

## تحلیل گفتمان بیانات مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی)

### درباره انتخابات یازدهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (۲۴ خرداد ۱۳۹۲)

حسن بشیر\* ، جعفر عبدالملکی\*\* ، فاطمه احمدی\*\*\*

#### چکیده

مشارکت در انتخابات و رأی دادن، از مؤلفه‌های اساسی رفتار سیاسی شهروندان و یکی از اشکال مشارکت سیاسی محسوب می‌شود. در این مقاله، بیانات مقام معظم رهبری درباره انتخابات یازدهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (۲۴ خرداد ۱۳۹۲) مورد مذاقه قرار گرفته است. رویکرد نظری در این مقاله، ترکیبی از نظریات گفتمانی فوکو، لاکلاو و موفه، فرکلاف و اقتدار و مشروعیت بوده که نهایتاً از روش لمیاتی تحلیل گفتمان (پدام)<sup>۱</sup> برای تحلیل بیانات مزبور استفاده شده است. نتایج تحلیل منجر به کشف یا پیشنهاد «اصول نظریه انتخابات ریاست جمهوری از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)» شده است که بر اساس چهار محور اساسی، «ساختارسازی انتخاباتی»، «اخلاق‌گرایی انتخاباتی»، «اصول‌گرایی انتخاباتی» و «مشروعیت‌سازی انتخاباتی» استوار است.

**واژگان کلیدی:** انتخابات یازدهم ریاست جمهوری، ایران، تحلیل گفتمان، روش پدام، مردم‌سالاری، مشروعیت انتخاباتی.

---

\* دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)، رایانامه: bashir@isu.ac.ir

\*\* پژوهشگر و مدیرکل پژوهش استان‌ها و خارج از کشور  
رایانامه: maleki52j@gmail.com

\*\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران  
رایانامه: f.ahmadi@ut.ac.ir

## مقدمه

انتخابات یکی از عرصه‌های مهمی است که در قانون هر کشوری برای آن، قواعدی در نظر گرفته شده است. انتخابات مظهر استقلال و آزادی کشور و تعیین سرنوشت آن، به دست خود مردم می‌باشد. رأی‌دهی، آشکارترین نوع مشارکت اسی در جوامع مردم‌سالار و دارای دموکراسی است. جمهوری اسلامی ایران کشوری است که در آن همواره بر داشتن انتخابات آزاد و حق رأی برای همه تأکید شده است. در این میان، انتخابات ریاست‌جمهوری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عرصه‌ها شناخته شده و بلیغات و سیاه‌نمایی‌های زیادی از سوی دشمنان نسبت به آن صورت می‌گیرد. در این زمان است که لزوم توجه به اصول و اهدافی که بالاترین مقام کشور، یعنی رهبری، در مورد انتخابات مطرح می‌کند، می‌تواند راهنمایی برای همگان در زمینه برگزاری انتخابات صحیح و سالم باشد. گفتمانی که رهبر معظم انقلاب (مدّ ظلّه‌العالی) در زمینه انتخابات و ویژگی‌های کاندیدها مطرح می‌کنند، از اهمیت بالایی برخوردار است و به نوعی در مقابل گفتمانی قرار می‌گیرد که از سوی رسانه‌های غربی مطرح می‌شود. همچنین، شرکت اکثریت مردم در انتخابات موجب بالا رفتن میزان مشروعیت نظام مردم‌سالار می‌شود. بنابراین لازم است گفتمان رهبری در این زمینه مورد بررسی قرار گرفته و عناصر اساسی آن شناخته شود. یازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری اسلامی ایران در ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ برگزار شد. پیش از این انتخابات، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب (مدّ ظلّه‌العالی)، در نشست‌ها و رویدادهای مختلف، درباره انتخابات مباحثی را مطرح نمودند که در این مقاله به تحلیل گفتمان این مباحث پرداخته می‌شود.

## مبانی نظری - روشی

نظریه گفتمان از یک سوی چارچوب نظری تلقی می‌شود و از سوی دیگر با به‌کارگیری روش تحلیل آن، چارچوب روشی به شمار می‌آید. بنابراین با طرح کلیات و اصول مربوط به گفتمان و لیل گفتمان در حقیقت هر دو بخش مربوط به مبانی نظری - روشی تبیین می‌شوند.

«اصطلاح تحلیل گفتمان، نخستین بار در زبان‌شناسی و توسط زلیک هریس (1952) به کار رفت. زلیک هریس در مقاله خود، دیدی صورت‌گرایانه از «جمله» به

دست داد و تحلیل گفتمان را صرفاً نگاهی صورت‌گرایانه به جمله و متن برشمرد. بعد از هریس، بسیاری از زبان‌شناسان تحلیل گفتمان را نقطهٔ مقابل تحلیل متن دانسته‌اند. به اعتقاد این عده، تحلیل گفتمان شامل تحلیل ساختار زبان گفتاری-مانند گفتگوها، مصاحبه‌ها و سخنرانی‌ها - و تحلیل متن شامل تحلیل ساختار زبان نوشتاری-مانند مقاله‌ها و داستان‌ها- است. دیری نگذشت که بعضی از زبان‌شناسان این مفهوم را در معناهای متفاوتی به کار بردند» (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۷-۸).

یول<sup>۱</sup> و براون<sup>۲</sup> در تعریف تحلیل گفتمان می‌نویسند: «تحلیل گفتمان، تجزیه و تحلیل زبان در کاربرد آن است، در این صورت نمی‌تواند منحصر به صیف صورت‌های زبانی مستقل از اهداف و کارکردهایی باشد که این صورت‌ها برای پرداختن به آنها در امور انسانی به وجود آمده‌اند» (همان: ۸).

« لیل گفتمان در زبان‌شناسی متوقف نماند. در مدت کوتاهی این گرایش از زبان‌شناسی اجتماعی و زبان‌شناسی انتقادی، به همت متفکرانی چون میشل فوکو<sup>۳</sup>، ژان دریدا<sup>۴</sup>، میشل پشو<sup>۵</sup> و دیگر متفکران برجسته مغرب زمین وارد مطالعات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شد» (همان: ۱۰).

نظریهٔ گفتمان لاکلاو و موفه حوزه‌های سیاسی و رویکردهای فوکو حوزه‌های زبانی و قدرت گفتمانی را در تحلیل گفتمان مورد توجه قرار داده و روش فرکلاف زمینه‌های اجتماعی را مد نظر داشته است. در این پژوهش، روشی که برای تحلیل گفتمانی بیانات مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) به کار گرفته شده تا اندازه‌ای شباهتهایی با روش فرکلاف و رویکردهای نظری لاکلاو، موفه و فوکو دارد، لذا مباحث مربوط به آنها در اینجا به صورت مختصر مطرح می‌شوند.

### نظریهٔ گفتمانی لاکلاو و موفه

«نظریهٔ گفتمانی لاکلاو و موفه بر آن است تا از همهٔ امور اجتماعی، برداشتی گفتمانی ارائه دهد. از دیدگاه این نظریه، امور اجتماعی به مثابهٔ ساخت‌های گفتمانی‌اند و همهٔ پدیده‌های اجتماعی را می‌توان با ابزارهای تحلیل گفتمانی، تحلیل و بررسی کرد» (جهانگیری و فتاحی، ۱۳۹۰: ۲۸). این نظریه مبتنی بر «وقتهٔ مفصل‌بندی سیاسی»

1- Yule. G

4- Derrida. J

2- Brown. G

5- Michelle Peshow

3-Foucault. M

6- moment

است و مقوله مرکزی در این تحلیل سیاسی «هژمونی»<sup>۱</sup> است. بر این اساس، شرط یک بازنمایی هژمونیک، در نظر گرفتن امر اجتماعی به مثابه «فضای گفتمانی» است. گفتمان کلیتی است که با کنار هم قرار گرفتن و ایجاد رابطه بین وضعیت‌های افتراقی ساختار یافته است. هنگامی که یک عنصر در ساختار یک گفتمان وارد و مفصل‌بندی شود، «وقته» نامیده می‌شود. در نظریه لاکلاو و موفه، قلمرویی که گفتمان‌ها عناصر خود را از آن می‌گیرند و تبدیل به وقته‌هایی در ساختار خود می‌کنند، قلمرو گفتمانی نامیده می‌شود (جهانگیری و فتاحی، ۱۳۹۰).

