

جایگاه زبان و ادبیات روسای جمهوری ایران در پیروزی دکتر حسن روحانی

مهرسا مجدی^۱

مالک ذوالقدر^۲

چکیده:

انتخابات ریاست جمهوری در دوران گذشته یک تفاوت عمده بسیار داشت و آن برگزاری مناظره از طریق رسانه ملی بود. این مناظره‌ها که منعکس کننده قدرت کلام نامزدها بود، تأثیر بسیار عمیقی بر ذهنیت مردم گذاشت. این امر در انتخابات سال ۹۲ بیشتر خود را نشان داد، به طوری که یکی از موفقیت‌های حسن روحانی انتقال پیام خوب، تسلط به بیان، داشتن صدای رسا و مهمتر از همه بیان سخنان مردم پسند بود. بخشی از موفقیت روحانی ناشی از عملکرد او در مناظره‌های تلویزیونی بود. موفقیت در مناظره تلویزیونی تا اندازه زیادی به حضور ذهن و قدرت بیان بستگی دارد. با این وجود این سوال به وجود می‌آید که قدرت کلام تا چه اندازه‌ای در موفقیت نامزدهای انتخاباتی دوره‌های یازدهم نقش داشت؟ در جواب باید گفت که زبان و کلام دکتر روحانی به لحاظ نوع گفتار، ایجاد انگیزه در شهروندان، ایجاد نشاط سیاسی، امید برای حل مشکلات و ... باعث کسب آرا شد.

واژگان کلیدی: مناظره، انتخابات، کسب آرا، رسانه، نشاط سیاسی

^۱ - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران
Mehrsamajdi@gmail.com

^۲ - استادیار و عضو هیئت علمی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران
Malek_Zolghader@yahoo.com

مقدمه:

انتخابات ریاست جمهوری در دوران گذشته یک تفاوت عمده بسیار داشت و آن برگزاری مناظره از طریق رسانه ملی بود. این مناظره‌ها که منعکس کننده قدرت کلام نامزدها بود، تأثیر بسیار عمیقی بر ذهنیت مردم گذاشت. این امر در انتخابات سال ۹۲ بیشتر خود را نشان داد، به طوری که یکی از موفقیت‌های حسن روحانی انتقال پیام خوب، تسلط به بیان، داشتن صدای رسا و مهمتر از همه بیان سخنان مردم پسند بود. بخشی از موفقیت روحانی ناشی از عملکرد او در مناظره‌های تلویزیونی بود. موفقیت در مناظره تلویزیونی تا اندازه زیادی به حضور ذهن و قدرت بیان بستگی دارد. حسن روحانی توانست در مناظره‌ها رقیبان را از میدان بیرون کند. وی در جریان مناظره‌های تلویزیونی از خود تصویر دولتمردی که همواره آزادی خواه و میانه رو بوده است ارائه داد. این تصویر واقعیت نداشت اما رقیبان اصولگرای او از به چالش کشیدن او ناتوان ماندند. رقیبان حسن روحانی که می‌دانستند او تحت لوای آزادی خواهی و اعتدال گرایی به میدان آمده است باید قبل از مناظره عملکرد و سخنان او را بررسی می‌کردند و نمونه‌هایی از سخنان او را که در تضاد با موضع‌گیری‌های انتخاباتی او بود با خود به جلسه مناظره می‌آوردند تا در صورت لزوم از آن استفاده کنند. اما اصول‌گرایان، به ویژه قالیباف که رقیب اصلی روحانی بود، از انجام این کار، که الفبای هر مناظره موفق به شمار می‌رود، غافل ماندند و هزینه سنگینی بخاطرش دادند. از علل شکست قالیباف ضعف در کلام او بود. گفتمان قالیباف جهت دار و بیشتر در راستای زیر سؤال بردن عملکرد دیپلماسی دولت‌های پیشین و مدیریت جهادی متمرکز شد. حال سؤال اصلی تحقیق این است که قدرت کلام تا چه اندازه‌ای در موفقیت حسن روحانی نقش داشت؟

چارچوب نظری

در سال‌های اخیر نظریه گفتمان در حوزه‌های مختلف علوم انسانی کاربرد وسیعی یافته است. شاید بتوان مهمترین دلیل رشد این نظریه را نارضایتی از پوزیتیویسم، به خصوص در رشته‌هایی چون علوم سیاسی و جامعه‌شناسی دانست. رشد این نظریه همچنین تحت تأثیر چرخش زبانی در دهه ۱۹۷۰ و نظریه‌های هرمنوتیک، نظریه انتقادی و پساساختارگرایی در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ قرار داشته است. این نظریه بر نقش زبان در بازنمایی و نیز ایجاد واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. بنابراین نظریه، دسترسی به واقعیت تنها از طریق زبان میسر است؛ اما بازنمایی واقعیت از طریق زبان هرگز بازتاب واقعیت از پیش موجود و عینی نیست، بلکه در این بازنمایی، زبان در ایجاد

واقعیت نقش ایفا می‌کند. در واقع جهان محصول گفتمان‌هاست. البته این نظریه وجود واقعیت را نفی نمی‌کند، اما معتقد است اشیا و پدیده‌ها تنها از طریق گفتمان معنا می‌یابند؛ برای مثال طغیان رودخانه و جاری شدن سیل حادثه‌ای است که مستقل از تفکر و ذهنیت مردم روی می‌دهد، اما از همان زمان که مردم شروع به معنادهی به آن می‌کنند تبدیل به موضوعی گفتمانی می‌شود و افراد براساس گفتمان‌های مختلف، آن را به خشم خدا، سوء مدیریت دولتی، ... نسبت می‌دهند و به این ترتیب، این واقعه براساس هر گفتمان معنای متفاوتی پیدا می‌کند؛ اما دامنه گفتمان فقط به معنا بخشی محدود نمی‌شود، بلکه هر یک از این دریافت‌ها سلسله اعمال خاصی را ایجاد می‌کنند و پیامدهای خاص اجتماعی به دنبال دارند؛ از این رو در مثال بالا، براساس هر گفتمان تصمیمات متفاوتی چون ساختن سیل بند، دفاع از سیاست‌های زیست محیطی، انتقاد از دولت و یا تقویت دین داری اتخاذ می‌شود. بنابراین گفتمان‌ها به واقعیت معنا می‌دهند و جهان اجتماعی در نتیجه همین فرایند معنا بخشی ساخته می‌شود و تغییر می‌کند؛ به عبارت دیگر، در این نظریه زبان صرفاً گذرگاه انتقال اطلاعات و بازنمایی صرف واقعیت نیست، بلکه ماشینی است که جهان اجتماعی را می‌سازد و معنادار می‌کند. هویت‌ها و روابط اجتماعی نیز محصول زبان و گفتمان‌ها هستند و تغییر در گفتمان تغییر در جهان اجتماعی را به همراه خواهد داشت و نزاع گفتمانی به تغییر و باز تولید واقعیت اجتماعی منجر می‌شود. همچنین این نظریه بر تاریخی و فرهنگی بودن هویت و دانش انسانی تأکید می‌کند.

تبارشناسی نظریه گفتمان

سوسور، زبان شناس سوئیسی، با طرح ساختارهای زبانی اولین قدم‌ها را در ایجاد نظریه گفتمان برداشت، هر چند مدت‌ها طول کشید تا نظریه وی برای فهم و توضیح فرایندهای اجتماعی به کار آید. سوسور زبان را نظامی از اصطلاحات مرتبط بدون ارجاع به زمان در نظر می‌گرفت و خصلت در زمانی و متحول آن را فرعی تلقی می‌کرد. زبان به مثابه نظام نشانه‌ها شامل قواعد ضروری است که سخنور اگر می‌خواهد با دیگران ارتباط معناداری پیدا کند باید به آن وفادار بماند. در اینجا ساخت ثابت زبان مدنظر سوسور است که به عنوان شبکه‌ای از نشانه‌ها، که هر یک به دیگری معنا می‌دهند، در نظر گرفته می‌شود. زبان به این معنا با گفتار متفاوت می‌شود؛ گفتار عمل فردی است، اما زبان امری اجتماعی است. گفتار استفاده موقعیت مند زبان توسط کاربران در شرایط متفاوت است. سوسور به ساخت اصلی زبان اهمیت می‌دهد و گفتار را به دلیل رخنه

