

دغدغه‌های جمهوری خواهان- دموکرات‌های آمریکا: مقایسه‌ای از محتوای مناظره‌های انتخاباتی

نویسندگان: هادی آجیلی*

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۰۷

رضا ذبیحی**

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۶/۱۵

۱۰۷

چکیده

این مقاله درصدد بررسی مناظره‌های انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۲ میان باراک اوباما و میت رامنی با روش تحلیل محتوای است. بررسی کمی و کیفی تحلیل محتوای مناظرات حاکی از این است که هر یک از دو نامزد انتخاباتی درصدد استفاده از مفاهیم، اصطلاحات، واژه‌ها و تعاریف ویژه‌ای بوده‌اند تا بتوانند بر احساسات و مواضع مخاطبان تأثیر بگذارند. به طور کلی اوباما زبان جمع و به‌کارگیری استدلال‌های متقاعدکننده را در دستور کار قرار داد. همچنین مجبور شد در دو مناظره نخست از مواضع و برنامه‌های داخلی چهارسال گذشته خود دفاع کند. درحالی‌که رامنی کمتر زبان جمع را به‌کارگرفت و استدلال‌های ادراکی برای تأثیر بر احساسات مخاطبان را مؤثرتر می‌دید. رامنی همچنین بیشتر برنامه‌ها و سیاست‌های آینده‌نگرانه (البته بیشتر وعده‌های انتخاباتی) را ارائه نمود تا نظر مخاطبان را برای رای‌دادن به خود جلب نماید.

واژگان کلیدی: مناظره انتخاباتی، تحلیل محتوا، باراک اوباما، میت رامنی، رویکرد تهاجمی، رویکرد تدافعی.

* استادیار روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبایی

** دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبایی

فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی-اسراییل‌شناسی، سال شانزدهم، شماره چهارم، پاییز ۱۳۹۴، صص ۱۲۵-۱۰۷.

◆ آمریکا شناسی . اسراییل شناسی

۱۳۹۳

یکی از اصول اساسی و مهم نظام سیاسی ایالات متحده آمریکا نظام نمایندگی است و می‌توان گفت در این کشور تقریباً بیش از هر کشور دیگری انتخابات برگزار می‌شود. این انتخابات در سطوح دولت فدرال، دولت‌های ایالتی و محلی برپا می‌شود. نظام انتخاباتی در ایالات متحده آمریکا ارتباط تنگاتنگی با نظام حزبی دارد. آمریکا از سویی دارای یک نظام پنجاه حزبی است و از سوی دیگر چهار حزب بر آن حکومت می‌کنند و از منظری دیگر تنها دو حزب قدرت را دست به دست میان خود می‌گردانند. در انتخابات ریاست جمهوری این دست به دست شدن قدرت میان دو حزب اصلی جامعه آمریکا (دموکرات و جمهوری‌خواه) از دیگر انتخابات بارزتر است. در سطح دولت فدرال، رییس‌جمهور از طریق یک سیستم دو مرحله‌ای انتخابات از یک‌سو توسط مردم و از سوی دیگر توسط افراد منتخبی که می‌بایست فرد خاصی را انتخاب کنند (موسوم به مجمع‌گزینندگان) برای چهار سال برگزیده می‌شود. برگزیده شدن رییس‌جمهور فرآیند چندین ماهه و حتی گاهی چندساله را پشت سر می‌گذارد. در این فرآیند، مناظرات انتخاباتی میان نامزدهای دو حزب اصلی قابل توجه‌تر است. نتایج این مناظره‌ها سهمی ویژه در رقم‌خوردن نتیجه پایانی انتخابات دارند. نامزدهای حزب دموکرات و جمهوری‌خواه هر یک با استفاده از واژه‌ها، اصطلاحات، معنانشناسی خاص، تسلط بر ضعف‌ها و چالش‌های داخلی و خارجی، ارایه برنامه و غیره می‌کوشند برنده نهایی مناظره در نظرسنجی‌ها شوند. یکی از مناظره‌های مهم میان نامزدهای دو حزب اصلی جمهوری-خواه و دموکرات در ادوار انتخابات ریاست جمهوری تاریخ ایالات متحده، میان میت رامنی و باراک اوباما در سال ۲۰۱۲ برگزار شد. در این مقاله کوشش شده است با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا، توصیف و استنباط روشنی از سه مناظره انتخاباتی میان اوباما و رامنی ارایه شود.

«کارت‌رایت» تحلیل محتوا را توصیف عینی، منتظم و کمی رفتارهای نمادی و «بارکوس» آن را تحلیل علمی پیام‌های ارتباطی می‌داند. (هولستی، ۱۳۷۳: ۱۱) «هولستی» نیز تحلیل محتوا را فنی برای یافتن نتایج (پژوهش) از طریق تعیین عینی و منتظم ویژگی‌های شخصی پیام‌ها می‌داند. او معتقد است که این تعریف سه معیار را به هم پیوند می‌دهد: اینکه روش تحلیل محتوا باید عینی و منتظم باشد و اگر قرار است از باز یافت اطلاعات، فهرست‌بندی یا اقدامات مشابه متمایز

◆ فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی، اسرائیلی‌شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.