### رویکرد گفتمانی فوکو

مفهوم گفتمان و تحلیل انتقادی آن با نام فوکو همراه شده است. به نظر فوکو، گفتمان از علائم تشکیل شده اما کارکرد آن از علامت، برای نشان دادن و برگزیدن اشیا بیشتر است و همین ویژگی آن را غیر قابل تقلیل به زبان، سخن و گفتار می‌کند. گفتمان امروزه بیانگر ویژگی‌ها و خصوصیات تاریخی چیزهای گفته شده و یزهایی است که ناگفته باقی می‌ماند. گفتمان‌ها نه تنها مربوط به چیزهایی است که گفته یا درباره‌اش فکر می‌شود، بلکه درباره این نیز هست که چه کسی، در چه زمانی و با چه آمریتی می‌تواند صحبت کند. گفتمان‌ها، مجسم‌کننده معنا و ارتباط اجتماعی و همچنین شکل‌دهنده ذهنیت و نیز ارتباطات اجتماعی- سیاسی (قدرت) است. «گفتمان از نظر فوکو دلالت بر ساختارهای برساخته‌ای دارد که جهان را به تصویر می‌کشد. امر واقع، امر گفتمانی است که از طریق محدودیت‌های زمانی در شرایط خاص اجتماعی و فرهنگی ظاهر می‌شود» (سرای و دیگران، ۱۳۸۷: ۸۹).

«فوکو گفتمان را تفاوت میان آنچه می‌توان در یک دوره معین (طبق قواعد دستوری و منطقی) به صورت درست گفت و آنچه در واقع گفته می‌شود، تعریف می‌کند» (عضدانلو، ۱۳۸۰: ۵۱). «وی گفتمان را بخشی از یک شبکه پیچیده اجتماعی، فرهنگی و سیاسی محسوب می‌کند که در آن ساختارهای گفتمانی، مجموعه ایده‌ها، نقطه نظرها، مفاهیم، شیوه‌های اندیشه و رفتار در زمینه‌های اجتماعی خاص‌اند» (Mills, 1997: 17). «در این معنا زبان عرصه ظهور روابط قدرت و بین‌کننده فاعل مسلط و فاعل زیر سلطه است» (فرقانی، ۱۳۸۲: ۶۴). «گفتمان هم ابزار قدرت

1- Hegemony

و هم پدید آورنده آن است» (فرقانی و زردار، ۱۳۹۱: ۹۱). «از منظر فوکو، گفتمان‌ها، شیوه‌های مرسوم گفتن هستند که شیوه‌های مرسوم تفکر را خلق می‌کنند و خود از طریق آنها ایجاد می‌شوند (Johnston, 2008: 3).

### قدرت زبان

قدرت ساختاری زبان، این فرصت را در اختیار گروه‌های توانمند قرار می‌دهد تا گفتمان حاکم بر جامعه را به نفع خویش، سمت و سو بخشند. فوکو با تأکید بر اهمیت ساخت زبان و اندیشه، بر قرائت متون به منظور کشف ساختارهای شناخت آدمی اصرار می‌کند. به نظر او، شیوه خاص فهم و دریافت ما درباره جهان، تعیین‌کننده خصلت خاص یک عصر است و این خصلت خود شیوه اعمال قدرت را تعیین می‌کند (ضیایی و دیگران، ۱۳۸۸).

### اقتدار و مشروعیت

اقتدار گرچه با قدرت تفاوت دارد، اما از یک ریشه بوده، ولی بر پایه مشروعیت و نه زور و سلطه استوار است. در حقیقت مؤثرترین نوع قدرت، قدرتی است که از طریق مشروعیت دادن و تبدیل آن به اقتدار نهادی شده، زیرا قدرت در نهایت در ذات روابط اجتماعی نهفته می‌باشد. اقتدار کیفیتی اکتسابی و ناشی از رضایت مردم برای پذیرش قدرت است. وقتی جلب اطاعت اکثریت مردم از قوانین بدون اعمال زور ممکن نیست، می‌گوییم حکومت با بحران مشروعیت روبه‌روست و نارضایتی فراگیر و گسترده می‌گردد» (محمدی، ۱۳۸۵).

به‌طور کلی مسئله مشروعیت داخلی حکومت‌ها موضوع اصلی بسیاری از نظریه‌های سیاسی بوده است. بسیاری از نظریه‌های جدید مشروعیت، حکومت را مبتنی بر رضایت حکومت‌شوندگان می‌دانند. رژیم‌هایی که از پشتیبانی کافی برخوردار نباشد، ناگزیر به زور متوسل و دیکتاتوری نامیده می‌شود. حکومتی که با رضایت مردم باشد، مشروع است و در صورتی که مردم چنین تصویری از حکومت نداشته باشند، بحران مشروعیت پیدا می‌شود (فروغی نیا، ۱۳۸۳).

اقتدار به معنی قدرت مشروع و قانونی است. حکومت‌ها از طریق اقتدار است که

بر مردم حکمرانی می‌کنند. زبان اقتدار از طریق مشروعیت و رضایت مردم جامعه کار می‌کند. رهبران به دلیل رضایت مردم از ایشان از زبان اقتدار برای مشروعیت و قدرت‌بخشی به حکومت استفاده می‌کنند. مشروعیت سیاسی به معنای رابطه بین افراد جامعه و حکومت است. مبنای مشروعیت نظام اساسی و اکمیت سیاسی، از تفاوت‌های اساسی بین حکومت‌های دموکراتیک و غیردموکراتیک می‌باشد. در حکومت‌های دموکراتیک اراده مردم مبنای اصلی قدرت سیاسی است و دولت، برآمده از آرای مردم و اراده ملی است و مشروعیت آن از اراده ملی سرچشمه می‌گیرد. قدرت سیاسی از طریق مشارکت فعال سیاسی اعمال می‌شود و تداوم مشروعیت، به رضایت عمومی بستگی دارد. روش غالب تحقق این نوع مشروعیت، انتخابات و رأی‌گیری است. از دیدگاه نظریه مردم‌سالاری تجربی و مشارکتی، هر قدر میزان مشارکت اشخاص در مسائل سیاسی بیشتر باشد، به همان مقدار، میزان مشروعیت نظام مردم‌سالار بالا می‌رود (ضیایی و دیگران، ۱۳۸۸).

### روش تحقیق

در این پژوهش، از روش تحلیل گفتمان استفاده می‌شود. تحلیل گفتمان یک روش کیفی است که از اصلاح روش‌های اولیه تحلیل رسانه‌ها حاصل شده است. اصطلاحی که شالوده زبان‌شناسی دارد.

تحلیل گفتمان پیش‌فرض‌هایی دارد که از برآیند قواعد تحلیل متن، هرمنوتیک، نشانه‌شناسی، مکتب انتقادی، مکتب نوسازی، روانکاوی مدرن و دیدگاه فوکو در دیرینه‌شناسی و تبارشناسی شکل گرفته است. به برخی از این پیش‌فرض‌ها در اینجا اشاره می‌شود.

۱- «متن یا گفتار واحد توسط انسان‌های مختلف، متفاوت نگریسته می‌شود. یعنی انسان‌های مختلف از متن واحد، برداشت یکسان و واحدی ندارند. دالی متفاوت می‌تواند برای اشاره به مدلولی ظاهراً یکسان استفاده شود.

۲- متن را باید به‌عنوان کل معنادار نگریست و این معنا لزوماً در خود متن نیست.

۳- هیچ متن خنثی یا بی‌طرفی وجود ندارد، متن‌ها بار ایدئولوژیک دارند.

