



## راه میانبر برای شناخت نامزدها

دکتر حسن بشیر- دانشیار دانشگاه اسام  
صادق (ع)- هر چند به نحوه برگزاری مناظره‌ها در انتخابات ریاست جمهوری انتقاداتی دارد و برخی مطالب مطرح شده توسط کاندیداها و فرم جدلی مناظره‌ها را نامناسب می‌داند، اما معتقد است به‌عنوان یک تجربه نوپا، با وجود اشکالات، مناظره‌ها می‌توانند راه مناسبی برای شناخت رأی دهندگان از کاندیداها باشند و در آینده می‌توان امیدوار بود که مناظره‌های انتخاباتی به‌نیات ساختاری برسند. گفت‌وگوی ما با این استاد دانشگاه از نظر تان می‌گذرد:

### ■ تأثیر و جایگاه سه مناظره تلویزیونی را بر انتخابات ریاست جمهوری چگونه ارزیابی می‌کنید؟

قطعاً هر مناظره یا گفت‌وگویی درباره موضوع مهمی مانند ریاست جمهوری تأثیرات خودش را در جامعه خواهد گذاشت. اما باید دید که این تأثیر به چه شکلی می‌تواند صورت گیرد. تأثیر منفی و مثبت را نمی‌توان به شکل قطعی و صفر و یک مطرح کرد. بی‌تردید تأثیر حالت یک طیف دارد که از کم تا زیاد طبقه‌بندی می‌شود. به نظر می‌رسد که با وجود نوپا بودن بحث مناظره‌ای در جمهوری اسلامی ایران، مردم نه‌تنها طالب این مناظرات هستند، بلکه علاقه‌مند یکی از دلایل آن، نداشتن شناخت کافی مردم از نامزدها است که در این گفت‌وگوها حداقل می‌توانند با نگاه و نظرات آنان آشنایی پیدا کنند. این خودش به معنای نوعی «جدا افتادگی» و «گسست مردمی» میان نامزدها و مردم است. حتی رئیس جمهوری کنونی در این مناظرات تلاش می‌کند که اقدامات خودش را مطرح و از آنها دفاع کند. این خود به معنای این است که هنوز این فعالیت‌ها به شکل مناسب در میان مردم مطرح نشده است. بحث بعدی در این زمینه مسأله درجه تأثیر است. این درجه بشدت به شیوه گفتمان‌سازی نامزدها و درجه علاقه‌مندی جامعه به آن گفتمان مزبور بستگی دارد. متأسفانه مناظرات از آغاز در یک بستر هیجانی، بحران‌سازی و اعتراض متولد شدند. این شیوه از گفت‌وگو، گفتمان‌هایی شامل: دروغ‌گویی، فساد بیش از حد، ناکارآمدی، ناتوانی و مانند آن را بشدت مورد تأکید قرار داد و به عبارتی برجسته و هژمونیک ساخت. مسأله دیگری که مطرح شده است بحث جایگاه مناظرات است. هم‌اکنون به نظر می‌رسد که اهمیت یا ضرورت این جایگاه بشدت مورد تردید قرار گرفته است. با وجود اینکه جامعه گاهی به مسائل منفی و انتقادی و اعتراضی علاقه‌مند است، اما علاقه‌مند نیست که این مسائل به سیاه‌نمایی کامل از نظام اسلامی است و طبیعی است که اشکالاتی متوجه آن باشد، اما سیاه‌نمایی کامل در این زمینه قطعاً ضربه بحران‌ناپذیری به اصل نظام وارد خواهد کرد. اینجاست که مسأله جایگاه مناظرات به یک وضعیت غیر مطمئن تبدیل شده است. اتفاقاً تغییر شیوه‌های مناظرات از دو نقره به چند نقره و مباحث مربوط به شیوه سؤال کردن و غیره، نشان دهنده نوعی از تجدید نظر در اصل مناظرات و شیوه طراحی آن است که معلوم نیست در آینده بتواند جایگاه خود را بخوبی حفظ کند.

