میانه‌روی و به‌طور کلی مرد میدان بودن در شرایط خطر را تا لحظه آخر به رخ مخاطب می‌کشد. تلاشی برای رهایی از رکود سیاسی-اقتصادی و تصور آینده‌ای که روحانی سر رشته پیشرفت به سمت آن را پیش از شرایط دشوار کنونی در دست گرفته بوده است.

یافته‌های پژوهش

نشانه‌شناسی فیلم‌های تبلیغاتی دو کاندیدای برگزیده از جریان اصول‌گرا و اعتدال‌طلب با تکیه برالگوی بارت، به شرح جداول ذیل ارائه می‌شود:

جدول شماره ۱. جدول نشانه‌شناسی دکتر حسن روحانی بر اساس الگوی بارت

| سکانس | هرمنوتیک | ضمنی | نمادین | کنشی | ارجاعی | تصویر انتخابی |
|-------|---|--|--|---|---|---|
| اول | یک رئیس‌جمهور اعتدالی چگونه به اعتراض‌ها پاسخ می‌دهد؟ | دیکتاتورها نظر مخالف و اعتراض‌ها را گوش نمی‌دهند. پس روحانی دیکتاتور نیست. | *روحانی، نماد رئیس‌جمهور نقدپذیر است که مانند خاتمی به منتقدین با لبخند پاسخ می‌دهد. | انتقادپذیر بودن روحانی زمینه را فراهم می‌کند تا همه اقشار اظهار نظر کنند | منشور حقوق شهروندی ^۱ |  |
| دوم | هدف ایران از برجام و توافق هسته‌ای چه بود؟ | ایران با انجام مذاکرات هسته‌ای و امضای برجام به جهان نشان داد که به دنبال صلح و امنیت است. | *امنیت *صلح *تدبیر | با اثبات صلح‌گرا بودن ایران با امضای برجام، سازمان ملل نیز قطعنامه‌های ضد ایرانی خود را خود را لغو کرد. | تعامل سازنده با جهان صلح و پیام دوستی |  |
| سوم | آیا دولتی وجود دارد که نشاط و امید مردم برایش اهمیت داشته باشد؟ | *عده‌ای دوست ندارند ما شاد باشیم و به بهانه حرام بودن مانع شادی ما می‌شوند | *حلال *حرام *شادی جمعی *جامعه *افسرده | کشوری که شهروندان با نشاط دارد، کشوری موفق است. | شادی و نشاط جمعی و دوری از افراطی بودن در دینداری |  |
| چهارم | چگونه می‌توان با ایران‌هراسی مبارزه کرد؟ | تصویر نا درستی از ایران و ایرانی در سطح جهان است | *مهمان‌نوازی مردم کرمانشاه نمادی از مبارزه با ایران‌هراسی بود | با رفتار مردم کرمانشاه، میزان ورود توریست به ایران افزایش پیدا کرد | *آشتی *صلح *دوستی |  |

۱ شهروندان از حق نقد، ابراز نارضایتی، دعوت به خیر، نصیحت در مورد عملکرد حکومت و نهادهای عمومی برخوردارند. ماده بیست و هشت منشور حقوق شهروندی

| سکانس | هرمنوتیک | ضمنی | نمادین | کنشی | ارجاعی | تصویر انتخابی |
|-------|--|---|---|---|---|---|
| بنفش | آیا می‌توان با تفکر افراطی که اعتقاد دارد، زن باید در خانه بماند مبارزه کرد؟ | افراطیون مانع حضور زنان در جامعه هستند. | کیمیا علیزاده | اگر زمینه فراهم شود زنان در تمام عرصه‌ها می‌درخشند | *روشنفکری *میان‌روی |  |
| سبز | آیا اقوام مختلف می‌تواند با هم متحد باشند | تفاوت رئیس جمهوری که از قومیت‌ها به‌عنوان نقاط تفوق یاد می‌کند با کسانی که به‌عنوان نقاط تفاوت نگاه می‌کنند | *جدایی *تفوق | رئیس جمهور اعتدالی اتحاد ایجاد می‌کند | *ارجاع به حقوق شهروندی |  |
| زرد | آیا رئیس جمهور می‌تواند با سانسور و فیلتر مبارزه کند؟ | تمام فیلترینگ‌ها مثل "ویدیو" محکوم به شکست اند | *نماد آزادی بیان *مبارزه با سانسور *مبارزه با تندروی *نفی انزوا | وقتی خود رئیس جمهور و بقیه ارگان‌ها از فضای مجازی استفاده می‌کنند پس برای مردم هم همین حق را قابل اند | *دموکراسی |  |
| سبز | آیا صبر و صبوری از نشانه‌های رئیس جمهور معتدل است؟ | دولت بازدهم مانند هاشمی صبور است. | *هاشمی | روحانی در جریان دولت قبلی با تمام جفایی که در حقش کردند، بسیار صبوری کرده. | *فرهنگ مدارا با مخاف |  |
| بنفش | بین اداره حقوق‌دانان با نظامی چه تفاوتی است؟ | در ایران برای اجرای دیپلماسی مانع وجود دارد | *خاتمی *هانتینگتون *گفتگوی تمدن‌ها *برخورد تمدن‌ها | اداره کشور زمانی درست انجام می‌گیرد که هر کس در پست خود جای بگیرد | *ارجاع به قدرت دیپلماسی و فرهنگ گفت‌وگو | |

* نشانه‌شناسی استفاده از رنگ بنفش^۱ به‌عنوان نماد میان‌روی و اعتدال

۱ "بنفش"؛ تلفیق زرد (لیبرال‌ها)، آبی (محافظه‌کارها) و قرمز (سوسیالیست‌ها)..البته این سه رنگ آبی، زرد و قرمز به‌عنوان مطلق سنجش محافظه‌کار بودن، لیبرال بودن و سوسیال بودن احزاب و سیالست مداران در سراسر

جدول شماره ۲. جدول نشانه‌شناسی فیلم‌های تبلیغاتی ابراهیم رئیسی بر اساس الگوی بارت

| سکانس | هرمنوتیک | ضمنی | نمادین | کنشی | ارجاعی | تصویر انتخابی |
|-------|--|--|--|---|---|---|
| اول | پیر مرد چگونه از این مخمصه فقر نجات پیدا کند؟ | در ۲۰ سال گذشته میان دولتمردان و مردم فاصله طبقاتی زیاد بوده | *فقیر *غنی *اشرافی‌گری *ساده‌زیستی *عدالت اجتماعی | اگر رئیس‌جمهور به درد دل گوش دهد شاید وضع فقر بهتر شود. | *حکمت ۳۲۸ نحوه البلاغه *خطبه ۲۰۹ نحوه البلاغه |  |
| دوم | وضعیت در شان مردم از دید رئیسی چه وضعیتی است؟ | وضعیت اقتصادی و اجتماعی مردم ایران در شأن آنها نیست _وضع مملکت بسیار خراب است. | *زندگی آبرومند | رئیس‌جمهور باید صدای مردم فقیر را منعکس کند | *کرامت انسانی فلسفه بعثت |  |
| سوم | چه رفتاری زیبنده ملت اسلامی است ؟ | پرداخت یارانه‌ها در جهت کم کردن اختلاف طبقاتی بوده است. | *عدالت اجتماعی | اگر قوانین اصلاح پیدا کنند اقتدر اختلاف طبقاتی پیش نمی‌آید | خدمتگزاری به مردم به‌ویژه محرومان و مستضعفان |  |
| چهارم | می‌شود رئیس‌جمهور مملکت منزل به منزل به دیدار فقرا برود و دغدغه فقر داشته باشد؟ | رئیس‌جمهور هم یتیم بوده و فقر را احساس کرده | *حضرت علی *مهربانی | مردم فقیر وقتی می‌بینند مسئولی به دیدارشان آمده احساس امنیت و امید می‌کنند | تواضع، فروتنی و *حفظ حیثیت و آبروی مردم؛ *پرهیز از ریا کاری، غرور و عجب |  |