سلیقه‌ها و اشتباهات افراد ارزشمند تلقی نمی‌کند. عنصر اصلی زبان در نظریه سوسور نشانه‌ها هستند. نشانه‌ها دال و مدلول را به هم مرتبط می‌کنند؛ اما هیچ ارتباط ضروری و طبیعی حتی وضعی نیز بین دال و مدلول وجود ندارد. رابطه دال و مدلول اختیاری و اتفاقی است. (دوسوسور، ۱۳۸۷: ۲۱)

به عبارت دیگر عرف است که معنایی را به نشانه‌ای اسناد می‌دهد. بنابراین رابطه دال و مدلول تنها در درون یک نظام معنایی خاص برقرار می‌شود و نه براساس واقعیت بیرونی یا قواعد منطقی. هویت و معنای هر نشانه یا دال در زبان نه با ارجاع به جهان اشیا در خارج بلکه در تمایز با نشانه‌های دیگر تثبیت می‌گردد. بنابراین نشانه‌ها هویتی ارتباطی دارند و در تمایز با دیگر نشانه‌ها در درون یک نظام معنایی معنا می‌یابند؛ برای مثال مفهوم پدر در تمایز با مادر، برادر، خواهر و... درک می‌شود. سوسور زبان را به بازی شطرنج تشبیه می‌کند که هر نشانه، هویت و ارزش خود را در ارتباط با دیگری و در چارچوب یک نظام قواعد کسب می‌کند. هر نشانه براساس موقعیت‌های مختلف، معانی متعددی به دست می‌آورد. به همین دلیل در این نظریه تثبیت معنای نشانه موقتی و زمانمند است و ساخت زبان همواره در طی کاربرد تغییر می‌کند. لوی استروس با استناد به نظریات سوسور، تحلیل ساختاری وی را به حوزه علوم اجتماعی تسری داد. در نظریات مردم شناسانه وی بر ساختارهای عمیق و نا آگاهانه‌ای تأکید می‌شد که اعمال و کنش‌های مختلف را در بر می‌گیرند و در زبان، اسطوره‌ها و نظام‌های طبقه بندی و تمایزگذاری مثل توتمیسم، نوع لباس و آداب و رسوم نمود پیدا می‌کنند. (ضیمران، ۱۳۷۹: ۱۳۴)

در نظریه دریدا گفتمان‌ها نظام‌های زبانی ناتمامی هستند که توسط نمایش یا بازی تمایزات تولید می‌شوند و نقش واسطه را برای فهم ما از جهان ایفا می‌کنند و تجربه ما از جهان را سامان می‌دهند. در عین حال باید توجه داشت که گفتمان‌ها برای بازنمایی جهان با محدودیت‌هایی روبرو هستند. نشانه‌ها تاریخی و وابسته به موقعیت و متن هستند و به همین دلیل نظام زبانی نمی‌تواند هویت نشانه‌ها و لذا روابط میان نظریه‌ها، کلمات و اشیا را تثبیت کند. بنابراین تثبیت کامل معنا و رسیدن به یک نظام بسته گفتمانی امکانپذیر نیست. بنابراین دریدا بر لزوم وجود یک غیر یا بیرون سازنده برای شکل گیری هویت تأکید می‌کند. هر ساختار گفتمانی برای ایجاد خود نیازمند یک غیر است. غیریت از منظر دریدا هم شرط امکان و هم شرط عدم امکان گفتمان‌ها محسوب می‌شود. غیر اگر چه در شکل گیری ساختار گفتمانی نقش اصلی را ایفا می‌کند، ولی خود می‌تواند

آن را متحول نماید؛ بنابراین هم انسجام و هم فروپاشی ناشی از این است. همچنین دریدا ساختارها را ذاتا نامتعیین و متکثر تصور می‌کند. ابهام و عدم قطعیت ذاتی ساختارهاست و نمی‌توان بر آن غلبه کرد. در اندیشه‌های دریدا مفهوم سوژه انسانی رنگ می‌بازد. انسان در درون و محدوده ساختارهای موجود و از جمله زبان عمل می‌کند. در واقع انسان زبان را نمی‌سازد و آن را برای فهم جهان به کار نمی‌گیرد، بلکه زبان فهم انسان را شکل می‌دهد. (حسینی زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۵)

اندیشمند دیگری که تحولی اساسی در مفهوم گفتمان به وجود آورد میشل فوکو است. فوکو دو برداشت نسبتاً متفاوت تحت عنوان دیرینه‌شناسی و تبارشناسی ارائه می‌کند. نظریه گفتمان فوکو بخشی از نظریه دیرینه‌شناسی اوست. از منظر فوکو گفتمان از تعداد محدودی گزاره تشکیل شده که برای ظهور آنها شرایط خاصی می‌تواند تعریف شود. گفتمان در این معنا ابدی و آرمانی نیست و از ابتدا تاریخی و زمانمند است. به نظر او حقیقت محصول گفتمان‌هاست و نظام‌های مختلف معرفت تعیین می‌کنند که چه چیزی درست و چه چیزی غلط است، لذا جست و جوی حقیقت ناب بیرون از گفتمان‌ها بیهوده است. فوکو می‌کوشد تا گزارش‌های انسان محور از گفتمان را طرد کند، زیرا به نظر او اینها یک سوژه بنیان‌گذار را به عنوان منشأ گفتمان مطرح می‌کنند که عامل تداوم و هویت آن نیز محسوب می‌شود، در حالی که چنین سوژه‌ای وجود ندارد. دومین تلاش وی نقد جست و جوی یک منشأ یا علت واقعی برای گفتمان است؛ پیچیدگی گفتمان مانع از آن است که آن را به حوزه خاصی چون عوامل مادی مثلاً در مارکسیسم تقلیل داد. نکته دیگری که وی می‌کوشد آن را در دیرینه‌شناسی بسط دهد نقد نظریاتی است که صورت بندی‌های گفتمانی را منسجم و یکپارچه می‌پندارند، زیرا به نظر فوکو صورت بندی‌های گفتمانی پراکنده‌اند و واضح و منسجم نیستند. همچنین فوکو در صدد تبیین قواعد هدایت‌کننده تولید گزاره‌های گفتمانی بر می‌آید و توضیح می‌دهد که چگونه این قواعد صورت بندی، اشیاء، شیوه‌های سخن و مفاهیم یک گفتمان را ساختمند می‌کنند. در اینجا وی در مقابل نظریاتی قرار می‌گیرد که واقعیت از پیش موجود را فرض می‌گیرند. چیزها در نظریه فوکو در درون گفتمان و در طی فرایندهایی خاص، شکل می‌گیرند. (ضیمران، ۱۳۷۸: ۴۸)

-نقش زبان و ادبیات سیاسی در ایران

یکی از تحولات مهم در تبلیغات انتخاباتی طی دو سه انتخابات اخیر، تغییر نقش‌آفرینی کلام سیاسی در تحریک و برانگیختن مردم در مشارکت سیاسی بوده است. طی چند انتخابات اخیر

شاهد بوده‌ایم ساختار تبلیغات، از مفاهیم و کلام انتزاعی به مفاهیم کمتر انتزاعی و عینی و قابل ارزیابی و محاسبه نزدیک شده است. به عنوان نمونه، می‌توان طرح پنجاه هزار تومان در ماه، طرح پرداخت سهمیه عدالت، طرح آوردن پول نفت بر سر سفره‌های مردم را با شعارهایی نظیر آرمان‌های انقلاب، حفظ دستاوردهای انقلابی، مبارزه با دشمنان، دموکراسی، جامعه مدنی، توسعه و مانند اینها مقایسه کرد. یکی از مشکلات، الگوی تبلیغاتی اصلاح‌طلبان در انتخابات ریاست جمهوری گذشته نیز وجه انتزاعی کلام انتخاباتی آنان بود، گرچه پیوسته تاکید می‌شد که بحث-های انتزاعی و شعارهای کلان طرح شده، معنا و جاذبه خود را از دست داده‌اند. حتی به عنوان یک رهیافت انتخاباتی، این راه حل نیز مطرح شد که شعارهای کلان به مفاهیم و معانی‌ای ترجمه شوند که با مسائل روزمره و ملموس مردم مرتبط باشند. اما تحولات به وجود آمده در عرصه کلامی، نشانه چیست؟ آیا این تحول در تولید شعارهای انتخاباتی، یک فرآیند بنیادی و بی‌برگشت است؟ یا اینکه در یک خلاء موقتی به سر می‌بریم و باید انتظار کشید که به زودی به دوران طرح شعارهای کلان و بسیج کننده در سطح گسترده بازگردیم؟ طرح شعارهای غیر انتزاعی و ملموس، نشانگر چه تحولاتی در الگوی مصرف شعارهای تبلیغاتی است؟ این تحولات را چگونه ارزیابی کنیم و چه افقی را پیش روی جامعه امروز ایران، در انتظار باشیم؟ اینها سوالاتی هستند که موضوعیت دارند و از حیث شناخت ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی محل توجهند. (کاشی، ۱۳۸۶: ۱۵)