شود، باید پشتوانه نظری داشته باشد. هولستی در تعریف خود به کمی کردن اشاره نمی‌کند، چرا که معتقد است قائل‌شدن تمایز شدید میان کیفی و کمی برای مستثنی کردن، نه بررسی‌های معین، همچون نمونه‌های تحلیل منتظم اسنادی، یا فقط برای افزایش یا کاهش اعتبار روش تحلیل محتوا، امری غیر مجاز است. همچنین این تعریف شرط محدود کردن روش تحلیل محتوا را به توصیف ویژگی‌های آشکار پیام‌ها می‌پذیرد. هر چند تنها ویژگی‌های آشکار متن را می‌توان رمزگذاری کرد، ولی استخراج دوباره معانی پنهان پیام‌ها مجاز است، اگرچه باید این استنباط‌ها با مدارک مستقل تایید شود (هولستی، ۱۳۷۳: ۳۸). هولستی سه شرط عینیت، انتظام (سیستماتیک بودن) و عمومیت را برای تحلیل محتوا اساسی دانسته است. وی دو شرط «کمی بودن» و بررسی «محتوای آشکار» را قدری جدل‌آمیزتر از سه شرط نخستین دانسته است.

شرط عینیت تصریح می‌کند که سیر مرحله از فرآیند پژوهش باید براساس قواعد، احکام و روش‌های مشخص انجام گیرد. شرط انتظام، هنگامی تحقق می‌یابد که دایره شمول و طرح محتوا یا مقوله‌ها بر اساس قواعد کاربردی ثابتی مشخص شود. شرط عمومیت داشتن، زمانی معنا می‌یابد که یافته‌ها با هم ارتباط نظری داشته باشند. اطلاعات توصیفی صرف درباره محتوا، بدون ارتباط با دیگر ویژگی‌های اسناد یا خصوصیات فرستنده و گیرنده پیام ارزش چندانی ندارد. چنین نتایجی هنگامی معنادار است که با موارد زیر مقایسه شود:

الف) ویژگی‌های دیگر همان اسناد؛

ب) اسناد حاصل از منابع دیگر؛

ج) خصوصیات اشخاصی که این اسناد را به وجود آورده‌اند؛

د) شرایط اجتماعی جامعه‌ای که صاحب سند در آن زندگی می‌کرد؛ و

ه) مخاطبانی که این اسناد به منظور استفاده آنها تهیه شده است.

به بیانی دیگر، ماخذ مربوط به محتوای ارتباطاتی زمانی معنی‌دار است که حداقل با ماخذی دیگر مرتبط شود. «کریپندروف» معتقد است که تحلیل محتوا پژوهشی برای استنباط تکرارپذیر و معتبر از داده‌ها درباره متن آنهاست. (کریپندروف، ۱۳۹۱: ۴) کریپندروف طرح‌های تحقیق تحلیل محتوا را به طور کلی به سه دسته تقسیم می‌کند:

یک. طرح‌هایی که به برآورد پدیده‌ها در متن داده‌ها می‌پردازند؛
 دو. طرح‌های آزمون جایگزین‌پذیری یک‌روش با تحلیل محتوا؛
 سه. طرح‌های آزمون فرضیه که برای مقایسه نتایج تحلیل محتوا با داده‌هایی که به‌طور مستقل
 به‌دست آمده است و درباره پدیده‌هایی است که با تحلیل محتوا استنباط نشده‌اند. (کرپندورف،
 ۱۳۹۱: ۶۷-۶۵)

«برنارد برسون» در دهه ۱۹۵۰ تعریف کامل‌تری از تحلیل محتوا ارائه کرد. وی معتقد است
 تحلیل محتوا روش تحقیق عینی، کمی و سیستماتیک درباره محتوای آشکار پیام‌های ارتباطی
 است. (رایف و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۵-۱۴)

در یکی از جدی‌ترین تقسیم‌های تحلیل محتوا، دوگونه کمی و کیفی ذکر می‌شود. روش
 کیفی تحلیل محتوا که گاهی استنباط نتایج بر اساس بودن یا نبودن ویژگی‌هایی که در پیام
 تعریف شده است، غالباً برای اجرای بهتر مسایل در علوم اجتماعی - کاربردی مورد توجه قرار
 گرفته است. حامیان فنون کیفی این فرض را مورد تردید قرار داده‌اند که برای نتیجه‌گیری، فراوانی
 شاخص‌ها لزوماً نشانه اهمیت آنهاست. از نظر این گروه، ممکن است وجود یا حذف صنعتی واحد
 در اسناد، از فراوانی نسبی خصوصیات دیگر، اهمیت بیشتری داشته باشد. (هولستی، ۱۳۷۳: ۲۲)
 در تحلیل کمی، از شمارش واحدهای محتوایی استفاده می‌شود و کوشش می‌شود ویژگی‌های
 خاصی در متن اندازه‌گیری شود. یکی از مسایل بحث‌انگیز در حوزه تحلیل محتوا مربوط به این امر
 است که آیا تحلیل محتوا تنها به قواعد آشکار و مشخص درون متن می‌پردازد. «فیلیپ میرینگ»
 بر این نظر است که تحلیل محتوا صرفاً محتوای آشکار داده‌ها را چنانچه نام آن ممکن است بدین
 مضمون دلالت داشته باشد، تحلیل نمی‌کند. معمولاً گرایش به تحلیل محتوای پنهان با کیفی
 بودن تحلیل محتوا رابطه پیدا می‌کند. کیفی‌گرایان دو نکته اساسی را بر کمی‌گرایان در تحلیل
 محتوا وارد می‌دانند:

یک. کمی بودن تحلیل محتوا باعث سطحی شدن تحلیل و غفلت از داده‌های معدود اما با
 ارزش زیاد می‌شود. گاهی حضور حتی یک‌نماد می‌تواند ارزش حیاتی داشته باشد. این افراد
 معتقدند آنچه باعث کارآمدی تحلیل محتوا در جریان جنگ جهانی دوم شد، استفاده از تحلیل

◆ *مطالعه مطالعه منطقه‌ای: آمریکاشناسی، اسرائیلی‌شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.*

محتوای کیفی و دقت در نمادهای اندک اما معنادار بوده است. دو. پرداختن به محتوای آشکار و غفلت از محتوای پنهان متون که سبب می‌شود بخشی مهم از متن مغفول بماند. (رایف، ۱۳۸۱: ۳۵-۳۴)

تحلیل محتوای مناظره‌ها در امور داخلی

یک. ارزش‌ها و رویکردهای کلی حاکم بر مناظره اول و دوم

۱۱۱ | نخستین مناظره باراک اوباما و رقیب جمهوری‌خواه وی، میت رامنی، در دانشگاه دنور ایالت «کلرادو» برگزار شد. محور مناظره، موضوعاتی چون سیاست‌های مالیاتی و اجتماعی، بدهی‌های دولتی و اصلاح نظام بیمه درمانی در آمریکا بود. مخاطبان این مناظره برای حضور و رأی‌دادن در انتخابات ریاست‌جمهوری خود را آماده می‌کردند. مناظره دوم در دانشگاه هافسترا منطقه لانگ آیلند نیویورک برگزار شد. رشد اقتصادی، انرژی، بودجه متوازن، کارآفرینی، نظام مالیاتی و خدمات اجتماعی مهم‌ترین محورهای مناظره بودند. بر اساس گزارش‌های منتشر شده، مناظره دوم را، شصت و هفت میلیون نفر در داخل آمریکا، به صورت زنده پیگیری می‌کردند تا به پاسخ سوالات خود برای نتیجه‌گیری در روز انتخابات برسند.

در یک نظرسنجی سریع که پس از مناظره اول از سوی شبکه خبری «سی ان ان» صورت گرفت، ۶۷ درصد پاسخ‌دهندگان بر این باور بودند که میت رامنی در این مناظره حضور بهتری از اوباما داشته است. تنها ۲۵ درصد پاسخ‌دهندگان اوباما را پیش‌تاز نخستین مناظره تلویزیونی ارزیابی کردند.

می‌توان گفت در مناظره نخست اوباما و رامنی به میزان یکسانی از احساسات و کلمات مثبت در سخنرانی خود بهره بردند. در این میان رامنی از احساسات منفی و انتقال‌دهنده مصائب و مشکلات مردم آمریکا بیش از اوباما استفاده کرد که وی را بیشتر در موقعیت تهاجمی قرار داد. عدم موفقیت اوباما در این مناظره در واقع به دلیل سبک سخنرانی‌اش بود. وی ترکیبی از کلمات تأکیدی «یقین»، «تفکر» و «علت و معلول تأکیدی» را در مقایسه با صراحت رامنی و سبک ادراکی وی به کار برد. به عبارت دیگر، اوباما به مراتب بیش از رامنی از کلمات مربوط به شناخت، از قبیل «من می‌دانم» و یا «من درک می‌کنم» به جای کلمات ادراکی‌تر رامنی مانند «من احساس

