

## تحلیل گفتمان انتقادی پیام‌های فرهنگی و سیاسی بیلبوردهای شهرداری تهران

محمدرضا آزادی‌نژاد<sup>۱</sup>، سروناز تربتی<sup>۲</sup>، لیلا نیرومند<sup>۳</sup>، امیدعلی مسعودی<sup>۴</sup>

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۱۳

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۶/۰۷

### چکیده

این مقاله درصدد «تحلیل گفتمان انتقادی پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران» است که از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ خورشیدی بر روی بیلبوردهای شهری انتشار یافته‌اند. هدف کلی شناخت این گفتمان است، بنابراین، فرایند مطالعه کیفی آن بر اساس روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه انجام یافت. شناخت دال‌های مرکزی، شناور و وقت‌های مفصل‌بندی شده شهرداری تهران که برای به حاشیه‌راندن و غیریت‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی رقیب بکار برده است به‌عنوان پرسش‌ها و اهداف این تحقیق‌اند. محقق با انتخاب هدف‌مند تعداد ۲۵ نمونه طرح گرافیکی از میان جامعه آماری و نیز تحلیل جداگانه هر یک از آنها، به اشباع نظری رسید. روش تحقیق، بر اساس روش کیفی تحلیل گفتمان منطبق بر رویکرد پسا‌ساختارگرایی لاکلا و موفه است. نتایج و برون‌داد این پژوهش بیان‌گر آن است که؛ دال مرکزی «ولایت‌مداری» در محور و کانون گفتمان این نهاد قرار گرفته است. دال‌های شناور «مدیریت جهادی»، «روحانیت» و «غرب‌ستیزی»، با پیوند به پیرامون و حول کانون مرکزی، مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران با خاستگاه گفتمان «اصول‌گرایی» را، تشکیل داده‌اند. همچنین از طریق برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمان خودی و به حاشیه‌راندن دال‌های مفصل‌بندی رقیب، از لایه‌های پنهان این پیام‌ها قابل فهم است که هدف پنهان آن، هژمونی فرهنگی و ایدئولوژی گفتمان اصول‌گرایی و نیز دستیابی به قدرت سیاسی شهردار تهران است.

### واژه‌های کلیدی

تحلیل گفتمان، لاکلا و موفه، اصلاح‌طلبی، اصول‌گرایی، ولایت‌مداری، مدیریت جهادی

---

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران  
mrazadi91@hotmail.com

۲. استادیار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق (نویسنده مسئول)

sarvenaz.torbati@gmail.com

ln\_niroomand@yahoo.com

۳. استادیار گروه ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران

oamasoodi@yahoo.com

۴. دانشیار گروه تبلیغ و رسانه، دانشگاه سوره، تهران، ایران

## مقدمه

❖ سال ۱۴، شماره ۳۳، بهار ۱۳۹۹

سپهر فرهنگی، اجتماعی و سیاسی کشور به‌ویژه پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷، جامعه را با تغییرات و تحولات وسیعی روبرو ساخته است و در این دگرگونی، نقش رسانه و ره‌آورد آن را نمی‌توان نادیده انگاشت. زیرا از یک‌سو، مطابق نظر «مارشال مک‌لوهان<sup>۱</sup>»، که می‌گوید: «رسانه، پیام است<sup>۲</sup>» و عامل اساسی تحولات تاریخی و اجتماعی را «نظام‌های ارتباطی» و «نوع رسانه» در انتقال پیام می‌داند (مک‌لوهان، مارشال، ۱۳۷۷: ۵۸)؛ و از سوی دیگر، بر اساس نظر هال که می‌گوید: «هیچ چیز معناداری خارج از گفتمان وجود ندارد.» (ربیعی و احمدزاده، نامور، ۱۳۸۷: ۴۵)؛ با پدیده نوین بازنمایی تولید معنا از طریق چارچوب‌های مفهومی و گفتمانی روبه‌رو هستیم که در رابطه با مسئله این پژوهش، نیازمند مطالعه و بررسی است. نفوذ و رواج پساساختارگرایی پیش‌فرض‌هایی را پیش‌روی جامعه‌شناسی، زبان‌شناسی و نقد ادبی و فلسفی قرار داده است: یکی، رد و نفی مفاهیم «کل‌گرایانه»، «ذات‌گرایانه» و «بنیادگرایانه» و دیگری؛ مطرح‌شدن سوژه‌ها با معنایی متفاوت (رحمانی، ۱۳۸۴: ۱۰۱). مطابق این رویکرد، یکی از این عناصر و مؤلفه‌های هویت‌ساز، «زبان» است که معنا بخش و انتظام‌بخش جهان بیرونی گفتمان است و به همین دلیل، «قدرت» تلقی می‌شود. به‌رغم رویکرد ساختارگرایی که حقیقت را در پس یا درون متن جستجو می‌کند، این پساساختارگرایی است که با کنکاشی فراتر از آن، در پی رابطه میان متن و خواننده (جهان بیرونی) و لایه‌های پنهان آن است. همچنین با رویکرد پساساختارگرایی و نقد زبان‌شناسی سوسور، «مدلول» تنزل می‌یابد و این «دال» است که در جایگاه و منزلتی برتر قرار می‌گیرد و «معنا» از نسبت و ارتباط واژگان با یکدیگر حاصل می‌شود؛ (رحمانی، ۱۳۸۴: ۱۰۲). این هویت‌سازی و معنا بخشی و تبدیل انسان به سوژه، همان قدرت پنهانی است که در گفتمان نهفته است. به عبارت دیگر، «برساخت گفتمانی<sup>۳</sup>» در شکل بخشیدن به هویت ملی، ارزش‌ها، باورها، کنش‌های اجتماعی و روش‌های تثبیت دلالت‌های معنایی توسط رسانه‌های جمعی و پیامدهای آن، همچون هژمونی و قدرت، بسیار تأثیرگذار است. با بررسی چگونگی برساخته‌شدن دانش تخصصی رسانه‌ها و نیز تعارض موجود در محتوایی که مورد استفاده مخاطبان رسانه‌ها قرار می‌گیرد، می‌توان به کشمکش میان گفتمان‌های گوناگون پی برد. قابل فهم است که در این مقاله «پژوهش‌های انتقادی، تجزیه و تحلیل مناسبات قدرت در جامعه و صورت‌بندی دیدگاه‌های هنجاری که از منظر آن

1. M. McLuhan

2. The Medium is the Message

3. Discursive Construction

بتوان با نیم‌نگاهی به امکان تغییر اجتماعی، این روابط را نقد کرد» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۱۹)، از اهمیت برخوردار است. کشمکش‌های همیشگی گفتمان‌ها برای بر ساخت دلالت‌های معنایی و سوژه‌های گفتمانی، تلاشی است بی‌پایان برای بکارگیری ابزارهایی که توسط آن می‌توان به هژمونیک کردن و طبیعی جلوه‌دادن گفتمان دست زد. رسانه‌های جمعی یکی از ابزارهای اصلی در یاری رساندن به توسیع، توافق و باورپذیری امر گفتمانی محسوب می‌شوند، از این رو گفتمان و رسانه از ارکان مهم این تحقیق به‌شمار می‌آیند.

نظریه گفتمان «ارنستو لاکلا»<sup>۱</sup> و «شنتال موفه»<sup>۲</sup> به منطق قدرت اهمیت اساسی می‌دهد. بر این اساس، گفتمان‌ها همواره سعی می‌کنند بر اساس منطق تخصص و «غیریت‌سازی»، مفصل‌بندی خود را در برابر گفتمان‌های رقیب شکل دهند و بدین‌سان زمینه مقاومت و تصلب در برابر گفتمان‌های رقیب برای آنها شکل می‌گیرد. اگر گفتمانی نتواند در برابر چالش ایجادشده به همسان‌سازی با آن بپردازد و خود جذب آن شود یا مفاهیمی را از آن در مفصل‌بندی خود به‌استخدام درآورد، برای مقاومت و مقابله با آن تلاش خواهد کرد (فوکو، میشل، ۱۳۹۲: ۶۶). گفتمانی که به تعبیر فوکو «یک سرمایه متناهی، محدود، مطلوب و مفید به نظر می‌رسد و قواعد پدیداری و نیز شرایط تخصیص و کاربست خود را دارد؛ سرمایه‌ای که در نتیجه از همان بدو وجود، پرسش قدرت را پیش می‌کشد، سرمایه‌ای که ماهیتاً موضوع یک نبرد سیاسی است» (فوکو، میشل، ۱۳۹۲: ۱۷۷). «لویی آلتوسر»<sup>۳</sup> که برای کنش سوژه‌ها نقش و اهمیت فراوانی قائل است می‌گوید: «دولت‌ها و حاکمیت‌ها نه تنها از طریق دستگاه‌های سرکوب‌گر<sup>۴</sup>، بلکه از طریق دستگاه‌های ایدئولوژیک<sup>۵</sup> خود نیز که در نهادهای حاکمیتی جا گرفته‌اند، عمل می‌کنند» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۴۰). برخی نهادها آگاه یا ناآگاه از این تعریف، در چنین جایگاهی قرار دارند. مدیریت شهری تهران نیز که به‌عنوان نهادی «ایدئولوژی‌ساز» و نه «سرکوب‌گر»، مورد مطالعه است، با همین کارکرد و شیوه القای ایدئولوژی مورد نظر، در پی بر ساخت اجتماعی سوژه‌هاست.