جهان محسوب می‌شود. رنگ "بنفش" پدیده‌ی نوظهوری در جهان سیاست محسوب می‌شود؛ چرا که عموماً سوسیالیسم و لیبرالیسم دو سر متفاوت طیف‌های اومانستی به شمار می‌روند و حتی رهبران این دو طیف در دوران زمامداری خود بر علیه یکدیگر بودند، بنابراین تلفیق محافظه‌کاران به‌عنوان بطن لیبرالیسم در قرمزهای سوسیالیست، امری منحصر به فرد قلمداد و شاید دستگاه معادلات را این‌گونه تکمیل مینماید

| سکانس | هرمنوتیک | ضمنی | نمادین | کنشی | ارجاعی | تصویر انتخابی |
|-------|---|--|---|---|---|---|
| ع | در ایران و به خصوص دولت‌های قبل در مبارزه با فاسد اغماض شده | مفسد سه هزار میلیاردی را پیدا نکردند رئیس‌ی آمده است تا فساد و مفسد را ریشه کن کند. | *مبارزه با فساد *شجاعت *قانون *گرای *انقلابی‌گری و عمل *جهادی و بسیجی؛ *قاطعیت | قانون اگر درست عمل کند و دولت اگر مفسد را شناسایی به موقع کند دیگر فسادها آن‌قدر دامن گیر همه دستگاه‌ها نمی‌شوند. | *اصلاح‌طلبی و مبارزه با فساد و ویژه‌خواری(رانت خواری)؛ *قانون‌گرایی و التزام عملی به آن؛ |  |
| ع | کسی که در راستای عدالت گام برمی‌دارد باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟ | محورهای مهم عقیدتی مهم‌تر از لذت‌ها و بهره‌های دنیوی هستند *آیا کسی که مسئول رده بالای دولتی است هم می‌تواند اجاره نشین باشد؟ | *زهد و پارسایی *آرمان‌گرایی *ساده زیستی | برای اینکه مردم به صداقت شما اعتماد کنند باید از منابع ثروت دوری کنید | *پرهیز از وابستگی به کانون‌های ثروت و قدرت |  |
| ع | رئیس‌جمهور امانت‌دار مردم است؟ | تولیت آستان از جیب خود هزینه می‌کند و هزینه شخصی‌اش را گردن هزینه‌های بیت‌المال نمی‌اندازد. پس اگر رئیس‌جمهور شود دزدی هم نمی‌کند. | *امانت‌دار بودن *مقید به قانون بیت‌المال و قانون‌گرایی رعایت حلال و حرام | رئیس‌جمهور اگر حلال و حرام سرش شود، مردم نیر به حقوق هم احترام می‌گذارند. | ارجاع به فرهنگ ترس از مؤاخذه مردم و آخرت |  |

* در سکانس ششم این فیلم شال سبزی که نماد نماد اهل بیت (ع) مورد استفاده قرار می‌گیرد.

تحلیل‌گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی دو نامزد انتخابات دوازدهمین دوره ریاست‌جمهوری (آقایان

سیدابراهیم رئیسی و حسن روحانی) به روش «پدام» طبق جداول ذیل آرایه می‌شوند:

سه سطح اول در حقیقت نوعی از توصیف است، اما این توصیف با تکیه به اصل متن،

معناهای هژمونیک و ضمنی متن با انتخاب جملات همسو با هدف تحلیل، کشف رابطه میان

معناهای مشترک در جملات همگرا مقایسه‌ی گفتمان‌های مختلف سیاسی - اجتماعی، کشف نقاط تفاوت یا اشتراک هر کدام از این گفتمان‌ها و در نهایت هم‌گزینش گفتمان برتر یا عناصر برتر گفتمانی در این مرحله صورت می‌گیرد.

جدول شماره ۳. جمع‌بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان اولین فیلم تبلیغاتی روحانی

بر اساس الگوی پدام

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|--|---|------------------------------------|
| ۱/۱ | این سکانس به‌عنوان سکانس ورودی، روحانی را در حال گوش کردن به انتقادهای دانشجویان در روز ۱۶ آذر نشان می‌دهد. رییس‌جمهور با دقت و حوصله اعتراض‌ها را می‌شنود و با چهره‌ای خندان در جایگاه پاسخگویی قرار می‌گیرد. | آزادی طرح انتقادات توسط مردم | روحانی انتقادپذیر است |
| ۲/۱ | تصویر می‌خواهد تدبیر رئیس‌جمهور را در دور کردن تحریمات هسته‌ای و تعامل ایران با سایر کشورها را نشان دهد. روحانی در حال دست دادن به سران کشورهای مختلف است که زیر سایه میانه‌روی او ممکن شده | تدبیر رکن اساسی دولت روحانی در مناسبات بین‌المللی | ظهور امید و تدبیر در تعامل با جهان |
| ۳/۱ | متن می‌خواهد با ارجاع دادن به حادثه مهمان‌نوازی مردم کرمانشاه در مسابقات ورزشی را نشان دهد که نمونه‌ای از زدودن حس «ایران هراسی» در جهان است. | ورزش عامل ضد ایران‌هراسی | تعامل سازنده برای نفی ایران‌هراسی |
| ۴/۱ | صحنه‌هایی از اقوام مختلف با لباس‌های مختلف که به استقبال روحانی آمده‌اند پخش می‌شود. متن هم بر سخن رانی روحانی درباره حقوق شهروندی تأکید می‌کند. | تئوریزه کردن حقوق شهر وندی روحانی | حقوق برابر و نفی تبعیض جنسیتی |

