

امواج سیاسی برآمده از مناظره‌های یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران: مطالعه اخبار مطبوعات در بازه زمانی دهم تا بیست و چهارم خردادماه ۱۳۹۲

● هادی خانیکی^۱، کیوان لطفی^۲

چکیده

در انتخابات سال ۱۳۹۲ برای دومین بار، مناظره‌هایی ترتیب داده شد که در آن انتقادات جنجالی مطرح شد؛ پژوهش پیش رو به بررسی امواج سیاسی رسانه‌ای مناظره‌های این انتخابات پرداخته است. هر مناظره بازتاب خاصی در رسانه‌های خبری دارد. این پژوهش با استفاده از تحلیل محتوای کمی و کیفی به دسته‌بندی اخبار منبعث از هر مناظره، با در نظر گرفتن معیارهایی همچون میزان پوشش خبری و میزان پراکندگی زمانی پوشش در چند رسانه مختلف، می‌پردازد. در این پژوهش، موضوعات مطرح شده در روزنامه‌ها، پس از دسته‌بندی، در قالب موج سیاسی نام‌گذاری شدند. امواج سیاسی، به تبعیت از ولفسفلد در مدل نظری سیاست-رسانه-سیاست، در ابتدا در محیط سیاسی (در اینجا همان عرصه مناظره) آغاز می‌شوند؛ در رسانه‌ها با پوشش گسترده و طرح داستان‌های مختلف خبری شکل می‌گیرند؛ و ضمن التهاب در فضای سیاسی، با واکنش و تغییرات در محیط سیاسی پیگیری می‌شوند. در تحلیل امواج شناسایی شده نیز این منطق در نظر گرفته شد تا امواج به‌طور عمیق‌تری بررسی شوند. در این دوره از انتخابات بازتاب تمامی مناظره‌ها جداگانه در ۱۴ روزنامه از دو جناح دنبال شد؛ در این انتخابات، امواج «اعتراض به شیوه برگزاری مناظره»، «فضای امنیتی» و «چالش‌های سیاسی» شکل گرفتند.

واژگان کلیدی

امواج سیاسی، انتخابات، انتخابات ۱۳۹۲، سیاست رسانه‌ای شده، مناظره

مقدمه

مناظره یکی از شیوه‌های بیان عقاید و دیدگاه‌هاست که در آن واحد افکار و باورهای مغایر آن را به نقد می‌کشد. به تعبیر هاریس^۱ (۱۳۹۰: ۳۷۱)، مناظره جزئی از جامعه‌ای است که اعتراض را دوست دارند و انتظار دارند پیوسته از طریق تلویزیون سرگرم شوند. در مناظره‌ها بحث‌ها و انتقادهایی از جانب رقبا مطرح می‌شود که کنشگران و رسانه‌ها به آن‌ها توجه نشان می‌دهند و در نتیجه، خلق فعالانۀ امواج سیاسی و در پی آن التهاب فضای سیاسی را به دنبال دارد. مناظره در تاریخ علم، فرهنگ و حتی مباحث دینی یکی از راه‌های ارتقای شناخت و باورها بوده و همواره مورد استقبال صاحبان فکر واقع شده است. شاید عرصۀ ورود رسمی مناظره به قلمرو سیاست به سال ۱۹۶۰ در ایالات متحده و در مارتن قدرت ریچارد نیکسون و جان اف کندی بازگردد که از آن پس نه در آمریکا که در دیگر کشورها به تدریج مناظره‌های انتخاباتی به یکی از پرطرف‌دارترین شیوه‌های تبلیغاتی نامزدهای انتخاباتی تبدیل شد. نامزدهای انتخاباتی، که پیش از این در قالب بیان افکار خود به صورت انفرادی در رسانه‌های جمعی اظهار نظر می‌کردند، به تدریج وارد عرصۀ مناظره شدند. تا دوره‌های قبل، مناظره‌ها اغلب نوشتاری و با تأخر زمانی به خصوص از طریق رسانه‌های مکتوب برگزار می‌شد، در حالی که سال ۱۳۸۸ برگزاری مناظرۀ مستقیم آن‌هم از رسانه ملی فضای تبلیغات نامزدهای انتخاباتی را بر هم زد و کانون توجه عموم را به گفت‌و شنود مستقیم نامزدهای انتخاباتی و نقد یکدیگر جلب کرد (مصری، ۱۳۸۸).

اینکه نامزدهای انتخاباتی از امکان فراهم‌شده در مناظره‌ها برای بیان و نقد دیدگاه‌ها و حتی عملکردهای رقبا چگونه استفاده می‌کنند و اینکه مهم‌ترین نقدهای خود را در «رقابت رودرو» با سایر رقبا چگونه مطرح می‌کنند یکی از مهم‌ترین مسائل درباره‌ی مناظره‌هاست. به‌طور کلی، هدف پژوهش پیش رو ایجاد فهم بهتر در مورد امواجی است که در مناظره‌های انتخاباتی شکل می‌گیرند و اینکه رقبای سیاسی و مطبوعات چگونه به آن واکنش نشان می‌دهند. بنیان نظری این پژوهش بر مقاله‌ی ولفسفلد^۲ (۱۳۸۹) در خصوص امواج سیاسی استوار است. وی معتقد است که فرایندها و جریان‌های سیاسی مدرن مجموعه‌ای از چرخه‌هایی هستند که رهبران، جامعه و نشریات بر آن‌ها تمرکز دارند و نقطه‌ی آغاز این چرخه‌ها یا امواج سیاسی افزایش فوق‌العاده در پوشش رسانه‌ای یک موضوع و واکنش عمومی رهبران و فعالان به آن و در پی آن افزایش مباحثه‌ی عمومی بر سر آن موضوع است که در نهایت، با تشدید توجه عمومی، این امواج، در زمان رسیدن به نقطه‌ی اوج خود، خودبه‌خود فروکش

1. Harris

2. Wolfsfeld

می‌کنند و یا توجهات به سمت امواج سیاسی جدید معطوف می‌شود. ولفسفلد معتقد است بررسی این امواج موجب افزایش بصیرت در خصوص حوزه گسترده‌ای از موضوعات برای محققان حوزه علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و ارتباطات می‌شود. تعریف ولفسفلد از امواج سیاسی، که به عقیده وی برای اولین بار است که به کار می‌رود، شامل «تحولات سریع و معنادار در محیط سیاسی [است] که در نتیجه نقش‌آفرینی کنشگران سیاسی، افزایش فوق‌العاده در پوشش رسانه‌ای یک موضوع و واکنش عمومی رهبران و فعالان مرتبط، به رشد و افزایش وسیع میزان توجه عمومی به آن رویداد سیاسی منجر می‌شود». همچنین یادآوری می‌کند که در چنین پژوهش‌هایی، واحد تحلیل محیط سیاسی است. منظور وی «مجموعه باورهای جمعی و فردی، گفتمان و رفتارهای معطوف به مسائل سیاسی در یک زمان و نهاد یا حوزه خاص است» (ولفسفلد، ۱۳۸۹: ۳۲۳-۳۲۴).

این پژوهش، با استفاده از این بنیان نظری، مسئله اصلی پژوهش را چنین تعریف می‌کند: در جریان مناظره‌های سیاسی پخش شده در سیمای جمهوری اسلامی، هریک از نامزدها مباحث و انتقادهایی را در مورد محیط سیاسی و مسائل نظام مطرح می‌کرد که این انتقادهای امواج سیاسی را در نشریات و رسانه‌های کشور دامن زد. امواج سیاسی برخاسته گستره محیط سیاسی و گفتمان حاکم بر کشور را در آن دوره ملت‌هت کرد و موجب بروز بازخوردهای متفاوتی در رسانه‌ها و فضای عمومی و در نهایت موجب تغییر گفتمان حاکم در آن دوره شد. با توجه با این مقدمه، این پژوهش در پی فهم موضوع و حوزه اصلی مورد نظر رقبا در مناظره‌های انتخاباتی و امواج سیاسی حاصل از آن‌هاست؛ همچنین، در پژوهش پیش رو چگونگی واکنش جریان‌های سیاسی و رسانه‌ها به امواج برخاسته در مناظره‌های انتخاباتی در قالب این سؤالات بررسی و تبیین می‌شود.

۱. در مناظره‌های تلویزیونی هر دوره انتخاباتی، چه امواج سیاسی به کمک رسانه‌های خبری شکل گرفته‌اند؟
۲. کدام یک از نامزدها (جناح‌های سیاسی) هر موج سیاسی را برمی‌انگیزند و به آن دامن می‌زنند؟
۳. واکنش جریان‌های سیاسی و رسانه‌ها به امواج ایجادشده در مناظرات انتخاباتی چگونه است؟
۴. واکنش سایر نامزدها و بازیگران سیاسی به این امواج چیست؟
۵. هرکدام از رسانه‌های جناحی چگونه از این امواج سیاسی و فرصت‌های خبری استفاده سیاسی می‌کردند؟

پیشینه پژوهش

حداد (۱۳۹۷) در مقاله «سیاست رسانه‌ای شده؛ نمونه پژوهی مقایسه‌ای جو لوله‌کش و میرزاآقا» بر این اعتقاد است که، در عصر انقلاب اطلاعات و ارتباطات، حیات اجتماعی، به طور عام، و حیات سیاسی، به طور خاص، عمیقاً رسانه‌ای شده است. در کنار تعبیر متنوعی که تاکنون از این پدیده ارائه شده است، این مقاله بر تعبیری خاص از سیاست رسانه‌ای شده استوار است مبنی بر وضعیتی که در آن گسترش حضور و نقش رسانه‌ها در حیات سیاسی جوامع شرایطی را فراهم می‌آورد که افراد عادی امکان کنشگری خاص و فعالانه سیاسی بیابند. این پژوهش در پی پاسخ به این پرسش اساسی است که آیا رسانه‌ای شدن سیاست تمامی جوامع را فارغ از ظرفیت‌های خاص و ویژگی‌های زمینه‌ای خود به یک شکل متأثر می‌کند یا پدیده‌ای زمینه‌مند است که برون داده‌های متفاوت و متنوعی را در محیط‌های متفاوت به همراه خواهد داشت. در این خصوص، دو نمونه جو لوله‌کش در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده ۲۰۰۸ و میرزاآقا در انتخابات ریاست جمهوری دوازدهم ۱۳۹۶ به عنوان افرادی عادی که رسانه‌ای شدن سیاست امکان تبدیل آنان به سوژه‌های کنشگر سیاسی را فراهم آورده موضوع مطالعه‌ای مقایسه‌ای قرار گرفتند. با انتخاب جامعه‌شناسی فرهنگی به عنوان چارچوب نظری، مقایسه این دو نمونه در سه شاخص پویایی سوژگی سیاسی، گونه‌شناسی رسانه‌ها، و ماندگاری سوژگی سیاسی نشان داد که رسانه‌ای شدن سیاست پدیده‌ای زمینه‌مند است که در جوامع توسعه یافته مردم سالار، پویایی حداکثری سوژگی سیاسی در بستر تمامی سطوح رسانه‌های کلان مقیاس و میان مقیاس و خردمقیاس و با ماندگاری سوژگی گسترده را به همراه دارد؛ اما در جوامع در حال توسعه و شبه دموکراسی‌ها، پویایی حداقلی سوژگی سیاسی را تنها در سطح رسانه‌های خردمقیاس و محدود به دوره‌های برگزاری انتخابات ممکن می‌کند.