۴- نحوه syntax متن نیز معنادار است، چون که نحو دارای معانی اجتماعی و

ایدئولوژیک است و این معانی در جای خود به عواملی که دال‌ها می‌سازند - ظییر: رمزه‌ها، بافت‌ها، مشارکت‌ها و تاریخ مختلف - وابسته‌اند.

۵- معنا همان قدر که از متن ناشی می‌شود، از بافت یا زمینه اجتماعی و فرهنگی نیز تأثیر می‌پذیرد؛ معنا و پیام یک متن در بین نوشته‌های آن متن قرار دارد.

۶- هر متنی در شرایط و موقعیت خاصی تولید می‌شود، از این رو رنگ خالق خود را همیشه به خود دارد.

۷- هر متنی به یک منبع قدرت یا اقتدار (نه لزوماً سیاسی) مرتبط است» (بهرام پور، ۱۳۷۸: ۱۰-۱۱).

تحلیل گفتمان اهدافی را دنبال می‌کند که طرح آنها برای درک هر چه بهتر این تحلیل لازم است، که به اختصار از دیدگاه وان دایک (۱۳۸۲) مطرح می‌شوند.

- نشان دادن رابطه بین نویسنده، متن و خواننده.

- روشن ساختن ساختار عمیق و پیچیده تولید متن یعنی «جریان تولید گفتمان».

- نشان دادن تأثیر بافت متن (واحد‌های زبانی، محیط بلافصل مربوطه و کل نظام زبانی) و بافت موقعیتی (عوامل اجتماعی، فرهنگی سیاسی، تاریخی و شناختی) بر روی گفتمان.

- نشان دادن موقعیت و شرایط خاص تولیدکننده گفتمان (شرایط تولید گفتمان).

- نشان دادن بی‌ثباتی معنا؛ یعنی معنا همیشه در حال تغییر است، هرگز کامل نیست و هیچ وقت به طور کامل درک نمی‌شود.

- آشکار ساختن رابطه بین متن و ایدئولوژی.

- هدف عمده تحلیل گفتمان این است که تکنیک و روش جدیدی را در مطالعه متون، رسانه‌ها، فرهنگ‌ها، علوم، سیاست و اجتماع به دست می‌دهد. مبادی فکری این روش همان پیش‌فرض‌های پسامدرن هستند (بهرام پور، ۱۳۷۸).

تحلیل گفتمان شیوه‌های مختلفی دارد از جمله روش‌های معروف آن، روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف می‌باشد. فرکلاف، متن، تعامل و بافت اجتماعی را به‌عنوان سه عنصر گفتمان مشخص می‌کند و بین سه مرحله تحلیل انتقادی گفتمان تمایز قایل می‌شود:

- توصیف متن

- یر رابطه بین متن و تعامل

- تبیین رابطه بین تعامل و بافت اجتماعی.

مرحله صیف شامل ده پرسش اصلی است که می‌توان در مورد یک متن مطرح ساخت:

**الف - واژگان:** ۱- کلمات واجد کدام ارزش‌های تجربی هستند؟ ۲- کلمات واجد کدام ارزش‌های رابطه‌ای هستند؟ ۳- کلمات واجد کدام ارزش‌های بیانی هستند؟ ۴- در کلمات از کدام استعاره‌ها استفاده شده است؟

**ب - دستور:** ۵- ویژگی‌های دستوری واجد کدام ارزش‌های تجربی هستند؟ ۶- ویژگی‌های دستوری واجد کدام ارزش‌های رابطه‌ای هستند؟ ۷- ویژگی‌های دستوری واجد کدام ارزش‌های بیانی هستند؟ ۸- جملات ساده چگونه به یکدیگر متصل شده‌اند؟

**ج - ساخت‌های متن:** ۹- از کدام قراردادهای تعاملی استفاده شده است؟ ۱۰- متن واجد چه نوع ساخت‌های گسترده‌تری است؟

چنین مرحله فسیر شامل چهار سطح ذیل است:

**ظاهر کلام:** فرآیندی است که بر آن اساس مفسر مجموعه‌ای از آواها یا نشانه‌های موجود بر روی کاغذ را به کلمات، عبارات و جملات معین تبدیل می‌کند.

**معنای کلام:** عبارت است از دادن معنا به اجزای تشکیل‌دهنده متن و همان کلام.

**انسجام موضعی:** بین گفته‌ها ارتباط معنایی برقرار می‌شود تا در صورت امکان یری منسجم از رشته کلام به دست دهد.

**ساختار و جان‌مایه متن:** چگونگی پیوند اجزا به یکدیگر و بیان چگونگی انسجام فراگیر متن.

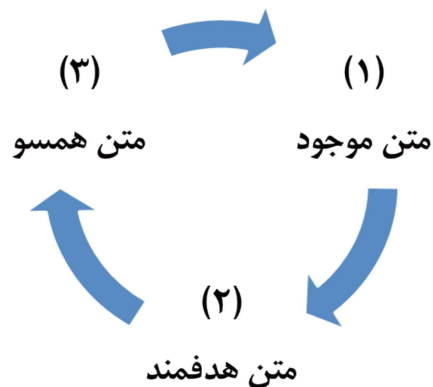
مرحله تبیین نیز شامل رابطه گفتمان‌ها با فرآیندهای مبارزه و مناسبات قدرت می‌باشد (فرکلاف، ۱۳۷۹).

در این پژوهش، از میان همه روش‌های تحلیل گفتمان، از روش عملیاتی تحلیل گفتمان (PDAM) به دلیل ملیاتی و فرایندی بودن آن (بشیر، ۱۳۸۵) استفاده می‌شود. این روش شامل ۵ سطح است که عبارت‌اند از:

اولین سطح آن «برداشت از اصل متن» می‌باشد. این سطح، ظاهری‌ترین بخش تحلیل گفتمان است که شامل کشف جملات و کلماتی است که در متن دارای بار معنایی خاص متناسب با هدف تحقیق می‌باشد. در این سطح، متن موجود، متن هدفمند و متن همسو با تحقیق مشخص و مورد تحلیل قرار می‌گیرد (بشیر، ۱۳۹۰).

نمودار ۱ فرایند انتخاب متن مورد تحلیل را نشان می‌دهد.

نمودار ۱- حرکت در داخل متن: کشف روابط صیفی برای انتخاب متن نهایی مورد تحلیل



سطح دوم تحلیل در این روش، «جهت‌گیری و گرایش متن» است که شامل جهت‌گیری‌ها و گرایش‌های جملات در داخل متن می‌باشد.

سطح سوم، نیمه عمیق یا «تحلیل وجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن» است که شامل تبیین معنای مرتبط با بافت یا بافت‌های مرتبط با خلق متن است. سطح چهارم، «سطح عمیق» می‌باشد که همان توجه به فرامتن‌های مرتبط با متن است.

جمین مرحله «سطح عمیق‌تر» تحلیل نام دارد که شامل گفتمان‌های اجتماعی-سیاسی مرتبط با گفتمان متن است. در این مرحله متن از نظر بینامتنیت‌های مرتبط و فراگفتمان‌های مرتبط که در حقیقت فرامتن‌های گوناگون مرتبط با متن هستند،

به صورت هم‌زمان مورد توجه قرار می‌رند (شیر، ۱۳۹۰). جدول ۱ بیانگر مراحل فرایندی تحلیل گفتمان به روش «پدام» است.

جدول ۱- ستون‌های پنج‌گانه در روش عملیاتی «پدام»

(۱) سطح - سطح	(۲) سطح - عمق	(۳) عمق - سطح (نیمه عمیق)	(۴) عمق - عمق (عمیق)	(۵) عمیق تر
برداشت از اصل متن	جهت‌گیری و گرایش متن	لیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	تحلیل بینامتنیت ذهنی تحلیل‌گر و بینامتنیت‌های مرتبط	تحلیل فراگفتمانی‌های بین متنی

بدین منظور، مهم‌ترین سخنرانی‌های مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) حول موضوع انتخابات یازدهم ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۲ که در زیر آمده است، مورد تحلیل قرار خواهند گرفت.