از منظر و چشم‌اندازی دیگر، چگونگی ارتباط و تعامل جناح‌بندی‌های سیاسی کشور و تقابل آنها با یکدیگر نیز بخش مهمی از بیان مسئله است. رقابت سیاسی میان گروه‌ها و شبه‌حزب‌های سیاسی

1. E. Laclau
2. S. Mouffe
3. Louis Althusser
4. Repressive State Apparatuses
5. Ideological State Apparatuses

در قلمرو زمانی و مکانی این تحقیق، بر مدار و محور اصلی دو گفتمان «اصول‌گرایی» و «اصلاح‌طلبی» در جریان بوده است. از این‌رو، مدیریت کلان‌شهری با استفاده از رسانه‌ای که خود به‌عنوان ابزاری ایدئولوژی‌ساز است، می‌تواند با تولید معنا و مفهوم و انتشار و نسوج آن میان جامعه شهری، غیریت‌سازی کند و با جذب «وقته‌ها» و مفصل‌بندی «دال»‌های مرکزی و شناور، گفتمان جدیدی ایجاد کند. نکته‌ای که حایز اهمیت است ویژگی این «پیام»‌ها و دیپلماسی «فرهنگی» و «سیاسی» و کاربست آنها در شهرداری تهران در طول بازه زمانی مورد مطالعه است. «پیامی که نه‌تنها بر پایه شناخت، که بر اساس قدرت هم مبادله می‌شود و درصدد تغییر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و برقراری نوعی از همسان‌سازی فکری و رفتاری است» (بشیر، ۱۳۸۵: ۱۳۱). بنابراین، این پرسش پیش می‌آید که آیا شهرداری تهران به‌عنوان یک نهاد برخوردار از قدرت اقتصادی و راهبردی در حاکمیت، درصدد توسعه فزاینده قدرت و بازتولید آن در عرصه‌های فرهنگی و سیاسی نیز هست؟

بنابراین از آنجاکه رویکرد این تحقیق پسا‌ساختارگرایانه است و مبحث گفتمان اهمیت دارد، هدف از این تحقیق، تحلیل گفتمان شهرداری تهران از طریق طرح‌ها و پیام‌های فرهنگی و سیاسی منتشرشده بر روی بیلبوردهای شهری، بین سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ خورشیدی است. توجه به مفاهیم اصلی گفتمان از جمله «دال مرکزی»، «دال‌های شناور»، «غیریت‌سازی»، «طرد»، «برجسته‌سازی» و «مفصل‌بندی» و «زنجیره هم‌ارزی و منطبق تفاوت» در ذیل روش و نظریه لاکلا و موفه برای تحقق این هدف بکار می‌آید. پرسش‌هایی که مطرح می‌شود این است که: از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵، گفتمان شهرداری تهران در تعامل یا تقابل با گفتمان حاکم بر دولت‌ها، چه مفصل‌بندی داشته و چه تحولاتی را ایجاد کرده است؟ آیا می‌خواهد به هژمونی ایدئولوژی و قدرت سیاسی دست یابد؟

### چارچوب نظری و مفهومی

واژه گفتمان<sup>۱</sup> که سابقه آن به قرن ۱۴ میلادی برمی‌گردد، از واژه فرانسوی دیسکورسه<sup>۲</sup> و لاتین دیسکورسس<sup>۳</sup> به معنی گفت‌وگو، محاوره، گفتار و از واژه یونانی دیسکورر<sup>۴</sup> به معنی

- 
1. Discourse
  2. Discourse
  3. Discourses
  4. Discurrer-Discursum

طفره‌رفتن، سرباززدن از، تعلل ورزیدن و غیره گرفته شده است (بشیر، ۱۳۸۵: ۹). معنا و مفهوم تحلیل گفتمان «فراتر از صورت‌های قابل رؤیت زبان و رسیدن به زمینه‌های اجتماعی و کشف رابطهٔ زبان و فرایندهای اجتماعی» است (فاضلی، ۱۳۸۳: ۱۰۷) و روش نوینی برای پژوهش در متن‌های ارتباطی در نظر گرفته شده که برای شناخت پیام و معنای بکاررفته در آنها کاربرد یافته است. این روش در آغاز وام‌دار زبان‌شناسی بوده است، چنان‌که بسیاری از زبان‌شناسان به این گفتهٔ مالوینسکی استناد می‌کنند که می‌گوید: «مفهوم و معنا در دل کلمات نهفته نیست بلکه معنا در اوضاع و احوال اجتماعی، وضع ادای کلمات، ساختمان جمله، اثر کلمات مجاور بر یکدیگر و ده‌ها عامل دیگر مبتنی است (اکبریان، ۱۳۹۱: ۷). نظریهٔ گفتمان پسا‌ساختارگرایانه لا‌کلا ریشه در دو سنت ساختارگرایی یعنی مارکسیسم و زبان‌شناسی سوسوری دارد که به ترتیب زمینهٔ طرح نظریهٔ اجتماعی و نظریهٔ معنایی را فراهم می‌سازند (کسرابی، ۱۳۸۸: ۳۴۱).

در تعریف و معنای «گفتمان»، دو مفهوم مهم و اساسی طرد<sup>۱</sup> و حکم<sup>۲</sup> وجود دارد. نقطه عطف مباحث فوکو در باب روابط دانش و قدرت، در همین مفهوم طرد نهفته است که روال‌های حاکم و برتری دادن گفتمان غالب، از طریق پیوند خوردن آنها با روابط قدرت و ترجیح آن گفتمان صورت می‌پذیرد. همچنین از دیدگاه او، «یک گزارهٔ زمانی به یک حکم تبدیل می‌شود که چند ویژگی داشته باشد:

۱. در کنار احکام دیگر، در یک صورت‌بندی گفتمانی معنا یافته و معیارهای صدق و کذب خود را با خود داشته است؛

۲. تکرارپذیر و دامنهٔ گسترش آن در سطح جامعه بالا است؛

۳. تأیید یا انکار آن دارای پیامدهای اجتماعی جدی است» (صالحی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۲۰).

فوکو با تئوریزه کردن رابطهٔ قدرت و دانش و پیوند قدرت با گفتمان، نشان می‌دهد که چگونه گفتمانی به مثابهٔ قدرت که مولد و بازدارنده است، سوژه‌های گفتمانی را تحت انقیاد در می‌آورد. لا‌کلا و موفه نیز که وام‌دار نظریهٔ فوکو هستند، «قدرت» را مفهومی اساسی در نظریهٔ خود می‌دانند و پیروزی در منازعات سیاسی و اجتماعی را به قدرت گفتمانی وابسته می‌دانند. به بیان دیگر، در منازعات سیاسی - اجتماعی، گفتمانی به پیروزی می‌رسد که قدرت بیشتری برای

---

1. Exclusion

2. Statement

هژمونیک کردن خود داشته باشد. البته «این قدرت، برخاسته از میزان توانایی یک گفتمان در برجسته کردن نظام معنایی خود و به حاشیه‌راندن نظام معنایی رقیب است» (مقدمی، ۱۳۹۰). گفتمان‌سازی روشی است برای تثبیت و هژمونیک کردن یک نظام معنایی که از طریق مفصل‌بندی و چینش ذهنی، حول یک نشانه و دال شکل می‌گیرد.

تحلیل گفتمان انتقادی، نوعی پژوهش گفتمانی است که بیشترین وجه جامعه‌شناختی را دارد. همچنان که از لفظ «انتقادی» برمی‌آید، در درجه اول به مسأله سوءاستفاده از قدرت، سلطه، نابرابری و بازتولید و مقاومت در برابر قدرت در متون می‌پردازد. این دیدگاه با گرایشی سازه‌گرایانه، به ساخته شدن هویت‌ها در چارچوب زبان، کشف خصایص ایدئولوژیک و سیاسی کاربست‌های زبان و بازتولید روابط قدرت توجه دارد (فاضلی، ۱۳۸۳: ۸۸). ویژگی گفتمان لاکلا و موفه این است که تحلیل گفتمان انتقادی را از حوزه زبان‌شناسی به عالم سیاست و اجتماع کشیده و از این ابزار نیرومند برای تحلیل‌های اجتماعی بهره برده‌اند. نقطه مشترک تحلیل گفتمان فوکو و لاکلا عمومیت گفتمان نسبت به زبان است؛ به طوری که گفتمان تمام عرصه‌های حیات اجتماعی را در می‌نوردد و ذهن‌ها و رفتار کارگزاران فردی و اجتماعی را شکل می‌دهد. در این رویکرد گفتمان وسعتی به گستردگی تمام نظام اجتماعی دارد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۵۲). به بیان دیگر، تحلیل گفتمان به منزله نظریه و روشی راه‌گشا برای درک پدیده‌هاست و همانند سایر روش‌های کیفی و نظریه‌های انتقادی در رهیافت انتقادی می‌گنجد. مطابق نظر رابرت کاکس، این رهیافت برخلاف روش‌های حل‌المسائلی، که برای دستیابی به راه‌حل‌های آبی در چارچوب نظری خود به تبیین<sup>۱</sup> معتقدند، بر درک<sup>۲</sup> تأکید دارد. هدف تحلیل گفتمان یافتن راه‌حل مسئله نیست، بلکه در مرحله نخست تلاش می‌کند تا درک روشنی از شرایط و چگونگی شکل‌گیری گفتمان به دست دهد و در مراحل بعدی، زمینه شناخت رابطه آن گفتمان با عناصر و نیروهای اجتماعی را فراهم سازد.

همچنین با بازنمایی گفتمان روبه‌رو هستیم، بازنمایی یک گفتمان به منظور ساختاربخشیدن به معنا در درون یک قلمرو خاص، لاکلا و موفه را به مفهوم هژمونی رهنمون می‌کند، مفهومی که توسط گرامشی معرفی شد. گرامشی هژمونی را اتفاق نظری می‌داند که بدون مراجع زور و سلطه و از طریق مفصل‌بندی به دست می‌آید. البته لاکلا و موفه از هژمونی گرامشی فاصله می‌گیرند، با وجود آن که سوژه گرامشی یک سوژه سیاسی تلقی می‌شود، اما سوژه‌های گرامشی برخلاف لاکلا و

---

1. Explaining

2. Undersatanding

موفه، هم به طبقه خاص و از پیش تعیین شده تعلق دارند و هم، خصلت هژمونی در لاکلا و موفه، یک خصلت ریتوریکال (خطابه‌ای) و کاتاکرتیسال<sup>۱</sup> (سخنورانه) است، همان چیزی که کارکرد رسانه و نسبت رسانه را به‌عنوان یک نسبت گفتمانی ضروری می‌سازد (تربتی، ۱۳۹۵). بنابراین از آنجا که، «هویت گفتمان‌ها به کمک عمل هویت‌یابی سوژه‌ها تقویت می‌شود و هویت سوژه‌ها نیز تحت تأثیر موقعیت‌های سوژه‌گی‌ای است که از طریق گفتمان‌ها به آنها تحمیل می‌شود» (سلطانی، ۱۳۸۴: ۱۱۲)، این پدیده، زمینه‌ساز مناسبات قدرت و هژمونی ایدئولوژی میان گفتمان‌هاست که پیامد آن، کشمکش گفتمانی و تخصم آنها با یکدیگر خواهد بود.