آذری و رضوی دینانی (۱۳۹۱)، در مقاله «رسانه‌ای شدن سیاست، مطالعات رسانه‌ای»، بر این باورند که، بر اساس تعاریف محققان، رسانه‌ای شدن سیاست ورود ناخوانده روابط عمومی‌ها، متخصصان چرخش افکار و جنجال‌سازان به فرایند سیاسی است و ضرورتی است که در دموکراسی‌های لیبرال نقشی اساسی ایفا می‌کند تا سیاستمداران بتوانند از این طریق رضایت تولید کنند و توده‌ها را هدایت و رهبری کنند. متخصصان ارتباطات اکنون معمولاً مورد مشورت قرار می‌گیرند تا راجع به آنچه از نظر سیاسی امکان پذیر است یا به عبارتی تا چه حد می‌توان مردم را رهبری و هدایت کرد سیاستمداران را آگاه کنند. اگر متخصصان ارتباطات به سیاستمداران اعلام

کنند که نمی‌توانند موافقت، رضایت یا انفعال مردم را در خصوص سیاست مطرح شده به دست آورند، در اغلب موارد آنان عقب‌نشینی می‌کنند. متخصصان چرخش افکار و جنجال‌سازان در انجام برنامه‌های خود از تکنیک‌های مختلفی استفاده می‌کنند و رسانه‌ها را به‌طور مؤثری به کار می‌گیرند؛ اما، گاهی نیز تلاش‌هایشان با شکست مواجه می‌شود. افشای عوام‌فریبی متخصصان چرخش افکار خسارات زیادی برای نظام‌های لیبرال دموکراسی به بار می‌آورد؛ چراکه از مشروعیت نظام کاسته می‌شود و بدبینی و بی‌تفاوتی رأی‌دهندگان را به همراه دارد.

ولفسلد، در پژوهشی با عنوان «امواج سیاسی و گفتمان دموکراتیک: امواج تروریسم در اثنای فرایند صلح اسلو»، تأکید و تمرکز نظری و تجربی خود را محدود به دو مجموعه از کنشگرانی می‌کند که مشخصاً به ظهور و افول امواج سیاسی حساسیت دارند: رقبای سیاسی و آن‌هایی که در رسانه‌های خبری فعالیت می‌کنند. هدف این پژوهش تبیین برخی موارد دربارهٔ ابداع و ایجاد امواج سیاسی، و نقش اخبار در ساخت‌دهی و توسعه و تقویت امواج و تأثیر این پویایی بر فرایندهای سیاسی است.

ولفسلد در این پژوهش مصاحبه‌ای «نیمه‌ساخت‌یافته» با بخش گسترده‌ای از رهبران سیاسی، مشاوران و روزنامه‌نگارانی که درگیر تولید خبر دربارهٔ فرایند صلح اسلو بودند ترتیب می‌دهد. دومین مجموعه از اطلاعات از تحلیل محتوای پوشش خبری روزنامه‌ها در خصوص موجی خاص برگرفته می‌شود؛ عملیاتی که در چهارراه بیت لید در ۲۳ ژانویه ۱۹۹۵ صورت گرفت. این پژوهش نتیجه می‌گیرد که دموکراسی سالم مستلزم آن است که شهروندان فرصت معمولی برای مشارکت در موضوعات روز داشته باشند. ساختن امواج فرصت‌های مهمی را برای بخش‌های بزرگی از جمعیت برای وارد شدن به فرایندهای سیاسی فراهم می‌آورد. شهروندان بخت آن را دارند که در زمانی نسبتاً کوتاه در معرض حجم عظیمی از اطلاعات قرار گیرند و بسیاری نیز تشویق می‌شوند تا دربارهٔ مسائل روز بحث و مناظره کنند. مشکل این است که هنجارها و رویه‌های پوشش‌دهی این امواج تأثیر ژرفی بر چگونگی عرضه و ارائهٔ این مسائل و موضوعات دارند. رویدادهای خاص و (منفرد) در مقایسه با فرایندها اهمیت بیشتری می‌یابند و نمایش ارزشمندتر از اصل ماجرا تلقی می‌شود. رهبران سیاسی خود را زیر فشار فرایند چینی راه‌حل‌های فوری برای مشکلات دیرپا می‌بینند. مشکل فراروی رهبران، روزنامه‌نگاران و شهروندان توجه به فراسوی دردها و معضلات ملازم با امواج، و تلاش برای تمرکز بر طرح و تصویری بزرگ‌تر است.

مبانی نظری پژوهش

نحوه تعامل رسانه و محیط سیاسی و اینکه از چه راه‌هایی و به چه میزان بر هم اثر می‌گذارند می‌توان در این فرمول خلاصه کرد: محیط سیاسی بر رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد و به تبع آن با تغییر در رسانه‌ها، دوباره محیط سیاسی متأثر می‌شود. در عین حال، باید در نظر داشت که میزان توافق نخبگان تأثیری مستقیم بر هنجارهای روزنامه‌نگاری، روند و محیط کاری روزنامه‌نگاران دارد. برای مثال، «هر اندازه که محیط پیرامون بیشتر در گیرودار صلح باشد، به همان نسبت احتمال اینکه روزنامه‌نگاران رویه صلح‌گرایانه را در نظر داشته باشند بیشتر است.» (Wolfsfeld, 2004: 31) اهمیت این چرخه به خصوص در میان امواج سیاسی آشکار می‌شود. از «امواج سیاسی» می‌توان به عنوان نقطه عطفی در سوق‌دهی بیشتر جزئیات نام برد. این امواج همان تغییرات ناگهانی و تأمل برانگیز در محیط سیاسی‌اند که بر اساس برانگیختگی توجه عموم و تمرکز بر رویدادی سیاسی درجه‌بندی می‌شوند.

امواج سیاسی را می‌توان تحولات ناگهانی در محیط سیاسی به شمار آورد که متضمن رشد و افزایش وسیع در میزان توجه عمومی به رویداد و موضوعی سیاسی است (ولفسفلد، ۱۳۸۹: ۳۲۳). رسانه‌های خبری اولین کارگزاران توسعه و تقویت امواج سیاسی هستند و به آن‌ها «ساختار» می‌دهند. نشریات علاقه و منافع گسترده‌ای در بسط امواج دارند؛ زیرا، چنین گزارش‌هایی به طرز چشمگیری موجب افزایش وسیع مخاطبان می‌شوند.

رسانه‌های خبری نقش مهمی در طی امواج سیاسی مرتبط با رویدادهای مهم بازی می‌کنند. به محض وقوع بعضی حوادث مهم، رسانه‌ها فوراً تاریخچه‌ای برای آن می‌سازند. علی‌رغم اینکه روزنامه‌نگاران دارای مجموعه‌ای از اهداف دقیق و مشخص حرفه‌ای هستند، اشتیاق کمی به رخدادها در یک بافت وزمینه بزرگ‌تر دارند (Wolfsfeld, 2004: 62). رسانه‌های خبری به درج ماجراهایی می‌پردازند که با واکنش‌های جامعه به رویدادها هماهنگ‌اند؛ همین‌که موجی شناسایی و شناخته شد، رسانه‌های گروهی به موتور جست‌وجوهای عمده‌ای تبدیل می‌شوند که به کاوش درباره اطلاعات و رویدادهایی می‌پردازند که به ماجرا ربط دارند (ولفسفلد، ۱۳۸۹: ۳۲۹).

در این پژوهش، علاوه بر ادبیات مربوط به امواج سیاسی، دیدگاه نظری داخلی در مورد نقد و خط قرمز نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. محسنیان‌راد (۱۳۷۷) بین نقد ادراکی و احساسی تمایز قائل می‌شود و معتقد است انتقاد در ایران امری احساسی است؛ در حالی که باید امری ادراکی باشد. منتقد برای ارائه نقدهای درست نیازمند اطلاعات دقیق، کامل و همه‌جانبه از موضوع است. در این شرایط است که منتقد می‌تواند نقدهای ادراکی و عقلانی ارائه دهد؛ چراکه نقد به منزله امری تخصصی نیازمند بررسی و کار فراوان است.

اگر منتقد بدون داشتن درک صحیح و متخصصانه در مورد مطلبی اظهار نظر کند، از آنجا که هیچ ادله علمی و تخصصی پشتوانه چنین نقدی نیست، به ورطه احساسات می‌افتد. وی انتقاد را به دو دسته تقسیم بندی می‌کند: انتقاد مخرب و انتقاد سازنده. در انتقاد مخرب، که نشئت گرفته از احساسات منتقد است، نقد حالت ابزاری دارد که چون پتک بر سر نقدشونده کوبیده می‌شود و معمولاً با تحقیر نقدشونده همراه است و به گونه‌ای طرح می‌شود که گویی فقط نظرهای منتقد صحیح است. در مقابل، هدف نقد سازنده اصلاح و پیشرفت نقدشونده است. لذا، نقد همدلانه و موضوع نقد کاملاً مشخص است و حالت تحمیل عقاید را ندارد.

اسدی (۱۳۷۱: ۱۳) نیز، با اشاره به ریشه‌های فرهنگی نقد، بر حوزه معرفت‌شناسی تأکید می‌کند؛ یعنی، از لحاظ ارتباطی و ذهنی جامعه باید مرحله «منبع‌محور» را گذرانده باشد و به مرحله «پیام‌محور» رسیده باشد. در جامعه‌ای که در مرحله منبع‌محور به سر می‌برد، انتقاد به معنای واقعی وجود ندارد و اگر هم نقدی مطرح شود معطوف به شخص است. در حالی که در مرحله پیام‌محور انتقاد از اشخاص نیست؛ بلکه پیام و سخن نقدشونده نقد می‌شود. به اعتقاد اسدی، ما از لحاظ ارتباطی هنوز به مرحله پیام‌محور نرسیده‌ایم. در چنین حالتی است که انتقاد بی‌معناست. در این شرایط، از آنجا که شخص نقدشونده مد نظر است، فقط کسانی که در رده‌های پایین تر اقتدار قرار دارند نقد می‌شوند که البته در این فضا رویکرد انتقادی نیز وجود ندارد و بیشتر جنبه اعمال قدرت بر آن حاکم است (انتظاری و آقایی، ۱۳۹۳: ۱۰۹).

