



Res. article

## Persuasion and Lawyer's Biases in Criminal Cases: Critical-Forensic Discourse Analysis Approach

Jila Mehrabani<sup>1</sup>, Masoud Dehghan<sup>2✉</sup>, Kourosh Saberi<sup>3</sup>, Ebrahim Badakhshan<sup>4</sup>

1- Ph.D. Student of Linguistics, English Teaching Department, Faculty of Literature and Humanities, Kermanshah Branch, Islamic Azad University Kermanshah, Iran. 2- Assistant Professor of Linguistics, Department of English Language and Linguistics, Faculty of Literature and Foreign Languages, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran. 3- Assistant Professor of Linguistics, Department of English Language and Literature, Faculty of Literature and Humanities, Razi University, Kermanshah, Iran. 4- Associate Professor of Linguistics, Department of English Language and Linguistics, Faculty of Literature and Foreign Languages, University of Kurdistan, Sanandaj, Iran.

Received: 2020/03/05

Accepted: 2020/20/06

### Abstract

Persuasion is one of the salient issues in the field of critical-forensic discourse analysis. The present study aims to investigate the biases of lawyers in applying persuasive approaches of judges based on Laclau and Mouffe's theory (1985, 2001, 2002). The methodology of this mixed research (qualitative & quantitative) is descriptive-analytic in which the data were collected via referring to courts and lawyers' offices, as well as studying hundreds of cases, and also observing dozens of interrogations during 1397 and 1398. Then, the authors analyzed 20 utterances of conversations of participants in discourse based on Laclau and Mouffe's theory. Moreover, it was found that the most persuasive approach of lawyers includes positive and negative biases comprising foregrounding and backgrounding respectively. These two notions appear in the field of discourse disputes in different ways. The results showed that backgrounding and foregrounding have their own strengths and weaknesses. Also, the findings indicated that the notions of foregrounding and backgrounding are ways of maintaining and sustaining the power and hegemony of a discourse.

**Keywords:** lawyer's biases, judge persuasion, critical discourse analysis, Laclau and Mouffe, forensic discourse analysis.

**Citation:** Mehrabani, J., Dehghan, M., Saberi, K., Badakhshan, E. (2021). Persuasion and Lawyer's Biases in Criminal Cases: Critical-Forensic Discourse Analysis Approach. *Journal of Western Iranian Languages and Dialects*, 8 (31), 97-115. (In Persian)





## اقناع و سوگیری‌های وکلا در پرونده‌های کیفری: رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی - حقوقی

ژیلا مهربانی<sup>۱</sup>، مسعود دهقان<sup>۲</sup>، کورش صابری<sup>۳</sup>، ابراهیم بدخشان<sup>۴</sup>

۱- دانشجوی دکتری زبان‌شناسی، گروه آموزش زبان انگلیسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. ۲- استادیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی و زبان‌شناسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، سنندج، کردستان، ایران. ۳- استادیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. ۴- دانشیار گروه زبان و ادبیات انگلیسی و زبان‌شناسی، دانشکده زبان و ادبیات، دانشگاه کردستان، سنندج، کردستان، ایران.

دریافت: ۱۳۹۹/۲/۱۴

پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۳۱

### چکیده

اقناع از جمله مباحث چشم‌گیر در حوزه تحلیل گفتمان و به‌ویژه تحلیل گفتمان انتقادی - حقوقی است؛ از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی و تحلیل سوگیری‌های وکلا در به‌کارگیری روش‌های اقناع قضات بر بنیاد نظریه لاکلا و موف (۱۹۸۵، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲) انجام شده است. روش نوشتار پیش‌رو آمیخته (کیفی و کمی) به‌صورت توصیفی - تحلیلی بوده و نگارندگان برای گردآوری داده‌ها با مراجعه به داسراها، دادگاه‌های شهر تهران و دفاتر وکلا با مطالعه صدها پرونده و مشاهده ده‌ها بازجویی در سال‌های (۱۳۹۷) و (۱۳۹۸) توانسته‌اند به روش فیش‌برداری، متن بیست پاره گفتمان از مکالمات مشارکان گفتمان را بررسی کنند، پیکره گفته‌شده تجزیه و تحلیل و آشکار شد که بیشترین روش اقناع‌سازی وکلا، سوگیری مثبت همچون برجسته‌سازی و سوگیری منفی همچون حاشیه‌رانی است. این دو مفهوم، به‌صورت‌های گوناگون در عرصه مناظرات گفتمانی پدیدار می‌شوند. در پایان، نتایج نشان داد که حاشیه‌رانی و برجسته‌سازی هر کدام، نقاط قوت و ضعف خود را دارند؛ همچنین، یافته‌ها بیان‌گر آن است که مفاهیم برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی شیوه‌هایی برای حفظ و استمرار قدرت و هژمونی گفتمان به‌شمار می‌روند.

**کلیدواژه‌ها:** سوگیری‌های وکلا، اقناع قضات، تحلیل گفتمان انتقادی، لاکلا و موف، تحلیل گفتمان حقوقی.

**استناد:** مهربانی، ژیلا؛ دهقان، مسعود؛ صابری، کورش؛ بدخشان، ابراهیم (۱۳۹۹). اقناع و سوگیری‌های وکلا در پرونده‌های کیفری:

رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی - حقوقی. فصلنامه مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران، ۸ (۳۰)، ۹۷-۱۱۵.



## ۱- مقدمه

زبان‌شناسی حقوقی انگرشی کاربردی است که به‌مثابه یکی از رویکردهای نوین و بینارشته‌ای در علم زبان‌شناسی به دو حوزه علمی زبان‌شناسی و حقوق اشاره دارد و در چند دهه اخیر به‌ویژه از سال (۱۹۹۷) در محافل زبان‌شناسی و حقوقی آمریکا و اروپا پدید آمده، و از آن زمان از زبان‌شناسان در ارائه اسناد و شهادت در دادگاه‌ها به‌منظور کشف حقایق و قضاوت دقیق‌تر بهره می‌جویند (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵: ۳۱)؛ همچنین، در راستای کشف حقیقت در دعاوی حقوقی یا اثبات وقوع یا عدم وقوع جرم در دعاوی کیفری در محاکم می‌تواند بسیار کارآمد باشد. به‌باور گروت<sup>۱</sup> (۲۰۰۳: ۵۳) «زبان‌شناسی حقوقی علمی است که ناظر بر عملکرد کلیه شاخه‌های زبان‌شناسی از قبیل آواشناسی در تشخیص هویت، واژه‌شناسی، معنی‌شناسی، تحلیل گفتمان در اهداف مرتبط با قانون در محاکم قضایی است». حوزه عملکرد پژوهش‌های زبان‌شناسی حقوقی (قانونی) از یک سو، دانش زبان‌شناختی و ازسوی دیگر، نیازهای مجامع قانونی و حقوقی، همچون دادگاه‌ها است.