### مفاهیم و مؤلفه‌های گفتمانی لاکلا و موفه

بنابر اعتقاد لاکلا و موفه، هیچ چیز بنیادینی وجود ندارد که عامل هویت‌بخش و تعیین‌کننده چیزهای دیگر باشد. به‌طور کلی از دیدگاه آنها، هویت ارتباطی است و در عمل مفصل‌بندی هویت نشانه‌ها، تعدیل یا تعریف می‌شود و عملی است که ارتباطی میان عناصر برقرار می‌کند تا هویت آن عناصر اصلاح شود یا تغییر کند. از نظر آنها هر مؤلفه وقتی در درون یک گفتمان قرار گیرد، بعد یا وقته و اگر در درون هیچ گفتمانی مفصل‌بندی نشده باشد، عنصر نام دارد (Laclua & Mouffe, 2001: 105). مرکز منسجم‌کننده و برساخت‌شده‌ای که مواضع مبتنی بر تفاوت که همان بعد یا وقته‌اند را اطراف خود سامان موقت می‌دهد، دال مرکزی یا نقاط گره‌گاه گویند. به بیان دیگر هر گفتمان، تلاشی است برای تعیین قلمرو گفتمانی تا با متوقف کردن تفاوت‌ها، برساخت یک مرکز را فراهم سازد. آنها این نقاط گفتمانی را نقاط گره‌گاهی می‌نامند. (Laclua & Mouffe, 2001: 112). لذا بنا بر ضرورت شناخت و درک بهتر مفاهیم و مؤلفه‌های گفتمانی، هریک از آنها جداگانه تشریح می‌شوند:

**مفصل‌بندی<sup>۲</sup>؛** به هر کرداری اتلاق می‌شود که میان عناصر مختلف رابطه‌ای ایجاد می‌کند که در آن، هویت آنها در نتیجه این کردار مفصل‌بندی تغییر می‌کند. کلیتی را که در نتیجه کردار مفصل‌بندی می‌شود، گفتمان می‌نامیم (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۱۷۱). فوکو نیز در کتاب دیرینه‌شناسی دانش در تعریف گفتمان می‌گوید: مجموعه‌ای از احکام را تا زمانی که متعلق به مفصل‌بندی گفتمانی مشترکی نباشند، گفتمان می‌نامیم. گفتمان متشکل از تعداد محدودی احکام

---

1. Catachertical  
2. Articulation

است که می‌توان برای آنها مجموعه‌ای از شرایط وجودی را تعریف کرد (فوکو، ۱۳۹۲: ۱۱۷). بنا بر تعریف دیگر، مفصل‌بندی عبارت است از تلفیقی از عناصری که با قرار گرفتن در مجموعه جدید، هویتی تازه می‌یابند (فیلیپس و یورگنسن، ۱۳۸۹: ۵۶). لاکلاو و موفه هر عملی را که بین عناصر رابطه برقرار کند، به طوری که به تغییر هویت عناصر منجر شود، مفصل‌بندی می‌نامند. به بیان دیگر، با هژمونیک شدن نظام معنایی مفصل‌بندی شده، ثبات معنایی حاصل می‌شود. (کسرایبی و پوزش شیرازی، ۱۳۸۸).

**دال و مدلول؛** دال اشخاص، مفاهیم، عبارات و نماهایی انتزاعی یا حقیقی هستند که در چارچوب-های گفتمانی خاص، بر معانی خاص دلالت می‌کنند. معنا و مصداقی که یک دال بر آن دلالت می‌کند، «مدلول» نامیده می‌شود. برای مثال، تکثر مطبوعات منتقد دال و آزادی بیان، مدلول آن است (کسرایبی، ۱۳۸۸: ۳۴۳).

**دال مرکزی؛** نشانه ممتازی است و سایر دال‌ها و نشانه‌ها حول آن نظم می‌یابند و دال‌های دیگر معنای خودشان را از دال مرکزی اخذ می‌کنند (دهقانی، عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱) نقطه ثقل و انسجام‌بخش همه دال‌ها است. لاکلاو و موفه، ظهور یک گفتمان را از طریق تثبیت نسبی معنا حول گره‌گاه‌های خاص می‌دانند و معنای نشانه‌های درون یک گفتمان، حول یک دال مرکزی به‌طور جزئی تثبیت می‌شود (سلطانی، ۱۳۹۴: ۷۷).

**دال شناور؛** نظریه تحلیل گفتمان لاکلاو و موفه برای عناصری که پذیرای توصیف‌های مختلف هستند، از اصطلاح دال‌های شناور استفاده می‌کند و در واقع گفتمان‌های رقیب تلاش می‌کنند در کشمکش دنباله‌دار معنای دال‌های شناور را حول دال مرکزی گفتمان‌شان ثبت کنند. (دهقانی، عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱). نشانه‌هایی هستند که گفتمان‌های مختلف برای معنادادن به آنها به شیوه خودشان با همدیگر مبارزه می‌کنند. دالی است که مدلول آن شناور و غیرثابت است و گفتمان‌ها بر اساس نظام معنایی خود و متناسب با آن سعی دارند با الحاق مدلول خویش به آن مدلول‌های دیگر (رقیب) را به حاشیه برانند (مقدمی، ۱۳۹۰: ۹۹).

**دال خالی؛** لاکلاو و موفه مفهوم ساختاربندی گفتمانی را با معرفی مفهوم دال تهی، بسط داده‌اند. در نظریه گفتمان، عرصه اجتماعی هرگز بسته نیست و کردارهای سیاسی سعی می‌کنند تا این عدم

- 
1. Signifier & Signified
  2. Nodal Point
  3. Floating Signifier
  4. Empty Signifier



انجماد را رفع کنند. اگرچه تمامیت و کلیت اجتماعی هرگز غیرقابل دسترس نیست. ضرورتش را هیچ‌گاه نمی‌توان نادیده گرفت (قجری و نظری، ۱۳۹۲: ۵۵).

**غیرثابت و اختیاری بودن رابطه دال و مدلول؛ لاکلا و موفه** با اتخاذ رویکرد پساساختارگرایانه دریدا نسبت به رابطه دال و مدلول، زمینه را برای ابهام و چندگونگی معنایی در گفتمان فراهم می‌سازند. یک دال می‌تواند در دوره‌های مختلف مدلول‌های گوناگون داشته باشد (سلطانی، ۱۳۸۴: ۷۳).

**عناصر، وقته‌ها یا لحظه‌ها؛ لاکلا و موفه** دال‌ها و نشانه‌ها را تا زمانی که هنوز معنایشان در درون گفتمان تثبیت نشده و دارای معنای چندگانه هستند «عنصر<sup>۱</sup>» می‌خوانند. عناصری که معنایشان در درون گفتمان و توسط عمل مفصل‌بندی تثبیت شده باشد به «دقیقه<sup>۲</sup>» تبدیل می‌شوند. بر این اساس گفتمان تلاش می‌کند با کاهش چندمعنایی دال‌ها به یک معنای تثبیت‌شده، عناصر را به دقایق تبدیل کند. تبدیل آنها به دقایق از طریق تثبیت نسبی معنا حول دال مرکزی میسر می‌شود (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۱۸۳) به بیان دیگر، عناصر دال‌های شناوری هستند که در درون یک گفتمان جای نگرفته‌اند بلکه از آن طرد و در یک حوزه نسبتاً ایزوله و بریده از مفصل‌بندی گفتمان حاکم واقع شده‌اند و به اصطلاح درحوزه گفتمان‌گونی قرار دارد. لحظه‌ها دال‌هایی‌اند که در درون یک گفتمان و حول دال مرکزی به‌طور موقت و نسبی، تثبیت شده‌اند (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۰).

**حوزه گفتمان‌گونی؛ لاکلا و موفه** تمامی حالت‌های ممکن و «اضافه معنایی<sup>۳</sup>»ی را که گفتمان طرد می‌کند، «گفتمان‌گونی<sup>۴</sup>» می‌نامند. گفتمان همواره از مفصل‌بندی اضافه معنای موجود در حوزه گفتمان‌گونی توسط گفتمان‌های رقیب احساس تهدید می‌کند، چراکه امکان تثبیت همیشگی معنا وجود ندارد و انتقال از عناصر به دقایق هیچ‌گاه کامل نیست. (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۸۱)؛ بنابراین، سرریز معنایی یک دال یا نشانه به حوزه گفتمان‌گونی با هدف ایجاد همسان‌سازی معنایی در یک گفتمان انجام می‌شود (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۱).

**انسداد و توقف؛ وقتی که یک عنصر از حالت شناور خارج و به وقته یا لحظه تبدیل می‌شود، انسداد یا توقف که همان تثبیت معنای نشانه‌هاست، رخ می‌دهد. لازمه تثبیت، انسداد و توقف،**

1. Element
2. Moment
3. Surplus of Meaning
4. The Field of Discursivity

برجسته‌سازی معنای موردنظر خود و به حاشیه‌رانی معنای رقیب است. اساساً تثبیت معنای امری موقت است و همواره امکان تزلزل معنای تثبیت یافته در درون گفتمان وجود دارد (کسرای، ۱۳۸۸: ۳۴۶). این بی‌قراری می‌تواند کارکردی دوگانه داشته باشد، از یک‌سو با تضعیف گفتمان حاکم، امکان پیدایش موضوع‌ها و مفصل‌بندی‌های جدید برای گفتمانی جدید فراهم می‌شود و از سوی دیگر فرصت بازسازی را برای گفتمان حاکم و جلوگیری از تزلزل و بی‌قراری دال‌های آن مهیا می‌شود (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۱).