افتخاری (۱۳۸۱: ۱۳۲، ۱۰۸) چهار ویژگی برای خط قرمز برمی‌شمارد:

«از جنس قانون» است: شکل قانون به خود گرفته و التزام به آن به عنوان قانون کاملاً ضروری است؛ «عام و فراگیر» است: زیرا این خطوط از حیث کمی کمتر از آن اند که بتوان آن‌ها را در چندین دسته متفاوت قرار داد و کلی‌تر از آن اند که بتوان آن‌ها را مختص سنخ خاصی از فعالیت‌ها قرار داد. همچنین، خط قرمز «حداقلی» است: برخلاف ظاهر اصطلاح خط قرمز از حیث ذهنی، معمولاً وضعیت بحرانی را به ذهن متبادر می‌کند. این خطوط در هر وضعیتی. اعم از عادی یا بحرانی. کاربرد دارند. خط قرمز «حساسیت‌زا» است؛ چرا که بر منع مبتنی هستند؛ به این معنا که جز «منع» حکم دیگری نمی‌گیرند و برخورد قاطع به دنبال دارند و چنانچه این خطوط موضوع نقد، نفی و یا نقض قرار گیرند، قانون‌گذار سریعاً واکنش نشان می‌دهد و با اندک تخریفی در این زمینه راهبرد «برخورد قاطعانه» پیگیری می‌شود.

روش پژوهش

متن پژوهش پیش رو به برهه انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری ایران (۱۰ تا ۲۴ خرداد ۱۳۹۲) می پردازد؛ در این زمینه، دو روش اصلی مورد استفاده قرار می گیرد. اولین روش تحلیل محتوای کمی صفحات اول تمامی روزنامه های منتشر شده در بازه زمانی مذکور در قالب بررسی عناوین اصلی است. این تحلیل برای شناسایی و طبقه بندی همه امواج سیاسی ای طراحی شده که از رسانه های خبری برخاسته اند. در مرحله دوم برای شناسایی ماهیت هر موج و اثرهای آن بر محیط سیاسی به روزنامه های اصلی هر جریان مراجعه شد و با استفاده از تحلیل محتوای کیفی رویکرد استقرایی به هر موج به تفصیل پرداخته شد. در نتیجه، این مطالعه در وهله اول به رقابت و نزاع سیاسی درمورد نحوه پوشش رسانه ای در میان هر مجموعه و جناح سیاسی و بیانات صریح رهبران سیاسی نگاه می کند. در وهله دوم به شناسایی و طبقه بندی امواج سیاسی براساس این معیارهای عملیاتی پرداخته می شود:

۱. در طول سه روز اول موج ایجاد شده، حداقل یک مقاله یا گزارش خبری تحلیلی درباره داستان خبری باید در صفحه اول حداقل ۳ روزنامه ظاهر شود؛

۲. مقالات مرتبط با موج باید حداقل هرازگاهی تحت یک عنوان سازمان دهی شوند (مثلاً تکرار تیتراژ یا محتوای موج) که به لحاظ موضوعی به تعدادی از داستان های مختلف تحت همان عنوان مرتبط است؛

۳. مقالات مربوط به اخبار باید در هر روزنامه حداقل برای دو روز منتشر شوند؛

۴. گفتار و یا رویداد تحریک کننده مانند بحث های روزمره سیاسی یک مورد معمول نیست و به حالتی اشاره دارد که بنابر موقعیت و مناظره های سیاسی حادث می شود؛

۵. موج در بازه مذکور (روزهای پیش از مناظره تا روز اخذ رأی) رخ دهد و یا به نامزدها و مناظره ها مرتبط باشد.

انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری در روز جمعه ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ برگزار شد. در این دوره، مناظره ها، برخلاف دور دهم، به صورت گروهی در ۳ برنامه و میان ۸ نامزد شرکت کننده هم زمان برگزار شد. علی رغم تفاوت با دوره قبل که مناظره ها دوه دو برگزار شد، ولی بازهم مورد توجه عموم مردم قرار گرفت و مباحثی در آن مطرح می شد که در نوع خود بی نظیر بود. برنامه ریزی مناظره های این دوره به این شرح بود:

- مناظره اول با محوریت اقتصاد (۱۰ خرداد ۱۳۹۲)؛

- مناظره دوم با محوریت فرهنگ و مسائل اجتماعی (۱۵ خرداد ۱۳۹۲)؛

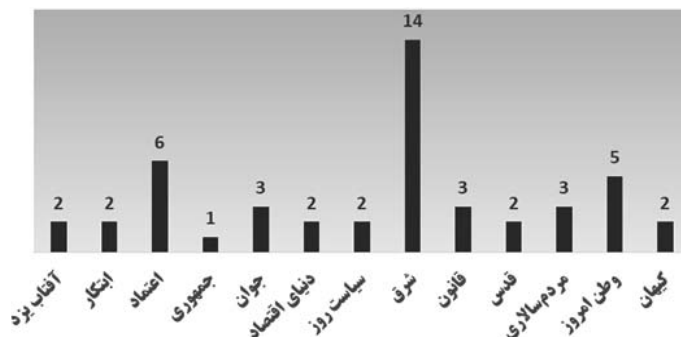
- مناظره سوم با محوریت سیاست و روابط خارجی (۱۰ خرداد ۱۳۹۲).

یافته‌های پژوهش

جهت تحلیل امواج سیاسی پس از مناظره‌های سال ۱۳۹۲ به چند روزنامه مهم مراجعه شد و صفحات اول روزنامه‌های مهم و قابل دسترس جمع‌آوری شد و از MAXQDA 2018 برای تسریع فرایند کدگذاری عناوین خبری استفاده شد. تعداد ۱۴ روزنامه اصلی از هر دو جناح (از جناح اصلاح‌طلبی ۷ روزنامه: ابتکار، اعتماد، آفتاب یزد، دنیای اقتصاد، شرق، قانون و مردم‌سالاری؛ از جناح اصول‌گرایی ۷ روزنامه: جوان، جمهوری، سیاست روز، رسالت، قدس، کیهان و وطن امروز) بررسی شد. از سویی، با توجه به فواصل زمانی چندروزه بین مناظره‌ها، فرصتی برای رسانه‌ها فراهم آمد تا بتوانند در بازه‌ای معلوم به موضوعات مطرح‌شده در مناظره‌ها بپردازند؛ در نتیجه، در ادامه به امواج حاصل از هر مناظره به ترتیب پرداخته می‌شود، ولی در مجموع سعی شده تا با رویکردی کلی‌گرایانه به اخبار کل مناظره‌ها پرداخته شود و موضوعاتی که از مناظره‌های اول به مناظره‌های بعدی منتقل شده در نظر گرفته شود.

۱. مناظره اول: مسائل اقتصادی (۱۰ خرداد ۱۳۹۲)

در طول سه روز پس از مناظره اول (مورخ جمعه ۱۰ خرداد ۱۳۹۲) با محوریت اقتصاد، روزنامه‌های جناح اصلاح طلب بیشترین مقاله را در زمینه مناظره‌ها منتشر کردند. همان‌گونه که در نمودار ۱ نیز نشان داده شده، بیشترین پوشش از جناح اصلاح‌طلبان روزنامه آفتاب یزد (۲۳ مقاله) و مردم‌سالاری (۲۰ مقاله) و در جناح اصول‌گرایی بیشترین پوشش مربوط به وطن امروز (۲۱ مقاله) بود.



نمودار ۱. تعداد مقالات هر روزنامه در خصوص مناظره اول ۱۳۹۲

موضوعاتی که در رسانه‌های خبری به آن اشاره شد در جدول ۱ تهیه شده که شیوه پوشش خبری امواج سیاسی مناظره اول در هر رسانه‌های خبری را نشان می‌دهد؛ بدین صورت که به هر موضوع در کدام روزنامه‌ها و در چه بازه زمانی پرداخته شده است.

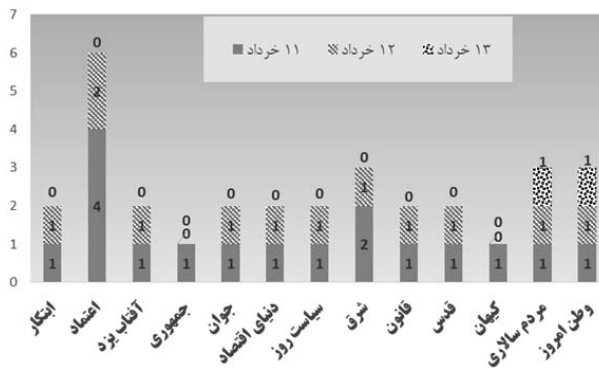
جدول ۱. موضوعات اشاره شده در روزنامه ها پس از مناظره دوم ۱۳۹۲

موضوع مطرح شده	روزنامه های اشاره کننده	تاریخ (خرداد)	تعداد	جمع
کاهش ارزش پول	شرق	۱۱	۱	۱
مسکن مهر	شرق، کیهان	۱۱	۲	۳
	قانون	۱۳	۱	
فساد اقتصادی	شرق	۱۱	۱	۲
	شرق	۱۳	۱	
درباره محمد غرضی	شرق	۱۱	۱	۱
عدالت در نیروی انتظامی	شرق	۱۱	۱	۱
اعتراض به شیوه برگزاری مناظره	شرق، وطن امروز، مردم سالاری، قدس، قانون، سیاست روز، کیهان، دنیای اقتصاد، جوان، جمهوری، اعتماد، آفتاب یزد، ابتکار	۱۱	۱۷	۳۱
	شرق، وطن امروز، مردم سالاری، قدس، قانون، سیاست روز، دنیای اقتصاد، جوان، اعتماد، آفتاب یزد، ابتکار	۱۲	۱۲	
	وطن امروز، مردم سالاری	۱۳	۲	
دانشجویان ستاره دار	شرق	۱۱	۱	۱
دست دولت در جیب مردم	شرق	۱۱	۱	۱
تحریم	جوان	۱۱	۱	۱
الگوی ایرانی اسلامی	شرق	۱۱	۱	۱
اشتباه عارف	وطن امروز	۱۱	۱	۱
آشتی با دنیا	شرق	۱۱	۱	۱
جمع کل				۴۵



نمودار ۲. موضوعات اشاره شده در روزنامه ها پس از مناظره اول ۱۳۹۲

نظر به جدول ۱، مبحث «اعتراض به شیوه برگزاری مناظره» به موضوع داغی بدل شده و در بررسی‌ها مشخص شد که ۳۱ مقاله (گزارش) در تمامی روزنامه‌ها در این زمینه نگاشته شد؛ در نتیجه، می‌توان ادعا کرد که این مسئله به موج رسانه‌ای بدل شد و با وسعت بسیار زیاد، در طی روزهای پس از مناظره اول، به بحث داغ روزنامه‌ها و محافل خبری بدل شد. همچنین در نمودار ۳ بیشترین مقاله و گزارش مربوط به اعتماد با ۶ و پس از آن شرق با ۳ مقاله بود. نمودار ۳ نشان می‌دهد که تمامی روزنامه‌ها (به‌استثنای کیهان و جمهوری اسلامی) حداقل دو روز درمورد این موج قلم زدند.