■ **مهم‌ترین نقاط قوت و ضعف مناظره‌های این دوره از انتخابات را از منظر رسانه‌ای چگونه می‌بینید؟**  
به نظر می‌رسد که رسانه‌ها و بویژه شبکه‌های اجتماعی با تمام قدرت در صحنه انتخابات حضور داشتند. کاربران و ارتباط‌گران شبکه‌های اجتماعی بیشترین مشارکت را داشتند و این به معنای این است که جامعه خود را درگیر یک امر مهم به نام «انتخابات» کرده است. بدیهی است آنچه محصول این حرکت بود نهادینه‌تر شدن انتخابات و تبدیل آن به یک «دال اساسی» برای کل نظام اسلامی است و این خود بسیار حائز اهمیت است. مسائلی دیگر از قبیل ضعف و قدرت مناظرات در سه‌گانه گفتمانی انتخاباتی معنا یافته‌اند و این خودش یعنی علاقه‌مندی و وابستگی هر چه بیشتر مردم به مسأله انتخابات و اهمیت آن در ساختار قدرت و آینده سیاسی و اجتماعی ایران. بدیهی است که در هر بحثی نقاط ضعف و قوت وجود دارد. رسانه‌ها نیز تلاش کردند که به شکل‌های مختلف این نقاط را منعکس کنند. اما مهم‌تر از آن به نظر می‌رسد نگاه‌های غیر حرفه‌ای که شامل سوگیری‌های فراوان، سخنان بی‌منبع، تحلیل‌های ناقص و مانند آن در رسانه‌ها وجود داشتند. بدیهی است که در کنار این نگاه غیر حرفه‌ای، برخی سخنان و تحلیل‌های قابل توجهی نیز مطرح شده‌اند که اگر چه فراوان نیستند اما قابل توجه بوده‌اند.

■ **آیا به لحاظ شکلی رویارویی ۶ نامزد در زمان سه ساعت و با پرسش‌هایی که مجری مطرح می‌کرد مناسب بود؟**  
ما در رابطه با مناظرات در دوران گذار هستیم. به عبارت دیگر، کشور و مسئولان رسانه‌ای و حتی سیاسی راه حل‌های مختلف را دارند مورد آزمون قرار می‌دهند و طبیعی است که هر چه تجربه‌ها در این زمینه بیشتر شود، قطعاً کشور به یک روش مناسبی در این زمینه خواهد رسید. آنچه امروزه از شیوه مناظرات می‌بینیم نتیجه واکنش‌هایی است که نسبت به مناظرات قبلی بوده است، بنابراین می‌توان گفت که تلاش شده است حداقل کار آری در این زمینه در نظر گرفته شود که به نظر می‌رسد در شرایط کنونی بهتر از این وضعیت نه امکان‌پذیر بود و نه قابل تغییر.

■ **اصولاً مناظره‌های تلویزیونی در انتخابات در کشورهای مختلف جهان چه جایگاهی دارند؟**  
مناظرات بیشتر در کشورهای غربی معمول است و بدیهی است که این کشورها تجربه خیلی طولانی در این زمینه دارند. اما آنچه مهم است اینکه شیوه مناظرات در این کشورها به یک ساختار مشخصی رسیده است و مردم نیز به این ساختار اعتماد کرده‌اند. در کشور ما هنوز این وضعیت پیش نیامده است و بدیهی است که اشکالات درست و نادرست در این زمینه مطرح شود که به نظر می‌رسد طبیعی است و خود بیابانگر تعامل جدی جامعه با این پدیده جدید در کشور است.

■ **مناظره‌های این دوره تا چه حد در اقعان مخاطب و کمک به تصمیم‌گیری او برای انتخاب نامزد اصلاح مؤثر بود؟**  
به نظر می‌رسد که مناظرات کنونی بیش از آنکه مخاطب را اقعان کند وی را سر درگم کرده است. ضد و نقیض گویی‌ها، فرار از پاسخ‌های روشن، تهمت زنی‌ها و مستند و غیر مستند، سیاه‌نمایی‌های غیرمطمئنی، ممکن نبودن تشریح مسائل مختلف به دلیل محدودیت سؤال و زمان و بسیاری از موارد از این قبیل مخاطب را با پاسخ‌های قانع‌کننده روبه‌رو نکرده است. به همین دلیل می‌بینیم که بیشتر نامزدها به سمت «تحریک هیجانی» با طرح سؤال‌های خاص و گاهی بحران‌ساز رو کردند. این خودش نوعی بیماری و انحراف جدی در مناظرات است. به همین دلیل به نظر می‌رسد با وجود اینکه مناظرات باید اهمیت زیادی در انتخاب افراد داشته باشد، ولی با چنین وضعیتی، تبلیغات حول و حوش هر نامزد توسط رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نقش اساسی‌تری را در این زمینه بازی می‌کنند.