هویت؛ همانند موارد دیگر در درون گفتمان معنا می‌شود، البته به علت تنازع و تخاصم دائم میان گفتمان‌ها امر هویت‌بخشی، موقت، نسبی و ناپایدار است (فیلیس، یورگنسن، ۱۳۸۹: ۸۵) لاکلاو و موفه بیان می‌کنند که هویت توسط مفصل‌بندی آشکار می‌شود (قجری و نظری، ۱۳۹۲: ۵۷). هویت‌ها، برساخته مفصل‌بندی‌های هژمونیک هستند. بنابراین، در درون گفتمان دارای ماهیتی ارتباطی‌اند. این هویت‌بخشی گفتمان با سازوکار (زنجیره هم‌ارزی و تفاوت) اعمال می‌شود (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

زنجیره هم‌ارزی و تفاوت؛ گفتمان‌ها از طریق زنجیره هم‌ارزی، تفاوت‌های موجود میان عناصر را از بین می‌برند و به وحدت و انسجام آنها کمک می‌کنند. در این معنا، عناصر خصلت‌های متفاوت و معنا‌های رقیب را از دست می‌دهند و در معنایی که گفتمان ایجاد می‌کند، منحل می‌شوند. منطق هم‌ارزی منطق ساده‌سازی فضای سیاسی است. در مقابل، منطق تفاوت به خصلت تکرر در جامعه اشاره دارد و می‌کوشد از طریق تأکید بر تفاوت‌ها، نوع جدیدی از مفصل‌بندی ایجاد کند. با این همه، تفاوت‌ها هیچ‌گاه به‌طور کامل از بین نمی‌روند و راه برای تکرر و غیریت‌سازی همواره باز است (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۲).

هژمونی؛ لاکلاو و موفه در مقایسه با گرامشی معنای بسیار عام‌تری از هژمونی بکار می‌برند. این مفهوم ناظر به این است که در ساحت سیاست و اجتماع چه کسی برتر است. به بیان دیگر، کدام نیروی سیاسی درباره شکل‌های مسلط رفتاری در جامعه تصمیم خواهد گرفت (مارش و استوکر، ۱۳۷۸: ۲۰۹). حال آن‌که هژمونی در نگاه گرامشی ناشی از قدرت اقناع طبقات محکوم توسط طبقه حاکم و در راستای منافع آنها است (سلطانی، ۱۳۸۴: ۸۲). تثبیت موقت هویت‌ها مهم‌ترین کار ویژه هژمونی است و از دیگر کارکردهای هژمونی، جایگزینی سلطه به جای زور و عادی و طبیعی جلوه‌دادن قدرت و مطابق حقیقت نشان دادن آن با واقع است (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۳).

تنازع و تخصیص؛ مفهوم «خصوصیت» دارای جایگاه محوری در نظریه لاکلا و موفه است که به موقتی‌بودن و تصادفی‌بودن نهایی پدیده‌ها اشاره دارد. حضور «دیگری» مانع از آن می‌شود که من کاملاً خودم باشم. رابطه، محصول کلیت‌های تمام و کمال نیست بلکه حاصل عدم امکان کامل آن‌هاست (لاکلا و موفه، ۱۳۹۲: ۲۰۳). بنابراین خصوصیت و غیریت‌سازی امری بیرونی است که موجب قوام و انسجام گفتمان، در عین حال زوال و فروپاشی است (دهقانی، عطایی، ۱۳۹۳: ۹۱). برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی؛ این دو با مفهوم تخصیص و غیریت‌سازی ارتباط دارند. در منازعات گفتمانی هر گفتمان با برجسته‌کردن نقاط قوت خود و نقاط ضعف رقیب و با به حاشیه‌راندن نقاط ضعف خود و نقاط قوت رقیب، سعی در کشیدن هاله‌ای از قدرت دست نیافتنی به اطراف خود دارد. برجسته‌سازی و به حاشیه‌رانی، شیوه‌ای برای حفظ و استمرار قدرت و دوام هژمونیک گفتمان است (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۴).

قدرت؛ یکی از مفاهیم کلیدی در نظریه گفتمان لاکلا و موفه است و تعریف لاکلا و موفه از آن، وام‌دار تعریف فوکو از قدرت است که آن را به‌مثابه مویرگ‌های پراکنده در سراسر جامعه می‌داند که تنها در دست گروه یا حزبی قرار نمی‌گیرد. به عبارت دیگر، قدرت جامعه، سوژه‌ها و کل حیات اجتماعی را تحت تأثیر خویش قرار می‌دهد و آن را معنادار می‌کند. بنابراین، در منازعات سیاسی - اجتماعی، گفتمانی به پیروزی می‌رسد که قدرت بیشتری برای هژمونیک‌کردن خود داشته است. البته این قدرت برخاسته از میزان توانایی یک گفتمان در برجسته‌کردن نظام معنایی خود و به حاشیه‌راندن نظام معنایی رقیب است. قدرت از نگاه آنها نه تنها مخرب نیست، بلکه می‌تواند مولد و سازنده هم باشد (مقدمی، ۱۳۹۰: ۱۰۵).

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های متنوعی متناسب با روش و رویکردهای گوناگون تحلیل گفتمان انجام یافته است. لذا بنا بر شیوه مرسوم مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای، برخی از آنها مورد بهره‌برداری محقق قرار گرفت، از جمله:

«تحلیل تقابل گفتمانی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی از دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری» که علی ربانی خوراسگانی و محمد میرزایی (۱۳۹۴) با استفاده از روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و چارچوب نظری تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف انجام دادند. آنها از تحلیل جداگانه متون

مطبوعاتی وابسته به یک نماینده از «اصول‌گرایان» و دو نماینده «اصلاح‌طلبان» نتیجه گرفتند: در انتخابات دهم ریاست جمهوری میان «دقایق» گفتمان اصلاحات با «نظم صدقی» حاکم بر جامعه شکافی وجود داشت. اما گفتمان اصول‌گرایی که نماینده «سنت‌گرایی» است، هرچند مردم که نماد جمهوریت‌اند را در قلب خود آراسته بود؛ اما طبق مضامین و وقفه‌های گفتمان‌اش به‌ویژه دال‌های «عدالت» و «دولت اسلامی» در کشاکش «سنت» و «تجدد»، از سنت‌گرایی سخن گفت. مهم‌ترین علت پیروزی این گفتمان در انتخابات دهم این بود که تصور درستی از جامعه ایران داشت و مفصل‌بندی آن، این تصور را آن‌چنان نمایش می‌داد و تصویر می‌کرد که سوژه‌های اجتماعی خواسته‌ها و حل مشکلات خویش را در آینه آن جستجو می‌کردند (ربانی خوراسگانی و میرزایی، ۱۳۹۴).

همچنین حسن بشیر و سیدحمید طاهری (۱۳۹۴) نیز پژوهشی با عنوان «تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸)» انجام دادند و با بررسی متن فیلم‌های تبلیغاتی، به محورهای مهم گفتمانی هر یک از چهار نامزد حاضر در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران دست یافتند. آنها برای دستیابی به این اهداف، از الگوی عملیاتی تحلیل گفتمان (PDAM) که پنج سطحی و صورت تکمیلی شیوه تحلیل گفتمانی «نورمن فرکلاف» است، استفاده کردند و نتیجه آن را در جدول شماره ۱ نشان داده می‌شود:

جدول ۱. مقایسه دال‌های مرکزی فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران

احمدی‌نژاد	موسوی	کروبی	رضایی
عدالت‌محوری	بی‌کفایتی احمدی‌نژاد	نخبه‌گرایی	توانمندی و برنامه‌ریزی رضایی
خدمت‌گزاری	کارآمدی و اعتدال سیاسی و فرهنگی موسوی	ناکارآمدی سیستم مدیریتی موجود	ناتوانی دولت احمدی‌نژاد

منبع مطالعاتی دیگر، پروژه تحقیقی مریم ارمغانی و فروغ کاظمی (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی تطبیقی زبان تبلیغات در بیلبوردهای تهران و لندن از منظر ارزش‌های فرهنگی» است، که از زمستان ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۳ داده‌ها به شیوه میدانی و از روی یک‌صد بیلبرد فارسی و انگلیسی تهران و لندن گردآوری و موردبررسی قرار گرفتند. یافته‌های تحقیق بیان می‌کند: کاربرد انواع ارزش‌ها از موارد تفاوت تبلیغات فارسی و انگلیسی است. به‌گونه‌ای که ارزش‌های فرهنگی فراغت، خرد و مهرورزی در تبلیغات انگلیسی بکار رفته، اما در نمونه‌های فارسی دیده نمی‌شود. در عوض،

ارزش‌های ادب، پاکیزگی، تزئینی، احترام به سالمندان، جادو، فناوری و کار در بیلبوردهای فارسی بکار رفته اما در انگلیسی کاربرد نداشته‌اند (کاظمی و ارمغانی، ۱۳۹۴: ۲۶).

همچنین مراد کاویانی‌راد (۱۳۹۲) در چکیده مقاله پژوهشی خود با عنوان «پراکنش فضایی مشارکت در یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری» می‌نویسد: داده‌ها و یافته‌های برآمده از انتخابات مختلف در کشور، گویای آن است که برگزاری انتخابات ریاست جمهوری ظرفیت بسیاری در بازنمایی جنبش‌های اجتماعی، «گفتمان‌سازی» و جناح‌بندی‌های سیاسی دارد. اما چون نهادهای هم‌بسته‌ساز (سازمان‌ها، نهادها، سمن‌ها و احزاب) به هر دلیل، کارایی لازم را ندارند، در هر دوره، جریان سیاسی و گفتمان خاصی مسلط می‌شود. کیفیت دستیابی جریان نقاد به قدرت، تابعی از ماهیت و کارکرد جریان و گفتمان قدرت حاکم است. پس از گفتمان مسلط، گفتمان جریان نقاد حاکم می‌شود و این روند تداوم خواهد یافت. به بیان دیگر، هر چهار سال رأی به «تداوم» و هر هشت سال رأی به «تغییر» گفتمان حاکم، ویژگی اثرگذار فرهنگ سیاسی رأی دهندگان ایرانی شده است (کاویانی، ۱۳۹۲).

