



موسسه بازاریابی سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

CENTER FOR POLITICAL MARKETING STUDIES

# شمین مناظره انتخابات

## ریاست جمهوری چهاردهم

(مرحله دوم)



## فهرست مطالب

- مقدمه ..... ۱
۱. فرامتن مناظره ششم ..... ۱
۲. عملکرد مناظراتی هر کاندیدا ..... ۲
- ۱-۲. جلیلی؛ زبان ثقیل مناظره ..... ۲
- ۲-۲. پزشکیان؛ استراتژی رقیب هراسی ..... ۳
۳. جمع‌بندی ..... ۴

## ششمین 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.

پس از برگزاری چند مناظره کم رفق و غیرچالشی در دور اول، مناظره نخست دور دوم انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم در سطحی متفاوت برگزار شد. رقابت دو نفره اساساً محل نزاع را معین‌تر کرده و مانع از محافظه کاری آنها گردید. مناظره با ریتمی نه چندان تند آغاز شد و با آهنگی تند و گفتگویی چالشی پایان یافت.

### ۱. فرامتن مناظره ششم

طراحی مناظره از سوی رسانه ملی به صورتی بود که تا حد ممکن از شدت گرفتن مناظره بکاهد؛ مناظره در همان استودیو قبلی برگزار شد، صندلی هر نامزد پشت یک میز مجزا، با فاصله از یکدیگر و مجری، به گونه‌ای قرار گرفته بودند که عملاً آنها را پاسخگوی مجری کند. این چینش که ظاهراً برگرفته از مناظرات انتخاباتی در امریکا است، نقش کلیدی را به مجری به عنوان نماینده مردم می‌دهد، امری که در عمل اتفاق نیفتاد، چه اینکه در

مجری اختیار و توان لازم برای اجرای این مهم دیده نمی‌شد. مناظره همانطور که پیش بینی می‌شد در موضوع سیاست خارجی به چالشی‌ترین بخش خود رسید. رفتار انتخاباتی اخلاق مدار سعید جلیلی مانع از ورود مناظره به یک چالش جدی شد اما سؤالات مستقیم و ورود مکرر پزشک‌یان در سخن جلیلی، ضرب آهنگ مناظره را تند کرده بود. در این مناظره مجری نیز تلاش داشت با ورود در کلام نامزدها، آنها را در پاسخگویی به سؤال جهت بدهد، امری که با توجه به عدم وجود تجربه قبلی، تا حدی نپخته و نادرست از آب در آمد. مضمون سؤالات به ویژه سؤالات ابتدایی نیز علامت سؤال مهمی را در ذهن مخاطب ایجاد کرد چه اینکه، جنس سؤالات مسیر مناظره را مشخصاً برای یک نامزد هموار کرده بود.

## ۲. عملکرد مناظراتی هر کاندیدا

### ۲-۱. جلیلی؛ زبان ثقیل مناظره

جلیلی در این مناظره مثل گذشته بر حفظ چارچوب منطقی و ارائه برنامه خود متمرکز بود و تلاش داشت با این نقطه برتری خود، رقیب را به چالش بکشد. با این حال، جلیلی، بخش زیادی از وقت خود را ناخواسته در پاسخگویی به سؤالات پزشک‌یان هدر داد، امری که با توجه به زبان نخبگانی او و زبان ساده پزشک‌یان، عملاً موفقیت او در این مناظره را کاست. همچنان زبان ثقیل جلیلی مانع از ارتباط او با توده مردم است. زبان جلیلی

زبان تبیین است و مقام تبیین مقام دفاع است و ایستادگی در این موضع در مناظره که یک امر دو طرفه است او را به لکنند انداخت. اگر تبیین به صورت فعالانه انجام نشود مخاطب احساس انفعال در طرف مقابل خواهد کرد.