۱- سخنان رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) در تاریخ ۱ فروردین ۱۳۹۲ در حرم مطهر رضوی در مشهد.

۲- سخنان رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) در تاریخ ۷ اردیبهشت ۱۳۹۲ در دیدار با کارگران کشور.

۳- سخنان رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) در تاریخ ۶ خرداد ۱۳۹۲ در دانشگاه امام سین.

۴- سخنان رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) در تاریخ ۸ خرداد ۱۳۹۲ در مراسم بیست و چهارمین سالگرد رحلت امام خمینی (ره).

۵- سخنان رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) در تاریخ ۱۴ خرداد ۱۳۹۲ در حرم امام خمینی (ره).

### سؤال اصلی

سؤال اصلی که این مقاله در صدد پاسخ‌گویی به آن می‌باشد، این است که از منظر مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) به‌عنوان بالاترین مقام نظام جمهوری اسلامی ایران، دال‌های مهمّ و اساسی در انتخابات ریاست‌جمهوری در حوزه‌های مختلف گفتمانی چیست؟

### تحلیل بیانات رهبری (مدّ ظلّه العالی)

جداول ۲، ۵ و ۸ انگر سه مرحله اوّل تا سوم (سه سطح) از روش پدام است. در این جداول، کلیه بیانات مربوط به هر بخش بررسی و متن همسو با عنوان مشخص شده‌ای برای تحلیل انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفته شده است. آنچه در اینجا حائز اهمیت است، کشف «دال مرکزی» مورد توجه متن است. دال‌های فرعی و شناور درون هر متن گرچه حائز اهمیت هستند، اما دال مرکزی، به دلیل اهمیت و «مولیت» بیش از هر دال دیگر، مورد توجه بوده و به همین دلیل از هر جمله یا گزاره مورد تحلیل در ستون اوّل، آن متنی که دارای «دال مرکزی» می‌باشد، گزینش شده است. این گزینش، البته می‌تواند از منظر هدف تحلیل و تحلیل‌گران متفاوت باشد. آنچه مهمّ است کشف گفتمانی متن با رویکردی است که محقق در نظر گرفته است.

در این لمیل، سه رویکرد مهمّ در بیانات مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) در رابطه با انتخابات ریاست‌جمهوری شناسایی شده که در مورد هر رویکرد، مهمّ‌ترین دال‌های مرکزی و عناصر گفتمانی مشخص و تبیین شده‌اند.

### اوّل: ویژگی‌ها و وظایف رئیس‌جمهور و ریاست‌جمهوری

جدول ۲ یانگر سه ستون اوّل (مرحله یکم تا سوم) تحلیل بر اساس روش پدام است.

جدول ۲ - مراحل سه‌گانه اول تحلیل ویژگی‌ها و وظایف رئیس‌جمهور از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه‌العالی)

تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	سایر گرایش‌های متن	(سطح - سطح) برداشت از اصل متن
ایستادگی و مقاومت در برابر دشمن برای رسیدن به اهداف ملت	لزوم توجه به قانون اساسی و عمل کردن با تدبیر	نامزد انتخابات اولاً باید به خدا و به این انقلاب و به قانون اساسی و به مردم ایمان و اعتقاد داشته باشد. ثانیاً دارای روحیه مقاوم باشد؛ این ملت اهداف بلندی دارد؛ کارهای بزرگی دارد؛ تسلیم نیست؛ کسی نمی‌تواند با این ملت با زبان زور حرف بزند. کسانی که در رأس قوه اجرایی قرار می‌گیرند، باید کسانی باشند که در مقابل فشارهای دشمنان مقاوم باشند، زود نترسند؛ زود از میدان خارج نشوند؛ این یکی از شرط‌های لازم است. ثالثاً انسان‌ای با دبیری باشند، با حکمت باشند.
عدم خودخواهی و خودرأیی	توجه به نقاط قوت و ضعف رؤسای جمهور قبلی	رؤسای جمهور نقاط قوتی دارند و نقاط ضعفی هم دارند. آن چیزهایی که امروز برای دولت و برای رئیس‌جمهور نقاط قوت محسوب می‌شود، اینها باید در رئیس‌جمهور بعدی وجود داشته باشد.
متکی بودن به ملت و متکی نبودن به نیروی خارجی	توجه به اقتصاد مقاومتی	سیاست‌های اقتصاد، باید سیاست‌های اقتصاد مقاومتی باشد - یک اقتصاد مقاوم باید اقتصادی باشد که در ساخت درونی خود مقاوم باشد، بتواند ایستادگی کند.
بلیغات برای اعتمادسازی دشمنان نباشد	انعکاس و شبیهت مواضع نظام و انقلاب در بلیغات انتخاباتی	در بلیغات انتخاباتی، در شعارهای انتخاباتی آنچه اهمیت دارد، این است که مواضع عزت‌آفرین و صحیح و عاقلانه و حکیمانه انقلاب و نظام تثبیت شود. مبادا در تبلیغات مان به زید و عمرو در خارج از مرزها یا آدم‌هایی در داخل مرزها چراغ سبز نشان دهیم.
قوه مجریه، مؤلیت‌پذیرین قوه است.	قوه مجریه، بیش از سایر قوا در معرض نقد است.	قوه مجریه وسط میدان ایستاده است - چه این دولت، چه هر دولت دیگری - و کارها به عهده اوست، بارها بر دوش اوست، ملامت‌ها به طرف او سرازیر می‌شود، سؤال‌ها و مؤاخذه‌ها از او می‌شود؛ لذا باید ملاحظه او را کرد.

ادامه جدول ۲

تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	سایر گرایش‌های متن	(سطح - سطح) برداشت از اصل متن
لزوم عدم ایجاد تضاد بین قوا برای اداره کشور	تعامل قوه مجریه و مقننه با یکدیگر	یک مسئله هم که بنده همیشه به دوستان مجلس عرض کردم، تعامل با قوه مجریه است. با قوه مجریه هم که ما می‌نشینیم، چه با رئیس‌جمهور محترم، چه با وزرای محترم، چه با مجموع اینها، همین سفارش را به آنها می‌کنیم که با قوه مقننه تعامل کنند. هر کدام هم حقی دارند. مجلس دارای حق است، در یک محدوده مشخصی؛ قوه مجریه و دست‌های کننده کار هم دارای حق‌اند، در یک محدوده مشخصی. حدود یکدیگر را باید حفظ کنند، با یکدیگر تعامل کنند.
دروغ نگفتن برای کسب رأی	صادق بودن و مطلع بودن در تبلیغات	البته آقایانی هم که در تلویزیون به‌عنوان نامزد ظاهر می‌شوند و حرف می‌زنند، وظایف سنگینی دارند؛ آنها هم باید مراقب باشند. حرفی که از دهان انسان خارج می‌شود، باید واقعی، صمیمی، متکی به اطلاعات درست و برآمده از زبان صادق و راستگو باشد. این جور نباشد که حالا برای اینکه توجه مردم را جلب کنیم، هرچه به دهانمان آمد، بگوییم.
بیان کارهای انجام شده دولت‌های قبلی و عدم انکار آنها	انتقاد درست و به جا از رقبا و سیاه‌نمایی نکردن	من به برادرانی که می‌خواهند اطمینان این مردم را به سمت خودشان جلب کنند، نصیحت می‌کنم که منصفانه حرف بزنند، انتقاد کنند، لیکن انتقاد به معنای سیاه‌نمایی نباشد، به معنای انکار کارهای بسیار برجسته‌ای نباشد که چه در این دولت و چه در دولت‌های قبلی انجام گرفته است.
ضرورت پیروی رئیس‌جمهور از قانون	قانون محدودکننده نیست، هدایت‌کننده است.	تنها محدودیتی که برای رئیس‌جمهور در کشور ما وجود دارد، محدودیت قانون است؛ قانون فقط به او محدودیت می‌دهد، که این هم محدودیت نیست؛ قانون، هدایت‌کننده است؛ محدودکننده نیست. قانون، راه را نشان می‌دهد که چگونه حرکت کنیم.