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|---|--|--|
| ۵/۱ | روحانی : ما نمی‌تونیم از دنیا جدا باشیم. ما باید خودمان را با شرایط جهانی کم و بیش تطبیق بدیم. انزوا مفهومی نداره. حالا تو این شرایط ما می‌تونیم بگیریم فضای مجازی کلا ممنوع؟ ما می‌تونیم بگیریم تمام شبکه‌های اجتماعی رو، روزانه و ساعتی فیلتر می‌کنیم، حل میشه واقعاً؟ خب بله ما به روزی هم می‌گفتیم ویدیو نباید باشد | حق دستیابی آزاد به اطلاعات در دولت روحانی | فرهنگ مبارزه با سانسور و همگام شدن با جهان |
| ۶/۱ | در ساخت فیلم از افراد مختلف مصاحبه می‌شود: اکبر ترکان وزیر سابق دفاع : ما دیپلماسی را هم سپردیم به نظامی‌ها، سپردن دیپلماسی به نظامی‌ها یعنی اینکه ما خودمون رو از ابزار دیپلماسی محروم می‌کنیم. روحانی: هیچ وقت پادگانی عمل نکردم. من جزو افرادی هستم که حقوق خوانده‌اند. من سرهنگ نیستم. حقوقدان هستم. | دیپلماسی جایگزین نظامی‌گری | ملایمت و میانه‌روی باید جایگزین رویکرد پادگانی شود |
| ۷/۱ | تصویر هم شهریان را نشان می‌دهد که همراه اتومبیل روحانی در حال حرکت هستند و می‌گویند: خوب شستیش گذاشتیش کنار روحانی: لبخند می‌زند و می‌گوید خیلی مسایل بود که من می‌خواستم بگم اما اخوت و فتوت اجازه نداد. | احتیاط روحانی برای برملا نکردن اسرار در مناظره تلویزیونی کاندیداها | فرهنگ اخوت و فتوت، حفظ حیثیت و آبروی برادر دینی |
| ۸/۱ | در صحنه اول فیلم که روحانی در مقام پاسخگویی به نقدها وارد میدان می‌شود، در پاسخ به دانشجویاس منتقد می‌گوید: در ۸ سال دفاع مقدس کی بود که دفاع کرد از این سرزمین؟ کی دفاع کرد از خوزستان؟ کی دفاع کرد از کردستان؟ از هر سرزمینی که دشمن قصد طمع داشت؟ کی بود تو جنگ؟ همه | همه مردم متحد هستند | با اتحاد مشکلات حل می‌شود |
| ۹/۱ | صحنه‌های حضور وزیران روحانی در جمع مردم خوزستان و رسیدگی به مشکل ریزگردهای این استان | اهمیت روحانی به درد و رنج مردم | روحانی رئیس‌جمهور خدمتگزار |

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|--|---|--|
| ۱۰/۱ | روحانی در آرایه و معرفی برنامه‌های چهارساله خود به مشکلات آغازین دولت اشاره می‌کند و می‌گوید: آمار ارقام مشعشعه، خیلی درخشان اون ایام؛ سپس به کمبود داروها در دولت قبل اشاره می‌کند و اعلام می‌کند که ادعایی بر رفع کلی مشکلات نداریم، اما گام‌هایی در این راستا برداشته‌ایم که به دیده‌نشدن این گام‌ها توسط رسانه‌ها انتقاد می‌کند. | نادیده گرفته شدن سختی شروع کار دولت روحانی، گرفتن نوک پیکان مشکلات به سمت دولت قبلی | بی‌مهری در حق روحانی |
| ۱۱/۱ | روحانی از حق ملت ایران کوتاه نمی‌آید و در صحنه‌هایی تأکید بر حق طلبی روحانی می‌شود. روحانی: ما که رفتم شکایت کردیم و می‌خوایم پولمونو بگیریم، می‌گن اینها چرا لبخند می‌زنند؟ اون که رفته پولو داده به آمریکاییا انقلابیه. انقلابی یعنی کسی که از حقوق مردم دفاع می‌کنه، انقلابی کسی است که از حیثیت مردم دفاع می‌کنه، از عزت مردم دفاع می‌کنه. | اصلاح تعریف غلط از انقلابی بودن، با مفاهیمی مانند حق طلبی و بازگرداندن عزت مردم | تئوریزه کردن روحیه انقلابی روحانی |
| ۱۲/۱ | فیلم می‌خواهد به تعامل سازنده با دیگر کشورها اشاره کند روحانی: ما یک منبع مشترک نفت داریم بین خودمون و عراق در غرب کارون. عراق شرکت‌های خارجی را آورده مثل شل و بی‌پی و ... و دارد بهره‌برداری بیشتری از این منبع مشترک می‌کند. ما هم می‌توانیم از سرمایه خارجی دعوت کنیم برای پیشرفت | توسعه داخلی با سرمایه‌های خارجی یکی از محورهای گفتمان دولت اعتدال است | تعامل و تعادل در روابط بین المللی اقتصادی، در جهت پیشرفت ایران |
| ۱۳/۱ | روحانی در پشت تربیون اعلام می‌کند: یکی از خصوصیات دولت یازدهم اینه که، هر کی هرچه خواست گفت. تقریباً هم هر کی به رئیس جمهور حرف ناروا زد تا حدی تشویق هم شد..... وبه دوربین‌ها لبخند می‌زند. ادامه می‌دهد: اگر شما در رای میدادید بعد ۹۲ میرفتین کنار حتما دولت نمی‌تونست این راه رو ادامه بده | دولت تحمل بی‌مهری‌ها را دارد | دولت روحانی دولت مهر و مدار است |

جدول شماره ۴. جمع‌بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان دومین فیلم تبلیغاتی روحانی بر اساس

الگوی پدام

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح - عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|--|--|--|
| ۱/۲ | صحنه‌هایی از مستند سال ۹۲ پخش می‌شود. در بخش‌هایی از این گفتگو روحانی در پاسخ به سؤال سخت بودن رئیس‌جمهوری یا انتخابات پاسخ می‌دهد: نه رئیس‌جمهوری خیلی سخت‌تره اگه آدم بخواد واقعاً کشور رو نجات بده از این وضعی که الان هست. اوضاع کشور اوضاع عادی نیست. | تلاش روحانی برای نجات کشور و مردم از بحران | تئوریزه کردن ناکارآمدی دولت‌های گذشته در اتخاذ تصمیمات بزرگ و سرنوشت‌ساز |
| ۲/۲ | تصاویر گرفته شده از فیلم تبلیغاتی دوره قبل به دفعات در این مستند تکرار شده. روحانی: اگر می‌خواهید عزت و شکوه و مجد و عظمت به همه ایرانیان برگردد، اگر می‌خواهید ریال ایرانی به جای اول خود برگردد، اگر می‌خواهید گذرنامه ایرانی به احترام خود برگردد پای صندوق رأی بشتابید. | عزت ایران در جهان با انتخاب مجدد روحانی | کاهش عزت ایران در دولت قبل |
| ۳/۲ | نخبگان به دلیل اینکه به فرای این کشور امیدوار نیستند. مهاجرت می‌کنند. تورم و بیکاری عامل نگرانی نخبگان به آینده این کشور است. | ضرورت ایجاد امید برای ساخت کشور | امیدسازی عامل جلوگیری از فرار مغزها است |
| ۴/۲ | فیلم تأکید زیاد بر انجام مصاحبه با نخبگان دارد و نتیجه را بر اهل شور و مشورت روحانی در تمام پست‌ها گره می‌زند. وزیر سابق صنایع: من در یک جلسه یافتم که ایشون (روحانی) به همه نظرات گوش می‌دادند. هم به نظرات غیر نظامی‌ها و هم حرف فرماندهان پدافند. | ضرورت توجه به همه اقشار جامعه در ساخت کشور | روحانی اهل شور و مشورت است |

مرحله چهارم: این مرحله شامل تحلیل «عمق_عمق» در دو سطح «عمیق» و «عمیق‌تر» خواهد بود. محورهای اساسی تحلیل مربوط به سطح «عمیق» را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، محورهای عمیق به‌دست آمده از سومین مرحله تحلیل گفتمانی (تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن) در یک کلیت فراتر از مرحله توجیهی مورد استنباط قرار گرفته و تحت عناوین کلی‌تری تدوین شده است.