جلیلی در سراسر مناظره از رقیب خود با احترام یاد کرد و با ایستادگی بر چارچوب اخلاقی خود، نشان داد

چیزهایی مهمتر از انتخابات نیز وجود دارد. جلیلی در چارچوب بازاریابی سیاسی دینی سعی میکرد هم اخلاق محوری و هم برنامه محوری را در عرصه رقابت انتخاباتی عرضه کند و بدون هیچ حرص و طمعی برای رسیدن به قدرت، به هر دستاویزی متمسک نشود؛ هرچند که شاید در میزان آراء به سود او هم تمام نشود. با این حال،

جلیلی در این مناظره نیز به مانند مناظره چهارم دور اول، نشان داد، برای آنکه تبدیل به یک مناظره‌گر موفق شود نیازمند تحریک از سوی رقیب است. جلیلی در این شرایط هم زبان گفتار بهتری پیدا کرده و هم زبان بدنش بیشتر به کمکش می‌آید. در نتیجه او در یک سوم پایانی مناظره با شیوه‌ای متفاوت با رقیب چالش کرده و او را وادار به اشتباهات مهلکی کرد. در کنار این، جلیلی در این مناظره در چند نقطه موفقیت‌های خوبی کسب کرد؛ او در برابر تحریک شکاف قومیتی پزشک‌پز، ضمن داشتن ایده و بیان خوب، سوء استفاده از آنها برای اخذ رای را مذموم دانست و تا حدی تلاش پزشک‌پز را ناکام گذاشت و مواضع قومیتی او را موسمی دانسته و به ایام انتخابات گره زد.

جلیلی در سیاست خارجی بدون ترس و لکنت دیدگاه خود را بیان داشت و در برابر فشار سنگین پزشک‌پز که با پی در پی خطاب قرار دادن او می‌خواست از او گاف بگیرد، آنقدر بر موضع خود اصرار کرد تا رقیب مجبور به بیانیه خوانی بی حاصل در پایان گردد. جلیلی همچنین تا حدی توانست برنامه نداشتن رقیب را به عنوان نقطه ضعف او به تصویر کشیده و با اصرار بر آن رقیب را نیز کلافه کند. جلیلی در این مناظره فرصت خوبی برای بهره‌مندی از استراتژی مظلوم‌نمایی داشت که از آن به خوبی بهره‌برد. در مجموع، اشکال اصلی جلیلی در این مناظره آن بود که تلاش داشت تا به جای آنکه مخاطب را اقناع کرده، رقیب را اقناع کند و به همین دلیل زمان زیادی را از دست داد. سبد رأی جلیلی ایدئولوژیک است و به همین نسبت قابلیت جذب رأی سخت‌تری دارد و ایشان برای جذب دهک‌های پایین جامعه نیازمند حرف‌های ساده‌تر و وعده‌های معیشتی با اعداد و ارقام ساده، صریح و روشن است.

## ۲-۲. پزشک‌پز؛ استراتژی رقیب‌هراسی

استراتژی پزشک‌پز در این مناظره منطبق بر راهبرد کمپین او «رقیب‌هراسی» بود. استراتژی‌ای که سالهاست جریان اصلاح طلب از آن بهره‌می‌برد. با این حال، او ابتدا در موضعی انفعالی مناظره را آغاز کرده و تلاش کرد



فضای سنگین بیرون علیه خود در خصوص افزایش قیمت بنزین و مسأله مولوی عبدالحمید را پاسخ دهد. امری که به نظر می‌رسد در مورد اول ناموفق بوده و در مورد دوم سبب شد تا تعداد بیشتری خطای کانال او را مشاهده کنند. پزشک‌پز خوش شانس بود که جلیلی از این انفعال او بهره لازم را

نبرد. سپس، زیرکانه با استراتژی مظلوم‌نمایی نسبت به شعاری که علیه او داده شده بود ادامه داد و تلاش کرد تا تدریجا با بالا بردن نزاع، تصویری ترسناک از رقیب را به مردم ارائه دهد. پزشک‌ها که با کمک سؤالات ابتدایی مجری به سرعت خود را در قامت معترض به وضع موجود قرار داده بود، تلاش کرد تا با افزایش رادیکالیسم آراء خاکستری را به سود خود به میدان آورد. او همچنین با تجربه موفقی که در دور اول انتخابات داشت همچنان به سبد رأی سنتی و مذهبی چشم دوخته است و از سوی دیگر متوجه است که قابلیت جذب بخش زیادی از آراء سبد قالیباف که بیشتر طیف نواصولگرایان هستند را داراست.