می‌کنم» و یا «من می‌بینم» استفاده نمود. کلمات ادراکی به کار گرفته شده توسط اوباما اغلب ذهنی‌تر بودند. اوباما همچنین بیشتر از کلماتی مانند «اثر»، «از این رو» استفاده نمود که حاوی بار معنایی علت و معلولی است. افزون بر این، استفاده از عباراتی مانند «هرگز»، «همیشه»، «مطمئناً» و «قطعاً» نشان‌دهنده استدلال قوی‌تر، قانع‌کننده‌تر و اطمینان بالاتر اوباما بود که به‌نوعی به مخاطب نشان می‌داد وی در زمینه‌های مختلف متخصص است. نقطه قوت اوباما استفاده از زبان‌های جمع‌تر مانند «ما» به جای فرد مانند «من» بود. این نشان‌دهنده این است که وی می‌کوشید عملکرد خود را در چهارسال گذشته ریاست‌جمهوری، ترکیبی از یک تیم عملیاتی و یا حتی هواداران خود و کسانی را که به وی در سال ۲۰۰۸ رأی داده‌اند، حامی برنامه‌هایش نشان دهد. این صفت جمع در حقیقت اوباما را تنها به عنوان یک فرد متخصص در رأس امور نشان می‌داد که به ملت آمریکا خدمت نموده است و برنامه‌هایش در جهت خواست عموم بوده است. در حالی که رامنی مجبور بود از برنامه‌هایش برای چهار سال آینده سخن بگوید و بدین منظور افعال فردی بیشتری به کار برد. تجزیه و تحلیل متن مناظره نشان می‌دهد به دلیل شرایط و موقعیت حاکم بر مناظره دو نامزد، میت رامنی به مراتب بیشتر از باراک اوباما از واژه «آمریکا» (۸۸ بار در برابر ۴۲ بار) استفاده نموده است. رامنی از این استفاده بیش از دوبرابری، می‌کوشید مخاطبان را متوجه جایگاه و اسم کشورشان در عرصه داخل و خارج نماید و بهانه‌های اوباما در رد ضعف‌ها را برای کشوری چون آمریکا غیرقابل پذیرش جلوه دهد.

نحوه اشاره به مخاطبان نیز در مناظره دوم میان اوباما و رامنی قابل توجه است. رامنی مخاطبان، مدیران و شهروندان آمریکایی را با اصطلاح «مردم» (۷۷ بار در برابر ۲۶ بار اوباما)، مورد خطاب قرار داد در حالی که اوباما اصطلاح «خلق» (۱۹ بار در برابر دو بار رامنی) را ترجیح داد. رامنی در مناظره خود در زمینه اندازه‌گیری، از کلمات و واژه‌های اندازه‌گیری نامحدود مانند «بالغ بر»، «بالا» و «نیمی» بهره برد. برای مثال رامنی در مناظره نخست اظهار داشت: «بیکاری در آمریکا در سطح مزمین بالا است». در حالی که بیکاری در آمریکا در سطح بالایی (در ماه پیش از مناظره در حدود ۸٪) قرار داشت و نرخ بیکاری ۷.۹ درصدی، نیم درصد بالاتر از ۷.۴ درصد دوران ریگان که بالاترین نرخ بیکاری در دهه‌های اخیر در این کشور بود.

◆ *مطالعه مطالعه منطقه‌ای: آمریکا شناسی. اسراییل شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.*

تجزیه و تحلیل مناظره در زمینه زبان و اصطلاحات کلی نشان می‌دهد که رامنی و اوباما از زمان‌ها، احساسات و اقدامات زبانی تا حدود زیادی متفاوتی استفاده نموده‌اند.

دو. زمان بیان مباحث

انتظار بسیاری از مخاطبان و ناظران مناظره بر این بود که هر دو نامزد به اندازه زیادی در خصوص وضع موجود و زمان حال به بحث بپردازند، اما حالت تدافعی اوباما در مناظره نخست و مناظره دوم وی را به طور اجباری تا حدود زیادی در زمان گذشته نگه‌داشت. وی به طور قابل توجهی بیش از رامنی (۵۵٪ به ۱۸٪) در خصوص زمان گذشته صحبت نمود.

در حالی که رامنی به دلیل حالت تهاجمی و تمرکز بر نواقص و ایرادات برنامه‌ها و سیاست‌های چهار سال گذشته اوباما، سیاست‌ها و برنامه‌های خود را برای چهار سال آینده تشریح نمود. وی در حدود دو برابر اوباما (۶۰٪ به ۳۴٪) تأکید بر زمان آینده داشت. در واقع رامنی آرمان‌ها و برنامه‌های خود را برای آینده بیان می‌نمود و تمرکزش بر نگه‌داشتن اوباما برای توضیح و تفسیر پرسش‌هایی که در سابقه ریاست جمهوری‌اش (۲۰۰۸ تا ۲۰۱۲) وجود داشت، بود. تمرکز رامنی بر برنامه‌های اقتصادی و ارایه سیاست‌های جدید برای حل مشکلات از جمله بیکاری امکان تقابل مطلوب را با اوباما برایش فراهم می‌نمود.

واقعیت این است که اقتصاد و مسائل مربوط به آن درصد بالایی (حدود ۶۳ درصد از رای دهندگان) از اهمیت را برای شرکت در انتخابات تشکیل می‌دهد و از سوی دیگر ناتوانی تاریخی برخی از جمهوری خواهان در حل و ارایه راهکار برای مسائل اقتصادی آنان را در موضع ضعف تاریخی قرار می‌دهد. به همین دلیل رامنی و برنامه‌های اقتصادی‌اش مورد تردید بسیاری از رأی دهندگان قرار داشته است.