پژوهش حاضر با هدف بررسی شیوه‌ها و روش‌های به‌کارگیری اقناع در فضای دادگاه و فرایندهای حقوقی از روش تحلیل گفتمان انتقادی و حقوقی بهره می‌جوید؛ از این رو، در نوشتار پیش رو کاربرد دانش و راهبردهای کاربردشناسی زبان در گفتمان حقوقی به‌منظور مطالعه انواع شیوه‌های اقناع به‌وسیله وکلا در دادگاه‌های کیفری ایران برای متقاعدکردن قضات بررسی خواهد شد؛ همچنین، نگارندگان درصد هستند تا نشان دهند که وکلا در به‌کارگیری روش‌های اقناع از چه نوع سوگیری‌هایی براساس رویکرد تحلیل گفتمان لاکلا و موف<sup>۲</sup> استفاده می‌کنند؛ از این رو، بررسی متون مختلف حقوقی از منظر زبان‌شناسی حقوقی به ما کمک می‌کند تا هدف اساسی نظام قضایی را به‌خوبی دریابیم؛ همچنین، افکار، باورها و قضاوت‌های افراد به‌وسیله احساسات، رفتارها و سوگیری‌های مختلف و برداشت‌های اولیه آن‌ها از شرکت‌کنندگان اصلی (شامل وکلای مدافع، متهمان و قضات) و نیز مجموعه‌ای از عوامل اجتماعی-فرهنگی شکل می‌گیرند. جستار حاضر بر آن است تا خواننده این اثر را به‌سمت کشف و آشکارسازی موضوعات زبانی و لایه‌های معنایی پنهانی که در گفتمان وکلا برای اقناع‌سازی رأی قضات تأثیرگذار و دخیل هستند، سوق دهد.

یافته‌های زبان‌شناسی در مسائل قضایی در دهه‌های اخیر حکایت از پیدایش رویکردی نوین و

1 forensic linguistics

2R. G. Groot

3E. Laclau & C. Mouffe

علمی دارد، به گونه‌ای که ارتباط بین دو حوزه زبان‌شناسی و حقوق، جدی‌تر از گذشته مطرح می‌شود. دهقان و حیدری (۱۳۹۷) ویژگی‌های گفتاری پیام ویدیویی ضبط‌شده پیش از عملیات تروریستی (۱۳۹۶) مجلس تهران را براساس رویکرد زبان‌شناسی حقوقی بررسی کرده و نشان دادند که زبان‌شناسی حقوقی در کشف و تشخیص هویت عاملان این حادثه تروریستی موفق عمل کرده است؛ همچنین، نتایج بررسی نشان داده است که گوینده این پیام ضبط‌شده با استفاده از الگوهای زبانی گونه‌های مختلف زبان کردی برای اغفال مخاطبین خود استفاده کرده است.

سلطانی (۱۳۸۷) با استفاده از نظریه تحلیل گفتمان سیاسی لاکلا و موف (۱۹۸۵) و نیز الگوهای تحلیل گفتمان انتقادی 'فرکلاف' (۱۹۸۹) و همچنین نظام گذرایی آهلیدی (۱۹۸۵) نشان داده است که قدرت پنهان در گفتمان‌های سیاسی به واسطه سازوکارهای دوگانه برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی، به‌طور کلی در اجتماع و به‌طور خاص در مطبوعات چگونه بازنمایی می‌یابد. باغینی‌پور (۱۳۸۳) مفهوم اقتناع را به‌عنوان پدیده‌ای معرفی کرده است که به کمک آن می‌توان ذهن فرد ترغیب‌شونده را تحت تأثیر قرار داد. وی همچنین، بیان کرده است که ساختارهای گوناگون سخن بر شکل‌گیری و تغییر مدل‌های ذهنی و نمودهای اجتماعی اثرگذار هستند.

کیا و سعیدی (۱۳۸۳) به موضوع اقتناع پرداخته و بیان کرده‌اند که اقتناع یا ترغیب، به‌مثابه فعال‌کننده دوسویه‌ای است و قصد دارد به نیازهای ترغیب‌شونده پاسخ دهد و دراصل در ترغیب نوعی ارتباط دوسویه وجود دارد. صحفی و صحراگرد (۱۳۹۲) نقش جملات پرسشی در اقتناع مشتری در فروشگاه‌های شهر شیراز را بررسی و اقتناع را در بافت تجارت و فروش کالا واکاوی کرده‌اند. به‌باور آن‌ها از آنجا که پرسش به‌مثابه عامل مهمی در تعاملات تجاری به‌شمار می‌رود، بررسی نقش پرسش در تعاملات اقناعی تجاری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

ارمغانی (۱۳۹۳) با هدف بررسی فنون اقناع و میزان توزیع آن‌ها در بیلبردهای فارسی و انگلیسی، پنجاه نمونه بیلبرد فارسی شهر تهران و پنجاه بیلبرد انگلیسی شهر لندن را از سه منظر فنون اقناع، ابزارهای زبانی و ارزش‌های فرهنگی بررسی کرده است. نتایج نشان داد که با وجود مواردی مشابه، تفاوت بارزی در نوع و میزان توزیع فنون اقناع در هر دو زبان یافت شد.

آسیایی (۱۳۹۳) فرایند اقناع در سخنرانی‌ها و مناظره‌های کاندیدهای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (نگاه موردی به دکتر حسن روحانی) را بررسی و بیان کرده است از آنجا که زبان به‌عنوان پدیده‌ای چندبعدی نقش به‌سزایی در زندگی فردی و اجتماعی افراد دارد و نشان‌گر ایدئولوژی و نگرش افراد به مسائل مختلف است، بنابراین سعی شده است تا با استفاده از تحلیل گفتمان و تحلیل گفتمان انتقادی، لایه‌های زیرین گفتمان سیاسی رئیس‌جمهور منتخب یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری بررسی و واکاوی شود. وی، همچنین، روش‌های اقناعی مورد استفاده روحانی را در متن‌ها و مناظره‌های تلویزیونی ایشان که منجر به پیروزی وی در یازدهمین انتخابات ریاست جمهوری شد، تحلیل و واکاوی کرده است.

چلز و اسپونزا<sup>۱</sup> (۲۰۰۱) فرایندهای به‌کاررفته در بیان و انتقال اطلاعات و مفاهیم سیاسی در ایتالیا را پس از جنگ جهانی دوم بررسی کرده‌اند. الکساندر<sup>۲</sup> و دیگران (۲۰۰۲) بیان نموده‌اند که برخی احساس می‌کنند، اقناع و ترغیب واژه‌ای منفی است و حکایت از دخالتی غیرمنصفانه در افراد دارد؛ اما این بررسی نشان داده است که این واژه مثبت بوده و نمی‌توان تنها از آن معنای منفی برداشت کرد. به‌باور آن‌ها اقناع، متقاعدکردن افراد است تا به‌گونه‌ای متفاوت و عمیق در مفاهیم، اشیاء و نیز جهان پیرامون خود بنگرند. آن‌ها، همچنین، باور دارند زمانی که ما دیگران را قانع می‌کنیم، درواقع به‌دنبال تغییر در رفتار، ادراک و قضاوت هستیم.

بنوا و بنوا<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) به این موضوع پرداخته‌اند که اقناع نه‌تنها در همه امور وجود دارد، بلکه از اقناع در جهت ترغیب برای کمک به دیگران و برآورده‌شدن نیازها، خواسته‌ها و تمایلات درونی انسان‌ها استفاده می‌شود.

ماهیت روش‌شناسی انجام این پژوهش کیفی - کمی از نوع توصیفی-تحلیلی و نیز مقایسه مؤلفه‌های گفتمانی موردنظر لاکلا و موف بوده و برای انجام آن، بیست پاره‌گفتمان به روش فیش‌برداری از صد پرونده کیفری بررسی شده در دادگاه‌ها و دادرهای شهر تهران در سال‌های (۱۳۹۷) و (۱۳۹۸) انتخاب و آن‌ها را در قالب رویکرد لاکلا و موف (۱۹۸۱، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲) تحلیل و بررسی کرده است تا آشکار شود که کدام یک از مؤلفه‌های گفتمانی مورد نظر لاکلا و موف برای اقناع‌سازی قضات اهمیت

1L. Cheles

2. L. Sponza

3P. A. Alexander

4W. L. Beneva

بیشتری دارند.