همچنین پیشینه خارجی این نوشتار از بنیتز<sup>۱</sup> و آورا<sup>۲</sup> (۲۰۰۹) است که در پژوهشی به «تحلیل گفتمان انتقادی روابط قدرت میان سه حزب مطرح در مکزیک» پرداخته‌اند. آنها بر اساس الگوی تحلیلی سه بُعدی فرکلاف، بیلبوردهای چندرسانه‌ای و تبلیغاتی را تحلیل کرده‌اند (Benítez & Aurora, 2009: 1).

### روش پژوهش

این تحقیق به روش تحلیل گفتمان انتقادی است. «در تحلیل گفتمان نظریه و روش در هم تنیده شده‌اند و محققان برای استفاده از تحلیل گفتمان به‌عنوان روش تحقیق باید مفروضات فلسفی اصلی را بپذیرند.» (یورگنسن و فیلیپس، ۱۳۸۹: ۴). بنابراین در این پژوهش روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه به‌منظور شناسایی غیریت‌سازی «ما» و «دیگری» و نیز برای شناخت ساختار گفتمانی تبلیغات محیطی و پیام‌های فرهنگی و سیاسی منتشرشده بر روی بیلبوردهای شهر تهران، استفاده شد تا تحلیل‌گر به دال‌های مرکزی و شناور، وقته‌ها، برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمان این نهاد که با هدف به حاشیه‌راندن و غیریت‌سازی مفصل‌بندی گفتمان رقیب انجام شده، دست یابد. از آنجاکه در این روش کیفی، پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را به‌صورت ذهنی انتخاب می‌کند (فرانکفورد و

1. Benítez

2. Aurora

نجمیاس، (۱۳۸۱: ۲۶۴)؛ بنابراین جامعه آماری این تحقیق، تعداد ۲۵ عدد از طرح‌های گرافیکی حاوی پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران است که در بازه زمانی مورد مطالعه، بر روی بیلبردهای شهری انتشار یافته‌اند. این تصاویر به‌طور هدف‌مند و با شناخت و ذهنیت تحلیل‌گر انتخاب شدند تا مورد بررسی کیفی قرار گیرند و از همین تعداد، به اشباع نظری رسید. قلمرو زمانی این پژوهش از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ خورشیدی است و قلمرو مکانی آن نیز شهر تهران است. وجه تمایز این دوره ۱۰ ساله، حضور محمداقبر قالیباف در جایگاه رسمی مدیریت کلان‌شهری است.

### چگونگی اجرای روش تحقیق

در روش تحلیل گفتمان، واحد تحلیل از کلمه فراتر است و می‌تواند بر اساس موضوع، شاخص‌ها، اهداف، متغیرها و مؤلفه‌های تحقیق شامل یک جمله، عبارت، بند، صفحه، تصویر یا متن کامل باشد (ون دایک، ۱۳۸۲). لذا واحد تحلیل در این پژوهش عبارت از متن پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران است که با نصب بر روی بیلبردهای شهر تهران جلوه یافته‌اند. این تصاویر از مرکز آرشیو و پایگاه اینترنتی سازمان زیباسازی شهرداری تهران استخراج شدند. مطابق مراحل تحلیل مبتنی بر روش و نظریه گفتمان لاکلا و موفه، دال‌های شناور یا وقته‌ها و عنصرهایی که حول دال مرکزی مفصل‌بندی گفتمان این نهاد را تشکیل داده‌اند، به‌دست آمد. افزون بر آنچه که پیرامون روش تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و همچنین انواع رویکردها و چارچوب نظری و مفهومی آن تبیین شد.

### یافته‌های پژوهش

لازم به توضیح است با توجه به محدودیت چارچوب و ساختار متنی مقاله، از میان ۲۵ تصویر و پیام نمونه آماری این پژوهش، تنها به ارائه تحلیل شانزده پیام و تصویر به شرح زیر بسنده می‌شود:



(تصویر شماره ۱)

عنوان طرح گرافیکی: جهاد ادامه دارد ...

متن پیام: قلم و اسلحه و سنگر و محراب یکی است؛

تحلیل پیام (تصویر شماره ۱): در این پیام، واژه‌های قلم و محراب که ارزش‌های فرهنگی و دینی جامعه ایران را در خود مستتر دارند با دو واژه اسلحه و سنگر، که معرف ارزش‌های دفاع مقدس‌اند، ترکیب شده‌اند و به‌عنوان دو وقته «ارزش‌های دینی» و «ارزش‌های دفاع مقدس»، حول دال «روحانیت» مفصل‌بندی شده‌اند. او در راستای انجام تکلیف شرعی خود و اطاعت از مرجع دینی و رهبری جامعه، خود را در موقعیت سخت و خطرناک قرار داده است و به‌طور غیرمستقیم، هم به‌دست گرفتن سلاح و نبرد با دشمن، مؤثرتر و کاربردی‌تر از مذاکره با او فرض شده که منطبق با گفتمان اصول‌گرایی است و هم الگوبرداری از وی و به طریق اولی، اطاعت از رهبری را تداعی می‌کند؛ همانا دلالت بر قرارگرفتن دال مرکزی «ولایت‌مداری» در این مفصل‌بندی است. همچنین نبرد مسلحانه با دشمن توسط نماینده‌ای از روحانیت، به‌عنوان نمادی از گفتمان جناح راست سنتی است. به بیان دیگر، دال شناور «غرب‌ستیزی» در کنار وقته «روحانیت» حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی این گفتمان را تشکیل داده است. همچنین «جهاد ادامه دارد ...» شعار همیشگی شهردار وقت تهران بر صدر این پیام قرار گرفته و از این طریق با قراردادن دال شناور «مدیریت جهادی» در مفصل‌بندی گفتمان خود، می‌خواهد سبک مدیریتی خود را در تمام امور جاری کشور برتر، موفق و مؤثرتر اعلام کند. به بیان دیگر، دال‌های شناور «مدیریت جهادی» و «غرب‌ستیزی» در کنار وقته «روحانیت» حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی این گفتمان را تشکیل داده‌اند.



(تصاویر شماره ۲ و ۳)

### عنوان طرح گرافیکی: مردم در صدر

**متن پیام‌ها:** پل طبقاتی صدر، حاصل صبوری شهروندان و مدیریت جهادی» و «با افتتاح پل طبقاتی صدر، شرق، غرب، شمال و جنوب تهران به هم متصل شد؛  
**تحلیل پیام‌ها (تصاویر شماره ۲ و ۳):** «مدیریت جهادی» دال مهم و بارزشی در مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران است و بر هر رویداد عمرانی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی این نهاد، غلبه و چیرگی دارد و تلاش می‌کند با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و تبلیغات محیطی، این استیلا و چیرگی را در گستره شهر تهران نیز نمایان سازد. انتخاب شعار «مردم در صدر» به‌طور غیرمستقیم به دو مطلب اشاره و تأکید دارد:

۱. به سبک «مدیریت جهادی» و دال شناور گفتمان شهرداری تهران و حرکت آن در راستای اطاعت از بنیان‌گذار نظام اسلامی که مردم را ولی‌نعمت مسئولان می‌داندست، او نیز مردم را در صدر می‌داند. بنابراین، با تأکید بر دال مرکزی «ولایت‌مداری» گفتمان خود را هم‌راستا با اصول‌گرایان و در ذیل تبعیت از ولایت فقیه معرفی می‌کند؛

۲. به‌طور تلویحی شعار این طرح و پیام را از نام «آیت‌اله صدر» که معرف «روحانیت» مبارز و نمادی از جناح راست سنتی است و این بزرگراه با نام او ثبت شده، اقتباس کرده است. به عبارت دیگر، به «روحانیت» و دال شناور مفصل‌بندی گفتمانی خود نیز اشاره دارد و در پی آن است که به مفصل‌بندی گفتمان خود اعتبار بخشد. به بیان دیگر، «مدیریت جهادی» در مفصل‌بندی گفتمان شهرداری مترصد آن است که با این برجسته‌سازی و به حاشیه‌راندن مؤلفه‌های گفتمانی رقیب، غیریت‌سازی کند و القاء کند که «ما» با سبک مدیریتی جهادی در شهرداری تهران، در مقایسه با «آنها» که مفصل‌بندی‌شان بر محوریت دال «مدیریت دولت» است، موفق‌تر هستیم و اعتقاد داریم که «مردم در صدر» هستند و چنانچه این روش مدیریتی که در انحصار ماست، فرصت و امکان گسترده‌تری برای بروز و ظهورش در سطح کشور فراهم شود، نه‌تنها مردم تهران، که همه ملت ایران از آن بهره‌مند خواهند شد و بر صدر خواهند نشست. بنابراین، تلاش می‌کند با پیوندزدن دو دال شناور «مدیریت جهادی» و «روحانیت» حول دال مرکزی «ولایت‌مداری»، افزون بر هویت‌بخشی به مفصل‌بندی گفتمان خود، از طریق غیریت‌سازی، «مدیریت دولتی» و دال‌های گفتمان رقیب را نیز به حاشیه براند.