جدول شماره ۵. جمع بندی مرحله چهارم (مرحله عمیق) تحلیل گفتمان فیلم اول و دوم تبلیغاتی

روحانی براساس الگوی پدام

| نتایج به دست آمده از ستون سوم | تحلیل عمیق |
|-------------------------------|---|
| (۱/۱) | انتقاد پذیری و برتاباندن نظر مخالفان |
| (۲/۱)، (۳/۱)، (۲/۲) | تعامل سازنده با جهان، مبارزه با ایران‌هراسی، عزت بین‌المللی ایران |
| (۱/۲)، (۱۲/۱) | عقل‌گرایی و میانه‌روی برای حفظ منافع ایران |
| (۶/۱) | دیپلماسی، جایگزین نظامی‌گری |
| (۸/۱) | اتحاد در برابر تجزیه‌طلبی |
| (۱۰/۱)، (۱۳/۱) | مهر و مدارا |
| (۵/۱) | دموکراسی و آزادی انتخاب |
| (۳/۲) | امید |
| (۴/۲) | مشورت‌پذیری |
| (۴/۱) | تعادل و برابری در حقوق شهروندان |
| (۷/۱) | فرهنگ اخوت و فتوت |
| (۹/۱)، (۱۱/۱) | اصلاح مفهوم انقلابی بودن با خدمتگذاری به مردم |



فصلنامه انجمن ایرانی
مطالعات فرهنگی و ارتباطات

۲۴۶

سال ۱۸، شماره ۲

تابستان ۱۴۰۱

پیاپی ۶۷

جدول شماره ۶. نشانه‌های یافته شده از نشانه‌شناسی فیلم روحانی بر اساس الگوی بارت

| سکانس انتخابی | نتایج حاصله از نشانه‌شناسی فیلم تبلیغاتی رئیس‌جمهور روحانی |
|---------------|--|
| سکانس اول | تدوین حقوق شهروندی به منظور نشان دادن اندیشه برابری و مساوات مردم |
| سکانس دوم | توافق هسته‌ای حاصل تدبیر و درجهت تعامل سانده با جهان |
| سکانس سوم | توجه شادی عمومی و میانه‌روی در دینداری |
| سکانس چهارم | مبارزه با ایران‌هراسی و تلاش برای صلح و دوستی با جهان |
| سکانس پنجم | پرهیز از افراطی‌گری و جمود فکری درباره حضور زنان در جامعه / میانه‌روی و روشنفکری |
| سکانس ششم | نگاه امنیتی نداشتن به قومیت‌ها/ توفیق به جای تفاوت |
| سکانس هفتم | نفی سانسور و فیلترینگ برای دست‌یابی آزاد اطلاعات |
| سکانس هشتم | صبوری در برابر بی‌مهری‌های داخلی مانند آیت الله هاشمی |
| سکانس نهم | ایجاد حوزه عمومی آزاد و گفت‌وگو / مبارزه با فضای امنیتی کشور |

جدول شماره ۷. جمع بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان اولین فیلم تبلیغاتی رئیسی براساس

الگوی پدام

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|--|--|--|
| ۱/۱ | پیرمردی رنجور و فقیر بازیگر یکی از صحنه‌های فیلم است که از فقر مالی و عدم توجه دولتمردان رنج می‌برد. پیرمرد بیمه ندارد و هزینه‌های درمانی را آزاد پرداخت می‌کند. از شدت فقر مجبور است به نان و آب دوغ بسنده کند. | مردم در دولت روحانی فقیرتر شده‌اند | دولت رئیسی دولت فقرزایی است- نفی اشرافی‌گری |
| ۲/۱ | رئیس‌ی در پس تصویری که روی آن نوشته «کنسرت مردم» مشغول سخنرانی با محوریت رعایت انصاف و شان مردم است. از نظر او کرامت انسانی در این ۳۸ سال رعایت نشده | در همه دولت‌ها کرامت انسانی مورد توجه نبوده است | دولت رئیسی دولت کرامت انسانی است |
| ۳/۱ | تأکید فراوان بر اختلاف طبقاتی موجود در کشور با سکانس‌های مختلف از مقایسه زندگی فقرا با اشراف | مقابله با رد و بدل شدن ثروت در دست عده‌ای خاص | عدالت اجتماعی و نفی تبعیض |
| ۴/۱ | راوی درباره مدیریت صحیح و شجاعت و قاطعیت رئیسی در برخورد با فساد آستان قدس میگوید، و می‌خواهد با مقایسه نحوه برخورد رئیسی با فساد و دیگران، بار دیگر بر مدیریت صحیح او مهر تأیید بگذارد. | موفقیت رئیسی در ریشه کن کردن فساد در آستان قدس | تثویز به کردن فرهنگ شجاعت، قاطعیت، قانون‌گرایی |
| ۵/۱ | در سکانسی از فیلم رئیسی درد و دل کنان از یتیمی خود میگوید و از اینکه طعم فقر را حس کرده. | از جنس مردم بودن | تواضع و مهربانی با مردم |
| ۶/۱ | رئیس‌ی در برنامه‌های گوناگون وقتی از او درباره جایگاه زنان در دولت او سؤال می‌شود بلافاصله به همسر خود ارجاع می‌دهد و تصاویر موفقیت همسر او در عرصه اجتماعی نشان داده می‌شود. | رئیس‌ی طرفدار حقوق و حضور زنان در جامعه است | تکریم جایگاه زن |
| ۷/۱ | رئیس‌ی خود را در فیلم اجاره نشینی معرفی می‌کند که طی سالهای زیادی از امکانات سازمانی و تقسیم و تخفیف استفاده نکرده. و مستند ساز سعی دارد از او یک چهره آرمانگرا ارایه دهد. | رئیس‌ی جمهوری آزاده و آرمانگرا، فریب نخوردن با وعده و وعیدها، قدرت | پرهیز از وابستگی به کانون‌های قدرت و ثروت |