پژوهش حاضر شامل پنج بخش است. در بخش نخست، مقدمه پژوهش بیان شده است. در بخش دوم موضوع و مفهوم اقتناع بررسی می‌شود. در بخش سوم به معرفی نظریه گفتمانی لاکلا و موف اشاره خواهد شد. در بخش چهارم نمونه‌هایی از سوگیری‌های وکلا و اقتناع قضات بررسی می‌شود و در بخش آخر، نتایج و یافته‌های جستار پیش‌رو بیان خواهد شد.

## ۲- اقتناع

به باور متولی (۱۳۸۴: ۷۳) اقتناع عبارت است از «تلاش صادقانه برای مجاب ساختن مخاطبین به پذیرش موضوع و خواسته‌ای، به وسیله ارائه مناسب اطلاعات مربوط». تمام افراد جامعه در ارتباط خود با دیگران از این ابزار استفاده می‌کنند؛ اما گاهی فرد مجبور به دفاع از خود در محاکم قضایی است؛ برای مثال، فردی که متهم به قتل غیر عمد است، از تمامی ابزارهای زبانی و غیر زبانی استفاده می‌کند تا مخاطب (قاضی یا بازپرس) را به پذیرش ادعاهای خود مجاب سازد. بدیهی است که اقتناع مخاطب در چنین شرایطی به مدارک مستند و مستدل نیاز دارد، اما کاربرد اقتناع به‌ویژه در دفاعیات متهمان پرونده‌های کیفری بسیار شایع است؛ زیرا اقتناع مخاطب می‌تواند زندگی دوباره‌ای به فرد ببخشد. یکی از قدیمی‌ترین مدل‌های متقاعدسازی و تغییر نگرش، مدل اقتناع هاولند<sup>۱</sup> و دیگران (۱۹۵۳) است. در این مدل، متقاعدسازی طی شش مرحله اساسی صورت می‌پذیرد که عبارت‌اند از:

۱. در معرض پیام قرار گرفتن: چنانچه مخاطب پیامی را نشنود یا نبیند، آن پیام هیچ تأثیری بر وی نخواهد گذاشت؛ بنابراین، می‌توان شرط نخست و اساسی متقاعدسازی را در معرض پیام قرار گرفتن در نظر گرفت.
۲. توجه به پیام: بنابراین، مخاطب در مرحله دوم فرایند متقاعدسازی به محتوای پیام توجه می‌کند.
۳. درک پیام: چنانچه مخاطب درک درستی از پیام مورد نظر نداشته باشد، نمی‌تواند تحت تأثیر آن قرار گیرد.
۴. پذیرش نتیجه‌گیری مربوط به پیام: در تحقق فرایند اقتناع و متقاعدسازی، لازم است مخاطب، نتیجه مربوط به پیام را قبول کند.
۵. یادآوری نگرش جدید: در صورت فراموشی نگرش جدید، در آینده نیز نمی‌تواند تأثیری بر

وی داشته باشد.

۶. تبدیل نگرش به رفتار: چنانچه روند تأثیرگذاری بر مخاطب مثبت و نتیجه‌بخش باشد، در

آینده نیز نگرش جدید می‌تواند رفتار را به سمت‌وسوی مورد نظر هدایت کند.» (الیاسی، ۱۳۸۸:

۳-۲؛ برگرفته از هاوولد، ۱۹۵۳)

از این رو، اقناع به مفهوم قانع و راضی‌کردن افراد برای گرایش به موضوعی خاص به‌مثابه روشی برای تأثیرگذاری و جهت‌دهی ذهنی است. اقناع بهترین نوع تبلیغ است که به‌طور عمده با روش ارتباطات چهره به چهره انجام می‌شود. اقناع فرایندی ارتباطی است که هدف آن نفوذ به گیرنده پیام است، به این معنا که پیام ترغیبی، نظر یا رفتاری را به شکلی داوطلبانه به گیرنده ارائه می‌دهد و انتظار می‌رود که این پیام در مخاطب یا گیرنده مؤثر واقع شود. تعریف دیگری که برای اقناع ذکر شده، این است که اقناع فرایندی است که از خلال آن می‌کوشیم تا نگرش دیگران را تغییر دهیم و به تعبیر ساده‌تر، به مفهوم کوشش برای تغییر نگرش است (کیا و سعیدی، ۱۳۸۳: ۵۲).

به‌طورکلی، اقناع هدف اساسی و غائی همه انواع رفتارهای ارتباطی است. ارتباط موفق و مؤثر آن‌گونه ارتباطی است که نتیجه دلخواه یعنی اقناع را به‌دنبال داشته باشد و در این صورت می‌توان به آن ارتباط متعالی نیز گفت (متولی، ۱۳۸۴: ۷۴)؛ همچنین، به باور متولی (۱۳۸۴: ۱۴۷) من پیامی ارسال می‌کنم و مخاطبین با دریافت این پیام می‌توانند سه نوع واکنش داشته باشند: رد و نفی، بی‌تفاوتی و خنثی‌بودن، پذیرش و رضایت‌مندی.

## ۲-۱- فنون اقناع

توسل به شوخی یا مسائل جنسی و تکرار گسترده یک پیام بازرگانی از رایج‌ترین فنون اقناع به‌شمار می‌آیند. استفاده از شوخی، فن رایجی در ارتباط است. نظریه درگیری پایین و نظریه تغییر توجه دو نظریه‌ای هستند که به رابطه شوخی با اقناع پرداخته‌اند. نظریه درگیری پایین بیان‌گر این است که شوخی نوعی تقویت به‌وجود می‌آورد و بنابراین به تغییر نگرش بیشتر منتهی می‌شود. رویکرد تغییر توجه نیز پیش‌بینی می‌کند که شوخی حواس را منحرف می‌سازد و این انحراف می‌تواند با جلوگیری از استدلال مخالف، به تغییر نگرش بیشتری ختم شود. استفاده از جاذبه‌های جنسی فن رایج در تبلیغات است. در بسیاری از آگهی‌های بازرگانی از مدل‌های جذاب جنسی استفاده می‌کنند. یک فن رایج دیگر تکرار



گسترده یک پیام بازرگانی است که به دلایل متعدد اقناع‌کننده است. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۲۷۳-۲۷۸)

شرف‌الدین برخی از شیوه‌ها و فنون رایج اقناع را این گونه برشمرده است:

۱. تبلیغ: تبلیغات یکی از فنون مورد استفاده برای اقناع است. هدف فعالیت‌های تبلیغی، افزون بر اطلاع‌رسانی، ایجاد انگیزش نیز هست؛ یعنی فعالیت تبلیغی، فردی را به کاری درجهت مقصود مبلّغ برمی‌انگیزد. تبلیغ برپایه نیاز بنا شده و جدی‌ترین قلمرو فعالیت‌های تبلیغی، نیاز مخاطبین است.

۲. تلقین: تلقین که نوعی متقاعدسازی ناهوشیارانه و ناآگاهانه است، از شیوه‌های رایج اقناع محسوب می‌شود. تلقین نوعی فرایند ارتباطی است که موجب پذیرش مسئله مورد نظر اقناع‌گر می‌شود، اما این پذیرش مبتنی بر دلایل منطقی نبوده و به صورت، غیرحساب‌گرا و ناآگاهانه محقق می‌شود. برخی شگردهای تلقین عبارت‌اند از: القاء تدریجی یک اندیشه، طرح سؤال، تکرار، بزرگ‌نمایی و مبالغه یا کوچک‌نمایی، ایجاد ترس، تحریک عاطفه و توسل به اکثریت بودن.