نگاهی تحلیلی به یک ابتکار جدید تلویزیونی در رقابت‌های انتخابات ریاست جمهوری

# «مناظره»، ابزاری رسانه‌ای در خدمت مشارکت سیاسی

حمیده گودرزی

به نسبت برگزاری دوازده دوره انتخابات ریاست جمهوری در ایران، پیوند خوردن سه دوره از این انتخابات با مناظره‌های کاندیداها در صدا و سیما، برای تجربه مناظره‌های مستقیم و زنده تلویزیونی در کشور مانع عمر زیادی به حساب نمی‌آید. اما در همین مدت کوتاه باید گفت در فرآیند پر فراز و نشیب تبلیغات و رقابت‌های کاندیداها ریاست جمهوری، مناظره‌های تلویزیونی جایگاهی ویژه و ممتاز یافته‌اند به‌طوری که در هر سه دوره انتخابات، این مناظره‌ها به پر بیننده‌ترین و پرچالش‌ترین بخش رقابت‌های کاندیداها ریاست جمهوری تبدیل شده است. مناظره‌های انتخاباتی در جهان دو هدف آتی و لودرهای و فرآیندی را پیگیری می‌کنند. هدف آتی برود و باخت کاندیدا و نحوه تأثیرگذاری هر یک از کاندیداها بر رأی دهندگان در پایان مناظره است و هدف فرآیندی، کمک به تصمیم‌گیری بهتر و درست‌تر رأی دهندگان. تحقق هدف آتی متکی به جو هیجانی و احساسی فضای مناظره و تحقق هدف فرآیند مدار بستگی به فضای منطقی و استنتاجی و استدلالی برای اقعان مخاطبان در جریان مناظره است. این توضیح این پرسش‌ها جای طرح دارد که سه مناظره‌ای که در صدا و سیما و بین شش کاندیدای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری برگزار شد به کدام یک از این اهداف نزدیک‌تر شد و حاصل و دستاورد این مناظرات چه بود؟ پرسش دیگر اینکه اگر حضور گسترده و فراگیر مردم در پای صندوق‌های رأی را به‌عنوان یک هدف فرآیندی که مورد علاقه و خواسته همه دوستداران نظام جمهوری اسلامی ایران است تلقی کنیم، این مناظره‌ها تا چه حد در تحقق این هدف تأثیر داشته‌اند؟

**دکتر محمدسلطانی** فر-روزنامه‌نگار و استاد دانشگاه - می‌گوید: به‌طور کلی نمی‌توانیم از مناظره‌های این دوره به‌عنوان یک پدیده غیرمعمول نام ببریم بلکه مناظره‌ها بیشتر به‌خاطر انجم وظیفه و رفع مسئولیت صدا و سیما صورت گرفت تا اینکه بخواهد تبدیل به مناظره‌ای سودمند شود. اگر قرار بود این اتفاق بیفتد باید مناظره در وهه دو شکل می‌گرفت و در نهایت چالش‌ها خیلی جدی‌تر و عمیق‌تر از این بود که طرف دویا چهار دقیقه کسی بخواهد حرفی بزند و برنامه‌هایش را مطرح کند.

آنچه ما شاهدش بودیم این بود که مناظره‌ها نتوانست برنامه هیچ یک از کاندیداها را تبیین کند چرا که وقت‌ها کوتاه و مقطع و غیر حرفه‌ای بود. فقط مناظره آخر بود که توانست این غول خفته را بیدار کند و در نهایت تأثیر مناظره آخر را نیز در جمع هزاران نفری روز شنبه استادیوم آزادی دیدیم.

این استاد ارتباطات با اعتقاد به اینکه شایسته‌تر بود در مناظره‌ها به جای مجری از یک کارشناس خبره استفاده می‌شد می‌افزاید: بیان یک سری سؤالات کلی و کلیشه‌ای از سوی مجری مناظره و سؤال‌هایی که در شکل کلان ماجرا به گونه‌ای بود که می‌توانست علیه یک کاندیدا باشد یا اینکه اصلاً طرح‌ش نمی‌توانست مخاطب را نسبت به برنامه‌ها هشیار کند این مجری باید از کارشناس استفاده می‌شد و البته بهتر بود یک کارشناس می‌نشست و مناظره‌ها به مصاحبه‌تک به تک انجام می‌شد.