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|--|---|--|
| ۸/۱ | رئیس: بنده از وقتی که برای نامزدی کاندیداتوری ریاست جمهوری آماده شدم، ارتباطم رو با روزنامه آستان قدس قطع کردم. رئیس: اگر یک میوه هم برای ما خریدند پولش را از جیب دادیم | رئیس از بیت المال سوء استفاده نمی کند | دولت رئیسی دولت صادق و عادل |
| ۹/۱ | تأکید بر صحنه‌هایی که مدیریت رئیسی توانسته از باغ بزرگ و بی‌مصرف بیلدر مشهد، فضایی برای اردوهای آموزشی و تفریح کودکان بی‌ضاعت بسازد و به جای واحدهای تجاری که اجناس ترک و چینی وارد کنند تخت‌های بیمارستانی را جایگزین کند | استفاده درست از منابع و امکانات. تغییر به نفع عموم | رئیس مرد تدبیر |
| ۱۰/۱ | در پس پرده سفید یک تلویزیون در حال پخش تصاویری از گذشته تا به امروز است. همین طور که سال‌ها طی می‌شوند تلویزیون به ما نزدیک‌تر می‌شود و به دوره امروز می‌رسد... رهبر: طوری نباشد که برون به سوی اشرافی‌گری، زیرا اشرافی‌گری در طبیعت خود گرایش به فساد دارد. فیلم امام علی: علی خلیفه باشد ملاک قصبی را ولو کابین زنان کرده باشید باز می‌ستاند. پسر ابیطالب بازخواست می‌کند که از کجا آوردید. | فاصله طبقاتی میان مردم و مسولان دولتی | تحقق رفع تبعیض طبقاتی در دولت رئیسی |
| ۱۱/۱ | تأکید بی‌شمار فیلم روی تصاویر دیدار رئیسی با - مردم فقیر و حاشیه نشین - زنان و مردان روستایی - اقشار مختلف مردم، صحنه‌هایی مانند: (دیدار با کودکان - نوجوانان و...) و انعکاس شور و شوق آنها از دیدار با رئیس و تأکید بر سکاس‌های مرتبط با استقبال پرشور مردمی از رئیس در نقاط مختلف کشور و... | سفر به محروم‌ترین و دورترین نقاط برای بازرسی و رسیدگی وضع محرومان | اتصال مدیران به بدنه مردم - خادم ملت بودن. |

جدول شماره ۸. جمع بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان دومین فیلم تبلیغاتی رئیسی بر اساس

الگوی پدام

| سطح سوم (عمق-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح اول (سطح-سطح) | ردیف |
|---|---|--|------|
| تئوریزه کردن ناکارآمدی روحانی در تحقق امید | آمده ایم تا نگذاریم دروغ‌ها و وعده‌های تو خالی امید مردم را از بین ببرد | فیلم به صحنه‌هایی از شادی مردم بعد از انتخابات قبلی و پیروزی روحانی اشاره دارد. جوان در مصاحبه: ان شالله به نود درصد قول‌هایی که داده بود عمل می‌کند. فیلم می‌خواهد نشان دهد که دولت در دوره قبل نا کارآمد عمل کرده و مشکلاتی مثل فقر- بیکاری- رانت بازی - بی‌عدالتی- اختلاف طبقاتی و ... به مردم دروغ گفته و امید جوانان نا امید شده | ۱/۲ |
| رئیس‌ی همچون حضرت علی (ع) حامی محرومان است | گسترش فقر و محرومیت در همه نقاط ایران | در طول فیلم اشاره مکرر به اختلاف طبقاتی و فقر و بیکاری در دولت فعلی می‌شود. رئیس‌ی با شال سبزی که نماد سید بودن است در میان طرفداران حضور پیدا می‌کند و مردم با شعارهای «سید مستضعفین» از او استقبال می‌کنند. | ۲/۲ |
| مرد میدان بودن، ایستادگی در برابر تهمت‌ها | دولت روحانی دولت اشرافی‌گری بوده و تهمت و افترا می‌زند. | رئیس‌ی در یکی از سفرهای استانی در میان حامیانش می‌گوید: هر وقت منافع جریان اشرافیت به خطر افتاد تهمت و افترا آغاز شد. | ۳/۲ |
| تئوریزه کردن مدیریت صحیح رئیس‌ی | مدیریت کارآمد رئیس‌ی در مشهد | صحنه‌هایی از خانواده‌ای که در کنار ساحل با رئیس‌ی دیدار صمیمانه می‌کنند و می‌گویند: از فامیلاهای ما خیلیاشون خادم حرمند و وقتی این تغییرات رو دیدیم در آستان قدس خیلی خیلی ممنونیم. | ۴/۲ |
| رئیس‌ی بر اساس وظیفه شرعی وارد انتخابات شد. | خدمت به مردم در هر مسولیت ضروری است | صحنه‌ای که رئیس‌ی در پشت تیریبونی که نوشته کار و کرامت بر روی صفحه‌های سبز نقش بسته در پاسخ به جوان معترض از دولت قبل می‌گوید: آقای عزیز خدا می‌داند هیچ شغلی تو این کشور برام دلنشین تر از خادمی امام رضا نبوده و نیست. من برای هوا و هوس نیامدم خودمو مطرح کنم. من توی این عرصه آدم تبسم بر لبان اون جوان عزیز بیکار به جای خجالت نقش ببندد. | ۵/۲ |

| ردیف | سطح اول (سطح-سطح) | سطح دوم (سطح-عمق) | سطح سوم (عمق-سطح) |
|------|---|--|-------------------------------|
| ۶/۲ | نشان دادن صحنه‌هایی که رئیسی در آستان قدس به مدیران تأکید می‌کند که هنگام کمک کردن به مردم حتماً نیاز به این نیست که احراز هویت کنید تا نیازمند واقعی شناخته شود. و می‌گوید: باران که می‌بارد بر سر همه می‌بارد | چالش‌های کلامی رئیسی با مسئولین محلی و اعضای آستان در تأکید بر حزبی عمل نکردن است. | رئیس جمهور برای همه مردم است. |
| ۷/۲ | تصویر رئیسی در هنگام برف روبی حیاط حرم امام رضا که عبايش را برداشته و مشغول کار است. | رئیس ساده و خدمتگذار است. | رئیس، رئیس جمهور خدمتگذار |

جدول شماره ۹. جمع بندی مرحله چهارم (مرحله عمیق) تحلیل گفتمان فیلم اول و دوم تبلیغاتی