۳. تقلید: در تقلید اقناع‌گران در پیام‌های اقناعی خود مخاطبین را به این شیوه فرامی‌خوانند. تارد<sup>۱</sup> روان‌شناس معتقد است، تلقین خادم تقلید است. در درون هر تقلید، عناصری از تلقین وجود دارد؛ یعنی، هر جا کسی از دیگری تقلید می‌کند، ابتدا برتری آن تقلیدشده برای او ثابت و تلقین شده است.

۴. تصویرسازی: اقناع‌گران، گاهی برای اقناع مخاطبین خود، دست به تصویرسازی می‌زنند. به طور مثال، کشورهای قدرتمند و مهاجم جهت اقناع ملت خود، نسبت به لزوم صرف هزینه در جهت جنگ با کشورهای دیگر، تصویر خاصی از کشور مورد تهاجم برای ملت خود می‌سازند؛ مثلاً او را تروریست و خطر برای کشور معرفی می‌کنند. (شرف‌الدین، ۱۳۸۷: ۲۷)

### ۳- نظریه لاکلا و موف

نظریه لاکلا و موف (۱۹۸۵، ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲) از دو سنت ساختارگرا<sup>۲</sup>، یعنی مارکسیسم و زبان‌شناسی ساخت‌گرای اروپایی سرچشمه گرفته است. شایسته است گفته شود که زبان‌شناسی ساخت‌گرای اروپایی، نظریه معنایی و مارکسیسم، کنش‌های اجتماعی را مورد توجه قرار داده‌اند. یورگنسن<sup>۳</sup> و

1W. J. Severin & J. W. Tankard

2G. Tarde

3structuralism

4M. Jorgensen

فیلیپس<sup>۱</sup> (۲۰۰۲: ۱۳) بر این باورند که لاکلا و موف با درهم آمیختن دو دیدگاه مارکسیسم و ساخت‌گرایی، به نظریهٔ پسا‌ساختارگرایانه دست یافتند که براساس آن، جامعه مجموعه‌ای از فرایندهای اجتماعی است که مفاهیم و معانی مختلف حول آن شکل می‌گیرند.

نظریهٔ گفتمانی لاکلا و موف، قابلیت فوق‌العاده‌ای در تبیین پدیده‌های اجتماعی و سیاسی دارد. این قابلیت، در سایهٔ به‌کارگیری مفاهیمی همچون *مفصل‌بندی* به دست آمده است. معنای بعضی نشانه‌ها به واسطهٔ مفصل‌بندی گاه آن‌چنان رایج و مرسوم می‌شود که از نظر ما بسیار طبیعی جلوه می‌کند. از دیدگاه لاکلا و موف، تعریف مفصل‌بندی و گفتمان به هم وابسته‌اند. آن‌ها در این خصوص بیان کرده‌اند که «هر کنشی که منجر به برقراری ارتباط بین عناصر مختلف زبانی شود، به‌گونه‌ای که هویت آن‌ها در نتیجهٔ این کنش دگرگون شده و هویت جدیدی پیدا کنند، مفصل‌بندی نام دارد.» (لاکلا و موف، ۱۹۸۵: ۱۰۵). به باور آن‌ها هر مؤلفه، چنان‌چه در درون گفتمان قرار گیرد، وقته<sup>۲</sup> و اگر در درون هیچ گفتمانی مفصل‌بندی نشده باشد، عنصر نام دارد (لاکلا و موف، ۲۰۰۱: ۱۰۵).

درواقع، مفهوم *گفتمان*، جایگزین مفهوم *ایدئولوژی* در مارکسیسم و جانشین *زبان* در نظریه‌های پست‌مدرن شده است. درحقیقت، گفتمان‌ها، *مفصل‌بندی‌های* هژمونیک هستند که در عرصهٔ اجتماعی از تصوّر به عینیت تبدیل شده‌اند. مفصل‌بندی، موجب تولید نظام معنایی می‌شود و یک گفتمان، استیلای نظام معنایی خاصی بر عرصهٔ اجتماعی است (لاکلا و موف، ۲۰۰۲: ۱۴۰). به‌باور آن‌ها، هیچ‌چیز بنیادینی - همانند مارکسیسم - وجود ندارد که به بقیهٔ پدیده‌ها معنا و هویت ببخشد. هویت هر چیز، تنها در شبکهٔ هویت‌های دیگری که با هم مفصل‌بندی شده‌اند، به دست می‌آید؛ به بیان دیگر، هویت‌ها بر ساختهٔ مفصل‌بندی‌های هژمونیک هستند.

از نظر لاکلا و موف، گفتمان‌ها تنها دریچهٔ شناخت انسان به‌سوی جهان هستند. هر گفتمان، بخش‌هایی از حوزهٔ اجتماع را دربر می‌گیرد و به همه‌چیز در چارچوبی از نظام معانی، مفهومی خاص می‌بخشد. مفهومی که مختص همان نظام معنایی است. در چنین حالتی، ممکن است یک فعل، سخن، نماد یا غیره در دو گفتمان متفاوت، معنایی متفاوت و حتی متضاد با یکدیگر داشته باشند. به‌طور کلی، واژه‌ها در درون گفتمان‌های متضاد بار معنایی می‌یابند و نه در درون یک زبان عام و مشترک (مک‌دانل<sup>۳</sup>؛

۱۳۸۰: ۱۲۵)؛ به همین دلیل نیز از منظر لاکلا و موف، هر عمل و پدیده‌ای برای معنادار شدن باید گفتمانی باشد. هیچ چیز به خودی خود هویت ندارد. اعمال، گفتار و پدیده‌ها زمانی معنادار و قابل فهم می‌شوند که در چارچوب گفتمانی خاص قرار گیرند. نظریه لاکلا و موف در زمینه گفتمان را می‌توان کاربردی‌ترین نظریات تحلیل گفتمان انتقادی دانست. اهمیت این نظریه در آن است که آن‌ها مدل زبان‌شناسی سوسور<sup>۱</sup> و ساختارگرایی فوکو<sup>۲</sup> را به عرصه سیاست کشاندند و با عرضه مفاهیمی همچون ایدئولوژی، هویت، ضدیت،<sup>۳</sup> غیریت،<sup>۴</sup> هژمونی و... در پی توضیح و تبیین چگونگی گفتمان‌های مختلف، همچون گفتمان سیاست و... برآمدند. این دو، مفهوم گفتمان فوکو را با دیدگاه‌های سوسور، دریدا،<sup>۵</sup> لاکان،<sup>۶</sup> گرامشی<sup>۷</sup> و آلتوسر<sup>۸</sup> درآمیختند و نظریه‌ای ارائه کردند که براساس آن، همه پدیده‌های اجتماعی تحت تأثیر فرایندهای گفتمانی شکل می‌گیرند (سلطانی، ۱۳۸۳).

