



موسسه بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

CENTER FOR POLITICAL MARKETING STUDIES

پنجمین مناظره انتخابات

ریاست جمهوری چهاردهم



فهرست مطالب

| | |
|---|---|
| مقدمه..... | ۱ |
| ۱. فرامتن مناظره پنجم..... | ۲ |
| ۲. آرایش مناظره پنجم: مناظره‌ای بدون آرایش..... | ۲ |
| ۳. عملکرد مناظراتی هر کاندیدا..... | ۳ |
| ۳-۱. جلیلی؛ استراتژی ثابت مدیر آگاه..... | ۳ |
| ۳-۲. قالیباف؛ استراتژی شمشیر انداخته..... | ۳ |
| ۳-۳. پزشکیان؛ استراتژی بی‌رمق و آشفته..... | ۴ |
| ۳-۴. پورمحمدی؛ مناظره خارج از مناظره..... | ۴ |
| ۳-۵. زاکانی؛ مناظره در حاشیه مناظره..... | ۵ |
| ۳-۶. قاضی زاده هاشمی؛ استراتژی حامی فعال..... | ۵ |
| ۴. جمع‌بندی..... | ۶ |

پنجمین مناظره انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم

مقدمه

مرور انتخابات ریاست جمهوری گذشته به خصوص از سال ۱۳۸۴ به بعد نشان می‌دهد که مناظرات عرصه خوبی برای تقویت و بازنمایی کنترل شده ظرفیت‌هاست. چنانکه مناظرات ۱۳۸۸ و ۱۳۹۲ در خاطرات جمعی به صورت تقریباً واضحی به یاد مانده است. مناظرات اساساً می‌تواند (۱) فضای رقابت را تشدید نماید و رأی‌دهندگان را به مشارکت ترغیب کند، (۲) تمایزات را نشان داده و امکان انتخاب را تسهیل نماید، (۳) مسئله‌سازی کرده و امکان مقایسه راه‌حل‌ها را فراهم آورد و (۴) شناخت را شکل داده و تصویرسازی نماید. البته کاندیداهایی می‌توانند از چنین ظرفیتی برخوردار گردند که دارای توان رتوریک سیاسی باشند، در واقع لازم است کاندیدا فارغ از توانمندی مدیریتی و اجرایی، سخنور خوبی باشد و از اطلاعات کافی نیز برخوردار باشد. به این جهت بررسی مناظرات می‌تواند در ضمن ارائه ارزیابی واقع‌بینانه از کاندیداها، آرایش و گفتمان سیاسی ایشان را مشخص نماید و این امکان را برای رأی‌دهندگان فراهم کند که بدون غلبه فضای کلامی-اقتناعی به صورت منطقی تصمیم بگیرند و همچنین کاندیداها و مشاورانشان می‌توانند در ضمن ارزیابی عملکرد خود و دیگر کاندیداها، نسبت به اصلاح کنشگری و بهبود تصویر خود اقدام نمایند. در همین خصوص هسته بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق علیه السلام در جهت تحقق رسالت خود، بهبود نظام انتخاباتی ایران، می‌کوشد تحلیل واقع‌بینانه و غیرجانبدارانه‌ای در چارچوب علم بازاریابی سیاسی از این رخداد منحصر بفرد ارائه نماید.

مناظره پنجم در محور اقتصادی در حالی برگزار شد که شب گذشته و در خلال مناظرات چهارم تنش در میان کاندیداها پررنگ شده بود و این موجب افزایش بسامدها به مناظرات گردید. واقعیت آن است که مناظرات قالبی چالشی دارند و اساساً مخاطبین از این سازوکار انتظار حرف‌های جالب، آهنگین، وعده‌های خاص و نقل و قول‌های بکر دارند، آنچه ما در این مناظرات کمتر شاهد بودیم. حال آنکه مناظره پنجم بیش از مناظرات گذشته حالت یکنواخت به خود گرفته بود و افراد تلاش داشتند بازی صفر-صفر تمام شود. واقعیت آن است که هیچگاه بازی انتخابات، صفر-صفر نیست بلکه بازنمایی بیرون از مناظره کارکرد اساسی‌تر پیدا می‌کند و به هر حال به روی کارآمدن یک منتخب می‌انجامد. اما تاریخ مناظرات و عبرت‌های گذشته برای برخی از کاندیداها از جمله آقای قالیباف و آقای جلیلی اقتضاء می‌کرد که بی‌گدار به آب نزنند و محتاطانه از سبد رای خود حراست کنند به امید آنکه تغییرات خارج از مناظره به نفع ایشان باشد.