رئیس بر اساس الگوی پدام

| نتایج به دست آمده از ستون سوم | تحلیل عمیق |
|-------------------------------|---|
| (۱/۱) | نفی اشرافی‌گری |
| (۲/۱) | احیای ارزش‌های والای اسلامی و انسانی، فقر زدایی و کرامت انسانی |
| (۳/۱)، (۱۰/۱) | عدالت اجتماعی و نفی تبعیض |
| (۴/۱) | شجاعت، قاطعیت و قانون‌گرایی |
| (۵/۱) | تواضع و مهربانی دولتمردان با مردم |
| (۶/۱) | توجه به جایگاه زن با حفظ شان او |
| (۷/۱) | پرهیز از وابستگی به کانون‌های قدرت و ثروت |
| (۸/۱) | صداقت و عدالت با مردم |
| (۹/۱) | تدبیر و تغییر به نفع مردم |
| (۱/۲) | ضعف دولت سابق در مدیریت کشور/ ناکارآمدی او در رسیدن به آرمان‌های انقلاب و تحقق امید |
| (۷/۲) | تئوریزه کردن ویژگی‌های شخصیتی رئیسی/ ارائه یک چهره ساده‌زیست و خدمتگذار |
| (۵/۲) | رئیس همچون حضرت علی (ع) حامی محرومان است و طبق وظیفه شرعی وارد انتخابات شده |
| (۳/۲) | مرد میدان بودن، ایستادگی در برابر تهمتها |
| (۴/۲) | تئوریزه کردن مدیریت صحیح رئیسی در آستان قدس |
| (۶/۲) | رئیس جمهور برای همه مردم است |
| (۱۱/۱)، (۷/۲) | اتصال مدیران به بدنه مردم - خادم ملت بودن |

جدول شماره ۱۰. نشانه‌های یافته شده از نشانه‌شناسی فیلم رئیسی بر اساس الگوی بارت

| نتایج حاصله از نشانه‌شناسی فیلم تبلیغاتی رئیس‌جمهور روحانی | سکانس انتخابی |
|--|---------------|
| مذمت اختلاف طبقاتی مردم و مسئولان | سکانس اول |
| حفظ شرافت و کرامت انسانی | سکانس دوم |
| اصلاح قوانین برای رفع بی‌عدالتی و به نفع محرومان | سکانس سوم |
| نمایش اقتدار و مهرورزی رئیسی | سکانس چهارم |
| عملکرد مثبت رئیسی در مبارزه با مفاسد اقتصادی و باندهای قدرت و ثروت | سکانس پنجم |
| پرهیز از وابستگی به کانون‌های قدرت و ثروت | سکانس ششم |
| امانت دار بودن و مقید به قانون و بیت‌المال | سکانس هفتم |

تحلیل عمیق‌تر و نتیجه‌گیری

تحلیل گفتمان رسانه به ما اجازه می‌دهد اشتراک معانی را به‌طور دقیق و مفصل توصیف و ارزیابی کنیم و تجزیه و تحلیل می‌کند که کدام‌یک از بازنمودهای جهان اجتماعی، غالب هستند؛ اینکه متون رسانه‌ای چه نوع تعاملاتی را بین مردم و جهان و بین صاحبان قدرت و بقیه مردم برقرار می‌کنند و چگونه معنی در متون رسانه‌ای مختلف به‌طور متفاوتی ساخته می‌شود؛ لذا، گرچه در یک سطح، معانی‌ای که در رسانه‌ها یافت می‌شوند مشترک‌اند، اما قدرت ساخت این معانی را نمی‌توان مشترک دانست. از سوی دیگر علم نشانه‌شناسی‌شناسی معتقد است که واقعیت مادی را هرگز نمی‌توان بدیهی و مسلم فرض و معنی آن را بر انسانها تحمیل کرد. واقعیت همیشه از طریق یک نظام معنایی خاص ساخته و برای انسان‌ها قابل درک می‌شود. این معنی هرگز «بی‌گناه» نیست، بلکه همیشه هدف یا علاقه خاصی را به دنبال دارد که نشانه‌شناسی می‌تواند آن را روشن نماید. تجربه ما از دنیا هرگز خالص یا بی‌طرفانه نیست و نظام‌های معنا آنها را قابل درک می‌کنند. چیزی به نام تجربه خالص، عریان و عینی درباره دنیای واقعی و عینی وجود ندارد. دنیای عینی وجود دارد اما قابلیت درک آن به رمزهای معنی یا نظام‌های علائم، مانند زبان، بستگی دارد. این رمزها و علائم در جهان ثابت نیستند و از نظر تاریخی و اجتماعی به علائق و اهداف خاصی که از آنها ناشی شده‌اند، محدود می‌شوند. از این نظر است که آنها هرگز بی‌طرف نیستند. در این مقاله به دلیل وجود رابطه عموم خصوص مطلق بین نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان، سعی شده با تلفیق این دو روش به مطالعه نشانه‌های هدفمند به‌کار رفته مانند استفاده از (رنگ‌ها، نمادها و چهره‌ها) در متن فیلم‌های تبلیغاتی دو کاندیدای ریاست جمهوری،

و تلفیق آنها با نتایج یافت شده از تحلیل گفتمان، به یک شناخت کامل از گفتمان سیاسی دو کاندیدای مورد مطالعه رسید.

با انجام تحلیلات مشخص شد، در گفتمان روحانی عناصر: انتقاد پذیری، تعامل سازنده با جهان، دیپلماسی، توجه شادی عمومی و میانه روی در دینداری، مباره با ایران‌هراسی و تلاش برای صلح و دوستی با جهان، روشنفکری و پرهیز از افراطی‌گری و جمود فکری درباره حضور زنان در جامعه، نفی سانسور و فیلترینگ برای دستیابی آزاد اطلاعات، تلاش برای ایجاد حوزه عمومی آزاد و گفت‌وگو و مبارزه با فضای امنیتی کشور، اندیشه برابری در حقوق شهروندان با تدوین حقوق شهروندی، عقل‌گرایی و میانه‌روی در حل مشکلات اقتصادی و سیاسی کشور، مشورت در امور، مهر و مدارا و صبر با مخالفان در زنجیره هم‌ارزی به نحو مطلوب، مفصل‌بندی شده‌اند. با مشاهده این عناصر می‌توان به ایده کلی «میانه‌روی و اعتدال» در گفتمان روحانی به‌عنوان دال مرکزی، پی برد.

این گفتمان با استفاده از رنگ بنفش به‌عنوان رنگ میانه روی در سیاست، همچنین نمایش چهره هاشمی به‌عنوان نماد اعتدال و میانه‌روی، تکمیل و تقویت شده است. با توجه به اینکه هر گفتمان خود را در مسیر طرد گفتمان‌های دیگر تعریف و تثبیت می‌کند، او با ارایه تعریف جدید از انقلابی بودن، تعاریف افراطی و نگاه امنیتی و پادگانی به مسایل داشتن را تقبیح می‌کند.

تحلیل و نشانه‌شناسی فیلم تبلیغاتی رئیسی در کلیت، یک مفهوم اساسی و مرکزی را یادآوری می‌کند که آن عدالت است. اگر عدالت را به‌عنوان دال مرکزی گفتمان رئیس در نظر بگیریم، دال‌های شناوری از جمله حفظ شرافت و کرامت انسانی، نفی اشرافی‌گری، عدالت اجتماعی و نفی تبعیض، پرهیز از وابستگی به کانون‌های قدرت و ثروت، اتصال مدیران به بدنه مردم و خادم ملت بودن، اصلاح قوانین برای رفع بی‌عدالتی و به نفع محرومان، تدبیر و تغییر به نفع مردم، حول این مرکز پهلو گرفته‌اند.