### ۳- بررسی نمونه‌هایی از سوگیری‌های وکلا در اقناع قاضی

آنچه در زیر می‌آید بررسی نمونه‌هایی از سوگیری‌های وکلا در اقناع قاضی است که در قالب بیست پاره گفتمان و با استفاده از جدول ارائه می‌شود:

**پاره گفتمان ۱:** وکیل: *ایراد ضرب و جرح عمدی با ساتور، تهدید و تجاوز و با توجه به اقرار متهم مبنی بر درگیری فی مابین آن‌ها، مبین قبول جرم از طرف متهم است.*

در این پاره گفته، وکیل با استفاده از عبارات ضرب و جرح عمدی و تهدید و تجاوز و نقاط قوت پرونده که مجرم بودن متهم را به اثبات می‌رساند، به سوگیری منفی علیه شاکی پرداخته تا اتهام وارد شده به موکلش را به حاشیه برده و از این راه سعی در اقناع قاضی دارد و همچنین با اقرار متهم مبنی بر درگیری به نوعی ساختارشکنی کرده است؛ زیرا متهمین به‌طور معمولاً به اتهام خود اقرار نمی‌کنند؛ از این رو، در این پاره گفتمان، وکیل با برجسته‌سازی نقاط ضعف دیگری (متهم) و استفاده از دال‌های ضرب و جرح و نیز اقرار متهم به جرمی که علیه موکل مرتکب شده است، می‌کوشد تا با اقناع قاضی، او را با خود هم‌سو کند.

1F. de Saussure

2M. Foucault

3antagonism

4otherness

5J. Derrida

6J. Lacan

7A. Gramsci

8L. P. Althusser

|             |  |
|-------------|--|
| برجسته‌سازی | ایراد ضرب و جرح عمدی با ساتور، تهدید و تجاوز |
| ساختار شکنی | اقرار متهم مبنی بر درگیری                    |

**پاره‌گفتمان ۲:** وکیل: شاکی دروغ می‌گه، سود و زیان با هم ماهی (۵۰۰) می‌شده.

در اینجا، وکیل ادعای شاکی را تکذیب می‌کند و با ارائه صحیح مقدار پولی که مورد شکایت بوده است، این موضوع را در محضر دادگاه برجسته‌سازی کرده و سعی در تبرئه موکل خود دارد. در این پاره‌گفته، وکیل با بیان واژگان سود و زیان و نیز برجسته‌سازی دقیق مقدار پولی که بین شاکی و متهم رد و بدل شده است، به دال دروغ‌پردازی شاکی اشاره کرده و با سوگیری منفی نسبت به شاکی سعی در اقناع قاضی دارد؛ به عبارتی، در این پاره‌گفتمان وکیل با بیان واژگان دروغ و سود و زیان به ترتیب به سوگیری منفی و مثبت در خصوص شاکی و متهم می‌پردازد.

|                   |   |
|-------------------|---|
| برجسته‌سازی       | ارائه صحیح مقدار پول                      |
| رابطه دال و مدلول | ارائه صحیح مقدار پول و مشخص شدن دروغ شاکی |

**پاره‌گفتمان ۳:** وکیل: به دلیل تهمت ناروا، هتک حرمت، توهین در انزار عمومی به موکلم در خصوص این پرونده، از دادگاه محترم تقاضای فرجام دارم.

در این گفتمان وکیل با استفاده از واژگانی همچون تهمت ناروا، هتک حرمت، توهین در انزار عمومی، ادعای شاکی را تکذیب و برجسته‌سازی می‌کند؛ ضمن آنکه برای احقاق حق موکل خود تقاضای فرجام‌خواهی نیز کرده است و با به‌کاربردن عبارت تقاضای فرجام، برجسته‌سازی نیز صورت گرفته است؛ به عبارتی، وکیل با استفاده از واژگانی که بار معنایی منفی دارند و نیز به‌کارگیری صنعت ادبی جناس در چیش این واژگان به سوگیری منفی یر ضد شاکی پرداخته و از این راه قصد دارد تا به اقناع قاضی کمک کند؛ همچنین، بین واژگان تهمت/ توهین و تقاضای فرجام رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|                   |   |
|-------------------|---|
| برجسته‌سازی       | تهمت ناروا، هتک حرمت، توهین در انزار عمومی و تقاضای فرجام |
| رابطه دال و مدلول | تهمت/ توهین و تقاضای فرجام                                |

**پاره‌گفتمان ۴:** وکیل: درمانگاه را قبلاً خریداری کردند. بعد از کلی هزینه که سریع‌تر می‌خواستن درمانگاه رو راه‌اندازی کنن تا مردم استفاده کنن، مشخص شد که سندش مشکل داشته.

در این گفتمان، وکیل با استفاده از دال‌های راه‌اندازی درمانگاه و استفاده مردم از آن و سوگیری

مثبت نسبت به موکل خود، حُسن نیت و درواقع نقاط قوت وی را برجسته‌سازی کرده تا نقاط ضعف دیگری را با استفاده از دال مشکل‌داشتن سند نشان دهد و اصل موضوع که آماده‌نشدن درمانگاه است را به‌حاشیه ببرد.

راه‌اندازی درمانگاه و استفاده عوام

برجسته‌سازی

اشکال در سند درمانگاه

حاشیه‌رانی

**پاره‌گفتمان ۵:** وکیل: در جهت اثبات ادعای متهم، تقاضای حضور چند شاهد عینی رو دارم.

وکیل با استفاده از دال شاهد عینی به‌عنوان کسی که در صحنه جرم حضور داشته و با چشم خود شاهد ماجرا بوده و گواهی بر صحت گفتمان او نیز هست، قصد دارد تا بی‌گناهی موکل خود را برجسته‌سازی کرده و با این گواه‌نمایی بر ضد شاکی سوگیری منفی نماید؛ همچنین، حضور شاهد و تأیید ادعا رابطه دال و مدلولی دارند.

حضور شاهد عینی

برجسته‌سازی

حضور شاهد و تأیید ادعا

رابطه دال و مدلول

**پاره‌گفتمان ۶:** وکیل: موکل بنده از روی اجبار اقرار کرده و گرنه دلایل کافی دال بر پذیرش اتهامات نیست.

در این گفتمان وکیل با استفاده از دال اقرار کردن، آن‌هم از روی اجبار، قصد دارد تا قاضی را متقاعد سازد که اتهامات بر متهم وارد نیست و با سوگیری مثبت به موکل خود، اتهام را به‌حاشیه رانده است؛ همچنین، وی با استفاده از دال عدم ادله کافی، اثبات جرم علیه متهم را به‌حاشیه برده است. شایسته است گفته شود که عدم ادله کافی و اثبات جرم با هم رابطه دال و مدلولی دارند.

اقرار از روی اجبار

حاشیه‌رانی

عدم ادله کافی و اثبات جرم

رابطه دال و مدلول

**پاره‌گفتمان ۷:** وکیل: شاکی و متهم ردیف دوم به‌دلیل اینکه هر دو ذی‌نفع هستند، سعی در متهم نشون‌دادن موکلم دارن و باهم تبانی کردن.

در این پاره‌گفتمان، ذی‌نفع‌بودن و تبانی‌کردن شاکی و متهم ردیف دوم با یکدیگر، منجر به‌حاشیه‌رانی ادعای آن‌ها شده است؛ همچنین، وکیل با استفاده از این عبارات به برجسته‌سازی نقاط ضعف شاکی و متهم ردیف دوم پرداخته تا با سوگیری مثبت نسبت به موکلش، قاضی پرونده را

پیرامون ادعایش متقاعد کند؛ همچنین، بین واژه‌های ذی‌نفع و تبانی رابطه دال و مدلولی برقرار است.