توجه به جدول ۲. انگر دو نوع ویژگی و وظایف برای رئیس‌جمهور است که در دو بعد مطرح می‌شود:

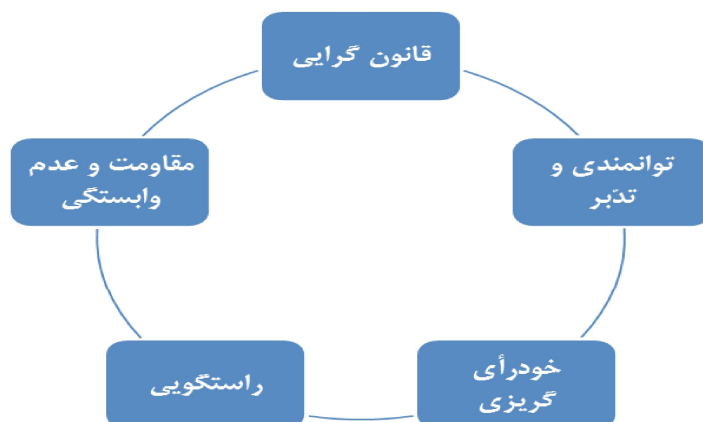
ویژگی خاص رئیس‌جمهور که به عبارتی «اخلاق رئیس‌جمهور» را نشان می‌دهد، و بیش از هر عنصر دیگر در این تحلیل مورد توجه می‌باشد. جدول ۳. انگر تعیین محورهای اساسی گفتمانی و دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی در این حوزه مهم است که تحلیل عمیق را نشان می‌دهد.

جدول ۳- عناصر اخلاقی رئیس‌جمهور

محورهای اساسی گفتمان	دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی
توجه به قانون اساسی	قانون‌گرایی
پیروی از قانون	
تحقق اهداف ملت	توانمندی و تدبیر
توانایی ایجاد وحدت بین قوا	
اتکا بر ملت	
عمل با تدبیر	خودرأی‌گریزی
خودخواه نبودن خودرأی نبودن	
راستگو آگاه به بلیغات	راستگویی
کسب نکردن رأی به هر قیمت	
مقاومت در برابر دشمن	مقاومت و عدم وابستگی
وابسته نبودن به خارج	

بنابراین می‌توان گفت که مهم‌ترین عناصر مربوط به «اخلاق رئیس‌جمهور» از منظر رهبری پنج دال مرکزی هستند که در نمودار ۲ نشان داده شده‌اند.

نمودار ۲- دال‌های مرکزی تعیین‌کننده اخلاق رئیس‌جمهور از منظر رهبری (مدّ ظلّه العالی)



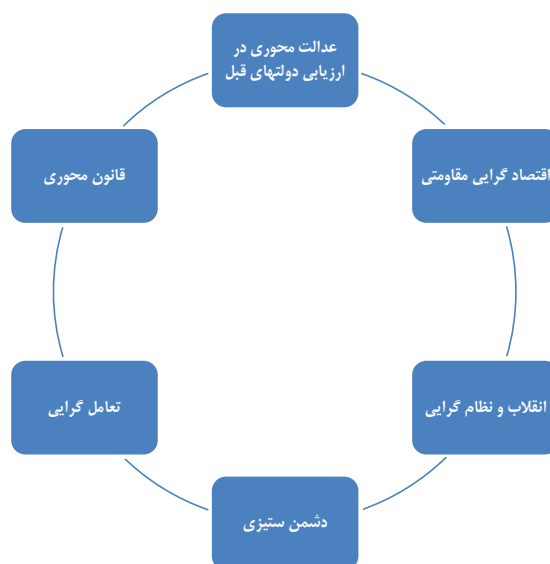
ب: وظایف خاص ریاست‌جمهوری یا «اخلاق ریاست‌جمهوری» که به عبارتی ثولیت‌هایی است که رئیس‌جمهور باید آنها را مورد توجه جدّی قرار دهد نیز از تحلیل بیانات مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) مشخص شده که در جدول ۴ نشان داده شده‌اند.

جدول ۴- عناصر اخلاقی رئیس‌جمهور

دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی	محورهای اساسی گفتمان
عدالت‌محوری در ارزیابی دولت‌های قبل	توجه به نقاط قوت دولت‌های قبل
	برخورد منطقی با کارهای انجام شده
	برخورد منطقی با عملکردهای قبلی
	توجه به نقاط ضعف دولت‌های قبل
	نقد دولت‌ها همیشگی است
اقتصادگرایی مقاومتی	توجه به وضعیت زندگی مردم
انقلاب و نظام‌گرایی	تقویت مواضع نظام و انقلاب
دشمن‌تیزی	نفی اعتمادسازی دشمنان
تعامل‌گرایی	همسویی و همدلی با قوای دیگر
قانون‌محوری	سئولیت نگین قوه مجریه
	هدایت‌کنندگی قانون

ادامه جدول ۵

بنابراین می‌توان گفت که مهم‌ترین عناصر مربوط به «اخلاق ریاست‌جمهوری» از منظر رهبری شش دال مرکزی هستند که در نمودار ۳ نشان داده شده‌اند. نمودار ۳- دال‌های مرکزی تعیین‌کننده اخلاق ریاست‌جمهوری از منظر رهبری (مدّ ظلّه‌العالی)



دوم: شرایط انتخابات و چگونگی حضور مردم

انتخابات با حضور مردم و رأی دادن مشروعیت می‌یابد. بدون حضور شایسته مردم در انتخابات، فرایند رأی‌گیری با اختلال روبه‌رو می‌شود. جدول ۵ بیانگر شرایط و چگونگی حضور مردم در انتخابات از دیدگاه مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) است.

جدول ۵- شرایط و چگونگی حضور مردم در انتخابات ریاست‌جمهوری از دیدگاه رهبری

(مدّ ظلّه‌العالی)

تحلیل وجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	سایر گرایش‌های متن	برداشت از اصل متن
حق تعیین سرنوشت برای ملت	مردم‌سالار بودن نظام جمهوری اسلامی	انتخابات در کشور ما مظهر حماسه سیاسی است. آبروی جمهوری اسلامی به انتخابات و حضور مردم در پای صندوق‌های رأی و تأثیر یکایک مردم در انتخاب مدیران کشور است. انتخابات مظهر اراده ملی و نماد مردم‌سالاری اسلامی است.

ادامه جدول ۵

تحلیل بیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	سایر گرایش‌های متن	برداشت از اصل متن
حضور مردم نافی تهدید دشمنان	تأکید بر حضور گسترده مردم در انتخابات	گسترش مشارکت و حضور گسترده مردم در انتخابات اهمیت دارد. شور انتخاباتی در کشور و حضور مردم پای صندوق‌های رأی می‌تواند تهدیدهای دشمنان را بی‌اثر کند. می‌تواند دشمن را ناامید کند.
تأکید بر عدم سوگیری حزبی و جناحی در انتخابات	تعلق داشتن انتخابات به همه ملت	انتخابات مال یک سلیقه خاص، مال یک جریان فکری و اسی خاص نیست. همه کسانی که به نظام جمهوری اسلامی و به استقلال کشور معتقدند، به آینده کشور اهمیت می‌دهند؛ دلشان برای منافع ملی می‌سوزد، باید در انتخابات شرکت کنند.
همه افراد ملت برابرند.	قلید کور کورانه مناسب نیست.	رأی مردم تعیین‌کننده است. آنچه اهمیت دارد، تشخیص شما و رأی شما است. رهبری یک رأی بیشتر ندارد. بنده حقیر مثل بقیه مردم یک رأی دارم. اینجور نیست که کسی بیاید نسبت بدهد که رهبری نظرش به فلان است، به بهمان نیست.
مردم بر خلاف تبلیغات دشمن عمل خواهند کرد.	هدف تبلیغات دشمن کاهش حضور مردم در انتخابات	آنها چون فهمیدند هدف حماسه سیاسی و حماسه اقتصادی چیست از همین حالا به خیال خودشان شروع کرده‌اند به تخریب کردن. امروز انواع و اقسام تبلیغات وجود دارد برای اینکه در عرصه سیاسی انگیزه مردم را از حضور در میدان سیاست بالخصوص انتخابات کاهش دهند.