وی در پاسخ به این سؤال که مناظره‌ها در کشورهای مختلف جهان شکل کلان ماجرا به گونه‌ای بود که می‌توانست علیه یک کاندیدا باشد یا اینکه اصلاً طرح‌ش نمی‌توانست مخاطب را نسبت به برنامه‌ها هشیار کند این مجری باید از کارشناس استفاده می‌شد و البته بهتر بود یک کارشناس می‌نشست و مناظره‌ها به مصاحبه‌تک به تک انجام می‌شد. وی در پاسخ به این سؤال که مناظره‌ها در کشورهای مختلف جهان

ظرفیت خوب و شاخص دموکراسی می‌تواند تهدیدها و مشکلاتی را ایجاد کند و به جای کمک به مردم برای انتخاب درست باعث مپماژ وعده‌های نادرست و شعارهای غیرقابل تحقق شود و هزینه‌های کشور را بالا ببرد و تشخیص مردم را دچار مشکل کند. وی در ادامه می‌افزاید: در این دوره سه مناظره در کشور اتفاق افتاد که هم جنبه‌های مثبت داشتند هم منفی. اگر به لحاظ رسانه‌ای بخواهیم جنبه‌های مثبت‌تر را نگاه کنیم باید بگوییم که برای نخستین بار همزمان با برگزاری مناظره، شهروند خبرنگاران و فضای مجازی به شکل واقعاً خودجوش ادعاهای نامزدها را راستی آزمایی کردند. این اتفاق هم از سوی موافقان و هم مخالفان هریک از کاندیداها انجام می‌شد و بلافاصله اسنادی را در تأیید یا رد ادعاهای نامزدها منتشر می‌کردند که این پدیده مبارکی است و به مردم کمک می‌کند تا آنچه را در مناظره گفته می‌شود با آنچه در واقعیت وجود دارد، انطباق دهند. متأسفانه در کشور ما سازمان‌های نظارتی با وظیفه‌شان را درست انجام نمی‌دهند یا با تأخیر انجام می‌دهند

چه جایگاهی دارند می‌گوید: نخست باید بگوییم که نمی‌دانم چرا ما عادت داریم بگوییم همه جهان یک طرف ما نیز یک طرف، این اشتباه است چرا که ما یک طرف جهان نیستیم. اما باید گفت، بی‌تردید مناظره‌ها در برخی کشورهای غربی خیلی چالشی‌تر و بی‌برده‌تر برگزار می‌شود و در برخی دیگر از کشورها نیز مناظره‌ها فرمایشی‌تر از کشور ماست و ما بین این دو قرار گرفته‌ایم

چه جایگاهی دارند می‌گوید: نخست باید بگوییم که نمی‌دانم چرا ما عادت داریم بگوییم همه جهان یک طرف ما نیز یک طرف، این اشتباه است چرا که ما یک طرف جهان نیستیم. اما باید گفت، بی‌تردید مناظره‌ها در برخی کشورهای غربی خیلی چالشی‌تر و بی‌برده‌تر برگزار می‌شود و در برخی دیگر از کشورها نیز مناظره‌ها فرمایشی‌تر از کشور ماست و ما بین این دو قرار گرفته‌ایم

دکتر **اکبر نصراللهی**، استاد دانشگاه و از مدیران اسبق صدا و سیما جمهوری اسلامی در این باره به «ایران» می‌گوید: مناظره یکی از ظرفیت‌های خوبی است که در کشورهای پیشرفته دنیا رواج دارد و می‌توان گفت در جمهوری اسلامی نیز از افتخارات نظام به شمار می‌رود که چند دوره است برگزار می‌شود. اما در عین حال ضعف‌هایی دارد که اگر به آن بی‌توجهی شود همین

«من وتو» که بین مناظره تحلیل‌هایی ارائه می‌دادند رو آورند. متأسفانه مشکلات ساختاری و محافظه‌کاری صدا و سیما و برخی از مشکلات قانونی که کمیسیون تبلیغات انتخاباتی مقرر کرده و البته آستانه تحمل پایین برخی نامزدها باعث شده این تحلیل‌ها ارائه نشود در حالی که شبکه خبر ظرفیت خوبی برای این کار دارد. ما فقط در روز ۱۴۰ ساعت خبر پخش می‌کنیم در کنارش صدا و سیما حدود ۳۰۰ ساعت برنامه‌های سیاسی در طول هفته دارد اما اینکه مردم فقط یک سری ادعا بشنوند و درنهایت که این نامزدها از کدام راهبر استفاده کرده‌اند یا کدام قسمت از حرف‌شان درست یا نادرست بوده و کدام یک قابل تحقق یا تحقق نیافتنی است و گفتن این حرف‌ها تا چه میزان در افزایش یا کاهش رأی نامزدها تأثیر دارد از بدیهی‌ترین سؤال‌ها و نیازهای مردم است که باید از رسانه‌ها ببینند و بشنوند اما متأسفانه با وجود همه این پیشرفت‌ها و گشایش‌هایی که این پیشرانش‌ها و اطلاعات داریم در این زمینه خلا و ضعف کاملاً مشهود است و رسانه‌ها مردم را با دست‌خود به سمت رسانه‌های خارجی و برخی تحلیل‌های غیرواقعی سوق می‌دهند.