نمودار ۳. عملکرد روزنامه در خصوص موج سیاسی «شیوه برگزاری مناظره اول»

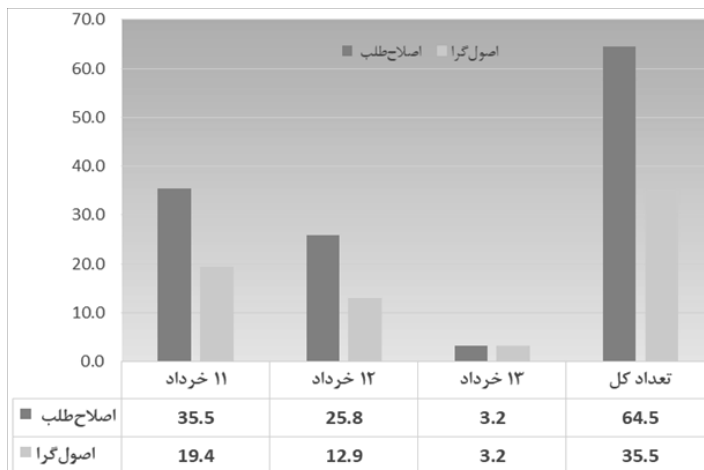
در ادامه، نمودار ۴ نشان می‌دهد که حدود ۶۵ درصد از این موج را اصلاح‌طلبان در این ۳ روز خلق کرده بودند؛ چراکه آغازکننده این موج در مناظره‌ها نامزد اصلاح‌طلبان بود. انتقاد اصلی در این موج به سؤالات چندگزینه‌ای و نظر نامزد انتخاباتی در زمینه عکس‌خاص مطرح‌شده در مناظره معطوف بود که شرق در ۱۱ خرداد با تیتیر «اعتراض نامزدها به تست‌زنی در مناظره» به این موضوع پرداخته بود. در این مقاله اشاره شده که این روش مناظره روشی مشابه کنکور است که «محمد رضا عارف» نامزد اصلاح‌طلب انتخابات و «محسن رضایی» و «حسن روحانی» به آن اعتراض کردند، اما نامزدهای دیگر انتقادی نکردند. محمد رضا عارف با اعتراض گفت که «ما در انتخابات ریاست جمهوری شرکت کرده‌ایم نه کنکور. به همین علت به احترام مردم و نامزدهای دیگر نمی‌نشینیم، اما به سؤالات پاسخ نمی‌دهم». او تا پایان سؤالات گزینه‌ای، که مجری تأکید داشت تستی نیست، پاسخ می‌داد: «نظری ندارم». محسن رضایی هم در همین میان گفت که به روش اجرای مناظره اعتراض دارد و باید، پیش از اجرای این برنامه، نحوه اجرای مناظره با آن‌ها یا نمایندگانشان در میان گذاشته می‌شد. این موضع اعتراضی حسن روحانی نیز بود. او هم گفت: «شما باید نمایندگان کاندیداها را

می‌خواستید و با هم مشورت می‌کردید که سبک برگزاری مناظره چگونه باشد. مردم این نوع برگزاری مناظره را توهین‌آمیز می‌دانند.»

جدول ۲. عناوین روزنامه هر جناح در خصوص موج سیاسی «شیوه برگزاری مناظره اول»

جناح	تاریخ	روزنامه	تیتر صفحه اول		
اصلاح طلب	۱۱ خرداد	آفتاب یزد	«مسابقه هفته» به جای «مناظره»		
		ابتکار	مناظره به سبک مسابقه هفته		
		اعتماد	یک نیمه مباحثه، یک نیمه سؤال تستی	ابراهیم اصغرزاده: مناظره کسالت‌آور	
			محمد سلطانی فر: مناظره یا اظهارنظر	صادق زیباکلام: مناظره یا مباحثه	
			مناظره در شأن جایگاه ریاست جمهوری نبود.	مناظره در شأن جایگاه ریاست جمهوری نبود.	
			تست هوش در نخستین مناظره	تست هوش در نخستین مناظره	
		دنیای اقتصاد	مناظره عجیب هشت نفره	تیتر اصلی: اعتراض نامزدها به تست زنی در مناظره	
		شرق	عارف، در اعتراض به سؤالات گزینه‌ای، به تکرار جمله «نظری ندارم» اکتفا کرد.	تست هوش در نخستین مناظره	
			قانون	تست هوش در نخستین مناظره	
		اصلاح طلب	۱۲ خرداد	آفتاب یزد	مباحثه درباره مناظره
				مردم سالاری	تهدید برخی کاندیداها به عدم شرکت در مناظره‌های صداوسیما
ابتکار	اعتراف زرغامی به ایرادات مناظره				
اعتماد	شوک مناظره: «برنامه سرگرم‌کننده مناظره انتقاد همگان را برانگیخت.»			نامزدان انتخابات: اصلاح نکنید مناظره نمی‌کنیم؛ کارشناسان: مناظره جمعه توهین بود؛ کارگردان مناظره: برخی مسابقه مشت زنی دوست دارند.	
	دنیای اقتصاد			پس لرزه‌های مناظره هشت نفره	
شرق	کدام مناظره؟/ تحلیل استادان ارتباطات از برگزاری اولین رویارویی انتخاباتی			مناظره یا مسابقه تلویزیونی؟	
	نمایش «تفاهم» به جای «تفاوت»			نمایش «تفاهم» به جای «تفاوت»	
	قانون			تجدید نظر در نحوه برگزاری مناظره‌ها	
مردم سالاری	۴ خرداد			پیشنهاد تغییر نحوه مناظره‌ها	

جناح	تاریخ	روزنامه	تیتتر صفحه اول
اصول‌گرا	۱۱ خرداد	قدس	مناظره مناظره نشد!
		سیاست روز	مناظره ۸ نامزد ریاست جمهوری در کنار هم
		جمهوری	برگزاری اولین جلسه مناظره تلویزیونی داوطلبان انتخابات ریاست جمهوری
		وطن امروز	انتقاد کاندیداها از بخش سؤالات ۲ گزینه‌ای
		کیهان	مسائل اقتصادی، محور دور اول؛ آغاز مناظره تلویزیونی نامزدها؛ ۴ ساعت با ۸ کاندیدا
		جوان	اعتراض نامزدها به شیوه قطره‌چکانی در مناظره
	۱۲ خرداد	قدس	مناظره‌ها جان می‌گیرد.
		سیاست روز	مناظره روز جمعه خوب بود یا بد؛ رسانه ملی می‌گیری کرد.
		وطن امروز	مناظره است نه مشت‌زنی.
		کیهان	نامزدها خواستار تغییر نحوه برگزاری مناظره شدند؛ بازتاب داخلی و خارجی اولین مناظره تلویزیونی
		جوان	جلسه فوری ضرغامی با معاونان؛ شیوه اجرایی مناظره تغییر می‌کند.
	۱۳ خرداد	وطن امروز	ارائه پیشنهادات کاندیداها برای تغییر نحوه برگزاری مناظره‌ها به صداوسیما



نمودار ۴. درصد پوشش خبری هر جناح در موج سیاسی «اعتراض به شیوه برگزاری مناظره»

نقدهای مربوط به شیوه برگزاری مناظره اول را عارف در نخستین مرحله قرارگرفتن پشت تریبون، به عنوان آغازگر موج مذکور، مطرح کرد و واکنش حدادعادل، محسن رضایی و قالیباف را به همراه داشت. در این مناظره، مباحث اقتصادی و جنجالی مطرح شده بود، اما ساختار مناظره و سیاست‌گذاری صداوسیما در آن زمینه موجب نارضایتی نامزدها شد. نظر به جدول ۲، پرواضح است که در مقالات مختلفی ابعاد این موضوع بررسی شد و با تولید موج سیاسی عظیمی، انتقادهای زیادی متوجه صداوسیما و دست‌اندرکاران مناظره شد و موجب التهاب فضای سیاسی علیه این نهاد شد. در این زمینه، محمد سلطانی‌فر، استاد ارتباطات، در مقاله «مناظره یا اظهارنظر» (اعتماد، ۱۱ خرداد) به خوبی علت خیزش این موج را شرح می‌دهد که در جوان نیز با عنوان «اعتراض نامزدها به شیوه قطره‌چکانی مناظره» درباره آن بحث شد:

«درست است که اصول اولیه آن‌ها، مثل بی‌طرفی، عدم دخالت، رعایت اصول عدالت در موضوع و زمان توسط صداوسیما شکل گرفت (و حتی این موارد در سال ۸۸ به خوبی دنبال شد)، اما بیان مشکلات کشور در سه دقیقه و مخالفت با آن در ۱/۵ دقیقه توسط رقبا نه تنها بیان اختلاف دیدگاهی را در پی نداشت، بلکه فقط رفع مسئولیتی بود که از سوی صداوسیما شکل گرفت. این برنامه فاقد جذابیتی بود که از قبل صداوسیما اعلام کرده بود و ادعا می‌شد یکی از بزرگ‌ترین نوآوری‌های سازمان است و بیشتر اشتراک نظر کاندیداها را مشخص کرد نه اختلاف دیدگاه آن‌ها را. تعدد کاندیداها، نبود زمان لازم و طولانی شدن بحث‌ها بهانه‌هایی بود که شاید صداوسیما را بر آن داشت که به این شیوه به اصطلاح مناظره‌ها را جمع‌وجور کند و البته شکل اجرای آن هم بیشتر شبیه به مسابقات هوش بود تا مناظره. نه مشکلات کشور آن قدر ساده و کم‌اهمیت است که در دقایقی چند بتوان از دیدگاه‌های مختلف آن را حل و فصل کرد و نه اهمیت موضوعات آن قدر کم که فقط با قطع شدن صداها کاندیداها بتوان به آن پرداخت. در این برنامه مردم متوجه شدند همه کاندیداها مثل هم هستند و هیچ نقطه برتری را برای هیچ‌کدام از آن‌ها نمی‌توان مشخص کرد.»

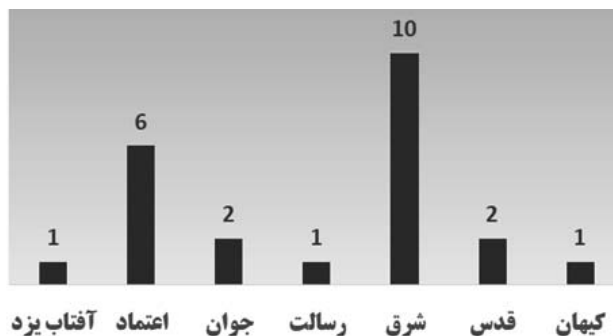
به نظر می‌رسد صداوسیما در این دوره از مناظره‌ها سعی داشت تا آزادی عمل کمتری به نامزدها بدهد تا مانند سال ۸۸ مناظره‌ها به مباحث داغ و جنجالی منتهی نشود. این شیوه نه مورد قبول نامزدها بود و نه رسانه‌ها. چون در این روش امکان شکل‌گیری بحث‌های جدی وجود نداشت. از این رو، رسانه‌ها سعی کردند، با تمرکز بر انتقاد از صداوسیما و ضمن ایجاد هیجان در فضای سیاسی، زمینه را برای تغییر فضای سیاسی فراهم کنند.