ادامه جدول ۵

برداشت از اصل متن	سایر گرایش‌های متن	تحلیل جیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن
ما نمی‌دانیم چه کسی رئیس‌جمهور خواهد شد، نمی‌دانیم خدای متعال دل‌ها را به کجا متوجه خواهد کرد، اما می‌دانیم حضور مردم در پای صندوق‌های رأی بلاشک به دنبال خود موفقیت‌های دیگری را دارد، به کشور و نیت می‌بخشد؛ عزت می‌بخشد، آبروی بین‌المللی می‌بخشد. دوستان شما را خوشحال می‌کند و دشمنان شما را ناکام و بدحال می‌کند.	حضور مردم اهمیت اساسی دارد.	مهم نیست چه کسی رئیس‌جمهور شود مهم ناامیدی دشمنان است.
این نظام متکی به مردم است. سرش فقط این است، و الا اینکه بیال کنیم که حالا در رأس نظام زید وجود دارد یا عمرو وجود دارد اینها در مقابل عظمت حضور مردم و پشتوانه نظام در واقع هیچ است.	اتکای نظام و مسئولان به مردم	ضرورت جلب رضایت مردم از سوی مسئولان

از تحلیل جدول ۵ دورویکرد اساسی در رابطه با شرایط و چگونگی حضور مردم در انتخابات ریاست‌جمهوری از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه‌العالی) به دست می‌آیند که عبارت‌اند از:

**الف: شرایط انتخابات**

جدول ۶ مانگر محورهای اساسی گفتمان و دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی است که در رابطه با شرایط انتخابات از بیانات رهبری به دست آمده‌اند.

جدول ۶- عناصر مربوط به شرایط انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه‌العالی)

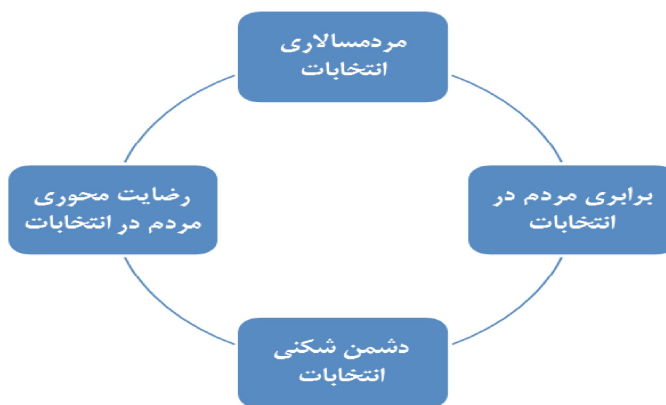
محورهای اساسی گفتمان	دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی
مردم‌سالار بودن نظام جمهوری اسلامی	مردم‌سالاری انتخابات
حق تعیین سرنوشت برای ملت	
تعلق داشتن انتخابات به همه ملت	

ادامه جدول ۶

محورهای اساسی گفتمان	دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی
تأکید بر عدم وگیری حزبی و جناحی در انتخابات همه افراد ملت برابرند.	برابری مردم در انتخابات
مهمّ نیست چه کسی رئیس‌جمهور شود مهمّ ناامیدی دشمنان است.	دشمن‌شکنی انتخابات
ضرورت جلب رضایت مردم از سوی مسئولان	رضایت‌محوری مردم در انتخابات

برای تبیین هر چه بهتر شرایط مربوط به انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)، نمودار ۴ ترسیم شده است. همان‌گونه که در این نمودار دیده می‌شود، ۴ عنصر اساسی به‌عنوان دال‌های مرکزی در این رابطه مورد توجه قرار گرفته‌اند که می‌توانند «نقشه راه انتخابات» را تعیین نمایند.

نمودار ۴- دال‌های مرکزی شرایط انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)



**ب: مردم در انتخابات**

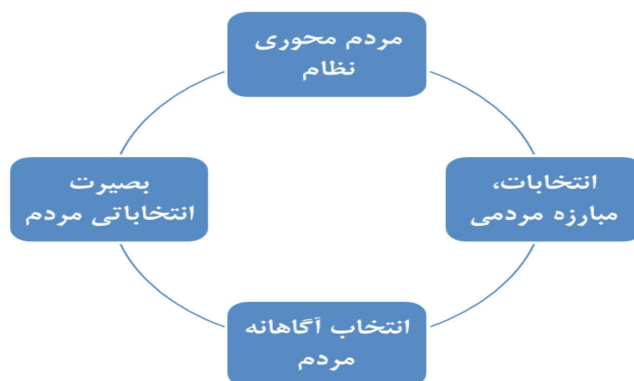
جدول ۷ نیز در این زمینه، محورهای اساسی گفتمان و دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی مربوط به حضور مردم در انتخابات را نشان می‌دهد.

جدول ۷- عناصر مربوط به حضور مردم در انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)

محورهای اساسی گفتمان	دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی
أکید بر حضور گسترده مردم در انتخابات	مردم‌محوری نظام
حضور مردم اهمیت اساسی دارد.	
اتّکای نظام و مسئولان به مردم	
حضور مردم نافی تهدید دشمنان	انتخابات، مبارزه مردمی
تقلید کورکورانه مناسب نیست	انتخاب آگاهانه مردم
هدف ملیغات دشمن کاهش حضور مردم در انتخابات	بصیرت انتخاباتی مردم
مردم بر خلاف بلیغات دشمن عمل خواهند کرد.	

نمودار ۵ دال‌های مرکزی مربوط به حضور مردم در انتخابات می‌باشد که در قیقت، ترسیم‌کننده نقش مردم در انتخابات است.

نمودار ۵- دال‌های مرکزی حضور مردم در انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)



### سوم: سازوکار انتخابات

سازوکار انتخابات به معنای نظام‌مندسازی انتخابات است. این نظام، باید دارای شرایط و قواعدی باشد که بتواند از مشروعیت کافی برخوردار باشد. از سوی دیگر، تعیین

ادامه جدول ۸

سازوکار انتخابات، نوعی از چارچوب سازی نظری و عملی برای انجام آن می باشد. جدول ۸ تبیین کننده مراحل سه گانه اول تحلیل سازوکار انتخابات از دیدگاه رهبری (مدظله العالی) است.

جدول ۸- مراحل سه گانه اول لیل سازوکار انتخابات از دیدگاه رهبری (مدظله العالی)

برداشت از اصل متن	سایر گرایش های متن	تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش های متن
سازوکار انتخابات در کشور ما محکم است. اینکه گوشه و کنار بعضی ها اعتراض هایی می کنند واقعاً غیرمنطقی است. واقعاً بی جاست حضور شورای نگهبان در قانون اساسی حقیقتاً یک حضور مبارکی است.	شورای نگهبان حافظ مشروعیت قانونی انتخابات	اعتراض به فرایند انتخابات غیرقانونی است.
برای انتخابات سازوکار درستی وجود دارد. آحاد مردم با هم کدورت بی جا درست نکنند. کار با حماسه، با شور با غیرتمندی، اما بدون چالش بدون منافرت پیش ببرند.	ضرورت شور انتخاباتی بدون چالش	وجود قانون و مقررات انتخاباتی
هر رأیی که شما به یکی از این نامزدها بدهید، رأی به جمهوری اسلامی است. رأی اعتماد به نظام، نظام سازوکار انتخابات است.	اهمیت حضور و رأی مردم رأی به رئیس جمهور، رأی به نظام است.	اعتمادسازی مردم به نظام
جامعه اسلامی و نظام اسلامی می فهمد دارد چه کار می کند. نظام اسلامی دارد راه خودش را می رود هدف مشخص است؛ راه مشخص است؛ تدابیر مشخص است. نظام کار خودش را انجام می دهد. حالا دیگران توی سر خوشان می زنند، بزنند، آثیری در کار نظام ندارد.	نظام جمهوری اسلامی محکم و با برنامه است.	بی تأثیر بودن بلیغات دشمن به دلیل وجود قانون بی تأثیر بودن بلیغات دشمن به دلیل وجود قانون
دشمن کار خودش را می کند. در داخل هم زبان هایی بی تقوا، حنجره های بی تقوا و قلم های بی تقوا هستند که همان حرف های دشمنان را که به قصد نومید کردن و افسرده کردن مردم گفته می شود، تکرار می کنند. آحاد این ملت نباید به اینها توجه کنند.	وجود دشمنان داخلی و خارجی ضد انتخابات	مردم و رأی آنها مهم هستند.