وضعیت گفتارهای سیاسی در ایران امروز

آنچه مسلم است، فضای عمومی از هر گفتار برانگیزاننده کلان، تهی است و هرم گفتارها یکسره از میان برخاسته‌اند. صحنه از رقابت تهی نیست، اما این فضای رقابت، با کمترین وساطت کلام شکل می‌گیرد و افراد، نماد و نماینده هیچ افق پیش‌روی نیستند. اصولاً در فقدان کلام سیاسی، افقها موضوعیت خود را از دست می‌دهند. در فضای ضعف و فتور گفتارهای بسیج‌کننده، تصور همبسته یا موقتا همبسته از ما، رخت برمی‌بندد؛ نه تصویری از ما وجود دارد، نه تلقی و تصویری از دیگری. نه دوست موضوعیتی دارد و نه دشمن؛ نه پیشینه موضوعیت دارد، نه چشم - انداز معینی در آینده و این همه یک معنا بیشتر ندارد: تضعیف شدید عرصه عمومی. به این ترتیب فضای رقابت‌های جاری در عرصه ملی، از ساختار انتزاعی کلام تهی می‌شود، چرا که بازیگران قدرت، به تجربه دریافته‌اند قدرت‌افکنی ساختارهای کلامی پیشین، به کلی توانایی خود

را از دست داده است. آنان به فراست دریافته‌اند که این نظم‌های کلامی، میدان رقابت در بستر یک کلان‌گفتار دموکراتیک را از دست داده‌اند و پس از گسیخته شدن آن بستر کلان، فاقد موضوعیت شده‌اند، چون این نظم‌های کلامی تنها در فضای رقابت قادر به بازتولید حیات و تداوم خود هستند. اما فقدان کلان‌گفتارها و گفتارهای انتزاعی در فضای عمومی، تا حدود زیادی از تغییر ساختار مصرف کلام سیاسی نیز نشات می‌گیرد. خلاء ساختار کلان و غیبت هرم‌گفتار-های کلان، فوراً به تقویت هویت‌های خرد می‌انجامد و کلام رانده شده از تولید قدرت در عرصه کلان، مصرف تازه‌ای در بازار هویت خردتر می‌یابد. چنین است که کلام سیاسی اینک به کار تولید هویت در عرصه‌های خردتری مانند قومیت، جنسیت یا تولید هویت‌های خردتر در فضاهای شهری، در حواشی اجتماعی و فرهنگی و... می‌آید. از این‌روست که گروهی از مصرف‌کنندگان کلام سیاسی، به وساطت هویت‌های خرد با عرصه کلان ارتباط برقرار می‌کنند. آیا این یک وضعیت باثبات است؟ بدون شک، وضعیت جاری صرفاً یک وضعیت گذار است و نحوه عبور از آن، تعیین‌کننده افق‌های آینده ذهنیت عمومی در عرصه سیاسی خواهد بود. گذر در این فضای کلامی، به معنای ظهور چنین مولفه‌هایی است:

- افول و کاسته شدن از قدرت کلام در عرصه کلان، به تدریج می‌تواند به نابودی احساس همبستگی در سطح ملی منجر شود. افول احساس همبستگی در سطح ملی، یک زنگ خطر هشدار دهنده است که هیچ یک از مراجع قدرت، اعم از قدرت رسمی یا نیروهای اپوزیسیون، به آن بی‌اعتنا نیستند، بنابراین پیشامد چنین وضعیتی خود می‌تواند زمینه‌ساز دست به کار شدن منابع تولید کلام، برای تولید یک کلان‌گفتار قدرتمند باشد.

- در صورت توفیق این بنگاه‌های تولید کلام، اعم از قدرت مرکزی یا مراجع موجود در میان نیروهای اپوزیسیون، می‌توان در انتظار تولید کلام کلان جانشین بود. به نظر می‌رسد تنها کلام جانشین می‌تواند به باز تولید همبستگی در سطح ملی و تولید این حس در سطح کلان نایل شود. در عین حال، افقی که این کلام پیش چشم ترسیم می‌کند، گفتاری ناسیونالیستی است که می‌تواند در ترکیبات مختلف به صور مختلف جلوه کند: ناسیونالیسم به طعم دینی، ناسیونالیسم با طعم سوسیالیستی، ناسیونالیسم با طعم چپ و...

- افول و کاستی گرفتن قدرت کلام انتزاعی و کلان در سطح ملی، همچنین می‌تواند زمینه‌ساز تقویت و تحکیم هویت‌های خرد شود. این کلام هرچه بیشتر به هویت‌های نیرومندتر در سطح

فرمولی میدان داده باشد، ظهور مولفه پیشین متقاعدتر می‌نماید. در چنین فضایی تا جایی می‌توان به ظهور یک گفتار ناسیونالیستی همبسته‌ساز در سطح ملی امید بست، که گفتار یاد شده، میدانی برای ظهور و همزیستی و گفتگو میان خرده گفتارهای قومی و جنسیتی و مذهبی و... باشد. به این معنا، از میان گزینه‌های مورد اشاره در بند قبل، تنها گفتار ناسیونالیستی با طعم دموکراسی است که معنا و موقعیتی ویژه خواهد داشت... بدیهی است که مشارکت در انتخابات با هر کنش سیاسی دیگر، تنها به شرط تامین مقصود و منفعتی صورت پذیرد. در این صورت می‌توان فقدان هرم گفتارهای کلان را یک وضعیت باثبات تلقی کرد. (کاشی، ۱۳۸۶: ۱۹) واقعیت آن است که مولفه‌های فوق، همه در کنار یکدیگر حضور دارند و صحنه سیاسی تنازع گفتاری در ایران امروز را باید با حضور همزمان مولفه‌های مذکور فهم کرد. به عبارت دیگر، تلاش برای بازسازی یک هویت ملی همبسته‌ساز در سطح ملی با صورت‌بندی هویت‌های خرد در سطح جماعات را باید با مولفه ظهور فردیت نیرومند و جویای نفع و سود فردی، همزمان دید و معضل صورت بندی گفتار سیاسی در ایران امروز را در تعامل این سه متغیر مشاهده کرد. (همان)

گفتمان‌های انتخاباتی

مفهوم گفتمان پدیده‌های چندوجهی و چندمعنایی است. کاربردهای جدید این مفهوم را به ویژه در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ باید دانست که چنین تعریفی ارائه می‌شود: گفتمان دارای اهداف و کاربردهای چندگانه‌ای است که یکی از مهمترین آنها در خصوص جایگاه علم، رسالت ایدئولوژی، نقش سوژه، کارکرد زبان و نظایر آن صورت گرفته است، عبارت از فاصله انداختن یا دور ساختن مفهوم "خود" از عرصه فلسفه، ایدئولوژی، تخصص‌گرایی علمی، و بازگرداندن جایگاه و شأن مفهوم "خود" به آن، به عبارت بهتر جایگاه و شأن "خود" را باز و آزاد می‌گذارد، و استقلال عمل بیشتری برای آن قائل می‌گردد. (مک دانل، ۱۳۸۰: ۱۶) از طرفی اصطلاح ابداعی فوکو یعنی "کاربست‌های گفتمانی" ارتباط نزدیکی با تعابیر و اصطلاحات دیگری چون صورت-بندی گفتمانی، اشیاء، روابط، قاعده مندیها و راهبردها دارد. او که پا در این وادی نهاده است 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 می‌داند. (عضدانلو، ۱۳۸۰: ۵۱) در ایران پس از انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ انتخابات جایگاه خاصی یافت. تاکنون یازده دوره انتخابات ریاست جمهوری برگزار شده است و شش نفر ریاست قوه مجریه را به دست آورده‌اند. آنچه که از