در روز بعد، این امر با واکنش صداوسیما متوجه شد و نتیجه این موج در فضای سیاسی مشخص شد. بدین صورت که در همان روز روزنامه شرق در تیتری به «عقب‌نشینی "سیما"»

از موضع خود در قبال مناظره‌ها پرداخت. در این مقاله به عقب‌نشینی از بخش اعتراض‌برانگیز برنامه اشاره شد؛ «تست‌ها و برداشت آزاد از عکس‌ها». بنابر اعلام شرق، سخنگوی ستاد عارف روز گذشته به ایسنا گفت: «طبق گفته‌های آقای ضرغامی قرار شده است این دو بخش حذف و بیشتر روی بخش اول تمرکز شود.» حسن روحانی نیز دیگر نامزدی بود که با انتقاد از نحوه برگزاری مناظره گفت: «این حادثه وسیله تمسخر در رسانه‌های بیگانه شد.» در نهایت، این موج رسانه‌ای و اعتراض نامزدها به این موج، خصوصاً عارف و روحانی، موجب شد تا این بخش از مناظره حذف شود. به عبارتی، این موج در روز یازدهم برخاست و در روز دوازدهم فروکش کرد و برای رسانه‌هایی مانند روزنامه کیهان مسئله خاتمه یافته بود. در روز سیزدهم، روزنامه شرق هیچ مقاله‌ای در این زمینه چاپ نکرد. می‌توان موج «شیوه برگزاری مناظره» را به عنوان «موج» تا حدودی با معرفی کرد که به عنوان مطالبه اصلاح‌طلبان در رسانه‌ها آغاز شد و به آن دامن زده شد. مقایسه مقالات این جناح با معدود مقالات رسانه‌های اصول‌گرا نشان از پیگیری و التزام به این موج تا حصول نتیجه مطلوب دارد.

۲. مناظره دوم: مسائل فرهنگی و اجتماعی (۱۵ خرداد ۱۳۹۲)

در ادامه به بررسی مناظره دوم پرداخته می‌شود. این مناظره در چهارشنبه ۱۵ خرداد ۱۳۹۲ از شبکه یک سیما پخش شد و عمده روزنامه‌های ایران در روزهای بعد از آن، به علت تعطیلی پنج‌شنبه و جمعه، نتوانستند به این مناظره بپردازند. همچنان‌که در روز شنبه بیشتر تمرکز بر مناظره سوم صورت گرفت؛ این علل موجب شد تا مناظره دوم بیشتر مورد غفلت قرار گیرد؛ هرچند برخی روزنامه‌ها، همچون اعتماد (۱۶ خرداد) که در روز پنج‌شنبه شماره‌ای منتشر کرده بود با تیتراژ «مناظره بی‌هیجان»، نشان دادند که در این مناظره مطالب مهمی ارائه نشده است. بررسی نمودار ۵ حاکی از توجه بیشتر رسانه‌های اصلاح‌طلب شرق و اعتماد در زمینه مناظره دوم بوده است.



نمودار ۵. تعداد مقالات هر روزنامه در خصوص مناظره دوم ۱۳۹۲

نظر به جدول ۳ و نمودار ۶، موضوع «فضای امنیتی» می‌تواند به‌عنوان موج بررسی شود.

جدول ۳. موضوعات اشاره‌شده در روزنامه‌ها پس از مناظره دوم ۱۳۹۲

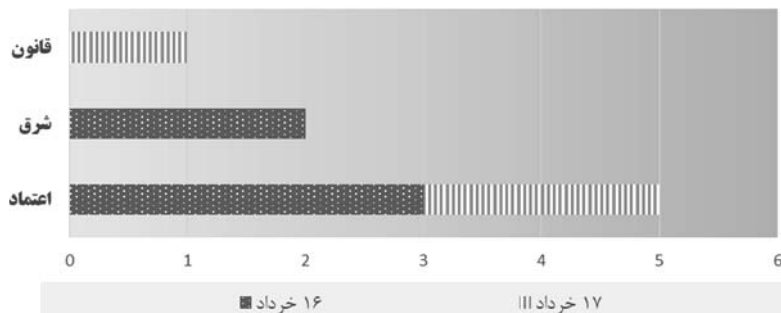
موضوع مطرح شده	روزنامه‌های اشاره‌کننده	تاریخ (خرداد)	تعداد	جمع
اختلاف نظر در حوزه فرهنگ	قدس، رسالت، اعتماد	۱۶	۳	۳
رویکرد روشنفکرانه اصول‌گرایان از فرهنگ	آفتاب یزد	۱۶	۱	۱
انحراف فرهنگی	شرق	۱۶	۱	۱
تغییر شیوه مناظره	شرق، کیهان	۱۶	۲	۳
	قدس	۱۸	۱	
تورم	شرق، اعتماد	۱۶	۲	۲
توسعه ارتباطات موبایلی	شرق	۱۶	۱	۱
دیپلماسی عمومی	شرق	۱۶	۱	۱
نپرداختن به مسائل اجتماعی و فرهنگی	جوان	۱۸	۲	۲
فضای امنیتی	شرق، اعتماد	۱۶	۵	۸
	قانون، اعتماد	۱۸	۳	
مسائل اجتماعی	جوان، شرق	۱۶	۱	۱
مناظره بی‌هیجان	اعتماد	۱۶	۱	۱
نگاه دولتی به فرهنگ	شرق	۱۶	۱	۱
همسویی روحانی و عارف	شرق	۱۶	۱	۱
جمع کل				۲۳



نمودار ۶. موضوعات اشاره‌شده در روزنامه‌ها پس از مناظره دوم ۱۳۹۲

۱۲. موج «فضای امنیتی»

موضوع «فضای امنیتی» در مناظره دوم، بیش از هر موضوع دیگری، در رسانه‌های خبری بازتاب داشت (۸ از ۲۳ اشاره). نمودار ۷ نشان می‌دهد که این موضوع ظرفیت بررسی به‌عنوان موج سیاسی را داراست؛ چون، در روز اول سه روزنامه (اعتماد، شرق و قانون) با ۵ مقاله و روز دوم اعتماد با ۳ مقاله این موضوع را پیگیری کرده است؛ البته این موج، در مقایسه با سایر امواج، از نظر ابعاد کوچک و موقت است، اما بررسی آن می‌تواند مفید واقع شود.

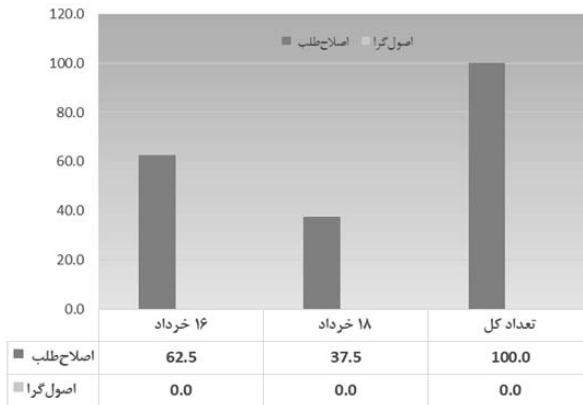


نمودار ۷. عملکرد روزنامه‌ها در خصوص موج رسانه‌ای «فضای امنیتی»

موج مذکور را رسانه‌های اصلاح طلب در دوروز پی گرفتند. البته شاید علت پوشش کم این مناظره این باشد که مناظره در روز چهارشنبه برگزار شد و اولین روز کاری پس از آن نیز مصادف با روز پس از مناظره سوم بود. البته محتوای مناظره سوم نیز در این زمینه قابل بحث است.

جدول ۴. عناوین روزنامه هر جناح در خصوص موج سیاسی «فضای امنیتی»

جناح	تاریخ	روزنامه	تیتر صفحه اول
اصلاح طلب	۱۶	اعتماد	روحانی: آیا بهتر از شجریان سفیر فرهنگی داریم؟ الان فضا امنیتی شده است.
			عارف: راه مقابله با تهاجم فرهنگی بستن و حصر نیست.
			قالیباف: فرهنگ سفارشی و امنیتی نیست.
	شرق	جلیلی: فشارها و زنجیرها را باید باز کنیم تا ظرفیت‌ها باز شوند.	
		روحانی: امروز فضای امنیتی جایگزین فضای فرهنگی شده است.	
	۱۸	اعتماد	عارف: ۴ سال خداوند به من قدرتی داد که در برابر حوادث ۸۸ سکوت معنادار کردم و درد می‌کشیدم. نباید ما از حربه چماق علیه یکدیگر استفاده کنیم.
جلیلی: چرا در زمان دولت شما هر اعتراض اجتماعی با بدترین وضع برخورد می‌شد.			
قانون		عارف: هر کس عکس خاتمی را داشت دستگیر کردند.	



نمودار ۸. درصد پوشش هر جناح در خصوص موج سیاسی «فضای امنیتی»

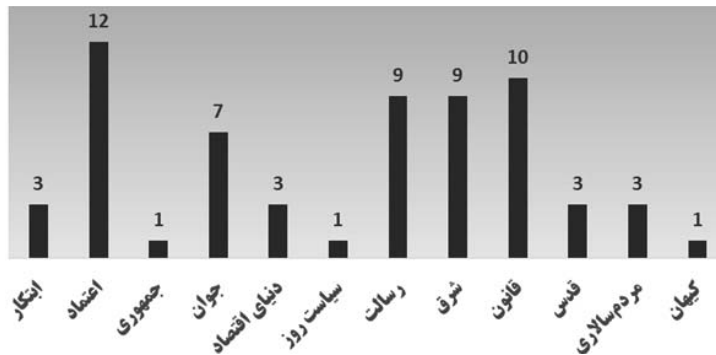
بررسی تیترها و مقالات روزنامه‌ها پس از مناظره دوم در جدول ۴ و نمودار ۸ نشان داد که مناظره فرهنگی هیجان زیادی نداشت و پوشش خبری درمورد آن بسیار ضعیف بود؛ تنها شرق با ۱۰ تیترو اعتماد با ۶ تیترو، روز ۱۶ خرداد، بیشترین پوشش را داشتند. در این مناظره، به‌طور کلی، نامزدها به دیدگاه فرهنگی خود و سیاست‌گذاری در این حوزه پرداختند و عمده نقدی که وارد کردند بر رویکرد فرهنگی دولت احمدی‌نژاد و فضای امنیتی ایجاد شده در این دولت بوده است. تیتروهای رسانه‌ها در این زمینه کلی بودند و در صفحات اول با رویکرد چندتیمی به سخنانی دامن می‌زدند که محتوای آن‌ها موج را تقویت می‌کرد.