(تصاویر شماره ۴ تا ۶)

### عنوان طرح گرافیکی: حجاب

**متن پیام‌ها:** «سردار شهید رحیم آنجفی: حجاب تو سنگر تو است، تو از داخل حجاب دشمن را می‌بینی و دشمن تو را نمی‌بیند»، «حجاب، سپری است قوی در برابر شمشیرهای تهاجم فرهنگی» و «خواهرم، حجاب تو مشت محکمی بر دهان منافقین و دشمنان اسلام می‌زند»؛

**تحلیل پیام‌ها (تصاویر شماره ۴ تا ۶):** متن پیام‌ها مشتمل بر چند واژه معنادار است: «حجاب» که کارکرد آن در این پیام، فراتر از یک حکم شرعی و ارزش دینی است؛ همچنین هریک از واژه‌های «سپر»، «شمشیر» و «تهاجم فرهنگی»، «خواهر»، «سنگر»، «دشمن»، «منافقین» و «دشمنان اسلام» که بیان می‌کند شهرداری تهران رویکردهای دینی، فرهنگی، نظامی و امنیتی برای حجاب قائل است. در این گفتمان، مقوله حجاب فراتر از موضوع زن و تکلیف دینی اوست. بنابراین، برای مقابله با این هجمه، دال شناور «تهاجم فرهنگی» را حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی می‌کند تا با ایجاد استحکام، مانع پیش‌روی دشمن و خدشه به اعتقادات و باورهای دینی و فرهنگی شود. همچنین از این پیام قابل فهم است که به موضوع حجاب و مفهوم ارزشی و دینی آن، در هم‌سویی با «روحانیت» نگریسته شده و حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی انجام شده است. کشورهای غربی و در رأس آنها ایالات متحده آمریکا را سردمداران تهاجم فرهنگی می‌دانند، لذا «غرب‌ستیزی» را به‌عنوان وقته‌ای حول دال مرکزی مفصل‌بندی کرده و معتقدند در راستای منویات ولایت فقیه، مقابله با آنها را انجام می‌دهند. تلاش می‌کند با برجسته‌سازی موضوع و پرداختن به سستی‌ها و کاستی‌هایی که مورد نقد و پرسش گروه‌های اجتماعی «ولایت‌مدار» است، به‌طور پنهان وقته‌های گفتمان رقیب را به حاشیه براند.

❖ مفاهیمی چون؛ دفاع از «ارزش‌های دینی» و «ارزش‌های دفاع مقدس»، «جامعهٔ مسلمان و پاک»، «دشمن‌ستیزی»، صیانت از «خون شهدا»، ویژگی‌های «زن مسلمان ایرانی» و «حجاب و عفاف» مؤلفه‌های گفتمانی و دال‌های شناوری هستند که مطابق سبک «مدیریت جهادی» شهرداری تهران، با محوریت دال مرکزی «ولایت‌مداری» به‌گونه‌ای مفصل‌بندی می‌شوند که اعتبار این گفتمان را افزایش دهند و با دستیابی به هژمونی فرهنگی و ایدئولوژی، هدف پنهان آن یعنی دستیابی به قدرت، تحقق یابد.

سال ۱۴، شماره ۳۳، بهار ۱۳۹۹



(تصاویر شماره ۷ تا ۱۴)

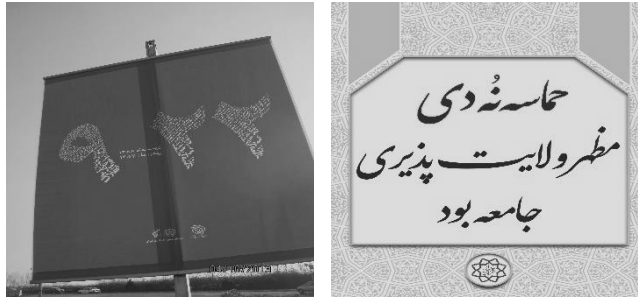
**عنوان طرح‌های گرافیکی:** با ما باش در امان باش، صداقت امریکایی، حقوق بشر امریکایی، حقوق بشر به سبک غربی؛

**متن پیام‌ها:** «ما غلط کردیم و صلح انگاشتیم»، «در هر ۹ ثانیه، یک زن امریکایی مورد ضرب و شتم قرار می‌گیرد»، «صداقت امریکایی و ترجمه انگلیسی آن (The U.S. Government Honesty)»، «در امریکا از هر ۵ نوزاد، ۲ نوزاد به صورت نامشروع به دنیا می‌آید» و «اروپا حامی اصلی صدام در فاجعه بمباران شیمیایی شهرها»؛

**تحلیل پیام‌ها (تصاویر شماره ۷ تا ۱۴):** محتوای پیام‌های سیاسی و هم‌زمانی انتشار آن با مذاکرات هسته‌ای میان ایران و کشورهای ۵+۱ (آمریکا، انگلیس، فرانسه، آلمان، روسیه و چین)، با چالش گفتمانی و پیامدهایی روبه‌رو شد. «شیوه چشمت فریب جنگ داشت / ما غلط کردیم و صلح انگاشتیم»، بیان‌گر استفاده هدف‌مند از ادبیات منظوم فارسی است. این نهاد تلاش می‌کند وقته‌ها یا دال‌های شناور «توسعه سیاسی»، و «مدیریت دولت» که حول دال مرکزی «مردم»، مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبان را شکل داده‌اند، به حاشیه براند و هم‌سو با محافظه‌کاران و روحانیت وابسته به جناح راست سنتی که نتایج مذاکره با شیطان و کشورهای حامی استکبار و توافق برجام را شوم تلقی می‌کنند، نتایج و برون‌داد برجام را به چالش بکشد. در واقع بر اساس نظر غیریت‌سازی، «ما» در این بخش از پیام به «آن‌ها» بی‌استناد می‌کند که در اردوگاه گفتمان اصلاح‌طلبی هستند و «توسعه روابط بین‌الملل» را جایگزین «غرب‌ستیزی» در مفصل‌بندی خود کرده‌اند و دچار فریب دشمن در مذاکرات خواهند شد.

در لایه‌های پنهان این گفتمان هدف‌گذاری شده که با برجسته‌سازی «مدیریت جهادی»، که سال‌هاست در نهاد شهرداری تهران بکار بسته شده و باور دارد که سبک او در پیشبرد مذاکرات موفق‌تر خواهد بود، مذاکرات هسته‌ای و توافق برجام را به حاشیه براند و به مدد غیریت‌سازی، مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبان را، دچار تزلزل کند. بر همین اساس، «غرب‌ستیزی» و موفقیت در مقابله با دسیسه‌های آن را که «تهاجم فرهنگی» مصداقی از آن است، مبتنی بر «مدیریت جهادی» می‌داند و تمام این وقته‌ها یا دال‌های شناور را حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی کرده است و القاء می‌کند که گفتمان «ما» مبتنی بر «ولایت‌مداری» است و در اطاعت از کانون مرکزی خود، به کشورهای طرف مذاکره اعتماد ندارد. این نهاد تلاش می‌کند شباهت‌سازی تاریخی را هم‌سو با «روحانیت» به‌عنوان وقته‌ای که در مفصل‌بندی‌اش قرار گرفته، انجام دهد و با الگوبرداری از او، توافقنامه برجام را با امان‌نامه‌ای که برای فریب در دست شمر است، همانندسازی کند و به‌طور

غیرمستقیم به دال مرکزی «ولایت‌مدار»‌یش معنا بخشد. به عبارت دیگر، دستیابی به هژمونی فرهنگی و گفتمان ایدئولوژیک اصول‌گرایان و کسب قدرت سیاسی شهردار تهران در این پیام‌ها نهفته است.



(تصاویر شماره ۱۵ و ۱۶)

#### عنوان طرح گرافیکی: حماسه نه دی؛

متن پیام‌ها: نه دی‌ماه ۱۳۸۸ برابر است با ۲۲ بهمن‌ماه ۱۳۵۷» و «حماسه نه دی، مظهر ولایت‌پذیری جامعه بود؛

تحلیل پیام‌ها (تصاویر شماره ۱۵ و ۱۶): پس از انتخابات ۲۲ خردادماه ۱۳۸۸ و شدت‌گرفتن اعتراضات به نتایج انتخابات، توسط بخشی از مردم و حضور خیابانی و میدانی آنها، واژه‌های جدید «جنش سبز» و «فته» به ادبیات سیاسی کشور وارد شد به‌گونه‌ای کنش‌گران سیاسی و اجتماعی ایران در تقابل گروه‌های سیاسی با یکدیگر، انشقاق یافته و در یکی از این دو، تقسیم‌بندی و نام‌گذاری شدند. حضور مردم برای اعتراض شدید و محکومیت هتک حرمت مقدسات مذهبی واقعه تلخ روز عاشورا، توسط حاکمیت «حماسه ۹ دی» نامیده شد؛ لذا پیام‌های سیاسی شهرداری تهران در گرامیداشت سالگرد این روز، حکایت از آن دارد که می‌خواهد عناصر بصیرت، دفاع از ارزش‌ها، دشمن‌شناسی وحدت، ایستادگی، عدالت، مقاومت، نظام اسلامی را که صریحاً به آنها اشاره شده، به گفتمان خود اختصاص دهد و سعی می‌کند با تبدیل آنها به وقته‌ها و پیوندزدن‌شان به دال‌های شناور، مفصل‌بندی خود را تقویت کند و با این برجسته‌سازی‌ها، دال‌های گفتمان رقیب را به حاشیه براند. این عناصر دارای ارزش‌های مفهومی هستند که با محوریت «ولایت فقیه»، وظیفه‌ای را برای مدیریت کلان‌شهری ایجاد می‌کند تا با بکارگیری سبک مدیریتی و بسیج امکانات این نهاد، یا همان دال شناور «مدیریت جهادی»، زمینه اقتدار و اعتباربخشی به مفصل‌بندی گفتمان

اصول‌گرایی را بیش‌ازپیش فراهم سازد. همچنین «مظهر ولایت‌پذیری» به دال مرکزی شهرداری اشاره دارد و تأکید می‌کند، همهٔ آحاد «جامعه» در راستای رهبری ولایت فقیه، یا همان کانون مرکزی گفتمان اصول‌گرایی، در روز نه دی حماسه آفریدند. در واقع به مدد غیریت‌سازی می‌خواهد القاء کند «ما»، ولایت‌مداری را در کانون مرکزی گفتمان‌مان قرار داده‌ایم و برای دفاع از ارزش‌های دینی و انقلابی و حذف فتنه‌گران و مخاطرات نظام اسلامی همواره آماده هستیم، اما گفتمان «آنها» با مماشات و سهل‌انگاری، زمینه را برای مانورهای سیاسی و فعالیت‌های خراب‌کارانه معترضان فراهم می‌سازند. «آنها» به فتنه اعتقادی ندارند و برای مقابله با آن اقدام عملی ندارند و به‌نوعی حامیان‌شان هستند. این غیریت‌سازی با هدف اعتباربخشی به مفصل‌بندی گفتمان حامی این نهاد انجام می‌شود و به‌طور پنهان در پی هژمونی و دستیابی به قدرت سیاسی است.