نخستین انتخابات ریاست جمهوری تا پنجمین دوره در کشور گذشت با فراز و نشیب‌های بسیاری همراه بود. اما آنچه در این مدت بر سیاست، اقتصاد، فرهنگ و اجتماع حاکم بود، گفتمان انقلاب اسلامی به معنای عام کلمه است. پس از مدتی از درون گفتمان انقلاب اسلامی گفتمان‌های دیگری نیز ظاهر شد. هرچند به گونه‌ای جامع و کامل و با توجه به تعاریفی که از توسعه اقتصادی، سیاسی و فرهنگی - اجتماعی شده است نمی‌توان نام توسعه اقتصادی یا سیاسی را بر روی گفتمان‌های برآمده از انقلاب اسلامی نهاد اما برخی معیارها و مؤلفه‌های آن را می‌توان در این گفتمان‌ها دید. (عضدانلو، ۱۳۸۰: ۵۲)

پس از پایان جنگ تحمیلی عراق علیه ایران، ویرانی بخش‌هایی از کشور و مشکلاتی که به واسطه تحریم‌های اقتصادی پدید آمد، باعث شد تا دست اندرکاران و دولتمردان به ترمیم خرابی‌ها بپردازند و توسعه اقتصادی را سرمشقی برای کارهای خود قرار دهند. در این قالب گفتمانی پدیدار شد که از آن می‌توان به گفتمان رفاه یاد کرد. به طور کلی خطوط فکری صاحبان این گفتمان را می‌توان چنین ترسیم کرد:

۱. اعمال سیاستی برای نزدیک شدن به غرب ۲. تلاش برای ایجاد فضای لازم در جذب سرمایه‌های خارجی و ورود سرمایه خارجی برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی ۳. حمایت از سرمایه‌داری صنعتی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های متعدد اقتصادی و تشویق به سرمایه‌گذاری در جهت تقویت پایه‌های اقتصادی جدید ۴. تغییر فضای فرهنگی جامعه در قالب حجاب زنان، مسئله ورزش زنان، مصاحبه‌های مطبوعاتی با زنان خبرنگار، بازکردن نسبی فضای مطبوعاتی و به دنبال آن باز شدن فضایی برای انتقاد دولت هر چند در حدی بسیار اندک ۵. ورود این تفکر که تخصص و توجه به متخصصان، چه داخلی و چه از خارج، برای پیشبرد اهداف اقتصادی امری لازم است. شعار دهه انقلاب به تولید بیشتر برای استقلال اقتصادی تغییر کرد.

پس از توجه به تولید و توسعه اقتصادی، گفتمان دیگری مطرح شد که تفکر خود را بر پایه توجه به آزادی بیان و اندیشه بنا نهاد. اگر گفته‌های هانتینگتون را بپذیریم که توسعه سیاسی با تأکید بر دموکراسی مقدم بر توسعه اقتصادی است، خطوط فکری صاحبان این گفتمان را می‌توان بدین گونه ترسیم کرد: ۱- دفاع از قانون‌گرایی و رعایت قانون اساسی به طور کامل ۲- نگاه به انسان و اندیشه انسانی، آزادی قلم و اندیشه، آزادی بیان ۳- احترام به خواست مردم، نظارت مردم بر حاکمیت، حق تعیین سرنوشت توسط خود مردم و برپایی یک نظام مردمسالارانه و در نهایت

یک جامعه مدنی ۴- نقد و نقدپذیری بودن، تحمل یکدیگر را داشتن ۵- استفاده صحیح از اسلام و احکام اسلامی خارج از تفسیرها و ارزشگذاری‌های شخصی ۶- بحث گفتگوی تمدن‌ها ۷- حمایت از هنر در تمام حوزه‌های آن ۸- حمایت از خواسته‌های جوانان و زنان در جامعه. اما گفتمان دیگر با محور عدالت و مهرورزی مطرح شد. گفتمانی که تأکیدش بر آموزه‌های دینی بود. خطوط فکری این گفتمان را می‌توان چنین ترسیم کرد:

۱- معرفی اسلام به عنوان بهترین راهکار در تمام حوزه‌های زندگی ۲- تشکیل حکومت و دولت اسلامی ۳- برپایی مردم‌سالاری دینی ۴- برقراری عدالت، مهرورزی، عشق، عاطفه، همدلی و محبت ۵- توجه به خواست جوانان و استفاده از آنان در سمت‌های مدیریتی ۶- برقراری توسعه اقتصادی به گونه‌ای که آثارش در سفره‌های همه ملت مشاهده شود ۷- یکدست بودن جامعه و نبود طبقه‌ای خاص میان مردم.

پس پایان جنگ تحمیلی و آغاز بازسازی باعث شد که توسعه اقتصادی بر سایر دیدگاه‌ها تفوق یابد. از این رو گفتمان رفاه برای هشت سال مطرح شد. مؤلفه‌های گفتمان رفاه را می‌توان بدینگونه مشخص کرد:

- **گفتمان رفاه:** سرمایه و سرمایه گذاری، خصوصی سازی، تعدیل، توجه به صنعت، کشاورزی، شیلات و مشتقات آن، بانک‌های خصوصی و توجه به الگوهای بانک جهانی. اگر این گفته را بپذیریم که مردم زمانی که در رفاه قرار می‌گیرند و مشکلات اقتصادی خود را کمتر می‌بینند به دنبال آزادی و تأمین نیازهای معنوی خود می‌روند، می‌توان متوجه شد که پس از اقتصاد نوبت به توسعه سیاسی می‌رسد. در اینجا از این توسعه به گفتمان آزادی نام برده می‌شود.

- **گفتمان آزادی:** قانونگرایی - قانون اساسی، مردم و نظارت آنها و حق تعیین سرنوشت، نظام مردم سالاری، اندیشه انسان، آزادی قلم و آزادی بیان، هویت ملی - اسلامی، نقد و نقدپذیری، حقوق زنان و خواسته‌های جوانان و برپایی جامعه مدنی. توجه به توسعه فرهنگی و اجتماعی نیز بحثی است که در میان جوامع مطرح است. بهبود شاخص‌های توسعه انسانی از جمله مواردی است که در قالب گفتمان خود را نشان می‌دهد، در ایران با تأثیرپذیری از اسلام و احکام اسلامی. از این رو، گفتمان عدالت نامی مناسب برای این گفتمان است.

- **گفتمان عدالت:** مبارزه با تهاجم فرهنگی در تمام سطوح، اسلام و احکام اسلام، دولت و حکومت اسلامی، عدالت، مهرورزی، عشق، عاطفه، همدلی، جوانان، بانک‌های قرض الحسنه، صدور

انقلاب و انرژی ملل مسلمان. (علی آبادی، ۱۳۸۸: ۱۴۲)

تحلیل گفتمان حسن روحانی در انتخابات ریاست جمهوری دوره یازدهم

ورود پروسه وار به انتخابات سال ۹۲ و گفتگو با محیط عمومی درباره مسایل و فراز و نشیب‌های یک پدیده اجتماعی و سیاسی مثل انتخابات ریاست جمهوری که ظرفیت مهمی در بازتاباندن چهره جامعه ایران دارد، تجربه‌ای تازه است که مطالعه پدیده‌ها را از حالت دفعی و نقطه‌ای خارج و صورتی فرایندی به آن می‌دهد. آنچه انتخابات ریاست جمهوری در ایران را مهم می‌کند، ظرفیتی است که در این پدیده برای ظهور سطوحی از واقعیت جامعه وجود دارد. خصوصاً اگر در تفسیر آن به شرایط «پیشینی» و مسایل «پسینی» توجه شود و همچنین «بازاندیشی» های مکرر درباره تحلیل‌ها و تفسیرها دائماً در دستور کار باشد.