ذی‌نفع‌بودن و تبانی‌کردن شاکی و متهم ردیف دوم با یکدیگر حاشیه‌رانی

ذی‌نفع‌بودن و تبانی‌کردن رابطه دال و مدلولی

**پاره‌گفتمان ۸:** وکیل: آقای ... دروغ می‌گن، قبلاً به این موارد اشاره نکرده بودن.

در این پاره‌گفتمان، وکیل ادعای شاکی را تکذیب کرده و بیان می‌کند که او اتهامات جدیدی را مطرح کرده و پیش‌تر به آن‌ها اشاره نکرده است. وکیل با ارائه این مطالب و تأکید بر دال دروغ گفتن به برجسته‌سازی نقاط ضعف شاکی پرداخته تا با سوگیری مثبت نسبت به موکلش، قاضی پرونده را پیرامون ادعایش متقاعد کرده و او را با خود هم‌سو سازد؛ همچنین، بین عبارت‌های دروغ گفتن و بیان مواردی که پیش‌تر به آن‌ها اشاره نشده، رابطه دال و مدلولی برقرار کرده است.

دروغ گفتن و بیان موارد جدید برجسته‌سازی

دروغ گفتن و بیان مواردی که از قبل بیان نشده رابطه دال و مدلول

**پاره‌گفتمان ۹:** وکیل: دلیل نمی‌شه، تمام شواهد و قرائن موجود حاکی از اینکه که متهم با توجه به سابقه‌ای که با آقای الف داشته اقدام به نشر اکاذیب و افترا علیه ایشان کرده.

در نمونه بالا، وکیل با استفاده از عبارت شواهد و قرائن، قصد دارد تا گواه‌نمایی گفته خود را اثبات کند. وی با بیان دال نشر اکاذیب و افترا نسبت به موکلش سوگیری مثبت کرده و با سوگیری منفی علیه شاکی به برجسته‌سازی نقاط ضعف او پرداخته و در واقع سعی دارد تا ذهن قاضی را به دال نشر اکاذیب و افترا برضد موکل خود به وسیله متهم متوجه نماید که بین نشر اکاذیب و انجام عمل به وسیله متهم، رابطه دال و مدلولی وجود دارد؛ همچنین، با برجسته‌سازی عبارت سابقه متهم با شاکی به سوگیری منفی برضد شاکی پرداخته تا نقاط قوت موکلش را بیشتر برجسته‌سازی کرده باشد.

نشر اکاذیب و افترا برجسته‌سازی

نشر اکاذیب و انجام این عمل به وسیله متهم رابطه دال و مدلول

**پاره‌گفتمان ۱۰:** وکیل: به دلیل ابراز ندامت و حسن سابقه و وضعیت جسمانی موکلم، تقاضای تخفیف در مجازات را از محضر دادگاه دارم.

در این پاره‌گفتمان، وکیل با استفاده از برجسته‌سازی عبارت‌هایی همچون ابراز ندامت و حسن سابقه و وضعیت جسمانی موکل، نسبت به موکلش سوگیری مثبت کرده سعی در اقناع قاضی دارد. لازم است

گفته شود که بین عبارات پیش گفته و تقاضای تخفیف در مجازات، رابطه دال و مدلولی برقرار است؛ به عبارتی، در این پاره گفتمان هیچ نشانی از سوگیری وکیل علیه شاکی وجود ندارد و تنها او با استفاده از عبارت‌های به کاررفته، سوگیری مثبت نسبت به موکلش را برجسته‌سازی کرده است.

برجسته‌سازی

ابراز ندامت و حُسن سابقه

رابطه دال و مدلولی

ابراز ندامت و حُسن سابقه و وضعیت جسمانی موکل با تقاضای تخفیف در مجازات

**پاره گفتمان ۱۱:** وکیل: به دلیل عدم کفایت ادله بر علیه متهم، تقاضای آزادی متهم را دارم.

در این پاره گفتمان، وکیل با استفاده از عدم ادله کافی بر ضد موکلش، قصد دارد تا با سوگیری مثبت، اتهامات و نقاط ضعف متهم را حاشیه‌رانی کرده و با این دال از آزادی موکلش سخن بگوید. شایسته است گفته شود که عدم ادله کافی و آزادی متهم باهم رابطه دال و مدلولی دارند.

برجسته‌سازی

نبود ادله کافی بر ضد متهم

رابطه دال و مدلول

عدم ادله کافی و آزادی متهم

**پاره گفتمان ۱۲:** وکیل: موکل من بی‌گناه است؛ لذا، تقاضای آزادی وی را دارم.

در این پاره گفتمان، وکیل با اسفاده از رابطه دال و مدلولی حاکم بر گفتمان که بی‌گناهی دال آن و آزادی موکل مدلول آن است و با این توصیف که شخص بی‌گناه نباید در بند باشد، با سوگیری مثبت نسبت به موکلش، بی‌گناهی او را برجسته‌سازی کرده و با این گفتمان سعی در افقاع قاضی داشته و تقاضای صدور حکم آزادی موکل خود را می‌نماید؛ از این رو، بین عبارت‌های بی‌گناهی و آزادی، رابطه دال و مدلولی برقرار است.

برجسته‌سازی

بی‌گناهی موکل

رابطه دال و مدلول

بی‌گناهی و آزادی موکل

**پاره گفتمان ۱۳:** وکیل: اگر متهم بی‌گناه، شیشه‌های شکسته داخل لباس متهم چی کار می‌کنه؟

همان‌گونه که از این گفتمان پیداست، وکیل در این پاره گفتمان با استفاده از نشانه شرطی اگر، قصد دارد تا اتهام متهم را اثبات نماید و به عبارتی، موکل وی فرد متهم نیست، بلکه وکیل فردیست که از متهم شکایت کرده و در واقع شاکی است. شایسته است گفته شود که یکی از دلایل بی‌گناهی متهم آن است که آثار وقوع جرم در وی ظاهر نباشد، اما در این پاره گفتمان در لباس متهم، شیشه‌های شکسته‌ای پیدا شده که همان شیشه‌ها در گردن فردی که فوت شده نیز پیدا شده است؛ بنابراین، آثار وقوع جرم در

متهم نمایان شده است. وکیل با بیان این موضوع نقطه ضعف متهم را برجسته‌سازی کرده است. در واقع، متهم با استفاده از چیزی که یک گلدان کریستال بوده، متوفی را به قتل رسانده که هنگام ارتکاب جرم قطعاتی از شیشه گلدان شکسته در لباس او باقی مانده است و اتهام او را اثبات می‌کند؛ همچنین، در این پاره‌گفتمان، بین گناه‌کار بودن متهم و وجود شیشه‌های شکسته رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|  |                   |
|--|-------------------|
| وجود شیشه شکسته در لباس متهم             | برجسته‌سازی       |
| گناه‌کار بودن متهم و وجود شیشه‌های شکسته | رابطه دال و مدلول |

**پاره‌گفتمان ۱۴:** وکیل: ساعت چند باهم درگیر شدین؟ موکل من میگه (۱۲) شب بوده و شما رد می‌کنین، تمام شواهد هم نشون میده ساعت (۱۲) درگیری صورت گرفته و شما دروغ گفتی. در این پاره‌گفتمان، وکیل با استفاده از بیان دقیق زمان درگیری و تأکید بر آن، سعی در شفاف‌سازی زمان وقوع جرم داشته و با علم به این موضوع که بیان شواهد و قرائن به لحاظ زمانی به سود موکلش است، آن را در محضر دادگاه برجسته‌سازی می‌کند که همین امر باعث می‌شود اظهارات متهم در خصوص زمان درگیری به حاشیه رانده شود؛ ازسویی، بین مشخص شدن زمان دقیق درگیری و دروغ گفتن متهم در این خصوص رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|   |                   |
|---|-------------------|
| زمان صحیح درگیری با وجود شواهد و مستندات    | برجسته‌سازی       |
| قبول نکردن زمان درگیری ازسوی متهم           | حاشیه‌رانی        |
| ارائه صحیح زمان درگیری و مشخص شدن دروغ شاکی | رابطه دال و مدلول |

**پاره‌گفتمان ۱۵:** وکیل: گواهی پزشکی حکایت از ضربه با چاقو ازسوی موکل بنده ندارد و کلیه اظهارات شاکی با شهود قابل رد است.