در هر دو مناظره، رامنی به طور میانگین ۵۰۰ کلمه (حدود ۷٪) بیش از اوباما سخن گفت. پرحرفی رامنی در بیشتر اوقات نشان دهنده رفتار رقابتی‌تر و تهاجمی وی نسبت به اوباما بود. در دو مناظره نخست، رامنی تهاجمی در عین حال مودب و قاطع اما اوباما سستیزه‌جو، ناامید، تند و بدخو به نظر می‌رسید. (Morris, 2012) اوباما همچنین زبان پیچیده‌تری از رامنی در مباحث

داشت و واژه‌ها و اصطلاحات تخصصی‌تر را به کار گرفت. به‌طور کلی می‌توان گفت که در زمینه حجم و پیچیدگی زبان کاربردی، اوباما پیچیده‌تر از میت رامنی بوده است در حالی که رامنی حجم بیشتری از مطالب را ارایه نمود.

در حالی که هر دو نامزد تعداد دفعات استفاده از ضمایر مفرد (به عنوان مثال، من) را در مناظره‌های خود کم نداشته‌اند اما به طور جزئی‌تر این اوباما بود که در هر دو مناظره نخست، از ضمائر جمع بیشتری بهره برد (۶۰ درصد به ۴۲ درصد رامنی). استفاده از ضمایر جمع مانند ما، اغلب نشان‌دهنده یک گروه و تیم، و یا حتی به صورت آرمانی‌تر به معنای ملت است. شعار انتخاباتی اوباما (بله، ما می‌توانیم) نیز تا حدود زیادی بازتاب‌دهنده ارزش‌های جمعی در برابر ارزش‌های فردی است. در مناظره دوم، رامنی زبان مستقیم را (۳۸٪ بیشتر از مناظره اول) حتی بیشتر از مناظره اول به کار گرفت. بنابراین در زمینه استفاده از ضمایر شخصی باید گفت اوباما ضمایر جمعی و رامنی ضمایر مستقیم را به کار گرفتند.

تجزیه و تحلیل محتوای عاطفی سخنان هر دو نامزد نشان می‌دهد که استفاده از واژه‌ها و اصطلاحات اغلب احساسی، در دستور کارشان قرار داشت اما تمرکز بر احساسات مثبت یا منفی در میان دو نامزد متفاوت بود. با عنایت به رویکرد تدافعی اوباما و تهاجمی رامنی، احساسات به کار گرفته شده از سوی دو نامزد نیز متفاوت بوده است. اوباما با به کارگیری اصطلاحات احساسی مثبت‌تر، سعی داشت مخاطبان را برای چهارسال آینده امیدوار نماید درحالی‌که رامنی با به کارگیری اصطلاحات منفی، سعی داشت برنامه‌های اوباما در چهارسال گذشته را ناکارآمد نشان دهد. در مناظره اول، رامنی به‌طور قابل توجهی از احساسات منفی در سخنرانی خود استفاده نمود (۵۴٪ بیشتر از اوباما) و به ویژه استفاده از اصطلاحات و واژه‌ها با بار معنایی منفی غم و اندوه (۱۶۹٪ بیشتر از اوباما) را در دستور کار داشت. در برابر، در مناظره دوم، اوباما ۱۲ درصد بیشتر از رامنی از احساسات مثبت استفاده نمود.

اوباما تأکید زیادی بر ایده‌ها در بحث خود داشت، در حالی که رامنی می‌کوشید با ورود به جزئیات، اوباما را به چالش بکشد. از لحاظ زبان شناختی (شامل منابع مربوط به دانش، آگاهی و تفکر) اوباما کوشش داشت زبان علت و معلولی را تلقین کند و در این زمینه بیشتر از رامنی موفق

◆ *مطالعه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی، اسرائیلی‌شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.*

بود. همچنین در زمینه واژه‌های به‌کارگرفته‌شده برای ابراز اطمینان در سخنرانی خود، اوباما در مناظره دوم نیز ۴۷٪ بیشتر از رامنی عمل نمود. این گزاره تا حدی بازتاب‌دهنده لحن اعتماد به نفس بیشتری در اوباما در جریان مناظره دوم بود که نشان‌دهنده عملکرد بهتر وی نسبت به مناظره نخست است. رامنی نیز با رویکردی تهاجمی در مناظره نخست، خود را بسیار مسلط نشان داد اما این تسلط در مناظره دوم تا حدودی با مواضع اوباما تعدیل شد. رامنی در هر دو بحث کوشش داشت بحث را در بخش جزئیات پیش ببرد و از بحث‌های کلی خودداری نماید. داده‌های کمی و اعداد در این راستا قابل تحلیل است. ارقام و داده‌های رامنی عمدتاً در زمینه مسائل اقتصادی بود در حالی که اوباما بیشتر بر مسائل و روابط اجتماعی تأکید داشت.