ادامه جدول ۸

تجزیه و تحلیل توجیهی با توجه به سایر گرایش‌های متن	سایر گرایش‌های متن	برداشت از اصل متن
وجود منابع و کانال‌های قانونی برای شناخت نامزدها	آگاهی و بصیرت مردم در انتخاب رئیس‌جمهور	آگاهی مردم ایران و بصیرت مردم ایران در مسائل سیاسی، از متوسط جهانی بالاتر است. نمی‌خواهیم ادعای معصومیت کنیم برای آحاد مردم، اما این ادعای قابل قبول و واقعی است. مردم نگاه می‌کنند، بصیرت دارند، تشخیص می‌دهند. خوشبختانه امروز وسیله تشخیص هم در اختیار مردم است. خب، این صداوسیما است، برنامه‌ها را ضبط می‌کند، برنامه‌ها را پخش می‌کند، حرف‌ها را نشان می‌دهد، شخصیت‌ها را نشان می‌دهد؛ مردم می‌توانند نگاه کنند، به یک نتیجه‌ای برسند؛ این نتیجه ممکن است درست باشد، ممکن است نادرست باشد.

می‌توان دال‌های مرکزی مربوط به گفتمان‌سازی رهبری (مدظله‌العالی) در مورد سازوکار انتخابات را از مجموع گرایش‌های موجود در هر واحد متنی و تحلیل توجیهی آنها تعیین کرد. این امر با توجه به سایر گرایش‌های داخل متن که به عبارتی «محورهای اساسی گفتمان» می‌باشند، انجام می‌شود. جدول ۹ این فرایند را تبیین کرده است. این مرحله را می‌توان مرحله عمیق روش پدام تلقی نمود.

جدول ۹- عناصر مربوط به سازوکار انتخابات از دیدگاه رهبری (مدظله‌العالی)

دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی	محورهای اساسی گفتمان
حفظ مشروعیت قانونی انتخابات	شورای نگهبان حافظ مشروعیت قانونی انتخابات
	وجود قانون و مقررات انتخاباتی
	نظام جمهوری اسلامی محکم و با برنامه است.
تأکید بر قانون‌مداری انتخابات	وجود دشمنان داخلی و خارجی ضد انتخابات
	اعتراض به فرآیند انتخابات بیرقانونی است.
گسترش شور و بصیرت انتخاباتی	ضرورت شور انتخاباتی بدون چالش
	آگاهی و بصیرت مردم در انتخاب رئیس‌جمهور
تقویت کانال‌های قانونی تبلیغات انتخابات	وجود منابع و کانال‌های قانونی برای شناخت نامزدها
	بی‌تأثیر بودن تبلیغات دشمن به دلیل وجود قانون

ادامه جدول ۹

محورهای اساسی گفتمان	دال‌های مرکزی گفتمان‌سازی
اهمیت حضور و رأی مردم	توسعه مردم‌گرایی انتخابات
مردم و رأی آنها مهم هستند.	
رأی به رئیس‌جمهور، رأی به نظام است.	اعتمادسازی به نظام از طریق انتخابات
اعتمادسازی مردم به نظام	

نمودار ۶ بیانگر دال‌های مرکزی برای گسترش گفتمان‌سازی در حوزه انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی) است. این دال‌های مرکزی نشان‌دهنده ضرورت سرمایه‌گذاری در زمینه‌های تعیین شده برای برگزاری انتخابات سالم، مطلوب، مشروع، قابل توجه و مردم‌سالار است.

نمودار ۶- دال‌های مرکزی سازوکارهای انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)



### تحلیل عمیق‌تر بیانات رهبری (مدّ ظلّه العالی) در انتخابات

تحلیل عمیق‌تر بیانات رهبری (مدّ ظلّه العالی) در رابطه با انتخابات ریاست‌جمهوری اسلامی ایران، نشان‌دهنده ترسیم «نقشه راه انتخابات» در نظام اسلامی است. این نقشه، شامل سه محور اساسی است که با توجه به نظریه سازه‌گرایی<sup>۱</sup> - که بر اساس سه عنصر «ساختار»، «عامل» و «رابطه» میان ساختار و عامل تعریف می‌شود (بشیر، ۱۳۸۶) - مورد تحلیل قرار گرفته است.

در بخش ساختاری، باید گفت این ساختار با ساختار معمول در مارکسیسم متفاوت است و در اینجا مقصود ساختارگرایی بر اساس دیدگاه گیدنز می‌باشد. در ساختارگرایی

مارکس روی ساختارهای عینی جامعه تأکید می‌شود، ولی در ساختارگرایی مورد نظر گیدنز ساختارهای انتزاعی و ذهنی همچون ارزش‌ها و زبان مورد توجه قرار می‌گیرد و در واقع، بر مبنای ساختارهای ذهنی به مسائل معنا بخشیده می‌شود (مهدی زاده، ۱۳۹۱). شرایط اخلاقی ریاست‌جمهوری، سازوکارهای مربوط به چگونگی اجرای انتخابات و عناصر اساسی مرتبط با وضعیت برگزاری انتخابات، ساختاری ذهنی و در حقیقت ساختاری سیاست‌گذارانه در این رابطه ارائه می‌دهد که بر اساس این ساختار، رابطه آن با عوامل اجرایی از قبیل شورای نگهبان، رسانه ملی، کاندیداهای ریاست‌جمهوری و مردم مشخص می‌شود.

در بخش عوامل که به مصادیق آن اشاره گردید، مهم‌ترین محورهای مورد نظر حاکمیت اخلاق، مردم‌گرایی، حضور جدی، تبلیغات مؤثر و قانونی به‌عنوان نمونه حائز اهمیت‌اند. رابطه ساختار و عوامل در این زمینه نیز شامل مواردی از قبیل ضرورت حفظ مشروعیت انتخابات، گسترش شور و بصیرت انتخاباتی، تقویت کانال‌های قانونی تبلیغات انتخاباتی و مانند آن بوده که نشان‌دهنده ضرورت توجه عوامل به رابطه میان خود، دیگران و ساختار در زمینه‌های مرتبط با انتخابات می‌باشد.

تحلیل عمیق‌تر گفتمان بیانات رهبری (مدّظله‌العالی) در این زمینه با توجه به آنچه گفته شد، شامل محورهای متادال (دال‌های فراتر) ذیل است که با توجه به گفتمان‌های مختلف درون و فرامتنی در رابطه با انتخابات تعیین شده است. این مرحله در حقیقت ترسیم «نقشه راه انتخابات» تلقی می‌گردد که رهبری معظّم انقلاب (مدّ ظله‌العالی) در صدد بوده‌اند که به‌مثابه «سیاست انتخاباتی» آن را به یک گفتمان‌سازی جدی در این دوره و دوره‌های بعدی انتخابات مطرح و تحکیم سازند.