در مجموع، ۵ تیترو در اعتماد و شرق در روز شانزدهم خرداد به فضای امنیتی پرداختند که به‌سختی می‌توان آن‌ها را موج رسانه‌ای قوی دانست؛ چراکه در روزنامه‌ها دامنه‌دار نبودند و در روز هیجدهم خرداد ۳ تیترو در اعتماد و قانون (نمودار ۸) این مطلب را پی گرفتند. در کل، پرداخت به موضوع فضای امنیتی حاصل اشارات نامزدها به این مطلب در مناظره‌ها بود که بسته‌وگریخته در مناظره‌های انتخاباتی به آن می‌پرداختند و اشاراتی به فضای امنیتی حاکم بر حوزه فرهنگ داشتند.

۳. مناظره سوم: سیاست و روابط خارجی (۱۷ خرداد ۹۲)

به‌گواه رسانه‌های خبری دو طرف، این مناظره داغ‌ترین مناظره این دوره از انتخابات بود که حول مسائل سیاست داخلی و خارجی شکل گرفته بود. در این برنامه مسائل متعددی مطرح شد که در رسانه‌های خبری بازتاب زیادی داشت؛ اما، بنابر نمودار

۹، در مجموع ۱۲ (از ۱۴) روزنامه درباره این موج قلم زدند و بیشترین پوشش مربوط به اعتماد (۱۲)، قانون (۱۰)، رسالت (۹) و شرق (۹) بود.



نمودار ۹. تعداد مقالات هر روزنامه در خصوص مناظره سوم ۱۳۹۲

اگر موضوعات مطرح شده در رسانه‌ها براساس تعداد بررسی شوند (جدول ۵)، مشخص می‌شود که موضوعاتی از قبیل «چالش‌های سیاسی» (۱۳ اشاره)، «پیرونده هسته‌ای» (۸ اشاره)، «حادثه کوی دانشگاه» (۵ اشاره) و «دستگاه دیپلماسی» (۲ اشاره) بیشترین پوشش خبری را در آن روزها به خود اختصاص می‌دهند (نمودار ۱۰). به علت قرابت مضمون این موضوعات، می‌توان آن‌ها را در قالب موج سیاسی با عنوان «چالش‌های سیاسی» بررسی کرد.

جدول ۵. موضوعات اشاره شده در روزنامه‌ها پس از مناظره سوم (۱۷ خرداد)

موضوع مطرح شده	عناوین روزنامه‌های اشاره‌کننده	تاریخ (خرداد)	تعداد	جمع
پیرونده هسته‌ای	قانون، شرق، ابتکار	۱۸	۶	۸
	ابتکار	۱۹	۱	
	مردم سالاری	۲۰	۱	
چالش‌های سیاسی	جوان، دنیای، اقتصاد، کیهان، قدس، مردم سالاری، جمهوری، اعتماد، ابتکار	۱۸	۱۱	۱۳
	قانون، قدس	۱۹	۲	
قدرت طلبی امریکا	رسالت	۱۸	۲	۲
فضای امنیتی	قانون، اعتماد	۱۸	۳	۳

موضوع مطرح شده	عناوین روزنامه‌های اشاره‌کننده	تاریخ (خرداد)	تعداد	جمع
فرهنگ مناظره	اعتماد	۱۸	۱	۱
پایبند نبودن اصلاح طلبان به قانون	جوان، رسالت	۱۸	۲	۲
بی‌توجهی اصلاح طلبان به اقوام	رسالت	۱۸	۱	۱
سرهنگ نیستم یک حقوق دانم	قانون	۱۸	۱	۲
	جوان	۲۱	۱	
دستگاه دیپلماسی	رسالت، شرق	۱۸	۲	۲
حادثه کوی دانشگاه تهران	قانون، شرق	۱۸	۳	۵
	مردم‌سالاری	۱۹	۱	
	جوان	۲۰	۱	
تصفیه سیاسی سازمان‌ها	رسالت	۱۸	۱	۱
بدنامی ایران در قبال همراهی با غرب	رسالت	۱۸	۱	۱
اینترنت و فضای مجازی	دنیای اقتصاد	۱۸	۱	۱
انتقادات از احمدی‌نژاد	دنیای اقتصاد، سیاست روز	۱۹	۲	۲
افشای اطلاعات محرمانه	جوان	۱۸	۱	۲
	قانون	۲۰	۱	
اشتباه‌های عارف	رسالت	۱۸	۱	۱
استفاده از نام چهره‌های سیاسی	رسالت	۱۸	۱	۲
	جوان	۲۱	۱	
جمع کل				۴۹



نمودار ۱۰. موضوعات اشاره شده در روزنامه‌ها پس از مناظره اول ۱۳۹۲

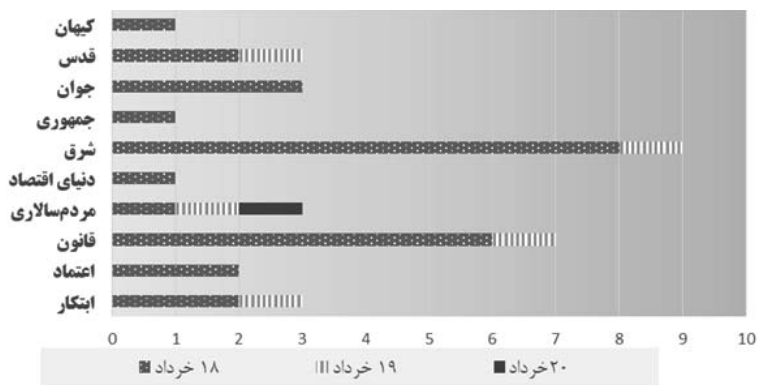
۱-۳. موج «چالش‌های سیاسی»

با تجمیع موضوعات «حادثه کوی دانشگاه»، «پرونده هسته‌ای» و «دستگاه دیپلماسی» در قالب موج «چالش‌های سیاسی» می‌توان بینش مفیدی در خصوص مناظره سوم به دست آورد. نمودار ۱۱ نشان از آن دارد که تقریباً تمامی روزنامه‌ها، پس از این مناظره، به بحث در این زمینه مبادرت ورزیدند و عناوین گوناگونی درباره این موج منتشر کردند. از این میان، روزنامه شرق با (۸ اشاره) و قانون با (۶ اشاره) در روز ۱۸ خرداد بیشترین پوشش را داشتند. می‌توان اذعان کرد که موج مذکور در روز پس از مناظره بحث داغی را در میان رسانه‌ها دامن زد و در روز دوم با حرارت کمتری ادامه یافت؛ روز سوم روز فروکش کردن این موج در رسانه‌ها بود، به طوری که تنها روزنامه مردم‌سالاری تیتیری در زمینه مذاکرات هسته‌ای منتشر کرد.

جدول ۶. عناوین هر روزنامه در خصوص موج سیاسی «چالش‌های سیاسی»

تیتر	روزنامه	تاریخ	جناح
صراحت نامزدها در برابر دوربین	ابتکار	۱۸ خرداد	اصلاح طلب
اعلام آمادگی ۱+۵ برای گفت‌وگوی اساسی با ایران			
همه زیر تیغ مناظره	اعتماد		
شورآفرینی با دونل‌های دونفره			
بگومگوی صریح کاندیداها درباره پرونده هسته‌ای، کوی دانشگاه و حساس‌ترین مسائل کشور	قانون		
جلیلی: مذاکرات را باید بر اساس اسلام ناب دنبال کرد.			
ولایتی: در پرونده هسته‌ای یک قدم هم پیش نرفته‌اید.			
واکنش فوری وزیر خارجه به اظهارات کاندیداها؛ موضع هسته‌ای ما تغییر نمی‌کند.	دنیای اقتصاد		
مناظره آخر دیدگاه کاندیداها را شفاف کرد؛ آغاز داغ هفته فینال انتخابات			
ناگفته‌های هسته‌ای و کوی دانشگاه	شرق		
روحانی: آقای قالیباف، در بحث کوی دانشگاه گفتید دانشجویان بیایند تا ما گازانبری عمل کنیم.			
عارف: با استفاده از سفرای ارزنده پیام صلح را به دنیا بفرستیم.			
ولایتی: آقای جلیلی! بحث دیپلماسی کلاس فلسفه نیست. مردم می‌بینند شما چند سال مسئول بودید و وضع بدتر شده است. دیپلماسی معامله و تعامل است.			
رضایی: هم در زمان آقای جلیلی هم در زمان روحانی افراط و تفریط صورت گرفته. در زمان جلیلی به توافقاتی رسیدیم که می‌توانستیم آن توافقات را مستحکم کرده و پس‌از آن دوباره ادامه دهیم.			
قالیباف: [خطاب به ولایتی] شما گفتید با میتران قهوه می‌خوردی. زمانی که قهوه می‌خوردید، ما داشتیم با موشک‌ها و بمب‌هایی که آن‌ها در اختیار عراق قرار داده بودند می‌جنگیدیم.			
جلیلی: به دلیل منطق محکم ما بود که در آلماتی گفتند که باید به مراکزمان برویم و مشورت کنیم... جوابی برای منطق ما نداشتند. کی گفته در گفت‌وگو فقط اعلام موضع کردیم؟			
غرضی: [در پاسخ به سؤالی مبنی بر اینکه چرا ما تصور می‌کنیم بعد از برنامه هسته‌ای تحریم به وجود آمده است]: تحریم اثر نکرده است. چه در جنگ و چه در زمان انقلاب همواره ما تحریم بودیم.	مردم‌سالاری		
حداد عادل: حل مسئله هسته‌ای را سخت‌تر از قرارداد ۵۹۸ می‌دانم؛ چراکه مسئله هسته‌ای اصلاً وجود خارجی ندارد. دشمن می‌داند ما نمی‌خواهیم بمب بسازیم.			

جناح	تاریخ	روزنامه	تیتر
اصلاح طلب	۱۹ خرداد	ابتکار	احمدی نژاد: خودشان مسئول مذاکرات هسته‌ای هستند.
		مردم‌سالاری	از ادعای حکم جلب برای آیت‌الله هاشمی تا تحریف نامه وزیر علوم دولت اصلاحات
	قانون	آخرین مناظره آرای خاموش را روشن کرد.	
اصول‌گرا	۲۰ خرداد	مردم‌سالاری	چرخش موضع احمدی نژاد در قبال پرونده هسته‌ای
	۱۸ خرداد	جوان	به‌رغم وعده‌ها و شعارهای فراوان اقتصادی، مناظره سیاسی داغ‌تر بود.
			روحانی در سال ۷۸: اوپاش کوی دانشگاه پست‌تراز آن‌اند که برانداز باشند.
			مناظره سیاسی منظور نظر ۲۰ میلیون رأی‌دهنده شد.
	قدس	ضرباهنگ مناظره تند شد.	
		رسانه ملی با اصلاح شیوه مناظره به انتخاب مردم کمک کرد.	
	جمهوری	سیاست‌های داخلی و خارجی موضوع داغ سومین مناظره کاندیداهای ریاست جمهوری	
		کیهان	مناظره داغ در ایستگاه سیاست؛ مردم به انتخاب خود نزدیک‌تر شدند.
	۱۹ خرداد	قدس	پس‌لرزه‌های مناظره؛ نامزدها و صداوسیما برای رویارویی چهارم اعلام آمادگی کردند.