رئسی در وجه دیگر بودگی و طرد گفتمان‌های غیر و دال‌های آن، با استفاده از قاعده هم‌نشینی، عناصر تغییر به نفع مردم، حفظ کرامت انسانی، رفع تبعیض، نفی اشرافی‌گری را کنار هم چیده تا گفتمان روحانی را نا‌عادل و اشرافی معرفی کند.

او از شعار «کار و کرامت» در تبلیغات خود استفاده می‌کند و بدینگونه به دو مفهوم «عدالت» و «خدمت» رنگی تازه می‌دهد. استفاده از رنگ سبز به‌عنوان نماد اهل بیت، استفاده از فیلم حضرت علی و وام گرفتن عدالت علی برای رفع تبعیض موجود در جامعه، به‌عنوان نمادهایی

شناخته می‌شوند که روح اخلاقی، دینی و شرعی به گفتمان رئیسی می‌دهند و مفهوم عدالت رئیسی را در افکار عمومی قدسی تر می‌کند.

از جمع‌بندی گفتمانی که از فیلم‌های تبلیغاتی دو کاندیدا، نتیجه حاصل شد که دال گفتمانی به‌عنوان اصلی‌ترین گزاره و رنگ دهنده بقیه معانی گفتمانی است که در آن حضور دارند. بعد از بیان مفصل‌بندی گفتمانی روحانی و رئیسی و فهم استراتژی‌هایی که گفتمان این دو بخش برای هژمونیک کردن خود و حاشیه رانی رقیب به کار می‌برند حایز اهمیت است که در زیر فهرست می‌شوند:

بازتاب نظرات موافق خود در گزارش‌های مردمی که هر دو کاندید در فیلم‌های تبلیغاتی‌شان، به نفع خود مصادره به مطلوب کرده‌اند.

پیروزی ایده گفتمان خود در جدال با گفتمان متخاصم که از آن جمله می‌توان به سکانس سوم فیلم روحانی اشاره کرد که توانسته از عنصر شادی عمومی در زیر سایه دوری از افراط در دینداری، استفاده کند. و شادی مردم را به تصویر بکشد.

کسب اعتبار برای گفتمان از طریق بها دادن به میهن‌پرستی با تکنیک برانگیختن احساسات و عواطف و یا استفاده از ارزش‌ها برای تأثیر گذاری روی نگرش‌ها، که در فیلم هر دو کاندیدا در سکانس‌های مربوط به اتحاد و برابری قومیت‌ها و جنسیت‌ها موج می‌زند.

همچنین واسازی دیگری، در این گفتمان با این موارد صورت گرفته است:

- بازتاب ایده‌های خود از طریق مذمت ایده‌های مخالف
- شکست ایده گفتمان متخاصم در جدال با گفتمان مطلوب: رئیسی، بی‌عدالتی و فقر در دولت روحانی را در جدال با عنصر «تغییر به نفع مردم» و «حفظ کرامت انسانی» موجود در گفتمان خود می‌داند و در نهایت به پیروزی گفتمان مطلوب «عدالت و کرامت» امیدوار است؛ روحانی نیز در تلاش است تا با نشان دادن افراطی بودن جناح رقیب در تصمیمات سیاسی و نظامی آن، عنصر تعادل و میانه‌روی را برجسته سازد.
- بی‌اعتبار کردن ایده‌های گفتمان متخاصم از طریق نشان‌دادن کهنه و فرسوده‌شدن آن: مثل بی‌اعتبار کردن ایده‌های «تدبیر و امید» گفتمان روحانی در فیلم رئیسی، از طریق منزوی نشان دادن آن، با تکرار صحنه‌های مربوط به نارضایتی مردم، بیکاری و تعطیلی کارخانه‌ها
- نشان دادن دال خالی در گفتمان رقیب
- ایجاد فضای انسداد گفتمانی در گفتمان رقیب

آلتوسر، لویی (۱۳۸۷) ایدئولوژی و سازوبرگ‌های ایدئولوژیک دولت، ترجمهٔ روزبه صدرآرا، تهران: چشمه. استم، رابرت (۱۳۷۹) بورگواين و سندی فیلترومن، روایت‌شناسی فیلم، ترجمهٔ فتاح محمدی، تهران: فصلنامه فارابی.

استوری، جان، (۱۳۸۶) مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه. مترجم: حسین پاینده. تهران: نشر آگه. بشیر، حسن (۱۳۸۵) تحلیل گفتمان درپچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها، تهران: دانشگاه امام صادق (ع). بشیر، حسن (۱۳۹۱) رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفتمان، مجموعه تحلیل گفتمان رسانه‌های جهان (کتاب دوم)، چاپ اول، پاییز ۱۳۹۱، تهران: انتشارات سیمای شرق و ماهنامه مدیریت ارتباطات.

بشیر، حسن و جعفری هفتخوانی، نادر (۱۳۸۶) «درآمدی بر کاربرد نشانه‌شناسی در تحلیل پیام‌های تبلیغاتی؛ مطالعه موردی: آگهی‌های مطبوعاتی»، اندیشه مدیریت، سال اول، شماره دوم، پاییز و زمستان ۸۶: ۱۵۱-۱.

بشیر، حسن و حاتمی، حمیدرضا (۱۳۸۸) «مطالعه مقایسه‌ای رویکردهای انتخاباتی، تحلیل گفتمان سرمقاله‌های جمهوری اسلامی و کیهان درباره دومین مرحله انتخابات مجلس هشتم»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶(۵۷).

بشیر، حسن (۱۳۹۰) رسانه‌های بیگانه: قرائتی با تحلیل گفتمان، تهران: انتشارات سیمای شرق و ماهنامه مدیریت ارتباطات.

بلاش‌آبادی، علی (۱۳۸۸) تحلیل گفتمان مناظره‌های تلویزیونی انتخابات دهم ریاست جمهوری در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تحقیق در ارتباطات، دانشکده صداوسیما. بلیک، رید و ادوین هارولدس (۱۳۷۸) طبقه‌بندی مفاهیم در ارتباطات، ترجمهٔ مسعود اوحدی، تهران: انتشارات سروش.

تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۹) «نشانه‌شناسی؛ نظریه و روش»، پژوهشنامه علوم سیاسی، سال پنجم، شماره چهارم، پاییز ۱۳۸۹.

سلطانی، سیدعلی اصغر (۱۳۸۳) «تحلیل گفتمان به‌مثابه نظریه و روش»، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۲۸.

شایان، سنا، (۱۳۹۴) بررسی کار و زار سیاسی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد،

شعاعی، فاطمه (۱۳۸۹) تحلیل گفتمان دوره دهم ریاست جمهوری، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۸۹.

