

عنوان مقاله:

تحلیل گفتمان فیلم های تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات (ریاست جمهوری اسلامی ایران (1388)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های راهبردی سیاست، دوره 4، شماره 13 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

حسن بشیر - دانشیار جامعه شناسی ارتباطات بین الملل دانشگاه امام صادق(ع)

سیدحمید طاهری - کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه صدا و سیما

خلاصه مقاله:

در این تحقیق، متن فیلمهای تبلیغاتی نامزدهای دهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران بررسی شد تا ضمن تعیین محورهای مهم گفتمانی هر یک از چهار نامزد حاضر در این انتخابات، دالهای مرکزی گفتمانی فیلمهای تبلیغاتی آنان مشخص شود. برای دستیابی به این اهداف، از الگوی عملیاتی تحلیل گفتمان (PDAM) که پنج سطحی و صورت تکمیلی شیوه تحلیل گفتمانی نورمن فرکلاف است، استفاده شد. جامعه آماری تحقیق، هشت فیلم تبلیغاتی پخش شده از شبکه اول سیما (هر نامزد دو فیلم) و واحد تحلیل نیز گزاره های اساسی مطرح شده توسط هر نامزد در آنها است. بخشی از نتایج حاصله از جمع بندی محورهای گفتمانی فیلم ها که هرکدام بهطور جداگانه بررسی شده اند حاکی از آن است که دالهای مرکزی گفتمان فیلمهای احمدینژاد عدالت محوری و خدمت گزاری، فیلمهای انتخاباتی موسوی بی کفایتی احمدی نژاد و کارآمدی و اعتدال سیاسی و فرهنگی موسوی، فیلمهای انتخاباتی کروبی نخبه گرایی و ناکارآمدی سیستم مدیریتی موجود و فیلمهای انتخاباتی رضایی توانمندی و برنامه ریزی رضایی و ناتوانی دولت احمدی نژاد است.

کلمات کلیدی:

تحلیل گفتمان، فیلمهای تبلیغاتی، انتخابات دهم ریاست جمهوری اسلامی ایران، نامزدهای انتخابات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/722272>