سه. میزان تسلط بر بحث در دو مناظره نخست

موفقیت‌های رامنی در مناظره اول بیشتر نشأت گرفته از تسلطش در جریان مناظره بود اما این موفقیت از اضطراب اوباما در مباحث نیز ناشی می‌شد. اوباما همواره در دو مناظره کوشید میت رامنی را نماینده قشر مرفه و متمول نشان دهد که با بسیاری از مصائب و مشکلات قشر متوسط و پایین‌تر ناآشناست. در مناظره دوم درصد تسلط را باید میان دو رقیب تقسیم کرد گرچه به باور برخی صاحب‌نظران تا حدودی اوباما مسلط‌تر بود.

چهار. تحلیل محتوای مناظره سوم با موضوع سیاست خارجی و امنیت ملی

نامزدهای ریاست جمهوری در آمریکا سه هدف اصلی را در مبارزات انتخاباتی دنبال می‌کنند. نخستین هدف از این سه، اعلام و مشخص کردن معاون رییس‌جمهور است (اینکه چه کسی باشد و چه کارهایی را پس از انتخاب‌شدن انجام خواهد داد). هدف دوم، دفاع است که در واقع پاسخی به حمله رقیب انتخاباتی است و سوم، حمله است که در آن نقد حریف در دستور کار قرار دارد (Benoit and Airne, 2005: 226). همه این اهداف در طول مناظرات انتخاباتی (نامزدهای اصلی و معاونانشان) نمود می‌یابد. مناظره سوم میان اوباما و رامنی در حقیقت جلوه‌ای از هدف دوم (دفاع) و سوم (حمله) بود. اگرچه تحلیل محتوای آرایه شده برای مناظره اول و دوم تناسباتی با

مناظره سوم نیز دارد اما در برخی موارد عملکرد دو نامزد کاملا متفاوت از گذشته بود و اوباما در این مناظره رویکرد تهاجمی را اتخاذ کرد و رامنی در موضع دفاع قرار داشت. سیاست خارجی معمولا در تصمیم رای‌دهندگان آمریکا برای گزینش رییس‌جمهور این کشور موضوعی محوری نیست. با این همه، رویکرد اوباما یا رامنی در سیاست خارجی بر سیاست‌های داخلی آمریکا تاثیر کم‌وبیش متفاوتی خواهد داشت. به همین علت برنده این مناظره گام نهایی را برای پیروزی نهایی در انتخابات برداشت.

الف) ارزش‌ها و رویکردهای کلی حاکم بر مناظره سوم

مناظره سوم با موضوع سیاست خارجی و امنیت ملی ۲۲ اکتبر ۲۰۱۲ در دانشگاه لین در «بوکا ریتون» ایالت فلوریدا برگزار شد.^۱ موضوع مناظره سیاست خارجی آمریکا بود و نامزدهای انتخاباتی سعی داشتند با پیروزی در این مناظره، خود را برای پیروزی نهایی در روز انتخابات آماده نمایند. این مناظره از طریق رسانه‌های جمعی و مجازی به صورت مستقیم برای مخاطبانی که قصد رأی دادن در انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده را داشتند مؤثر بود. تغییر رویکرد در اوباما از موضع دفاعی به تهاجمی باعث گردید که وی پرسش‌کننده و نقدکننده مواضع پیشین رامنی در زمینه سیاست خارجی باشد. وی حریف خود را دوبار به عنوان «مقصر و بی‌ملاحظه» توصیف کرد و او را «بیش از همه از روی نقشه» در مواضع سیاست خارجی متهم کرد. رامنی نیز برخلاف رویکرد خود در دو مناظره گذشته که بی‌محابا بر حریف خود می‌تاخت، رویکرد محتاطانه و بیشتر دفاع‌کننده به خود گرفت.

ب) بررسی کلی مضامین مورد نظر اوباما و رامنی

باراک اوباما، در حالت تهاجمی در سیاست خارجی و امنیت ملی بارها میت رامنی را در مورد مسائل

۱. متن و ویدئو این مناظره را می‌توانید در لینک زیر مشاهده نمایید:

<http://www.politico.com/news/stories/1012/82712.html>

عمده بین‌المللی متهم نمود تا ضربه نهایی را به حریف خود در مبارزات انتخاباتی وارد کند. موفقیت اواما در این مناظره به دلیل سبک سخنرانی‌اش که ترکیبی از کلمات تاکید و یقین، تفکر و علت و معلول، در مقایسه با صراحت رامنی و سبک ادراکی وی بود. در این مناظره نیز اواما به مراتب بیش از رامنی کلمات مربوط به حوزه شناخت از قبیل «من می‌دانم» و یا «من درک می‌کنم» را به کار برد. در مقابل رامنی از کلمات ادراکی‌تر مانند «من احساس می‌کنم» و یا «من می‌بینم» استفاده نمود. کلمات ادراکی مورد نظر رامنی اغلب ذهنی بودند و به مخاطب جنبه غیرعلمی‌بودنشان را برجسته‌تر می‌نمودند. سخنان اواما نیز بیشتر حاوی جنبه علت و معلولی بود و از عباراتی مانند «اثر»، «بنابراین»، «زیرا» و «منجر شدن» بیشتر استفاده کرد. این واژه‌ها نشان‌گر جنبه تخصصی مباحث است که اواما به عنوان فردی که در این زمینه تخصص دارد به بیان آنها پرداخت. در واقع اواما درصدد ارایه داده‌هایی به مخاطب بود که در حین پردازش آن داده‌ها و اطلاعات، وی (به عنوان یک فرد متخصص) نتیجه حاصله را نیز ارایه می‌داد. افزون بر این، اطمینان بالای اواما در به‌کارگیری عباراتی مانند «هرگز»، «همیشه»، «مطمئناً» و «قطعاً» می‌تواند استدلال قوی‌تر و قانع‌کننده‌تر وی را نشان دهد.