■ **رویارویی بدون واسطه**  
دکتر نصراللهی در ادامه مناظره را ظرفیت خوبی دانسته که اجازه می‌دهد مردم می‌واسطه و همزمان نامزدهای مختلف را از نظر میزان اخلاق و ادب، ارائه برنامه‌ها، میزان مهارت و نوع نگاه‌شان به پدیده‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و کشورداری ارزیابی کنند و آن را فرصتی استثنایی می‌داند که در دیگر کشورهای منطقه وجود ندارد.

وی در این باره می‌گوید: نخستین بار از سال ۷۶ این مناظره‌ها در گفت‌وگویی ویژه خبری شروع شد و من نخستین سردبیری بودم که این کار را انجام دادیم. البته مناظره‌ها به این شکل امروزی نبود بلکه نامزدها تک نفری در برنامه زنده گفت‌وگویی ویژه برنامه‌هایشان را ارائه می‌کردند. در کشورهای پیشرفته دنیا مناظره فرصت خوبی به مردم می‌دهد تا مقررات و قوانین بازنگری شود و تیوع کارشناسی هم‌زمان با مناظره حضور داشته باشد و اگر کسی حرفی نادرست یا شعاری مطرح کرد مجری مناظره این اختیار را داشته باشد که آن نامزد را به بحث و چالش بکشد. این کارشناس رسانه‌ها با بیان اینکه در کنار مناظره‌ها حتماً باید رسانه‌های رسمی و متعهد و مسئول تحلیل ارائه کنند می‌گویند: مردم فقط نیاز خبری ندارند نیاز تحلیلی دارند. انتشار خبرهای مناظره بدون تحلیل با این حجم از شعارها و ادعاهای مردم را گمراه می‌کند و آنها را پس می‌زند. از همین رو مردم به شبکه‌های خارجی مثل «سی‌ان‌ان» یا شبکه ماهواره‌ای



نصراللهی: برای نخستین بار هم‌زمان با برگزاری مناظره، شهروند خبرنگاران و فضای مجازی به شکل واقعاً خودجوش ادعاهای نامزدها را راستی آزمایی کردند. این اتفاق هم از سوی موافقان و هم مخالفان هریک از کاندیداها انجام می‌شد و بلافاصله اسنادی را در ادعاهای نامزدها منتشر می‌کردند

دانست و اینکه مردم را دچار سردرگمی کرد البته بی‌تردید مردم فقط از طریق تلویزیون و مناظره تصمیم نمی‌گیرند بلکه روش‌های خاصی برای انتخاب داشته و نسبت به این افراد کم و بیش اطلاعات دارند. نمی‌توان گفت حرف و شعار نامزدها فقط مبنای تصمیم‌گیری مردم است و البته حافظه خودشان و ارتباطات ما یک نظریه در علوم ارتباطات داریم به نام نظریه استحضام و براساس آن رسانه‌ها نمی‌توانند به یک باره دیدگاه نظری ایجاد کنند بلکه می‌توانند دیدگاه مخاطب را تقویت یا تضعیف کنند و مردم به کمک رهبران فکری می‌توانند تصمیم می‌گیرند.

وی با بیان اینکه اتهام زنی در مناظره‌ها شایسته نظام جمهوری اسلامی و مردم فهیم ایران و فرهنگ غنی اسلامی و حتی خود مسئولان نبود می‌گوید: به تعبیر رهبر معظم انقلاب، رئیس جمهوری مستقراً روی آنتن تلویزیون متمم به دروغ است. مردم می‌گویند ما بر چه اساسی به این افراد رأی بدهیم در حالی که هر کدام دیگری را به سرعت و فساد و دروغ گویی متهم می‌کند. البته امیدوارم مردم این را به پای هیجانات و برخی متغیرهای سیاسی بگذارند و روی انتخاب آنها اثر نگذارد و با مشارکت حداکثری در انتخابات ۲۹ اردیبهشت هم دنیا را و هم آنها را می‌دهند و وعده‌های بیهوده می‌دهند و اهل عمل نیستند و دیگری را متمم به بی‌اخلاقی می‌کند متعجب کند و اجازه ندهند کسانی که اینگونه شعار می‌دهند به قدرت برسند و پادشاه بگیرند.