انتخابات ریاست جمهوری در ایران، پدیده‌ای است که در دوره‌های چهارساله و به طور منظم بعد از انقلاب اسلامی برگزار شده است و تقریباً در یک دوره زمانی نسبتاً طولانی (حدوداً یک ساله) منتهی به روز انتخابات مورد توجه و گفتگوی عمومی قرار می‌گیرد و با مشارکت‌های بالای حدوداً ۷۰ درصدی مردم همراه است و جابجایی دولتها، تنها جابجایی دولتها نیست بلکه عمدتاً با جابجایی گفتمان‌ها نیز توأم است. این ویژگی‌ها در انتخابات ریاست جمهوری ایران ظرفیتی ایجاد می‌کند که در بستر آن، می‌توان فضای اجتماعی ایران را تا حدودی فهم‌پذیر کرد یا لاقلاً از بخشی از علایق و سلايق جامعه در آن مقطع زمانی خاص پرده برداری کرد. فلسفه مواجهه پروسه وار با انتخابات یازدهم از یک سال قبل (۹۱) تا یکسال بعد از آن نیز همین مسئله بوده است که البته همانطور که بیان شد با شرایط و تحلیل‌های پیشینی و پسینی پیوند خورده است. بر همین اساس و در یک جمع بندی می‌توان گفت که وضعیت «تکثر»، مهم‌ترین واقعیت امروز فضای سیاسی و اجتماعی جامعه ایران است که هر نوع کنش و عمل سیاسی ضرورتاً می‌بایست معطوف به آن تنظیم و توجیه شود. (امینی، ۱۳۹۳: ۱۹)

دلایل پیروزی روحانی در انتخابات

درباره نتایج انتخابات ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ دو پرسش به موازات یکدیگر قابل طرح است که علی‌رغم تفاوت پرسش‌ها احتمالاً پاسخ‌های مشترک یا لاقلاً در طول یکدیگر دارند. به طور طبیعی یکی از پرسش‌های اصلی در تحلیل انتخابات یازدهم ریاست جمهوری این است که چرا آقای

روحانی پیروز انتخابات شد؟ اهمیت این پرسش فراتر از یک پرسش طبیعی است که به طور معمول درباره دلیل پیروزی فرد منتخب مردم مطرح می‌شود چرا که با محاسبه «محدودیت‌ها» و امتیازات روحانی در مرحله پیش از انتخابات، نمی‌توان شانس بالایی برای پیروزی وی در انتخابات قائل شد یا لاقلاً روحانی رقبایی داشت که از شانس بیشتری نسبت به او برای پیروزی در انتخابات داشتند همین مسئله است که این پرسش را مهم می‌کند. پرسش دوم این است که چرا علیرغم وجود برخی تفاوتها در بخش‌های گوناگون جامعه که به شکل گیری سه شکاف فعال تحت عنوان شکاف‌های ایدئولوژیک-سیاسی بین سکولارها و اسلامگراها یا اصولگرایان و اصلاح طلب، شکاف توده و نخبه و شکاف جغرافیایی-اقتصادی منجر شده بود، فرد پیروز انتخابات آرایبی تقریباً یکدست در دو شکاف اخیر یعنی نزد توده‌ها و نخبگان و طبقه متوسط شهری و طبقات ضعیف اقتصادی و اهالی روستاها داشت که با توزیع آراء در انتخابات سال ۸۸ و حتی انتخابات سال ۸۴ متفاوت بود. در سال ۸۴ و ۸۸ نامزدها بر اساس مزیت‌هایی که در دو طرف این شکاف‌ها داشتند، آراء بیشتری جذب کردند. (امینی، ۱۳۹۳: ۵۰). به نظر می‌رسد در تحلیل نتایج انتخابات ۲۴ خرداد به عوامل ساختاری و کارگزاری به صورت توأمان باید توجه کرد. نقص برخی تحلیل‌ها این است که به شدت ساختارگرایانه است و چندان نقشی برای کارگزار قائل نیستند درحالی که به موازات توجه ساختار به عامل که در اینجا کنشگران سیاسی است باید توجه کرد.

- گفتمان روحانی

انتخابات سال ۹۲ پیروز گفتمانی نداشت؛ چرا که انتخابات حالت گفتمانی پیدا نکرد و این انتخابات متفاوت با انتخابات ۸۴ و ۷۶ بود. بعد از انتخابات سال ۷۶ یک فضای گفتمانی در جامعه حاکم شد، در سال ۸۴ هم گفتمان عدالت و مردم‌گرایی گفتمان پیروز می‌شود، یعنی در آن انتخابات فرد پیروز نشد بلکه گفتمان‌ها پیروز شدند. اما در سال ۹۲ اینگونه نبوده است و در واقع در این انتخابات بیشتر یک نبرد سیاست ورزی بود تا نبرد گفتمانی و پیروز انتخابات. امروز که بعد از انتخابات صحبت از گفتمان اعتدال می‌شود؛ تفسیر مجدد روی نتایج انتخابات برای ساختن یک گفتمان و تثبیت کردن یک تفسیر خاص از انتخابات ۲۴ خرداد در ذهنیت اجتماعی است. ما چیزی را گفتمان می‌گوییم که مجموعه ویژگی‌ها و نشانه‌های آن بر فضای عمومی جامعه غلبه پیدا کند و به لحاظ اجتماعی بر جامعه مسلط شود، مثلاً در دوم خرداد آراء خاتمی ۲۰ میلیون بود در

صورتی که آراء رقیبان او حدود ۸.۵ میلیون بود و این یعنی یک ذهنیت اجتماعی غلبه پیدا کرده است. در انتخابات سال ۸۴ هم رقابت ۱۷ میلیون و ۱۰ میلیون را داریم، اما در انتخابات ۹۲ اینگونه نیست، مجموعه آراء رقبای تقریباً با آراء فرد پیروز برابر است و فاصله چندانی ندارد و فرد پیروز با کمتر از یک درصد انتخابات را برده است و این یکی از دلایلی است که نشان می‌دهد اتفاق گفتمانی در انتخابات رخ نداده است. حال همین که فضای چند تفسیری بر فضای انتخابات حاکم بود و برخی نتیجه انتخابات را پیروزی اصلاح طلب و برخی پیروزی اصول‌گرایان و برخی نه پیروزی اصول‌گرایان و نه اصلاح طلب و برخی آن را دوم خرداد و... تفسیر می‌کنند و فضای قاطعی نیست، خود نشانه دیگری در شکل نگرفتن فضای گفتمانی در انتخابات دارد. اما بعد از دوم خرداد ۷۶ مسئله آزادی و اصلاحات و همچنین بعد از سوم تیر ۸۴ نیز عدالت و مردم‌گرایی بدون اینکه بخواهد با کار رسانه‌ای به صورت یک برساخته اجتماعی درآید، در فضای عمومی کاملاً احساس می‌شود در حالیکه بعد از ۲۴ خرداد این حالت را نمی‌بینیم. انتخابات سال ۹۲ شبیه انتخابات سال ۸۸ و ۸۰ ریاست جمهوری است. با اینکه فرد پیروز حتی آرای بیشتری از گذشته دارد یعنی احمدی نژاد حدود ۲۵ میلیون رأی در سال ۸۸ نسبت به رأی ۱۷ میلیونی خود در سوم تیر ۸۴ دارد و خاتمی نیز حدود ۲۲ میلیون رأی در سال ۸۰ نسبت به رأی ۲۰ میلیونی دوم خرداد دارد، اما آراء گفتمانی نیست؛ بنابراین چسبندگی زیادی ندارد و بلافاصله در اولین انتخابات بعد از سال ۸۰ یعنی شوراهای دوم در سال ۸۱ اصلاح طلب حتی قادر نیستند مردم را برای مشارکت در انتخابات توجیه کنند و این انتخابات پایین‌ترین سطح مشارکت را دارد و رقبای اصلاح طلب پیروز قاطع آن هستند. در سال ۸۸ با اینکه احمدی نژاد آرای حدوداً دو برابری نسبت به رقیب دارد و پیروز انتخابات است اما چون فضای گفتمانی ندارد، فضای اجتماعی بعد از انتخابات در سیطره و غلبه او نیست. در سال ۸۸ اگر مناظره موسوی و احمدی نژاد را از انتخابات حذف کنیم یا اتفاقی غیر از آنچه اتفاق افتاد در آن مناظره رخ می‌داد، معلوم نبود احمدی نژاد می‌توانست پیروز انتخابات شود. پیروزی احمدی نژاد در سال ۸۴ نیز سیاست ورزانه بود و مناظره موسوی و احمدی نژاد نقطه اوج این سیاست ورزی بودند. با توجه به تجربه انتخابات‌های ریاست جمهوری، همیشه گفتمان‌های پیروز، رقیب گفتمان‌های حاکم بوده‌اند. در دوم خرداد توسعه سیاسی (آزادی) در برابر توسعه اقتصادی (اقتدارگرایی) دوره سازندگی، در سوم تیر عدالت در برابر آزادی و توده‌گرایی در برابر نخبه‌گرایی یا خاص‌گرایی دوره اصلاحات قرار می‌گیرد اما اعتدال، گفتمانی در برابر عدالت نیست. جدیدترین رقیب اصلی