۱. فرامتن مناظره پنجم

در این مناظره که در فاصله کوتاهی از مناظره چهارم برگزار می‌شد علاوه بر تغییراتی که از مناظره قبل شاهد آن بودیم (کوتاه شدن زمان مناظره و دو مرحله‌ای شدن مناظره به جای سه مرحله‌ای بودن) شاهد تغییرات فنی و شکلی نیز بودیم، برای مثال در این مناظره علی رغم شب‌های گذشته سوال‌ها توسط مجری (آقای خسروی) ارائه می‌شد و در عین حال نمایشی از افکارسنجی مرکز تحقیقات صدا و سیما در خصوص دغدغه‌های مردم را شاهد بودیم. فضای مناظره به خاطر تغییر زمان مناظره، تم روز (برخلاف مناظرات قبلی که تم شب داشت) داشت. پس از مرحله اول نیز شاهد پخش ۲۰ دقیقه خبر ساعت ۱۴ شبکه یک بودیم. همه این تغییرات در کنار خستگی باقی مانده از شب گذشته باعث شده بود که مناظره پنجم برخلاف مناظره چهارم، فضای آرام و یکنواختی را داشته باشد.

بررسی مناظرات به صورت کلی نشان داد که تعدد مناظرات و همچنین طولانی بودن آنها از کیفیت مناظره می‌کاهد و موجب آن می‌شود که فضای رقابت که سال‌های قبل تا حدودی وابسته به مناظرات بود کم فروغ شود. البته این فرم از مناظرات چالش‌های جدی دیگری نیز داشت که پس از انتخابات مجال بررسی آن وجود خواهد داشت.

۲. آرایش مناظره پنجم: مناظره‌ای بدون آرایش

آرایش این مناظره آرایش مشخصی نداشت، اگرچه به ظاهر شکل خفیفی از آرایش ۲_۴ مناظره قبل را شاهد بودیم، اما کاهش هم‌افزایی‌ها و احتیاط نامزدها برای حفظ فاصله گفتمانی و سبب رای موجب شد که تعاملات ایشان نیز کاهش یابد و به درستی فاصله ایشان از هم مشخص نگردد، اگر به گذشته استناد کنیم باید بگوییم که مناظره ۲_۴ باقی ماند، اما اگر ملاک‌مان وضعیت کاندیدا در تک مناظره باشد، ایشان بی‌آرایش بودند و هرکدام در یک جهت تلاش داشت. جالب آنکه تیم دونفره پزشکیان_پورمحمدی نیز برخلاف مناظرات قبل چندان هم‌افزا نبودند، آقای پورمحمدی سعی داشت زمین بازی را مانند روحانی ۹۲ عوض کند، اما کلی گویی‌ها، تصویر نامناسب و شخصیت چندبعدی او مانع می‌شد، پزشکیان نیز مانند شب‌های گذشته آشفته بود و حتی از متن آماده شده نیز نمی‌توانست ارائه خوبی از خود نمایش دهد، به هر حال تمایز پزشکیان نه در مناظرات که در کشنگری‌های بیرون از صدا و سیما رغم می‌خورد (البته به غیر از میزگرد سیاست خارجی و حضور وزیر خارجه اسبق).

۳. عملکرد مناظراتی هر کاندیدا

۳-۱. جلیلی؛ استراتژی ثابت مدیر آگاه



سعید جلیلی مانند همیشه‌اش بود، او توانایی نمایش آنچه هست را ندارد، اگرچه برنامه‌ها و طرح‌های متعددی دارد و تجربه بسیاری به دست آورده ولی نمایش او به مانند انتخابات ۹۲ بود. جلیلی استراتژی ثابت یک مدیر آگاه را دارد و این استراتژی اگرچه

بدنه رای دهندگان وفادار را راضی می‌کند اما موجب تقویت این بدنه نمی‌شود و نمی‌تواند رقابت قوی را شکل دهد. به هر حال ایشان تلاش کرد آنچه مدنظر دارد را در گفتگو با دوربین بیان کند، اما برای مخاطبین اینگونه مناظره کردن با برنامه «با مردم» چندان تفاوتی نداشت. جلیلی همچنان تلاش داشت که از تنش‌های مناظره قبل فاصله بگیرد و خود همیشه‌گی‌اش باشد.