جدول ۲. گزیدهٔ نتایج و برون‌داد تحلیل گفتمان پیام‌ها

شماره تصویر	گویه‌ها (متن پیام‌ها)	برون‌داد تحلیل
۱	جهاد ادامه دارد... / قلم و اسلحه و سنگر و محراب یکی است	«ارزش‌های دین و دفاع مقدس»، «روحانیت»، «غرب‌ستیزی» حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی این گفتمان را تشکیل داده‌اند؛ برجسته‌سازی دال مرکزی «ولایت‌مداری»، که خود را محور وقته‌های «مدیریت جهادی»، «روحانیت» و «ارزش‌های دفاع مقدس» قرار داده است و تلاش شده با غیریت‌سازی، دال «مدیریت قانونی» و دیگر مؤلفه‌های گفتمان اصلاح‌طلبی به حاشیه رانده شود؛
۲ و ۳	مردم در صدر / پل طبقاتی صدر؛ حاصل صبوری شهروندان و مدیریت جهادی مردم در صدر / با افتتاح پل صدر، شرق، غرب، شمال و جنوب تهران به هم متصل شد.	«مدیریت جهادی» دال مهم و بالارزشی در مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران است و تأکید بر دال مرکزی «ولایت‌مداری» هم‌راستا با گفتمان اصول‌گرایان؛ برجسته‌سازی وقتهٔ «مدیریت جهادی» برای به غیریت‌سازی و به حاشیه‌راندن دال «مدیریت قانونی» گفتمان اصلاح‌طلبی؛
۴ تا ۶	حجاب تو سنگر تو است، تو از داخل حجاب دشمن را می‌بینی و دشمن تو را نمی‌بیند. (سردار شهید رحیم آنجفی) حجاب سپری است قوی در برابر تهاجم‌های فرهنگی خواهرم، حجاب تو مشت محکمی بر دهان منافقین و دشمنان اسلام می‌زند. (شهید بهرام یادگاری)	این پیام‌ها، برای حجاب چهار رویکرد دینی، فرهنگی، نظامی و امنیتی قائل است. «روحانیت» به‌عنوان وقته‌ای است که در کنار دال‌های شناور «تهاجم فرهنگی» و «غرب‌ستیزی» حول کانون مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران را ایجاد کرده‌اند. برجسته‌سازی دال «مدیریت جهادی» با هدف به حاشیه‌راندن دال «مدیریت دولتی» و غیریت‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی اصلاح‌طلبی انجام می‌شود؛ دفاع از «جامعهٔ مسلمان و پاک»، «ارزش‌های دینی» و «ارزش‌های دفاع مقدس»، «دشمن‌ستیزی»، صیانت از «خون شهدا» و پیروی از آنها، ویژگی‌های «زن مسلمان ایرانی» و «حجاب و عفاف» عناصری هستند که در حوزهٔ گفتمان‌گویی قرار گرفته‌اند و این نهاد درصدد تبدیل آنها به وقته است.

ادامه جدول ۲. گزیده نتایج و برون‌داد تحلیل گفتمان پیام‌ها

شماره تصویر	گویه‌ها (متن پیام‌ها)	برون‌داد تحلیل
۷ تا ۱۴	<p>شیوه چشم‌ت فریب جنگ داشت، ما غلط کردیم و صلح انگاشتیم. / نمایندگان مجلس سنای آمریکا طرح جامع تحریم ایران را تصویب کردند. با تصویب این طرح نه تنها روح و جسم برجام نقض می‌گردد، بلکه تحریم‌های جدید و بی‌سابقه‌ای نیز اعمال خواهد شد.</p> <p>با ما باش، در امان باش</p> <p>صداقت امریکایی</p> <p>حقوق بشر امریکایی / در هر ۹ ثانیه یک زن امریکایی مورد ضرب و شتم قرار می‌گیرد.</p> <p>حقوق بشر امریکایی / در آمریکا از هر ۵ نوزاد، ۲ نوزاد به‌صورت نامشروع به‌دنیا می‌آید.</p> <p>حقوق بشر به سبک غربی / اروپا حامی اصلی صدام در بمباران شیمیایی شهرها</p>	<p>هم‌زمانی انتشار این پیام با مذاکرات هسته‌ای مصداق به چالش کشیدن مذاکرات هسته‌ای و توافق برجام، یا همان گفتمان اصلاح‌طلبی است؛ دال‌های شناور «مدیریت جهادی»، «غرب‌ستیزی» و «روحانیت» حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی شده‌اند؛ این نهاد با برجسته‌سازی وقته‌های «غرب‌ستیزی» و مقابله با «تهاجم فرهنگی»، می‌خواهد دال‌های «توسعه سیاسی»، «توسعه روابط بین‌الملل» و «مدیریت قانونی» که حول دال مرکزی «مردم»، مفصل‌بندی گفتمان اصلاح‌طلبان را شکل داده‌اند، به حاشیه براند و به مدد غیریت‌سازی، به‌طور پنهان، هژمونیک و کسب قدرت سیاسی را دنبال می‌کند.</p> <p>الگوپردازی از «روحانیت» به‌عنوان یکی از وقته‌های مفصل‌بندی شده با هدف شباهت‌سازی تاریخی و اعتباربخشی به گفتمان شهرداری تهران؛</p> <p>تشکیل زنجیره هم‌ارزی با تندروها و مدافعان ارزش‌های دین و انقلاب که منتقدان جدی و سرسخت توافق‌نامه‌ی برجام هستند، با هدف به هم ریختن مفصل‌بندی گفتمان رقیب مطابق منطق تفاوت، هدف پنهان شهردار تهران، دستیابی به هژمونی و قدرت سیاسی است.</p>
۱۵ و ۱۶	<p>(۲۲ = ۹) / نه‌دی‌ماه ۱۳۸۸ برابر است با ۲۲ بهمن‌ماه ۱۳۵۷</p> <p>حماسه ۹ دی، مظهر ولایت‌پذیری جامعه بود</p>	<p>عناصر بصیرت، دفاع از ارزش‌ها، دشمن‌شناسی وحدت، ایستادگی، عدالت، مقاومت، نظام اسلامی در گفتمان رقیب جایگاهی ندارند و این نهاد می‌خواهد با ورود آنها به حوزه گفتمان‌گونگی و تبدیل آنها به وقته و پیوندزدن‌شان به دال‌های شناور، «مدیریت جهادی»، «غرب‌ستیزی» و «روحانیت» با محوریت دال مرکزی «ولایت‌مداری»، مفصل‌بندی خود را تقویت کند. تأکید دوباره‌ای است بر وقته‌های «مدیریت جهادی»، «غرب‌ستیزی» و «روحانیت» که حول دال مرکزی «ولایت‌مداری» مفصل‌بندی می‌شوند.</p> <p>برجسته‌سازی دفاع از ارزش‌های دین و انقلاب و دیگر مؤلفه‌های گفتمانی اصول‌گرایان از طریق غیریت‌سازی گفتمان رقیب که با هدف اعتباربخشی به مفصل‌بندی گفتمان حامی این نهاد انجام می‌شود و به‌طور پنهان، در پی هژمونی و دستیابی به قدرت سیاسی است.</p>

### بحث و نتیجه‌گیری

هدف محقق و دیدگاه بنیادین این پژوهش، شناخت لایه‌های پنهان و مهم‌ترین محورهای گفتمانی پیام‌های فرهنگی و سیاسی شهرداری تهران بود که در بازه زمانی ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ خورشیدی بر روی بیلوردهای شهر تهران انتشار یافتند. بنیان نظری و فلسفی نظریه گفتمان لاکلا و موفه و

رویکرد پساساختارگرایانه آن و استفاده از روش تحلیل گفتمان، نقطه عطف و محور اصلی بررسی کیفی موضوع تحقیق قرار گرفت. نهادی عمومی که بنا بر تعریف آلتوسر، ایدئولوژی‌ساز محسوب می‌شود، درصدد برآمده بود با بهره‌برداری از رسانه‌ی انحصاری خود یا همان بیلبوردهای شهری، به هژمونی و قدرت سیاسی دست یابد؛ به عبارت دیگر، با تولید معنا و مفهوم و انتشار و نسوج آن میان کنشگران اجتماعی و سیاسی و عموم شهروندان، غیریت‌سازی کند و با جذب «وقته‌ها» و مفصل‌بندی «دال‌های مرکزی و شناور، گفتمان جدیدی ایجاد کند. گفتمانی که به تعبیر فوکو «یک سرمایه به نظر می‌رسد که قواعد پدیداری و نیز شرایط تخصیص و کاربست خود را دارد؛ سرمایه‌ای که از همان ابتدا پرسش قدرت را پیش می‌کشد و سرمایه‌ای که ماهیتاً موضوع یک نبرد سیاسی است» (فوکو، ۱۳۹۲: ۱۷۷). از سوی دیگر، رفتار سازمانی و چگونگی ارتباط، تعامل و تقابل این نهاد در جناح‌بندی‌های سیاسی کشور، متغیر و مؤلفه مهم و باارزشی است که در تبیین و تشریح مسئله این پژوهش به آن پرداخته شد و از این منظر قابل بیان است که تقسیم‌بندی قدرت سیاسی و رقابت میان گروه‌ها و شبه‌حزب‌های سیاسی در قلمرو زمانی این تحقیق، مبین آن است که به‌طور کلی رقابت اصلی میان دو گفتمان «اصول‌گرایی» و «اصلاح‌طلبی» در جریان بوده است و تشکل‌های سیاسی و اجتماعی منتسب به هر یک از این دو رویکرد، چه در هنگام کارزارهای انتخاباتی و چه پس از پیروزی یا شکست، همواره درصدد حفظ قدرت در شرایط پیروزی یا جبران آسیب‌های اعتباری ناشی از شکست برآمدند. لذا در این دوره ده‌ساله، عملکرد مدیریت شهری معطوف به گفتمان «اصول‌گرایی» بود و از این منظر شرایط ویژه و منحصربه‌فردی در مدیریت شهری پدید آمد. چراکه برون‌داد و نتایج حاصل از تحلیل پیام‌ها، بیانگر آن است که:

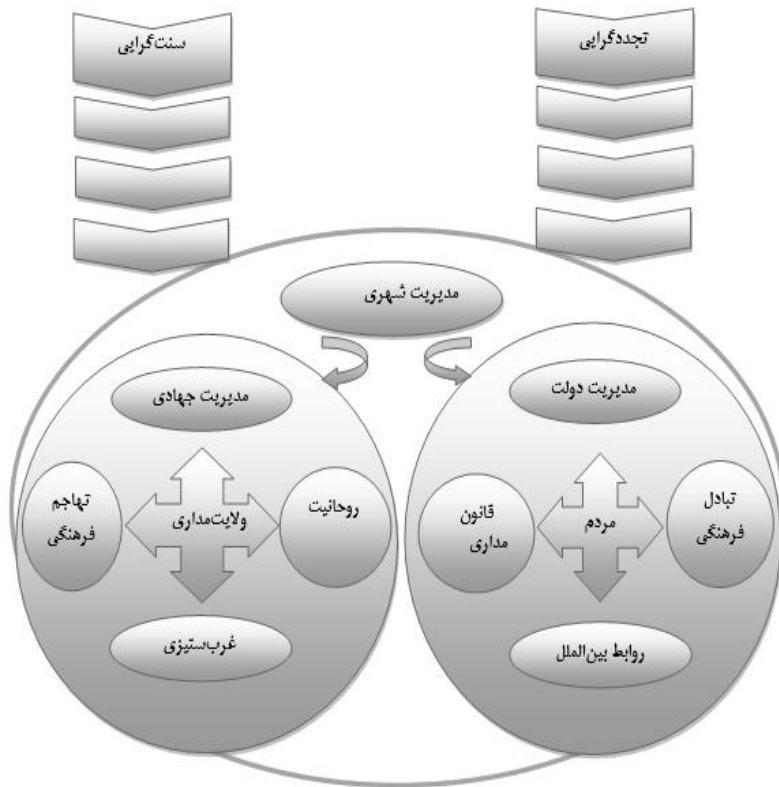
دال مرکزی «ولایت‌مداری» از تمام پیام‌های فرهنگی و سیاسی و همچنین فرم و محتوای طرح‌های گرافیکی که هدف‌مند و هنرمندانه تصویرسازی شده‌اند، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم قابل فهم است. «روحانیت»، «مدیریت جهادی» و «غرب‌ستیزی» نیز، هریک دال‌های شناوری هستند که حول کانون مرکزی قرار گرفته و به مفصل‌بندی گفتمان شهرداری تهران معنا و هویت بخشیده‌اند. به‌گونه‌ای که در اجرای هرگونه تبلیغات محیطی برای هر رویداد عمرانی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی آن، غلبه و چیرگی داشته و درصدد بوده با برجسته‌سازی مؤلفه‌های گفتمانی خود، دال‌های شناور «مدیریت دولتی»، «توسعه روابط بین‌الملل»، «قانون‌مداری» رقیب را که حول دال مرکزی «مردم» و منطبق با گفتمان اصلاح‌طلبی مفصل‌بندی شده‌اند، به حاشیه براند. این نهاد تلاش کرده است با استفاده از ظرفیت رسانه‌ای و تبلیغات محیطی، به هژمونی فرهنگی و

ایدئولوژیک و کسب قدرت سیاسی شهردار اصول‌گرای تهران، یا همان هدف پنهان و نهفته در این پیام‌ها، دست یابد.

همچنین محقق در سیر مطالعاتی خود در فرایند اجرایی این پژوهش، به موضوعات و موارد دیگری برای انجام بررسی و مطالعات کیفی دست یافت که برخی از آنها، به محققان و پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود: تحلیل محتوای نشریه‌ها و خبرنامه‌های داخلی شهرداری تهران در دوره‌های نهم تا دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری که محمدباقر قالیباف در آن نامزد بوده است؛ تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی یا دست‌نوشته‌ها یا سخنرانی‌های تبلیغاتی محمدباقر قالیباف در انتخابات نهم تا دوازدهم ریاست جمهوری؛ تحلیل گفتمان مدیریت جهادی در فعالیت‌های فرهنگی سیاسی، خبرهای انتخاباتی و گزارش‌های تحلیلی روزنامه همشهری، برنامه‌ها و فعالیت‌های سیاسی معاونت اجتماعی فرهنگی و سازمان فرهنگی هنری؛ مقایسه تطبیقی عملکرد فرهنگی و سیاسی دوره‌های مدیریتی غلامحسین کرباسچی، محمود احمدی‌نژاد و محمدباقر قالیباف در شهرداری تهران.



## مدل پژوهشی



(شکل ۱)، مدل مفصل‌بندی گفتمان اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی  
برگرفته از فضای استعاره‌ای از گفتمان انقلاب اسلامی در سال ۵۷ (سلطانی، ۱۳۹۴: ۱۴۰)

## منابع و مأخذ

- بشیر، حسن و حمیدرضا حاتمی (۱۳۹۲). «تحلیل گفتمان سرمقاله‌های کیهان، اطلاعات و جمهوری اسلامی، دربارهٔ حوادث پس از انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران (از ۲۳ خرداد تا ۳۱ تیر ۱۳۸۸)». **فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست**، شماره ۳۶: ۸۸ - ۶۱.
- بشیر، حسن و سیدحمید طاهری (۱۳۹۴). «تحلیل گفتمان فیلم‌های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دورهٔ انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران (سال ۱۳۸۸)». تهران: **فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست**، شماره ۴۳: ۶۳ - ۳۵.
- ریتی، سروناز (۱۳۹۵). «رسانه‌های هژمونیک و بر ساخت سوژه شهروندی». تهران: **مجموعهٔ مقالات چهارمین کنگره بین‌المللی توسعه شهری شهید بهشتی**.
- تئون‌ای، ون‌دایک (۱۳۸۷). **مطالعات در تحلیل گفتمان (از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی)**. گروه مترجمان، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- ربانی خوراسگانی، علی و محمد میرزایی (۱۳۹۴). «تحلیل تقابل گفتمانی اصول‌گرایی و اصلاح‌طلبی در دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری». اصفهان: **جامعه‌شناسی کاربردی**، شماره ۶۰: ۶۸ - ۴۵.
- ربیعی، علی و فرناز احمدزاده نامور (۱۳۸۷). «نظریه بازنمایی رسانه‌ای و تحلیل افکار عمومی متقابل امریکایی‌ها و ایرانی‌ها». تهران: **فصلنامه علمی - پژوهشی دانش سیاسی**، شماره ۸: ۶۲ - ۳۷.
- رحمانی فیروزه‌جاه، علی (۱۳۸۴). «پساساختارگرایی»، **نشریه نامه فرهنگ**، شماره ۵۴: ۱۰۵ - ۹۸.
- سلطانی، سیدعلی اصغر (۱۳۸۳). «تحلیل گفتمان به‌مثابه نظریه و روش». **مجله علوم سیاسی**، شماره ۲۸.
- سلطانی، سیدعلی اصغر (۱۳۸۴). **قدرت، گفتمان و زبان**. تهران: نشرنی.
- صالحی‌زاده، عبدالهادی (۱۳۹۰). «درآمدی بر تحلیل گفتمان میشل فوکو روش‌های تحقیق کیفی». **مجله معرفت فرهنگی اجتماعی**، شماره ۷: ۱۴۲ - ۱۱۳.
- فاضلی، محمد (۱۳۸۳). «تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی». **پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی**، شماره ۱۴: ۸۱ - ۱۰۶.
- فوکو، میشل (۱۳۹۲). **دیرینه‌شناسی دانش**، ترجمه نیکو سرخوش و افشین جهان‌دیده، تهران: نشر نی.
- قجری، حسین علی و جواد نظری (۱۳۹۲). **کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی**، تهران: جامعه‌شناسان.
- کاظمی، فروغ و مریم ارمغانی (۱۳۹۴). «بررسی تطبیقی زبان تبلیغات در بیلبوردهای تهران و لندن از منظر ارزش‌های فرهنگی». **مجله زبان و زبان‌شناسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی**، شماره ۳۱: ۵۲ - ۲۵.
- کاوایی‌راد، مراد (۱۳۹۳). «پراکنش فضایی مشارکت در یازدهمین دورهٔ انتخابات ریاست جمهوری». **فصلنامه مطالعات راهبردی**، شماره ۶۳: ۶۱ - ۳۷.
- کسرایی، محمدسالار و علی پوزش شیرازی (۱۳۸۸). «نظریه گفتمان لاکلا و موفه ابزاری کارآمد در فهم و تبیین پدیده‌های سیاسی». **فصلنامه سیاست (مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی)**، شماره ۳۹: ۳۶۰ - ۳۳۹.
- مقدمی، محمدمتقی (۱۳۹۰). «نظریهٔ تحلیل گفتمان لاکلا و موفه و نقد آن». **نشریه معرفت فرهنگی اجتماعی**، شماره ۶: ۹۱ - ۱۲۴.
- مک‌لوهان، مارشال (۱۳۷۷). **برای درک رسانه‌ها**، ترجمه سعید آذری، تهران: انتشارات سروش.

- Benítez, C.& Aurora.T. (2009). Exploring political, institutional and professional discourses in Mexico: a critical, multimodal approach. Ph.D. Thesis, Australia: Macquarie University, published by Australasian Digital Theses Program.
- Fairclough, N. (1993), Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities, **Discourse and Society**, Vol. 15, No. 2, p 133 - 165.
- Fairclough, N. (1996), Language and power, Longman Group UK Limited.
- Fairclough, N. (1998), political discourse in the media: an analytical framework. In a Bell and P. Garrett (Eds.) **Approaches to Media Discourse**. Oxford: Blackwell.
- Fairclough, N. (2003) **Analysing discourse textual analysis for social research**, Rutledge press.
- Fairclough, Norman (2010) Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language. London: Longman.
- Laclau, E. and Mouffe (2001), Hegemony and socialist stratege: Towards a Radical Democratic Politics. Verso: London.
- Mouffe, Chantal (1979) Hegemony and Ideology in Gramsci. In Chantal Mouffe (ed). Gramsci and Marxist Theory. London and Boston: Routledge & Kegan Paul Ltd.