در این پاره‌گفتمان، وکیل با استفاده از اعلام نظر پزشکی قانونی مبنی بر اینکه موکل ضربه‌ای با چاقو نزده است، موضوع را برجسته‌سازی کرده و با تأکید بر گواهی پزشکی قانونی، دروغ بودن اظهارات شاکی و شهود را به حاشیه رانده و سعی در اقناع و هم‌سونمودن قاضی با خود را دارد. در این پاره‌گفتمان، بین گواهی پزشکی قانونی و اظهارات دروغ شاکی و شهود، رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|  |                   |
|--|-------------------|
| گواهی پزشکی قانونی به‌نفع موکل             | برجسته‌سازی       |
| دروغ بودن اظهارات شاکی و شهود              | حاشیه‌رانی        |
| گواهی پزشکی قانونی و دروغ‌گویی شاکی و شهود | رابطه دال و مدلول |



**پاره گفتمان ۱۶:** وکیل: *متهم شاهدهی نداره که ثابت کنه این ادعاشو، در صورتی که موکل من چندین شاهد داره که می‌تونن بی‌گناهی‌ش رو ثابت کنن.*

در این پاره گفتمان، موکل چندین شاهد دارد که به بی‌گناهی او شهادت می‌دهند و وکیل، داشتن شهود از سوی موکلش را برجسته‌سازی کرده و نداشتن شاهد برای اثبات ادعا از سوی متهم را به حاشیه رانده است؛ از سویی، وکیل به داشتن شهود موکل خود و اثبات بی‌گناهی او اشاره می‌کند که در اینجا بین مدلول اثبات بی‌گناهی موکل و دال داشتن شاهد از سوی او رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|  |                   |
|--|-------------------|
| داشتن شاهد از سوی موکل                       | برجسته‌سازی       |
| نداشتن شاهد از سوی متهم                      | حاشیه‌رانی        |
| داشتن شاهد از سوی موکل و اثبات بی‌گناهی موکل | رابطه دال و مدلول |

**پاره گفتمان ۱۷:** وکیل: *با توجه به اقرار متهم مبنی بر تیراندازی، موکل بنده مضروب و از ناحیه کتف دچار آسیب‌دیدگی شده است.*

در این پاره گفتمان، وکیل شاکی با استفاده از نشان‌گر گفتمانی و با توجه به هم‌سویی دو بند اقرار متهم مبنی بر تیراندازی و مضروب شدن موکلش نشان داده است که با سوگیری مثبت نسبت به موکلش، یعنی شاکی و سوگیری منفی بر ضد متهم، آسیب‌دیدگی موکلش را با اقرار به تیراندازی از سوی متهم برجسته‌سازی کرده است؛ به عبارتی، وی نقاط قوت موکلش (شاکی) و نقاط ضعف رقیب (متهم) را برجسته‌سازی کرده است. لازم است گفته شود که در این پاره گفتمان، بین اقرار متهم مبنی بر تیراندازی و آسیب‌دیدگی موکل که ناشی از تیراندازی متهم است، رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|                                  |                   |
|----------------------------------|-------------------|
| اقرار متهم                       | ساختارشکنی        |
| تیراندازی متهم                   | حاشیه‌رانی        |
| آسیب‌دیدگی موکل                  | برجسته‌سازی       |
| تیراندازی متهم و آسیب‌دیدگی موکل | رابطه دال و مدلول |

**پاره گفتمان ۱۸:** *با توجه به وضع مالی نامناسب جهت پرداخت مبلغ یادشده و با عنایت به استشهادیه محلی تقاضای صدور حکم مبنی بر قبول اعسار از پرداخت ضرر و زیان ناشی از جرم موکلم را دارم.*

در این پاره گفتمان، وکیل با استفاده از عبارات نامناسب بودن وضع مالی موکلش با استناد به استشهادیه محلی، حاشیه‌رانی کرده و با تکیه بر این حاشیه‌رانی، سعی در افناع قاضی داشته و به دلیل وضع نامناسب مالی موکل خود، درخواست اعسار (ناتوانی در پرداخت دیون) می‌کند. در اینجا، بین

درخواست اعسار و وضع نامناسب مالی موکل رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|                                       |                   |
|---------------------------------------|-------------------|
| وضع مالی نامناسب موکل                 | حاشیه‌رانی        |
| درخواست اعسار و وضع نامناسب مالی موکل | رابطه دال و مدلول |

**پاره‌گفتمان ۱۹:** وکیل: موکل بنده رسماً از دوشیزه ——— خواستگاری کرده و پس از حصول موافقت مبنی بر انجام وصلت، بنابر اقتضای عرف و آداب و رسوم اقدام به خرید هدایایی نموده است، اما اینک قصد عزیمت به خارج از کشور را دارد و دیگر حاضر به انجام این وصلت نمی‌باشد؛ بنابراین، درخواست عودت اموال لیست‌شده یا قیمت آن‌ها در صورت موجود نبودن عین مال را برای موکلم دارم.

در اینجا، وکیل با استفاده از عبارت قصد عزیمت به خارج از کشور به وسیله موکلمش، در موضوع پرونده حاشیه‌رانی کرده و با توجه به رابطه دال و مدلولی بین حاضر نبودن به انجام این وصلت از سوی موکل خود به دلیل قصد عزیمت به خارج از کشور و درخواست عودت اموال لیست‌شده سعی می‌کند قاضی را اقناع و او را با خود هم‌سو سازد.

|  |                   |
|--|-------------------|
| قصد عزیمت به خارج از کشور موکل                               | حاشیه‌رانی        |
| قصد عزیمت به خارج از کشور موکل و درخواست عودت اموال لیست‌شده | رابطه دال و مدلول |

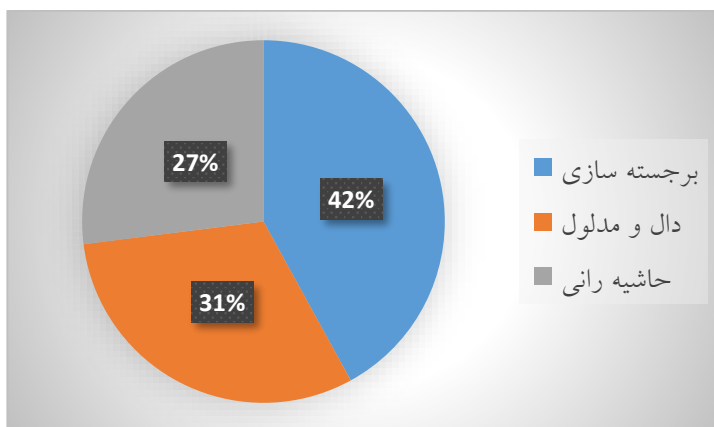
**پاره‌گفتمان ۲۰:** وکیل: موکل بنده بعد از گذشت (۳۰) سال از زندگی مشترکشان، بابت اجرت‌المثل کارهایی که در منزل انجام داده است و برای آن‌ها وجهی دریافت نکرده است، تقاضای رسیدگی دارد. در این پاره‌گفتمان، وکیل با استفاده از عبارت عدم دریافت وجه و سوگیری منفی علیه شاکی قصد دارد تا موضوع را برجسته‌سازی کرده و با این برجسته‌سازی، قصد اقناع قاضی پرونده را دارد؛ همچنین، در این پاره‌گفتمان بین عدم دریافت وجه و تقاضای رسیدگی رابطه دال و مدلولی برقرار است.