### اول: ساختارسازی انتخاباتی

متادال‌های مربوط به «ساختارسازی انتخاباتی» در حقیقت نوعی از سیاست‌گذاری انتخاباتی است که اصول آن به‌مثابه یک ساختار تعیین شده‌اند که باید ساختارهای حقیقی موجود مانند شورای نگهبان و رسانه ملی به آنها توجه کنند. متادال‌های مزبور عبارت‌اند از:

- مشروعیت‌سازی
- بصیرت انتخاباتی
- مردم‌گرایی
- قانون‌مداری
- قانون‌مداری تبلیغات
- اعتمادسازی

### دوم: اخلاق‌گرایی انتخاباتی

متادال‌های مربوط به این محور، تعیین‌کننده «اخلاق انتخاباتی» است. بنابراین «اخلاق‌گرایی انتخاباتی» در حقیقت، تبیین‌کننده «سیاست اخلاقی حاکم بر انتخابات» است. این اخلاق، برای همه عناصر مؤثر در فرآیند انتخابات از قبیل، شورای نگهبان، رئیس‌جمهور، مردم، کانال‌های تبلیغاتی و غیره بوده، که باید مورد توجه قرار گیرند.

- تدبیرگرایی
- خودرأی‌گریزی
- عدم وابستگی
- توانمندسازی
- راستگویی

### سوم: اصول‌گرایی انتخاباتی

متادال‌های مرتبط با این حوزه گفتمانی، شامل اصولی است که باید برای تحقق انتخابات مطلوب نظام جمهوری اسلامی مورد توجه جدی قرار گیرند. متادال‌های مزبور در حقیقت «یاست‌گذاری اصولی انتخابات» را تبیین می‌کند.

- انقلاب‌گرایی
- عدالت‌محوری
- تعامل‌گرایی
- دشمن‌ستیزی
- نظام‌گرایی
- قانون‌محوری
- مقاومت‌سازی

### چهارم: مشروعیت‌سازی انتخاباتی

متادال‌های مربوط به این محور مهمّ که می‌تواند اساس انتخابات را زیر سؤال ببرد، نگر عمق دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی) در رسیم «منظومه معنایی انتخابات» در جمهوری اسلامی است. رأی مردم، حضور مردم و مشارکت مردم در انتخابات در حقیقت تقویت‌کننده مشروعیت نظام جمهوری اسلامی است.

- مردم‌سالاری
- برابری مردمی
- رضایت‌محوری مردم
- آگاهی‌سازی
- صیرت‌گرایی

نمودار ۷ بیانگر نظریّه نهایی مربوط به «نقشه معنایی» یا «منظومه معنایی انتخابات» از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی) است که بر چهار متادال اساسی استوار بوده. هر یک از متادال‌های مزبور، دارای دال‌های مرکزی می‌باشد. توجه جدی به این نقشه معنایی برای تحقق انتخابات مطلوب، اجرای ست راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران در برگزاری انتخابات عادلانه، مشروع، مردم‌سالار و اسلامی ضروری می‌باشد.

نمودار ۷- اصول نظریه انتخابات ریاست جمهوری از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)



موضوعی که در این پژوهش، مورد مطالعه قرار گرفته است، تحلیل گفتمان بیانات مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) در مورد انتخابات ریاست جمهوری ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ می‌باشد. بر اساس رویکرد گفتمانی فوکو، گفتمان‌ها هم درباره آنچه گفته می‌شود،

هم آنچه فکر می‌شود و هم بر مبنای زینه‌های اجتماعی و فرهنگی، شکل می‌گیرند. بر این اساس، گفتمان مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) به‌عنوان رهبری که دارای اقتدار و مشروعیت لازم می‌باشد، با روش پدام مورد تحلیل گفتمانی قرار گرفت و اصول «نظریه‌انتخابات از دیدگاه رهبری (مدّ ظلّه العالی)» کشف گردید. این نظریه شامل چهار اصل است که هر یک از اصول مزبور، محورهایی به‌عنوان زیرمجموعه دارد که بیان‌کننده دیدگاه مقام معظم رهبری (مدّ ظلّه العالی) در حوزه انتخابات مربوط به ریاست جمهوری ایران است:

- ساختارسازی انتخاباتی

- اخلاق‌گرایی انتخاباتی

- اصول‌گرایی انتخاباتی

- مشروعیت‌سازی انتخاباتی

بدیهی است اصول این نظریه، اگرچه در مورد انتخابات یازدهم مورد پرسش قرار گرفته است، اما برای کلیه انتخابات جاری در جمهوری اسلامی ایران می‌توانند ملاک عمل قرار گیرند. ■

## منابع

- بشیر، حسن (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان دریچه‌ای برای کشف ناگفته‌ها. تهران: مرکز تحقیقات دانشگاه امام صادق (ع).
- بشیر، حسن (۱۳۸۶). تعامل فرهنگ و سیاست: از تئوری تا واقعیت، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- بشیر، حسن (۱۳۹۰). «رسانه‌های بیگانه: فرائی با تحلیل گفتمان»، در مجموعه تحلیل گفتمان رسانه‌های جهان (کتاب اول و دوم)، چاپ اول، پاییز ۱۳۹۰، تهران: سیمای شرق و ماهنامه مدیریت ارتباطات.
- بهرام‌پور، شعبانعلی (۱۳۷۸). درآمدی بر تحلیل گفتمان: کتاب مجموعه مقالات گفتمان و تحلیل گفتمانی، به اهتمام محمدرضا اجیک، تهران: فرهنگ گفتمان.
- جهانگیری، انگیر و فتاحی، سجاد (۱۳۹۰). «تحلیل گفتمان محمود احمدی‌نژاد در انتخابات ریاست جمهوری دوره دهم» مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره ۵ (شماره ۳). ص ۲۳-۴۷.
- سرایی، حسن؛ فتحی، سروش و زارع، زهرا (۱۳۸۷). «روش کیفی در مطالعات اجتماعی: با تأکید بر روش تحلیل گفتمان و تحلیل انتقادی»، پژوهش‌نامه علوم اجتماعی، سال دوم، شماره ۳، ص ۸۳-۱۰۵.
- ضیایی، محمدصادق؛ رگسیان، عباس و امنفرد، منیژه (۱۳۸۸). «بررسی رابطه زبان اقتدار با مشروعیت دولت‌ها: تحلیل گفتمان سخنان امام خمینی (ره)». مدیریت دولتی، دوره: ۱، شماره ۳، پاییز و زمستان ۱۳۸۸، ص ۸۵-۱۰۴.
- عضدانلو، حمید (۱۳۸۰). گفتمان و جامعه: با گرامی‌داشت مقاله‌ای از بروش لینکن، تهران: نشر نی.
- فرقانی، محمد مهدی و زردار، زرین (۱۳۹۱). «تحلیل گفتمان پیام‌های نوروزی اوپاما، ۲۰۰۹ و ۲۰۱۰»، فصلنامه راهبرد، سال ۲۱ (شماره ۶۲)، ص ۸۳-۱۱۲.
- فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۲). راه دراز گذار، تهران: فرهنگ و اندیشه
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان، ترجمه فاطمه شایسته پیران، شعبانعلی بهرام‌پور و دیگران، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- فروغی‌نیا، حسین (۱۳۸۳). «جهانی شدن و بحران مشروعیت و مدیریت امنیت در کشورهای در حال توسعه»، نشریه اطلاعات سیاسی- اقتصادی، شماره ۲۰۵ و ۲۰۶، ص ۱۱۶-۱۲۵.
- محمدی، بیوک (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی سیاسی، تهران: دانشگاه پیام نور.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، چاپ دوم، تهران: همشهری.

- ون دایک تئون. ای (۱۳۸۲). مطالعاتی در تحلیل گفتمان - از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی، ترجمه گروه مترجمان، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- Harris, Z. (1952). "Discourse Analysis". *I Language*, 28: 1-30.

- Johnston, Barbara (2008). *Discourse Analysis*, London: Blackwell Publishing.

- Mills, Sara (1997). *Discourse*, London and New York: Routledge.