اصرار اواما بر استفاده از واژه‌های جمع مانند ما، در مقابل واژه‌های مفرد در این مناظره نیز مانند دو مناظره پیشین ادامه داشت. حُسن استفاده از واژه‌های جمع در برابر مفرد این است که اواما به تنهایی مورد حمله قرار گرفته نمی‌شود بلکه انتقادات و پرسش‌ها به برنامه‌ها و سیاست‌های گروهی که وی در رأس آن قرار دارد، بود. در واقع اواما با به‌کارگیری ضمیر «ما» اشاره به خود، تیم خود و یا کل مخاطبان داشت.

در سوی دیگر، رامنی در این مناظره برخلاف مناظره‌های پیشین نتوانست رویکرد تهاجمی خود را حفظ کند و مباحث را به اجبار در زمین خود پی گرفت. با این وجود نشریه وال استریت ژورنال معتقد است رامنی برنده این مناظره بوده است البته نه به‌خاطر مواضعش در سیاست خارجی، بلکه به این دلیل که قادر به هدایت بحث به سمت سیاست داخلی، مسائل اقتصادی، بدهی‌های خارجی و ایده‌های خود در این زمینه بوده‌است. مواضع سخت‌گیرانه وی در قبال سوریه و نظام بشار اسد و دشمن اول خواندن روسیه باعث شد تا صراحت وی مورد تحسین قرار گیرد و بسیاری وی را آشنا به جزئیات مناطق مختلف جهان (مانند تهدید بودن شبکه حقانی در پاکستان) بدانند (Adams, 2012).

با این وجود رامنی در بیان مواضع خود در سیاست خارجی و امنیت ملی دچار تناقضاتی بود که همین امر باعث نقد وی از سوی اوباما شد. موسسه نظرسنجی سیاست عمومی در یک نظرسنجی نشان داد که اوباما ۵۳٪ نسبت به ۴۲٪ (رامنی) اقبال عمومی را در این مناظره به دست آورده است. نظرسنجی CNN نیز نشان داد که اوباما ۴۸٪ نسبت به ۴۰٪ (رامنی) پیروز مناظره بوده است (MacAskill, 2012: 2).

پنج. تحلیل اوضاع داخلی و خارجی آمریکا و علل موفقیت اوباما

الف) اوضاع داخلی

در جامعه آمریکا حزب جمهوری خواه به دلیل اتخاذ سیاست محافظه کارانه، از پایگاه قوی در میان طبقات بالای جامعه و ثروتمندان برخوردار است در حالی که طرفداران حزب دموکرات در میان سطوح و لایه های میانی و پایین طبقات اجتماعی جای دارند. بی تردید عوامل و عناصر مختلفی در رفتار شهروندان آمریکایی در پای صندوق های رأی برای انتخاب باراک اوباما برای یک دوره دیگر ریاست جمهوری موثر بوده است. در گزینش مهم ترین این عوامل می توان دو عامل را بیان کرد:

یک. مسائل اقتصادی

بسیاری از شرکت کنندگان در انتخابات چالش های اقتصادی را برای آمریکا مهم تر از چالش های سیاسی می دیدند و ضعف های اقتصادی آمریکا و ارایه برنامه های آرمانی از سوی رامنی سبب شد که بار دیگر به اوباما و برنامه های وی اعتماد نمایند. البته تصمیم شرکت کنندگان تا حدود زیادی از ذهنیت تاریخی آنان مانند ناتوانی تاریخی برخی از جمهوری خواهان در حل و ارایه راهکار برای مسائل اقتصادی، نشأت گرفته بود. به همین دلیل همان گونه که اشاره شد، رامنی و برنامه های اقتصادی اش مورد تردید بسیاری از رأی دهندگان قرار داشت. با این وجود بخشی از برنامه های اقتصادی اوباما مانند افزایش بیکاری، تعیین بودجه و سقف استقراض دولتی، مورد انتقاد بسیاری چه در دوره اول ریاست جمهوری و چه در زمان حال قرار داشته است (realclearpolitics, 2012).

◆ *مطالعه مطالعه منطقه ای: آمریکاشناسی. اسراییل شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.*

بی تردید در حال حاضر محبوبیت اوباما کاهش یافته است اما با این وجود مردم آمریکا به اوباما برای حل مشکلات اقتصادی کشورشان بیش از جمهوری خواهان اعتماد دارند (Tyson, 2014).