|                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| عدم دریافت وجه                 | برجسته‌سازی       |
| عدم دریافت وجه و تقاضای رسیدگی | رابطه دال و مدلول |

شایسته است گفته شود که در بین بیست پاره‌گفتمان و کلاً به‌منظور اقناع قضات براساس مؤلفه‌های لاکلا و موف، بیشترین کاربرد فراوانی مؤلفه‌های موجود به شرح زیر است:

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| مؤلفه برجسته‌سازی       | ۴۲٪ |
| مؤلفه حاشیه‌رانی        | ۲۷٪ |
| مؤلفه رابطه دال و مدلول | ۳۱٪ |

این نتایج در قالب نمودار زیر نیز به‌نمایش گذاشته شده است:



نمودار (۱). کاربرد بیشترین مؤلفه‌ها لاکلا و موف در بیست پاره‌گفتمان وکلا به‌منظور اقتناع قضات

#### ۵- نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد که وکلا به‌منظور اقتناع قضات، به‌ترتیب از مؤلفه‌های گفتمانی برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی استفاده می‌کنند تا نقاط قوت موکل خود و ضعف دیگری را نشان دهند؛ به‌عبارت دیگر، وکلا با استفاده از عدم بیان نقاط ضعف موکل خود و نقاط قوت دیگری، از مؤلفه گفتمانی حاشیه‌رانی استفاده می‌کنند و با بیان نقاط قوت خود و نقاط ضعف دیگری، از مؤلفه گفتمانی برجسته‌سازی بهره می‌جویند؛ بنابراین، یافته‌ها بیان‌گر آن است که استفاده از مؤلفه‌های گفتمانی لاکلا و موف همچون سوگیری منفی (حاشیه‌رانی) و سوگیری مثبت (برجسته‌سازی)، برای دفاع از موکل در اقتناع‌سازی قضات به وکلا کمک شایانی می‌کند.

با توجه به گفتمان وکلا می‌توان گفت که وکلا از نظام معنایی گفتمان شامل واژگانی همچون آزادی موکل، تخفیف در مجازات، عدم اثبات جرم متهم و تقاضای عفو که هر کدام از این نظام‌های معنایی به‌مثابه مدلول‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که با مفاهیمی خاص به تثبیت دال‌های خود می‌پردازند و به‌منظور اقتناع قضات در دادگاه‌ها از برجسته‌سازی گفتمان خود و حاشیه‌رانی گفتمان دیگری استفاده می‌کنند؛ بنابراین، جستار حاضر نشان داد که شیوه بیان واژه‌ها، جملات و پاره‌گفتمان‌ها حتی گاهی می‌تواند نشان‌دهنده مرز بین مجازات اعدام یا براءت و بی‌گناهی باشد. به‌طور کلی هر کاری را می‌توان با داشتن ابزارهای کامل و مناسب، آموزش، آگاهی و داشتن اطلاعات جامع به‌درستی انجام داد. ابزار کار وکیل هم واژه، جمله و کلام است که او این ابزار را به‌صورت گفتار و نوشتار به‌کار می‌برد؛ بنابراین،

وکیل باید ابزارهایی در اختیار داشته باشد که گفتار و نوشتارش را رسا، مؤثر، منطقی و اثرگذار کند. به همین منظور، استفاده از ابزارهایی همچون واژه و کلام برای اثبات مدعا و اثبات حق یا بی‌حقی اهمیت دارد و استفاده از ابزارهای زبانی باید همراه با علم و آگاهی کامل باشد و اینجاست که وجود زبان‌شناسان و رشته زبان‌شناسی در مسائل قضایی جامعه ایران می‌تواند راه‌گشا باشد.

## منابع

- آسیایی، مریم (۱۳۹۳). بررسی فرآیند اقناع در سخنرانی‌ها و مناظره‌های کاندیدای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (نگاه موردی به دکتر حسن روحانی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی. شیراز: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان انتقادی. چاپ اول، تهران: علمی و فرهنگی.
- ارمغانی، مریم (۱۳۹۳). بررسی مقایسه‌ای بیلبردهای فارسی و انگلیسی از منظر فنون اقناع. پایان‌نامه کارشناسی ارشد زبان‌شناسی همگانی. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز.
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۸). مبانی نظری اقناع و مجاب‌سازی. فصلنامه مطالعات بسیج، ۱۲ (۴۵)، ۷۵-۴۱.
- باغینی‌پور، مجید (۱۳۸۳). اقناع و برخی تدابیر آن: بحثی در سخن‌کاوی انتقادی. زبان و زبان‌شناسی، ۱۹ (۱)، ۶۷-۸۸.
- دهقان، مسعود و بهمن حیدری (۱۳۹۷). بررسی ویژگی‌های سبک کلامی گروهک منسوب به داعش: مطالعه موردی عملیات تروریستی خردادماه (۹۶) در تهران. پژوهش‌های زبان‌شناسی، ۱۰ (۲)، ۵۵-۶۶.
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۳). تحلیل گفتمان به‌مثابه نظریه و روش. فصلنامه علوم سیاسی، ۷ (۲۸)، ۸۷-۱۰۰.
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۷). قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران. تهران: نشر نی.
- سورین، ورنر جی و جیمز دبلیو تانکارد (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. مترجم: علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- شرف‌الدین، حسین (۱۳۸۷). جزوه آموزشی جامعه‌شناسی تبلیغ. جلسه هفتم. قم: دانشکده صدا و سیما.
- صحفی، مولود و رحمان صحراگرد (۱۳۹۲). بررسی نقش جملات پرسشی در جهت اقناع مشتری در فروشگاه‌های شهر شیراز. مجموعه مقالات دومین همایش آموزش زبان فارسی و زبان‌شناسی فارس، ۹-۱.

کیا، علی‌اصغر و رحمان سعیدی (۱۳۸۳). *مبانی ارتباط، تبلیغ و اقناع*. تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران.

متولی، کاظم (۱۳۸۴). *افکار عمومی و شیوه‌های اقناع*. چاپ اول، تهران: بهجت.

مک‌دانل، دایان (۱۳۸۰). *مقامه‌ای بر نظریه گفتمان*. مترجم: حسین علی نودری. تهران: فرهنگ گفتمان.

## References

- Alexander, P. A. H. Fives, M. M. Buehl, & J. Mulhern (2002). Teaching as Persuasion. *Teaching and Teaching Education*, 18 (7), 795-813.
- Beneva, W. L. & P. J. Beneva, (2008). *Persuasive Messages the Processes of Influence*. Wiley-Blackwell; 1 edition.
- Cheles, L. & L. Sponza (Ed.) (2001). *The Art of Persuasion: Political Communication in Italy from 1945 to 1900s*. Manchester University Press.
- Fairclough, N. (1989). *Language and power*. London: Longman.
- Groot, G. R. (2003). *Language and Law*. The Netherlands: Maastricht University Press.
- Halliday, M. A. K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- Hovland, C. L., A. A. Lumsdaine & F. D. Sheffield (1953). *Experiments on Mass Communication*. Princeton: Princeton University Press.
- Jorgensen, M. & L. Phillips (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: SAGE Publications.
- Laclau, E. & C. Mouffe (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- (2001). *Hegemony and socialist strategy*. London: verso.
- (2002). *Recasting Marxism in James martin: Antonio Gramsci, critical Assessment of leading Political philosophers*. Routledge 7.