۳-۲. قالیباف؛ استراتژی شمشیر انداخته

استراتژی انتخابات ۸۴، ۹۲ و ۹۶ نشان داده بود که مناظرات بیشترین ضربه را به سبد رای قالیباف می‌زند، از همین رو داشتن اعتماد به نفس و عدم ورود به فضای چالشی یک استراتژی ضروری برای او بود. اگرچه مدام تلاش داشت که از دستاوردهای شهید رئیسی دفاع کند، اما تلاش می‌کرد که حامی وضع موجود نیز نباشد و با بیان وعده‌هایی امید تغییر را در دل‌ها ایجاد کند. آقای قالیباف در این مناظره به استراتژی مناظره اول برگشت و استراتژی شمشیر انداخته را اتخاذ کرد، او تلاش داشت تا با بیان برنامه‌هایش و اتخاذ رویکرد فرد پیروز بر اجماع تاکید کنند و عنوان کند که قادر است ۵ نفر دیگر را نیز مدیریت کند و به این ترتیب تصویر یک مدیر قوی را از خود نمایش دهد. به همین مناسبت نیز در تلاش بود تا از بقیه تایید بگیرد، آنچنان که به آقای زاکانی و حتی آقای پورمحمدی ارجاعاتی داد. به هر حال قالیباف امیدوار است کمپینش و دستاوردهای اجرایش بتواند رای خوبی برای او به ارمغان بیاورد.



۳-۳. پزشک‌یان؛ استراتژی بی‌رمق و آشفته

استراتژی پزشک‌یان مانند مناظرات قبل بی‌رمق بود، او حتی به میزان مناظرات قبل اوج نگرفت و تاحدودی خسته به نظر می‌رسید، اگرچه تلاش داشت که پاسخ همه سوالات در تخطاب با خودش را بدهد، اما نمی‌توانست از متن آماده شده به خوبی استفاده کند، در واقع آنجایی که پزشک‌یان خودش بود، توانمندتر بود، اما ارائه‌های آماده شد نقطه ضعف او بود، حال آنکه مطالب ارائه شده کلی بود و روخوانی کتاب‌گونه آقای پزشک‌یان مانع از برقراری ارتباط مخاطبین می‌شد. متأسفانه مناظرات یک آسیب جدی داشت که چندان در تعیین نتیجه آرای افراد موثر نبود و کنشگری افراد بیرون از مناظرات و بلوک‌بندی‌های اجتماعی و آرای سنتی تاثیر بیشتری دارد و از همین رو نیز روند رشد رای آقای پزشک‌یان صعودی است. به هرحال استراتژی آقای پزشک‌یان واضح نبود و آشفتگی در آن احساس می‌شد.



۳-۴. پورمحمدی؛ مناظره خارج از مناظره

مناظره آخر بدترین مناظره پورمحمدی بود، کلی گویی‌های او و از دست دادن ظرفیت‌هایش در شب‌های گذشته حتی سوال‌های او را نیز از سوی کاندیداهای دیگر بی‌پاسخ گذاشت و موجب شد که آقای پورمحمدی از زمین بازی خارج شود. در واقع آقای پورمحمدی یک مناظره تک نفره داشت، مناظره قبل و بعد از او روند ثابت و یکنواختی داشت و اصلاً جایی برای ارائه ایشان نبود، پورمحمدی نه تنها به چارچوب‌های طرح شده الزام نداشت، بلکه مدام کلی گویی می‌کرد و بر حرف‌های تکراری و غیرمتمایز خود اصرار داشت. به این جهت استراتژی او در مناظره آخر، مناظره خارج از مناظره بود.



۳-۵. زاکانی؛ مناظره در حاشیه مناظره



زاکانی پس از حملات پزشک‌پسندان در مناظره سوم و اظهار نظر درباره اینکه «نخواهم گذاشت رئیس جمهور بشوی» و پاسخ سریع و صریح آقای پزشک‌پسندان از دور مناظرات خارج شد و اعتماد به نفس خود را از دست داد. اگرچه تاحدودی در مناظره چهارم سعی در احیای تصویر خود داشت و در گوشه‌ای از مناظرات وارد شده بود، اما ظاهراً جمع‌بندی او باعث شد

که جلوتر نیاید و در همان گوشه باقی ماند. ایشان بر تصویر مبارزه با فساد خود اصرار داشت و تلاش داشت با اقدامات نمادینی مانند نمایش کارت زرد و قرمز این موقعیت را از آن خود کند، حال آنکه این دست از اقدامات زمانی اثرگذار است که در متن مناظرات حضور می‌داشت و کاندیدای پیش‌رو می‌بود، چنانکه آقای روحانی در سال ۹۲ از این تکنیک‌ها بهره برد. به هر حال شیب نزولی زاکانی در دو مناظره آخر می‌تواند حتی پایانی برای داستان «تانک انقلاب» باشد.