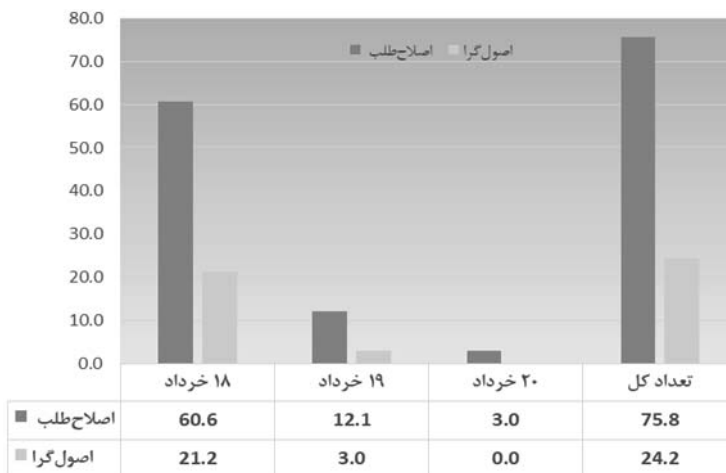
نمودار ۱۱. عملکرد روزنامه در خصوص موج رسانه‌ای «چالش‌های سیاسی»

در موج مذکور و موضوعات گفته شده، ۱۰ رسانه خبری حضور داشتند؛ اما در این میان، حضور اصلاح‌طلبان پررنگ‌تر بود (نسبت ۶ به ۴) و چندین روزنامه اصول‌گرا ترجیح دادند مطلبی در این زمینه منتشر نکنند (مانند رسالت و وطن امروز). برطبق نمودار ۱۲، ۷۵ درصد

محتوای تولیدشده در این موج از آن رسانه‌های اصلاح طلب بوده که بر نقش پررنگ آن‌ها صحنه می‌گذارد.

جدول ۷. عملکرد هر روزنامه در خصوص موج «چالش‌های سیاسی»

جمع کل	تاریخ انتشار (خرداد ۱۳۹۲)			روزنامه	جناح
	۲۰	۱۹	۱۸		
۳	-	۱	۲	ابتکار	اصلاح طلب
۲	-	-	۲	اعتماد	
۷	-	۱	۶	قانون	
۳	۱	۱	۱	مردم‌سالاری	
۱	-	-	۱	دنیای اقتصاد	
۹	-	۱	۸	شرق	
۱	-	-	۱	جمهوری	اصول‌گرا
۳	-	-	۳	جوان	
۳	-	۱	۲	قدس	
۱	-	-	۱	کیهان	
۳۳	۱	۵	۲۷	جمع کل	



نمودار ۱۲. درصد پوشش خبری هر جناح در موج سیاسی «چالش‌های سیاسی»

چیزی که مناظره سوم را از مناظره‌های قبل متمایز می‌کرد تنازع یا «دوئل‌های دونفره» جنجالی مانند روحانی - جلیلی، ولایتی - جلیلی و روحانی - قالیباف بود که موضوعاتی همچون حوزه دیپلماسی، پرونده هسته‌ای و حادثه کوی دانشگاه را به موج سیاسی کشاند؛ همچنان‌که شرق با تیتیر «ناگفته‌های پرونده هسته‌ای و کوی دانشگاه» مباحث اصلی این مناظره‌ها را به آن دو تقلیل می‌دهد. با پرداخت به این مسائل نامزدها تا حدودی از خطوط قرمز نظام عبور کردند، اما ورود به این مباحث لازمه شورانگیزی در فضای انتخاباتی بود تا نظریات خود را به رأی‌دهندگان بفهمانند. در این موج چند شاخص بررسی می‌شود. در حادثه کوی دانشگاه، آغازکننده آن آقای قالیباف بود که، با اشاره به تجربه فرماندهی در نیروی انتظامی، سؤالی چالش برانگیز پیش روی حسن روحانی قرار داد؛ اینکه وقتی فرمانده نیروی انتظامی بوده و روحانی دبیر شورای عالی امنیت ملی، در ماجرای سالگرد حمله به کوی دانشگاه، قالیباف درخواست می‌کند تا روحانی برای برگزاری مراسم به دفتر تحکیم وحدت مجوز بدهد، اما روحانی امتناع می‌ورزد. در نتیجه، آقای روحانی را بر آن می‌دارد تا با پاسخی جنجالی به «افشای محرمانه‌ها» ی (قانون، ۱۸ خرداد) برخی مباحث بپردازد:

روحانی: «شما می‌گفتید دانشجویان بیایند ما برنامه گازانبری داریم و ما می‌گفتیم راه این نیست که مجوز بدهیم و دستگیر کنیم. من از ابتدای زندگی سیاسی مسیرم روشن است. هیچ وقت پادگانی فکر و عمل نکردم. جزو افرادی هستم که حقوق خواندم، من سرهنگ نیستم، حقوق دان هستم.»

این امر موجب ایجاد موج تازه‌ای در این زمینه در افکار عمومی و مطبوعات شد و ۴ تیتیر با این عنوان در جراید آن روزها منتشر شد و اصلاح‌طلبان به‌طور خاص بسیار از این امر استفاده کردند. بحث مهم دیگری که در این مناظره‌ها به خوبی و با مشارکت حداکثری نامزدها به آن پرداخته شد مربوط به پرونده هسته‌ای ایران و دستگاه دیپلماسی است؛ بحث در این زمینه زمانی آغاز شد که محسن رضایی نخست سرخ نقد مذاکره‌های سعید جلیلی رفت و تأکید کرد:

«در زمان جلیلی با سولانا برای ۲۷۰۰ سانتریفیوژ توافق کرده بودیم، یعنی در زمان حضور علی لاریجانی. آیا اگر این را مکتوب می‌کردیم بهتر نبود؟ من در دفاع جلیلی و روحانی یا دوستان دیگر که از خود دفاع می‌کنند می‌گویم نباید دفاع از خود را به دفاع از نظام و مردم ترجیح بدهیم.»

جلیلی در نقد رضایی: «بین حق و باطل راه رفتن معنی‌اش دوری از افراط و تفریط نیست.»

حداد عادل افزود: «جناب رضایی طوری صحبت می‌کنند که انگار همه ماها غیرمردمی

هستیم و فقط جناب ایشان غصه مردم را می خورد.»

بحث در زمینه توافق هسته‌ای و دیپلماسی از مباحث ارزشمند تعیین شده این مناظره بود که با جنجال در زمینه آن تقریباً در میان تمامی نامزدها ادامه یافت. در یکی از بحث‌های مهم، حداد در انتقاد از ولایتی گفت که مسئله هسته‌ای آسان‌تر از مسئله پایان جنگ نیست. جلیلی با پرسش‌هایش به مقابله با ولایتی پرداخت. او گفت که «متوجه عبارت آشتی با دنیا نمی‌شوم. قضایای ۵۹۸ وقتی انجام شد که هیچ کس مدافع صدام نبود. اینکه بگویید ما این کار را کردیم اشتباه است.» قالیباف هم با انتقاد از ولایتی گفت: «سیاست خارجی در دوره شما هیچ وقت به کمک رزمنده‌ها نیامد. ایثارگری رزمندگان را به دیپلماسی ربط ندهید. زمانی که شما با میتران قهوه می‌خوردید، ما زیر موشک‌های میتران بودیم. چرا یک بار نتوانستید با متجاوز مذاکره کنید که گرامت جنگ را بگیریم.» ولایتی خطاب به قالیباف گفت: «من زمان جنگ با میتران قهوه نخوردم و دوستان اطلاعی از تاریخ ندارند.» ولایتی به جلیلی گفت: «دیپلماسی این نیست که در مذاکره بیانیه بخوانید. قائم مقام وزارت خارجه کاردار فرانسه را خواست و در زمانی که من مشغول مذاکره و تفاهم با ساکوزی درباره عدد سانتریفیوژها بودم، به او گفت ولایتی نماینده ما نیست.» جلیلی به ولایتی گفت: «اگر همه اطلاعات شما این‌گونه باشد و او بلاست. آن کسی که شما می‌گویید نفر دوم فرانسه است یک کارشناس در کاخ الیزه است. مذاکره با کارشناس هنر نیست.» ولایتی به جلیلی گفت: «مردم می‌بینند که شما چند سال است مسئولیت دارید و یک قدم هم جلو نرفته‌اید.»

از مباحث مذکور برمی‌آید که در این مناظره تمامی نامزدها به‌گونه‌ای قصد داشتند به انتقاد، هرچند مخرب، رویکرد و سیاست یکدیگر بپردازند؛ رقابتی فراچاقی که اختلاف نظرهای نامزدها را در مسائل سیاسی مشخص کرد و به تعبیر دنیای اقتصاد، «مناظره آخر دیدگاه کاندیداها را شفاف کرد.» (۱۸ خرداد)

بحث و نتیجه‌گیری

هر مناظره بازتاب خاصی در رسانه‌های خبری داشت و این امر باعث شد تا با دسته‌بندی اخبار منبعث از هر مناظره، مضامین مختلفی مطرح شود. با در نظر گرفتن معیارهایی همچون میزان پوشش خبری، میزان پراکندگی زمانی پوشش در چند رسانه مختلف، موضوعات مطرح شده دسته‌بندی شدند و در قالب موج سیاسی نام‌گذاری شدند. امواج سیاسی، به تبعیت از ولفسفلد، در مدل نظری سیاست رسانه‌سیاست در ابتدا در محیط سیاسی (در اینجا همان عرصه مناظره) آغاز می‌شوند، در رسانه‌ها با پوشش گسترده و طرح داستان‌های مختلف خبری شکل می‌گیرند و، ضمن التهاب در فضای سیاسی، با واکنش و

تغییرات در محیط سیاسی پیگیری می‌شوند. در بررسی امواج برخاسته در این دوره، نظر به شیوه خاص برگزاری مناظره‌های انتخاباتی، با محوریت موضوعات ازپیش‌معین، با حضور تمامی نامزدها، بازتاب هر مناظره جداگانه در ۱۴ رسانه خبری رصد شد و سعی شد امواج غالب در هر مناظره شناسایی شود. امواج شناسایی شده شامل «اعتراض به شیوه برگزاری مناظره»، «فضای امنیتی» و «چالش‌های سیاسی» بودند.