روحانی در انتخابات، قالبیاف بود که با هر تحلیلی از ذهنیت اجتماعی در جناح مقابل اعتدال یعنی افراط یا تفریط قرار نمی‌گیرد. درحالیکه در سال ۷۶ خاتمی نماد آزادی و اصلاحات و ناطق نوری نماد اقتدارگرایی و عدم تغییر بود. در سال ۸۴ احمدی نژاد نماد عدالت و هاشمی در مقابله با عدالت تعریف می‌شد. اساساً گفتمان باید از یک ما به ازای اجتماعی مشخص برخوردار باشد، مثلاً گفتمان عدالت در میان بخش‌های ضعیف و محروم جامعه که از پشتوانه قدرت و ثروت تهی هستند و جریانات اسلام‌گرا دارای ظرفیت و موقعیت است یا گفتمان آزادی در میان نخبگان و جریان عمدتاً سکولار دارای ظرفیت و عقبه اجتماعی است اما برای اعتدال چنین ما به ازای خارجی وجود ندارد. در انتخابات ۹۲ فرد پیروز با کار سیاسی یعنی کنار رفتن عارف و بعد حمایت خاتمی و بعد حمایت هاشمی و از اینها مهمتر عدم ائتلاف رقبای او، پیروز انتخابات می‌شود و هر کدام اینها که رخ نمی‌داد نتیجه با آنچه در ۲۴ خرداد اتفاق افتاد، کاملاً تفاوت می‌کرد. درحالیکه حمایت‌ها و ائتلاف و عدم ائتلاف رقبا نقش چندانی در پیروزی خاتمی و احمدی نژاد نداشت. چون آنها متکی به ظرفیت‌های گفتمانی بودند و از طریق گفتمان شارژ می‌شدند. نتایج انتخابات شوراها خصوصاً در تهران که همزمان با انتخابات ریاست جمهوری بود نشان می‌دهد که در انتخابات فضای گفتمانی شکل نگرفت و گرنه نباید تا این حد نتایج متفاوتی شکل می‌گرفت. مجموعه اصولگرایان در شوراها تنها تا حدی سیاست ورزی معقولی از خود نشان دادند و علیرغم فهرست‌های متفاوت یک ترکیب مشترک در همه فهرست‌های اصلی داشتند که همانها هم رأی آوردند و یک غلبه نسبی بر رقیب پیدا کردند درحالیکه جریان رقیب تنها یک فهرست داشت که نمادهای اصلی آنها یعنی هاشمی و روحانی و خاتمی نیز از آن حمایت می‌کردند. یعنی حتی اگر در انتخابات شوراها سطح سیاست ورزی بالاتر بود و تنها با یک فهرست شرکت می‌کردند، کیفیت پیروزی اصولگرایان بالاتر می‌رفت. در واقع رقابت سال ۹۲ رقابت بین دو دوره مدیریت اجرایی کشور یعنی وضعیت ۸ ساله کنونی و ۱۶ ساله سازندگی و اصلاحات بود که فرد پیروز مدافع دو دوره از مدیریت اجرایی کشور (اصلاحات و سازندگی در مقابل دوره هشت ساله اخیر احمدی نژاد) بود تا اینکه بخواید گفتمان خاصی را نمایندگی کند. یک جور بازگشت به گذشته در برابر وضع موجود بود. (امینی، ۱۳۹۳: ۵۹)

گفتمانها به عنوان یک نظام از معانی در مواجهه با محیط اجتماعی به صورت مجموعه‌ای از نشانه‌ها ترجمه می‌شوند. حال باید دید که آقای روحانی چه نشانه‌هایی را به جامعه داد که مسئله اعتدال در ذهنیت آن برجسته شد؟ کل کاری که آقای روحانی در انتخابات کرد این بود که به طور

کامل با همه امور دوره هشت ساله ریاست جمهوری گذشته مخالفت کرد و حتی یک نقطه مثبت درباره آن نگفت و از همه ۱۶ سال سازندگی و اصلاحات به طور در بست دفاع و تمجید کرد و حتی یک نقطه ضعف از آن دوران ۱۶ ساله بیان نکرد. این خودش ضد اعتدال است که از یک دوره به طور مطلق حمایت و با یک دوره به طور مطلق مخالفت کنید. مگر اینکه دوره ۱۶ ساله را دوره اعتدال بدانید که چه در دوره سازندگی که کار به شورش‌های اجتماعی در چندین شهر و کشور کشید و چه در دوره اصلاحات به خصوص نشانه‌هایی از اعتدال پیدا نمی‌کنید. با این نشانه‌سازی چگونه می‌توان مفهومی به نام اعتدال را در ذهنیت اجتماعی نمایندگی کرد؟ همچنین باید به این مسئله توجه داشت که اداره کنندگان این ۸ سال بر اساس رأی اعتراضی مردم به ۱۶ سال گذشته بر سر کار آمده بودند و بنابراین نمی‌توان گفت که مردم از اعتدال به افراط‌گری چرخش کرده بودند. در واقع روحانی در انتخابات به لحاظ کنش‌های کلامی و غیرکلامی نشان‌هایی را به جامعه نداد که مسئله اعتدال را در ذهن آنها برجسته کند. (ضرغامی، ۱۳۹۲؛ ۸۲)

آرا روحانی سه بخش عمده دارد: بخشی از این آراء جنبه ایدئولوژیک، سیاسی و عاطفی دارد و این آرائی است که مربوط به بدنه اصلاحات می‌شود. بخش دوم آراء روحانی مربوط به طبقه متوسط شهری است که این طبقه یک جمعیت بسیار بزرگی در ایران دارد که در سال‌های اخیر نیز بر تعداد آنان افزوده شده است. آراء این قشر در انتخابات ۹۲ بین اصلاح طلب و قالیباف حالت مشاع داشت و این آراء پایگاه اختصاصی هیچکدام از آنان محسوب نمی‌شد و هر دو قابلیت و توان برداشت از این آراء را داشتند. قبل از مناظره سوم (مناظره سیاسی) سهم قالیباف از این آراء بیش از آقای روحانی بود، اما در مناظره سوم که یک نقطه عطفی در انتخابات بود، مسئله ای مورد چالش قرار گرفت که دغدغه طبقه متوسط شهری بود که آن هم مسئله آزادی است. در واقع طبقه متوسط شهری دو دغدغه دارد، که یکی از این مطالبات و دغدغه‌ها رفاه طلبی و ارتقاء سطح توانایی‌های اقتصادی است؛ به نوعی جاه طلبی اقتصادی هم می‌شود گفت و دغدغه بعدی آن مسئله آزادی است. طبقه شهری به یک سطحی از توانایی‌ها رسیده و نیازهای ضروری و متعارفش تأمین شده و الان می‌خواهد از مازاد درآمد و آن پس‌اندازی که دارد، استفاده کند بنابراین مسئله آزادی برایش مهم می‌شود. در مناظره سوم چالش پیرامون مسئله آزادی شکل گرفت و در واقع تک واژه بحث گازانبر و نزاع میان روحانی و قالیباف پیرامون آزادی، فضا را به نفع روحانی رقم زد؛ بنابراین برداشت روحانی از آراء این طبقه بیشتر شد. بخش سوم آراء روحانی به روستاها و مناطق محروم بر می -

گشت که تا روزهای پایانی انتخابات روحانی را به عنوان نامزد نهایی خود انتخاب نکرده بودند، اما با فضا و موج سیاسی‌ای که به واسطه کنار رفتن عارف، حمایت خاتمی و مخصوصاً حمایت هاشمی که یک نوع شهرت در آن طبقه اجتماعی داشت ایجاد شد، زمینه‌ای را فراهم کرد که آراء به سمت روحانی سوق پیدا کند. (ضرغامی، ۱۳۹۲: ۸۹)