۳-۶. قاضی زاده هاشمی؛ استراتژی حامی فعال



قاضی‌زاده که روند بسیار خوبی را از شب‌های گذشته آغاز کرده بود اما در نوبت دوم از مرحله نخست ضعیف‌ترین ارائه را از خود داشت و با طرح بحث پیرامون موضوعاتی مانند حوادث زاهدان، موجب نزدیک شدن به خطوط قرمز امنیت ملی شد. به هر حال دفاع او از دولت شهید رئیسی ادامه داشت اما موفق عمل

نکرد، شاید استراتژی اجماع اقتضا می‌کرد چنین نمایشی داده شود. به هر حال ایشان استراتژی حامی فعال را داشت اما مانند شب‌های گذشته روند منطقی را پیگیری نکرده بود و این استراتژی بیشتر به استراتژی‌های ایشان در سال ۱۴۰۰ شبیه بود.

۴. جمع‌بندی

مناظره آخر به صورت کلی قرار بود جمع‌بندی مناظرات گذشته باشد و به نظر با توجه به چالشی نبودن مناظرات گذشته (البته تاحدودی مناظره چهارم چالشی بود)، می‌بایست این مناظره اوج گفتگوها باشد و بتواند بازار رقابت را داغ کند، اما این مهم چندان محقق نشد. در این مناظره همه به مساوی رضایت داده بودند و تلاش داشتند با حرکت‌های کوتاه بُرد، از تصویر و سبب رای خود حراست کنند. اگر چه گاهی رفت و برگشت‌های چالشی میان آقایان زاکانی و قاضی‌زاده با پزشک‌ها وجود داشت، اما این رفت و برگشت‌ها چندان اثرگذار نبود و این امر می‌تواند موجب گردد که سبب رای ایشان پس از مناظرات چندان تفاوت نکند. آقای قالیباف نیز ترجیح داد که مسیر آغاز کرده را با اطمینان تمام کند و انتخابات گذشته نیز چنین اقتضایی برای ایشان داشت. در این بین آقای جلیلی سعی داشت که تنش مناظره قبل تکرار نشود و با اعتماد به نفس در این مناظره شرکت کرد، ایشان مانند گذشته ترجیح داد مونولوگ کند و گاهی با دوربین سخن بگوید، از این رو به نظر مناظره آخر چندان تغییر مثبتی نیز در سبب ایشان نداشته باشد. به هر حال مرتفع نشدن انتظارات مردم از مناظرات می‌تواند موجب کاهش میزان مشارکت گردد و این مهم اگرچه در ابتدا با گمانه‌زمانی‌ها در خصوص پدیده مناظرات و همچنین پس از شهادت شهید رئیسی، تا حدودی موجب افزایش درصد مشارکت کنندگان شد، اما به مرور پس از آنکه دیده شد مناظرات پدیده‌ای ندارد و متاثر از حوادث متعددی چون ظهور دوباره کابینه آقای روحانی در اطراف آقای پزشک‌ها، توهین مشاور فرهنگی آقای پزشک‌ها (فاضلی) به کارشناس میزگرد فرهنگی (آقای اسفندیاری) و بینندگان، توهین مشاور یکی از کاندیداها به مردم اصفهان و کاشان، افشاگری‌هایی در خصوص کرسنت و اسناد اس اف ا و دیگر حوادث، بر شمار شرکت کنندگان مردم افزوده و از شمار مشارکت کنندگان قطعی کاست.



شماره مسلسل: ۰۳-۲۰۱۲

پست‌بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

کد اثر: ۱۴۰۳۰۹۱۴

عنوان گزارش: تحلیل پنجمین مناظره انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم

تهیه کنندگان: حسن وکیل زاده، مصطفی آقاجانی، سعید نادری اصل

استاد هادی: دکتر محمدامین باقری

واژگان کلیدی: انتخابات، ریاست جمهوری، مناظره، بازاریابی سیاسی

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۴/۵