پس از مناظره اول، طی سه روز، موج «اعتراض به شیوه برگزاری مناظره» ایجاد شد که سهم اصلاح‌طلبان در این موج حدود ۶۵ درصد بود؛ چراکه آغازکننده این موج در مناظره‌ها نامزد اصلاح‌طلبان بود. انتقاد اصلی این موج به سؤالات چندگزینه‌ای و نظرنامه‌ها در زمینه عکس خاص مطرح‌شده در مناظره معطوف بود که روش مناظره را مشابه کنکور تشبیه کردند. این موج را عارف آغاز کرد و رضایی و روحانی نیز به آن اعتراض کردند؛ اما نامزدهای دیگر انتقادی نکردند و، علی‌رغم طرح مباحث اقتصادی و جنجالی در این مناظره، ساختار مناظره و سیاست‌گذاری صداوسیما در آن زمینه موجب نارضایتی نامزدها شد. بررسی رسانه‌ها نشان داد که در مقالات مختلفی ابعاد این موضوع بررسی شد و با تولید موج بزرگی در فضای سیاسی، انتقادات زیادی متوجه صداوسیما و دست‌اندرکاران مناظره شد و در نهایت به التهاب فضای سیاسی علیه این نهاد دامن زد. نقد مذکور نقدی «سازنده» و «همدلانه» بود و موضوع نقد کاملاً مشخص بود و حالت تحمیل عقاید نداشت. این موج نقدی «گذار» بود به ساختار برنامه در صداوسیما که تنها متوجه این سازمان شد و سایر بازیگران سیاسی تلاش داشتند با پرهیز از سیاسی‌شدن موضوع و با رویکردی عقلانی موضع خود را بیان کنند؛ در نتیجه، جنجال خبری به راه نیفتاد و پس از حصول نتیجه، انتقادات فروکش کرد.

در مناظره دوم، موج «فضای امنیتی» بیش از هر موضوع دیگری در رسانه‌های خبری بازتاب داشت. این موج، در مقایسه با سایر امواج، از نظر ابعاد موج کوچکی و موقتی به شمار می‌آمد که در رسانه‌های اصلاح‌طلب در دو روز پی گرفته شد. در این مناظره، به‌طور کلی، نامزدها به دیدگاه فرهنگی خود و سیاست‌گذاری در این حوزه پرداختند و نقد عمده بر رویکرد فرهنگی دولت احمدی‌نژاد و فضای امنیتی ایجادشده در این دولت بود. تیتراهای رسانه‌ها در این زمینه کلی بودند و در صفحات اول با رویکرد چندتیتری به سخنانی دامن زدند که محتوای آن موج را تقویت می‌کردند. این موج تلویحاً در رسانه‌های اصلاح‌طلب مطرح شد؛ چراکه آن‌ها، خصوصاً در بُعد رسانه‌ای در دوران دولت دهم، با فضای امنیتی و بسته رسانه‌ای مواجه بودند و هرچند با پوشش کمی از سوی اصلاح‌طلبان آغاز شد، اما دامنه آن به مناظره سوم نیز کشیده شد. برای مثال، عارف و روحانی از برخورد با هواداران خود در شهرهای مختلف شکایت داشتند.

در مناظره سوم، مباحث جنجال‌برانگیزی مانند «حادثه کوی دانشگاه»، «پرونده هسته‌ای» و «دستگاه دیپلماسی» مطرح شد که به اعتقاد نگارنده در قالب موج «چالش‌های سیاسی» قرار دارند. رسانه‌های اصلاح‌طلب در روز ۱۸ خرداد بیشترین پوشش را داشتند و موج مذکور در روز پس از مناظره بحث داغی در میان رسانه‌ها ایجاد کرد و در روز دوم با حرارت کمتری ادامه یافت؛ در نهایت، روز سوم این موج فروکش کرد. در موج مذکور و موضوعات گفته شده، ۱۰ رسانه خبری حضور داشتند، ولی در این میان، حضور اصلاح‌طلبان پررنگ‌تر بود (۷۵ درصد محتوای تولیدشده در این موج). نکته مهم در این باره تنازع یا «دوئل‌های دوفره» جنجالی روحانی - جلیلی، ولایتی - جلیلی و روحانی - قالیباف بودند که موضوعاتی مربوط به حوزه دیپلماسی، پرونده هسته‌ای و حادثه کوی دانشگاه را به موج سیاسی کشاندند؛ با پرداخت به این مسائل نامزدها تا حدودی از خطوط قرمز نظام عبور کردند. ورود به این مباحث لازمه شورانگیزی در فضای انتخاباتی بود تا دیدگاه خود را به رأی‌دهندگان نشان دهند. در حادثه کوی دانشگاه، آغازکننده آن آقای قالیباف بود که، با اشاره به تجربه فرماندهی در نیروی انتظامی، سؤالی چالش‌برانگیز پیش روی روحانی قرار داد. ولی در پاسخ، با تخریب وی، مسائلی مطرح شد که بسیاری از خطوط قرمز نظام را زیر پا گذاشت. مسئله دیگر مربوط به دستگاه دیپلماسی و مذاکرات هسته‌ای بود که به خوبی و با مشارکت حداکثری نامزدها به آن پرداخته شد؛ این پرداخت به این علت بود که چند نامزد حاضر در آن بحث مستقیم و غیرمستقیم درگیر دستگاه دیپلماسی بودند، همانند ولایتی و جلیلی. در این بحث تمامی نامزدها به‌گونه‌ای قصد داشتند با انتقاداتی، هرچند مخرب، به رویکرد و سیاست یکدیگر انتقاد کنند؛ رقابتی فراجناحی که اختلاف نظرهای نامزدها را در مسائل سیاسی مشخص کرد و به تعبیر دنیای اقتصاد، «مناظره آخر دیدگاه کاندیداها را شفاف کرد». این موج در قالب یکی از پرمهم‌ترین امواج سیاسی انتخابات ۹۲ توانست، با جلب مشارکت تعداد زیادی از نامزدها، توجه رسانه‌ها و تحلیلگران را به خود جلب کند. موجی با خصوصیات مطرح‌شده امکان بازنشاسایی تحت عنوان «موج سیاسی» را دارد. بازخورد این موج در فضای سیاسی جامعه به‌گونه‌ای بود که حتی واکنش احمدی‌نژاد (رئیس‌جمهور وقت) را برانگیخت؛ تا جایی که اظهار کرد: «خودشان مسئول مذاکرات هسته‌ای هستند.» (ابتکار، ۱۹ خرداد)؛ وزیر خارجه وقت نیز به اظهارات کاندیداها واکنش نشان داد و گفت: «موضع هسته‌ای ما تغییر نمی‌کند.» (قانون، ۱۸ خرداد). البته در دولت یازدهم نیز پیامدهای این موج در قالب پیگیری سیاست خارجی و مذاکرات هسته‌ای مشهود است. از سویی، این موج سیاسی، با افشای برخی اسناد و اطلاعات محرمانه نظام، خطوط قرمز زیادی را زیر پا گذاشت و، با رویکردی احساسی، فضای عقلانی و انتخاباتی جامعه را تحت تأثیر قرار داد.

در نهایت به نظر می‌رسد که در انتخابات ۱۳۹۲، به علت انتقال قدرت و محدودیت قانونی در شرکت احمدی نژاد برای دور سوم، فضای سیاسی از التهاب کمتری برخوردار بود؛ چراکه تمامی نامزدها شانس برابری برای پیروزی داشتند و تعدد نامزدها فضای را برای شکل‌گیری مجادله و مقابله‌های سیاسی-جناحی کمتر می‌کرد. از سویی، صداوسیما در این دوره از مناظره‌ها سعی داشت تا آزادی عمل کمتری به نامزدها بدهد تا مانند انتخابات ۱۳۸۸ مناظره‌ها به مباحث داغ و جنجالی منتهی نشود. این شیوه نه مورد قبول نامزدها بود و نه رسانه‌ها. چون در این روش امکان شکل‌گیری بحث‌های جدی وجود نداشت. از این رو، رسانه‌ها سعی کردند، با تمرکز بر انتقاد از صداوسیما، بتوانند، ضمن ایجاد هیجان در فضای سیاسی، زمینه را برای تغییر فضای سیاسی فراهم کنند. این التهاب به فضای سیاسی کشیده شد و در روز بعد، این امر با واکنش صداوسیما مواجه شد و نتیجه این موج در فضای سیاسی مشخص شد؛ بدین صورت که در همان روز، تغییر رویکرد صداوسیما در فضای سیاسی خود را با تیتیر «عقب‌نشینی سیما» بروز داد.

تعارض منافع:

بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هر گونه تعارض منافع بوده است.

منابع و مأخذ

- آذری، طاهره و ابتهسام رضوی دینانی (۱۳۹۱). «رسانه‌ای شدن سیاست». **فصلنامه مطالعات رسانه‌ای**، شماره ۱۷: ۱۶۳-۱۷۴.
- اس. تن، الکسیس (۱۳۸۸). **نظریه‌ها و پژوهش‌های ارتباط جمعی**. ترجمه نعیم بدیعی. تهران: همشهری.
- اسدی، علی (۱۳۷۱). **افکار عمومی و ارتباطات**. تهران: سروش.
- افتخاری، اصغر (۱۳۸۱). **درآمدی بر خطوط قرمز در رقابت‌های سیاسی**. تهران: فرهنگ گفتمان.
- انتظاری، اردشیر و عاطفه آقایی (۱۳۹۳). «فرهنگ نقد و گفت‌وگوی صاحب‌نظران علوم انسانی ایران در مطبوعات؛ تحلیل نقدها و گفت‌وگوهای انتقادی منتشره در مطبوعات تخصصی علوم انسانی از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۱». **فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی**، شماره ۱: ۱۳۲.
- حداد، غلامرضا (۱۳۹۷). «سیاست رسانه‌ای شده؛ نمونه‌پژوهی مقایسه‌ای جو لوله‌کش و میرزاآقا». **فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین**، شماره ۱۳: ۶۳-۱۰۵.
- محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۷۷). «انتقاد در مطبوعات و وضعیت آن در ایران». **فصلنامه علوم اجتماعی**، شماره ۱۰: ۴۷-۱۷.
- مصری، کتایون (۱۳۸۸). «مناظره، شفافیت فضای سیاسی اجتماعی». کدخبر: ۶۷۰۳۳۳۱۲۵۰۳۹۰۶۷۶۱۱. <http://jamejamonline.ir/online/670333125039067611>.
- ولفسلد، گادی (۱۳۸۹). «امواج سیاسی و گفتمان دموکراتیک: امواج تروریسم در اثنای فرایند صلح اسلو»، در **سیاست رسانه‌ای شده: ارتباطات در آینده دموکراسی**، ویراستاران: دابلیو، لنس بنت و ربرت ام. انتمن. ترجمه مسعود آریایی. تهران: پژوهشگاه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- هاریس، ریچارد جکسون (۱۳۹۰). **روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی**. ترجمه حسن اسدزاده و همکاران. تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- Wolfsfeld, G. (2004). **Media and the Path to Peace**. New York: Cambridge University Press.