مسیری که روحانی در انتخابات طی کرد، نشان داد که یک سیاستمدار حرفه‌ای است و انتخابات روی کانون بلدی یا نابدلی سیاست چرخید. اما از اینجا به بعد روحانی به یک خط بالاتری از سیاست ورزی احتیاج دارد تا بتواند شرایطش را تثبیت کند، چرا که هیچ عقبه سیاسی، اجتماعی و ایدئولوژیک و عاطفی مربوط به خود که علامت موجودیت سیاسی یک شخصیت سیاسی است را ندارد که بتواند در هم‌اموردی‌های سیاسی و اجتماعی ظرفیت او را بر عهده بگیرد. علاوه بر شکنندگی آراء، روحانی زیر فشار چندین نیروی متعارض است یکی از آن نیروها، مطالبات اقتصادی مردم است که این مطالبات نیز عمومی و فراگیر است و این مطالبه در کوتاه مدت هم راه حل داخلی ندارند. نیروی دوم مربوط به مطالبات سیاسی و فرهنگی جریان اصلاحات است؛ چرا که آنان یک مطالبات سیاسی و فرهنگی دارند و کانون آن نیز مسئله آزادی است. نیروی سومی دیگری وجود دارد که مربوط به مطالبات و خواسته‌های هواداران رقبای روحانی است که اینها نیز عدد بزرگی‌اند و هم وزن خود روحانی آنها هم از پایگاه اجتماعی برخوردار هستند، نکته بعدی هم این است که روحانی خود هم صاحب یک دیدگاهی است که لزوماً با این سه جریان مطابقت ندارد و بعضاً نیز یک نقاط اصطکاکی هم با آنان دارد. تغییر رویکرد روحانی از راه حل‌های صد روزه به گزارش دهی صد روزه از وضعیتی که تحویل گرفته است، به خوبی دغدغه‌ها و نگرانی‌های وی و حامیانش را برای تثبیت آراء شکننده‌اش نشان می‌دهد. (امینی، ۱۳۹۳: ۶۴)

- نقش زبان سیاسی روحانی

بی شک ۲۴ خرداد ۹۲ سر آغاز فصل جدیدی در آرایش سیاسی ایران بحساب می‌آید. همواره چنین بوده که انتخابات و دگرگونی مدیران عالی، عامل بهم ریختگی سیاسی و باز تعریف گروه‌های جدید سیاسی بوده است. آرایش گروه‌ها در سه دهه گذشته دائم در معرض تغییر بوده و صورت‌بندی‌های متفاوتی پیدا کرده است. کشور در سالهای اولیه انقلاب تحت تأثیر دو قطبی، «خط امام» و «غیر خط امام» قرار داشت. نیروهای نزدیک به امام (ره) تحت عنوان خط امام و گروه‌هایی چون دولت موقت، نهضت آزادی، بنی صدری‌ها، خلقی‌ها با گرایش‌های گوناگون در

نقطه مقابل، صف آرایی داشتند. با انزوای جریان‌های مقابل و حاکمیت و یکدستی نیروهای خط امام در نیمه دوم دهه شصت زمزمه اختلافات در درون گروه‌های انقلابی بروز کرد و سرعت فراگیر شد و قطب بندی جدیدی تحت عنوان جریان چپ در مقابل جریان راست شکل گرفت. این تقابل با انشعاب مجمع روحانیون از جامعه روحانیت به اوج خود رسید. دامنه اختلاف حوزه‌های سیاسی را در نوردید و ساحت اقتصاد مثل قانون کار، مالیاتها، ساحت اجتماع، جایگاه عدالت اجتماعی و محرومین، سیاست خارجه و در یک کلام بنیان‌های فکری و ایدئولوژیک را در بر گرفت. چپ‌ها به طرفداران فقه پویا و راستها به سنت‌گرایان، طرفدار فقه سنتی مشهور شدند. زورآزمایی این دو تفکر در میدان مجلس شورای اسلامی بیش از دیگر میادین ظهور و بروز داشت. پیروزی اصلاح طلبان در دوم خرداد ۷۶ باعث شد تا اختلافات سر بر آورده را به جدایی‌های سیاسی تبدیل نماید. چپ پیروز به اصلاح طلب تحول خواه تغییر نام داد و راست مغموم و شکست خورده، اصولگرا نام گرفت. غرور پیروزی برای اصلاح طلبان و حقارت شکست برای اصولگرایان دلیل زایش و تکثر در درون هر کدام گردید. نوگرایان از درون دو گروه سربرآوردند و راه موازی طی کردند. مشارکت و مجاهدین از درون اصلاح طلبان، احمدی نژاد و قالیباف از درون اصولگرایان راه طغیان و نافرمانی تشکیلاتی پیش گرفتند. پویش گروه‌های تحول خواه و نوگرا سنگ بنای انتخابات ۸۴ را گذاشت و از درون آن دیگ جوشان و پر فوران، احمدی نژاد سر برآورد در نتیجه فضای جدید سیاسی شکل گرفت. اصلاح طلبان شکست خورده، به کنار رفتند و اصولگرایان خود را به احمدی نژاد الصاق کردند. پیروزی احمدی نژاد نه فقط شکست جریان اصلاح طلب بود که اعلان مرگ جریان حزبی و نهادهای مدنی و پایان تأثیرگذاری نهادهای سنتی چون جامعه روحانیت، مجمع روحانیون بحساب می‌آمد. سال ۸۸ در ادامه موج سیاسی سال ۸۴ و با رویارویی نیروی اجتماعی نیم بند و تضعیف شده اصلاح طلبان و نیروی سیاسی پر انرژی احمدی نژاد و تمام ظرفیت اجتماعی اصولگرایان تشدید شد و شکاف عمیقی در موازنه نیروهای سیاسی ایران را بوجود آورد. تلاش بسیار شد تا تمامی جریان اصلاح طلب در پس وقایع ۸۸ به سرنوشت گروه‌هایی همچون نهضت آزادی و بنی صدری‌ها و خلقی‌ها در ابتدای انقلاب گرفتار آیند و پرونده شان برای همیشه بسته و بایگانی شود ولی تدبیر عده‌ای از رهبران دور اندیش اصلاح طلب و قدرت گریز از مرکز احمدی نژاد موجب شد تا سوسوی اصلاح طلبان در متن جمهوری اسلامی باقی بماند و خمیر مایه موج سیاسی این روزهای ایران شوند. در فاصله

بین سالهای ۸۸ تا ۹۲ کنش و واکنش‌های سیاسی بسیاری در درون اردوگاه اصولگرایان رخ نمود و زمینه رویارویی‌های جدیدی را بوجود آورد و دامنه اختلاف احمدی نژاد با دیگر گروه‌های اصولگرا از ساحت سیاسی فراتر رفت و رنگ ایدئولوژیک پیدا کرد. در سوی دیگر ظرفیت اجتماعی اصلاح طلبان و میانه‌روها با تکیه بر توان رسانه‌ای و نقش منحصر به فرد آقای‌هاشمی رفسنجانی بر افکار عمومی تأثیرگذار افتاد و ضرورت تغییر و برون رفت از گفتمان حاکم را به خواست اکثریت تبدیل نمود. حالا دولت برآمده از فضای جدید سیاسی در حال آماده شدن جهت تحویل وزارتخانه‌های مربوطه است. بی تردید ساحت سیاست دچار پوست اندازی جدی شده است. زین پس ادبیات جدیدی در فضای سیاسی به گوش خواهد رسید این ادبیات نرم و وفاق‌گرا و تنش‌گریز خواهد بود. آرایش جدیدی شکل خواهد گرفت و رنگ اصلاح طلب و اصولگرایی آن به حداقل خواهد رسید. قالب‌های تنگ و محدود کنونی شکسته خواهد شد و بسیاری از نیروها دچار جابجایی سیاسی خواهند شد. پیام اصلی این شرایط، آن چنان که در نطق روز تحلیف جناب دکتر روحانی تصریح شد؛ آشتی با جهان می‌باشد. رویکردش در مدیریت آن چنان که از ترکیب کابینه هویداست، تخصص‌گرایی و نخبه سالاری و دست‌یابی به رشد علمی، تکنولوژیک و اقتصادی است. رفتارهای افراطی کور در این شرایط جای ندارد و حرکت بر مدار عقلانیت و ویژگی غالب آن می‌باشد. تأکید مکرر جناب روحانی بر مردم، نوید بخش نگرش جدید ایشان است به اینکه حکومت برای مردم می‌باشد، مردم محور حکومت و هدف حکومت می‌باشند، بی توجهی به خواست مردم به نام حکومت، انحراف و کژ اندیشی است. این نگاه می‌تواند موازنه را از اسلام سیاسی به اسلام اجتماعی تغییر دهد. این نگرش دولت را بجای سیاسی، اجتماعی تعریف می‌کند و حاکم را قیم مردم نمی‌پندارد و مردم را نابالغ فرض نمی‌کند با این وصف ما با شرایط کاملاً جدیدی در فضای سیاسی روبرو هستیم که با تجربه برآمده از سه دهه سیاست ورزی و فراز و فرود گروه‌های مختلف؛ شکل‌گیری آرایش جدید با تفاوت‌های شکلی و محتوایی با آنچه در سه دهه گذشته شاهد بودیم دور از انتظار نیست». (وکیلی، ۱۳۹۲: ۴)

نتیجه‌گیری:

برای رویارویی با چالش‌ها متناسب با توضیحات، مسائلی بیان شد. دولت روحانی در وضعیت شکننده و آسیب‌پذیری به سر می‌برد. البته اگر از آنچه گفته شد چنین استنباط شود که به زودی یا مثلاً در انتخابات مجلس دهم رقبای روحانی بر او فائق خواهند آمد و یا حتی آنها از وضعیت بهتری

نسبت به دولت روحانی برخوردارند، گمراه کننده خواهد بود. جریان رقیب دولت روحانی به مشکلات بنیادینی دچار است که اجازه چنین جمع بندی را به ما نمی دهد. در واقع روحانی و دولت روحانی بیش از همه باید به این نکته دلخوش باشند که مهمترین ظرفیت و فرصتش، ضعف رقباى اوست که این مسئله را یکبار در انتخابات یازدهم آزموده است. دولت یازدهم دولتی ضعیف پایه است که در راه تبدیل شدن به «دولت تنهاست». آنچه در ماجرای رفراندوم دهه آخر فروردین ماه سال ۹۳ رخ داد، ظهور و بروز ملی و اجماعی این تنهایی دولت بود. عدد ۷۳ میلیونی و ۹۶/۸ درصدی ثبت نام کنندگان در حکم «دالی» است که بر «مدلول» تنهایی دولت دلالت می کند. چرا که علاوه بر آنان که به روحانی رأی نداده بودند، تقریباً «همه» یا «اکثریت نزدیک به همه» آنهايي که به روحانی رأی داده بودند نیز به درخواست رئیس جمهور و دولت پاسخ منفی دادند. در واقع در رد خواسته رئیس جمهور بین رأی دهندگان به وی و کسانی که وی را انتخاب نکرده بودند، تفاوتی دیده نشد و از همین منظر باید مورد توجه و تحلیل رئیس جمهور روحانی و هاشمی و خاتمی باشد. بنابراین، برخلاف بسیاری از تحلیل ها، نه میلی به درخواست رئیس جمهور و حامیانش، بر «بی اعتمادی» نسبت به دولت یازدهم یا لاقل در مرتبه و وجه اصلی آن دلالت نمی کند، بلکه هر دولت دیگری نیز که در «شرایط» دولت روحانی بود، تقریباً با همین واکنش و واکنشی مشابه به آن روبرو می شد. بنابراین تحلیل این «شرایط» برای مناسبات آینده دولت یازدهم خصوصاً مناسباتی که به روابط مستقیم تر دولت با مردم ارتباط دارد، اهمیت حیاتی دارد. در واقع در رفراندوم دهه سوم فروردین سال ۹۳، مسئله بر سر این بود که بخش های گوناگون جامعه می بایست از آنچه به طور مرتب و ماهانه دریافت می کردند صرف نظر می کردند و در واقع این مسئله به همه پرسى گذاشته شده بود. حالا سؤال مشخصی که باید برای کسانی که دست به این همه پرسى زدند، طرح می شد، این بود که به لحاظ اجتماعی با دولت و رئیس جمهور حاضرند از «نسبت» یا با قرار داشتن در کدام «وضعیتی» و روانشناسی اجتماعی، مردم از این منفعت اقتصادی بگذرند؟ و سؤال دوم از منظر جامعه شناختی این بود که آیا مردم یا بخش قابل توجهی از مردم در چنین نسبتی با دولت و رئیس جمهور بودند؟ به نظر می رسد مردم یا دست کم رأی دهندگان به روحانی در وضعیتی به چنین کاری مبادرت می کردند که بین آنها برقرار باشد تا با این عناصر فرامادی هستند، «ایدئولوژیک» و تعلق «عاطف» و دولت و رئیس جمهور، نسبت بتوان بر محاسبه اقتصادی فائق آمد و صرف نظر کردن از منفعت اقتصادی را توجیه کرد. آنچهانی که عمده صرف نظر کردن های

اقتصادی در زندگی روزمره مردم، ریشه عاطفی (مثل اعلاى آن نسبت پدر یا مادر درباره فرزندان و برعکس یا دوستان نسبت به یکدیگر) یا ایدئولوژیک (مثل اعلاى آن هزینه کردی است مردم به طور خودجوش در برنامه‌های نیز چنین نقشی دارد و «کارکردی» دینی مثل دهه محرم و ... انجام می‌دهند) دارد. البته در کنار این دو مؤلفه، مؤلفه آن عبارت است از اینکه مجموعه‌ای مثل دولت از خود ظرفیت‌هایی در توانایی و کارایی نشان دهد که فرد احساس کند با صرف نظر کردن از این نفع اقتصادی و سپردن آن به دولت، سرجمع نفع اقتصادی بیشتری در آینده نصیب آن خواهد شد. در واقع به خاطر منفعت بیشتر از منفعت اقتصادی کنونی بگذرد. حالا باید به پرسش دوم پاسخ گفت که آیا دولت از این سطوح سه گانه در نسبت با مردم برخوردار بود که انتظار داشته باشد مردم از مبلغ یارانه‌ها که ماهانه و به صورت نقد در اختیار آنها قرار می‌گیرد، صرف‌نظر کنند؟ اینجاست که واقعیت‌ها به این سؤال پاسخ منفی می‌دهند. حرف‌های تر در مقایسه با رقبا «سیاست ورزانه» و متکی به عمل «غیر گفتمانی» رئیس جمهور روحانی در یک شرایط توانست با آرای شگننده رئیس جمهور شود. ممکن شدن تعلق عاطفی بین مردم با رئیس جمهور از رهگذر پیروزی‌هایی گفتمانی بدست می‌آید که نوعی درهم تنیدگی روحی را بین فرد منتخب و مردم به همراه دارد که خاتمی در دوم خرداد ۷۶ و احمدی نژاد در انتخابات سال ۸۴ تا حدود زیادی از آن برخوردار بودند. اما روحانی و دولت منتخب او از این مزیت بی بهره بودند. در این مقاله با استفاده از نظریه گفتمان به بررسی یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری پرداختیم. رویکردهای ساختاری یا طبقاتی تحلیل‌های مفید و پر اهمیتی ارائه می‌کنند، اما صرفاً نمی‌توان به چنین رویکردهایی بسنده کرد. تحلیل گفتمان تا حدی برای روشن کردن برخی زوایای مبهم انتخابات کاربرد دارد. از جمله دستاوردهای این تحقیق نشان دادن تحول و تنوع در گفتمان‌های اصلاح طلبی و اصول‌گرایی است. همچنین گفتمانی می‌تواند در انتخابات پیروز میدان باشد که:

- از مقبولیت و قابلیت دسترس برخوردار باشد
- مطبوعات و رسانه‌های جمعی را حول محور دال مرکزی گفتمان خود سازماندهی نماید.
- دقایق گفتمان‌هایش ساده باشد بطوریکه همه اقشار جامعه آن را درک نمایند.

منابع فارسی:

کتب

- ۱- ضمیران، محمد (۱۳۷۹)، ژاک دریدا و متافیزیک حضور، تهران: هرمس
- ۲- ضمیران، محمد (۱۳۷۸)، فوکو. دانش. قدرت، تهران: هرمس
- ۳- ضرغامی، عزت الله (۱۳۹۲)، مناظرات انتخاباتی ۹۲، تهران: سروش
- ۴- عضدانلو، حمید (۱۳۸۰)، گفتمان و جامعه، تهران: نشر نی
- ۵- فروند، ژولین (۱۳۸۳)، جامعه شناسی ماکس وبر، ترجمه نیک گهر، تهران: توتیا
- ۶- مک دائل، دایان (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر نظریه‌های گفتمان، ترجمه حسین علی نودری، تهران: فرهنگ گفتمان

مقالات

- ۱- امینی، پرویز (۱۳۹۳)، جامعه شناسی سیاسی انتخابات و پسا انتخابات یازدهم، تهران: خبرنامه دانشجویان ایران
- ۲- حسینی زاده، سید محمدعلی (۱۳۸۳)، نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۲۸
- ۳- علی آبادی، گیتی (۱۳۸۸)، انقلاب اسلامی و گفتمان‌های انتخاباتی در ایران، فصلنامه رسانه، شماره ۷۷
- ۴- کاشی، سید محمد رضا (۱۳۸۶)، گفتمان تحلیلی، فصلنامه رسانه، شماره ۶۵
- ۵- وکیلی، محمد (۱۳۹۲)، پیروزی روحانی در انتخابات، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۶۵