طاهری، سید حمید، بشیر، حسن، (۱۳۸۸)، تحلیل گفتمان فیلمهای تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه پژوهشهای راهبردی سیاست، سال چهارم، شماره ۱۳، تابستان ۱۳۹۴، شماره پیاپی ۴۳.

فرکلاف، نورمن، (۱۳۷۹) تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه: فاطمه شایسته پیران و دیگران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها (نشر اثر اصلی بیتا).
فوکو، میشل، نظم اشیاء: دیرینه‌شناسی علوم انسانی، ترجمه یحیی امامی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۸۹.

قجری، حسینعلی و نظری، جواد(۱۳۹۲)، کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی، تهران، انتشارات جامعه‌شناسان.

کسرای، محمد سالار و علی، پوزش شیرازی (۱۳۸۸) «نظریه گفتمان لاکلاو و موفه، ابزاری کارآمد در فهم و تبیین پدیده‌های سیاسی»، فصلنامه سیاست، دوره ۳۹، پاییز.

کوثری، مسعود؛ نفرشی، امیرعلی؛ تحلیل گفتمان شبکه کودک «جم‌جونور» در نظم گفتمانی هویت مطلوب زنانه، مطالعات فرهنگ - ارتباطات زمستان ۱۳۹۵ - شماره ۶۸ .
گیرو، پی‌یر، (۱۳۸۰) نشانه‌شناسی، ترجمه محمد نبوی، تهران: نشر آگاه.

گیویان، عبدالله، سروری زرگر، محمد، (۱۳۸۸) «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود»، مجله تحقیقات فرهنگی ایران «شماره ۸ علمی پژوهشی».

مکدائل، دایان، (۱۳۸۰) مقدمه‌ای بر نظریه‌های گفتمان، ترجمه حسینعلی نوذری، تهران: فرهنگ گفتمان (نشر اثر اصلی بیتا).

مهدی زاده، سید محمد و اسماعیلی، معصومه (۱۳۹۱) «نشانه‌شناختی تصویر زن در سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا»، زن در فرهنگ و هنر، شماره ۱، دوره ۴.

یورگنسن، ماریان و لوییز، فیلیپس (۱۳۹۳) نظریه و روش در تحلیل گفتمان، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.

Althusser, Louis (1387) Ideology and Ideological Mechanisms of the State, translated by Roozbeh Sadrara, Tehran: Cheshme.

Bashir, Hassan (1385) Discourse analysis is a window to discover the unsaid, Tehran: Imam Sadeq University.

Bashir, Hassan (1391) Foreign Media: A Reading with Discourse Analysis, World Media Discourse Analysis Collection (2nd Book), First Edition, Fall 2011, Tehran: Simai Sharq Publications and Communication Management Monthly

Bashir, Hassan and Jafari Haftkhani, Nader (2016) "Introduction to the use of semiotics in the analysis of advertising messages; Case study: Press ads", Andisheh Management, Year 1, Issue 2, Autumn and Winter 86:151-1.

- Bashir, Hassan and Hatami, Hamidreza (2008) "Comparative study of electoral approaches, discourse analysis of the editorials of the Islamic Republic and Keihan about the second stage of the 8th Majlis elections", *Communication Research Quarterly*, 16(57).
- Bashir, Hassan (2017) *Foreign Media: A Reading with Discourse Analysis*, Tehran: Simai Sharq Publications and Communication Management Monthly
- Barthes, Roland) 1967(*Writing Degree Zero and elements of Semiology* ,London: Jonathan cape ,Hawkes, T.) 2003(*Structuralism and Semiotics*, Routledge ,
- E .laclau & C .Mouff, (1985) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics* .London: Verso.
- Blashabadi, Ali (2008) *Discourse analysis of the televised debates of the 10th presidential election in Iran*, master's thesis in communication research, Faculty of Broadcasting
- Blake, Reid and Edwin Harolds (1378) *Classification of Concepts in Communication*, translated by Masoud Ohadi, Tehran: Soroush Publishing House.
- Fairclough, Norman, (1379) *Critical Analysis of Discourse*, translated by: Fatemeh Shaiste Piran and others, Tehran: Center for Media Studies and Research (publishing the original work of Bitá)
- Foucault, Michel, *The Order of Things: Paleontology of Human Sciences*, translated by Yahya Emami, Tehran: Research Center for Cultural and Social Studies, 2009
- Giro, Pierre, (2010) *Semiotics*, translated by Mohammad Nabovi, Tehran: Aghah Publishing.
- Givian, Abdullah, Sarvari Zargar, Mohammad, (2008) "Representation of Iran in Hollywood Cinema", *Iranian Cultural Research Journal*, "Scientific Research Issue 8
- Jorgensen, Marian and Lewis, Phillips (2014) *Theory and Method in Discourse Analysis*, translated by Hadi Jalili, Tehran: Ney Publishing
- Kasraei, Mohammad Salar and Ali, Pouzesh Shirazi (2008) "Laclave and Mouffe's discourse theory, an efficient tool in understanding and explaining political phenomena", *Politics Quarterly*, Volume 39
- Kothari, Massoud; Tafarshi, Amir Ali: *Discourse analysis of the "Jam Junior" children's network in the discourse order of desirable feminine identity*, *Culture and Communication Studies*, Winter 2015 - Number 68.
- McDonnell, Dayan, (1380) *An Introduction to Discourse Theories*, translated by Hossein Ali Nowzari, Tehran: Discourse Culture (Bitá's original publication).
- Mahdzadeh, Seyyed Mohammad and Esmaili, Masoumeh (2012) "Semiotics of the image of women in the cinema of Ebrahim Hatamikia", *Women in Culture and Art*, No. 1, Volume 4.
- Qajri, Hossein Ali and Nazari, Javad (2012), *The use of discourse analysis in social research*, Tehran, Sociologists Publications
- Hawkes, T. *Structuralism and Semiotics*, Routledge. 2003
- Soltani, Seyyed Ali Asghar (2013) "Discourse Analysis as a Theory and Method", *Political Science Quarterly*, No. 28
- Shayan, Sena, (2014) *Investigating the work of the political ministry of the presidential election candidates*, master's thesis
- Shuai, Fatemeh (1389) *discourse analysis of the 10th term of the presidency*, Ministry of Science, Research and Technology - Ferdowsi University of Mashhad, 1389
- Stem, Robert (1379) *Burgoyne and Sandy Filterman, Film Narrative*, translated by Fatah Mohammadi, Tehran: Farabi Quarterly.
- Storey, John, (2006) *Cultural studies about popular culture*. Translator: Hossein Payandeh. Tehran: Agah Nashr.

Tajik, Mohammadreza (2010) "Semiology; Theory and Method", Journal of Political Science, 5th year, 4th issue, autumn 2019

Taheri, Seyed Hamid, Bashir, Hassan, (1388), Analysis of the discourse of the campaign films of the candidates of the 10th round of the presidential elections of the Islamic Republic of Iran, Strategic Policy Research Quarterly, fourth year, number 13, summer 1394, serial number 43.