او با استفاده مکرر از واژه قفس تلاش کرد تا در موضوعات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی سیاست‌های نظام را به چالش کشیده و خود را در مقام معترض تعریف کند. پزشک‌ها در این مناظره نیز با بیانی ساده مشکلات مردم را گفت و در مقام بیان راه حل با کلی‌گویی تلاش کرد راه حل رقیب را نقد کند. پزشک‌ها در این مناظره با سؤالات پی در پی تمرکز رقیب را نیز برهم زد و توانست با جهت‌دهی مناظره وقت او را نیز مدیریت کند. زبان بدن پزشک‌ها یکی از مهمترین عناصر موفقیت او در مناظرات است که در این مناظره نیز یاریگر او بود. با این حال، حملات جلیلی در راند آخر مناظره به شدت او را کلافه کرده و تمرکز او را گرفت. امری که سبب شد پزشک‌ها ناخواسته جملات یا عباراتی را بیان کنند که در حالت عادی از آن‌ها نداشت. تعبیر نامناسب درباره شهید سلیمانی و درخواست اعدام برای رقیب، دو خطای بزرگ پزشک‌ها در این مناظره بود. با این همه، پزشک‌ها همچنان فاقد ایده‌ای جایبی است و جز بیانات کلی و نقدهای فراوان به نحوه اداره کشور، چیزی برای ارائه ندارد.

### ۳. جمع‌بندی

در مناظره نخست دور دوم، پزشک‌ها دو بخش رأی را هدف گرفته بود؛ آراء قالیباف، آراء خاموش. او با بحث‌های اعتراضی و رادیکال به دنبال آراء خاموش بود و با استفاده از شیوه کمپین قالیباف در تخریب برنامه داشتن جلیلی، تلاش داشت از سبد قالیباف بردارد. با این حال، جلیلی، با اینکه در دقایق بسیاری گرفتار بازی پزشک‌ها شد، اما با حفظ چارچوب شخصیت خود در مناظره و ارائه تصویری کارشناس و با اشراف نسبت به مسائل، تلاش کرد تا هرچند با سختی برای خود رأی‌ای جایبی بسازد. اما در پاسداری از سبد رأی فعلی، احتمالا جلیلی توفیق بیشتری داشت. پزشک‌ها با خروج از قالب قبلی خود، برای کسب آراء خاموش، بخش آراء سنتی و مذهبی خود را سست کرد. با این همه، منازعه سیاسی امری است که احتمالا مخاطب را از میدان انتخابات دور خواهد کرد. امری که در دور نخست نیز نتایج آن مشاهده شد.



امشب آخرین مناظره انتخابات ۱۴۰۳ است. با توجه به اینکه فقط یک روز پس از آن فرصت تبلیغ وجود دارد، برنده کسی است که مناظره آخر را از آن خود کرده و در زمان باقی مانده دستورکارهای محقق شده در مناظره را عملیاتی کند. جلیلی برای موفقیت در این مناظره باید استراتژی‌های موفق پزشک‌یان را با همان استراتژی خنثی کرده و شیوایی کلام خود را با ابزارهای کمکی مانند نمودار، عکس و .. تقویت کند. جلیلی باید خود را از موضع انفعال خارج کرده و تلاش کند با طرح سؤالات متعدد زمینه بازی را تعیین کند. او نباید در دام پاسخگویی به سؤالات پزشک‌یان بیفتد. پزشک‌یان نیز برای موفقیت احتمالا به سطح بالاتری از رادیکالیسم ورود خواهد کرد.



شماره مسلسل: ۰۳-۲۰۱۳

بازار آرایه سیاسی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع)

کد اثر: ۱۴۰۳۰۹۱۵

عنوان گزارش: تحلیل ششمین 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، بازار آرایه سیاسی

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۴/۱۲