دو. تبلیغات و شخصیت کلی نامزدهای انتخابات

تاریخ انتخابات آمریکا به ویژه انتخابات ریاست جمهوری نشان می دهد که شخصیت نامزدهای انتخابات در آمریکا تاثیر به سزایی در انتخاب آنها به عنوان رییس جمهور دارد. در هر برهه زمانی و محیطی، رأی دهندگان به نامزد خاصی تمایل نشان می دهند. نرخ بیکاری، تورم، درآمد سرانه، اخذ مالیات از ثروتمندان، تأمین اجتماعی و دیگر شاخص های اقتصادی رایج ترین کلماتی است که میان دو نامزد ریاست جمهوری آمریکا مبادله شد. طبق نظرسنجی های صورت گرفته حدود ۸۰ درصد از شهروندان آمریکا اقتصاد را مهم ترین معیار در چگونگی رأی دهی خود قلمداد کردند و حدود ۲۵ درصد نیز نگران امنیت شغلی خود بودند. از طرفی، افزایش نرخ بیکاری و مالیات ها، کاهش بودجه های رفاهی و بیمه های عمومی و مواردی چون افزایش قیمت بنزین باعث ناراحتی از وضعیت اقتصادی این کشور بود (خالوزاده، ۱۳۹۱: ۵۵).

نتایج نظرسنجی مناظرات انجام شده میان رامنی و اوباما نشان می دهد که در اولویت های طبقه بندی شده رأی دهندگان، مسائل داخلی و به ویژه اقتصادی قرار داشت و آنها به برنامه های واقع بینانه تمایل نشان می دادند. ادامه اعتماد به اوباما برای پیشبرد برنامه های خود برای چهار سال دیگر در این راستا قابل ارزیابی است. شخصیت اوباما در ذهن رأی دهندگان یک شخصیت خودساخته بوده است که از طبقه متوسط به این جایگاه رسیده است و در مقابل، شخصیت رامنی، نماد ثروت و ناآشنا با کمبودهای اقتصادی تعبیر شده است. بر این اساس طبقات متوسط و فرودست جامعه ارتباط شخصیتی بیشتری با اوباما احساس می نمودند. افزون بر زمان و محیط، باید راهبردهای تیم انتخاباتی هر یک از نامزدها را نیز در این دسته مورد ارزیابی قرار داد. تیم اوباما به دلیل کارنامه ناموفق اقتصادی، مالی و بودجه ای خود در چهار سال گذشته، بر موفقیت برنامه ها در صورت استمرار آن تأکید داشته اند؛ در حالی که تیم رامنی، عمدتاً نقد بی محابای آن برنامه ها و آرایه برنامه های جدید را در دستور کار قرار داده بودند. در این مسیر تیم انتخاباتی اوباما در برجسته سازی تیپ شخصیتی

منفی رامنی به جای تأکید بر تیپ شخصیتی مثبت اوباما، موفق تر عمل کردند. در مطالعه و درک رفتار رأی‌دهی، برآوردهای مبتنی بر نظرسنجی جای خود را به طرح‌های تجربی یا روش‌های جایگزین سنجش طرز تلقی و رفتار داده‌اند. امروزه نظرسنجی‌ها در مقایسه با پایگاه‌های عظیم اطلاعاتی رأی‌دهندگان و مصرف‌کنندگان با توجه به پیام‌های تبلیغاتی که شاهدشان هستیم نقش و کارکردی فرعی دارند (هیلیگاس، ۱۳۹۲: ۲۲۵). بر این اساس باید گفت تبلیغات انتخاباتی و هزینه‌های صرف شده در آن نقشی تعیین‌کننده در فرد پیروز در انتخابات ایفا می‌کند.

بنابراین میت رامنی در نهایت با وجود اینکه تعداد رأی به باراک اوباما کمتر از سال ۲۰۰۸ بود، انتخابات را باخت. به این خاطر که رأی‌دهندگان محافظه‌کار و مستقل‌های مخالف باراک اوباما در روز ۶ نوامبر ۲۰۱۲ ضرورتی ندیدند تا مخالفت خود با باراک اوباما را از طریق رأی دادن به میت رامنی ابراز کنند. تبلیغات مداوم و هدفمند تیم انتخاباتی باراک اوباما موفق شد که به هدف اصلی خود یعنی ترغیب رأی‌دهندگان مخالف به عدم حضور، برسد. میلیون‌ها نفر محافظه‌کار و مستقل ترجیح دادند در خانه بمانند و شاهد پیروزی باراک اوباما با وجود ناکارآمدی گسترده چهارساله او باشند، اما به میت رامنی رأی ندهند. تبلیغات یک‌صد میلیارد دلاری در طول یک برهه شش‌ماهه توانست یک شکست متحمل را به یک پیروزی دور از انتظار تبدیل کند (دهشیار، ۱۳۹۱: ۳-۴).

ب) اوضاع خارجی

نئورئالیست‌ها معتقدند توزیع قدرت میان واحدهای یک نظام نابرابر است و تحت تاثیر فشارهای سیستم و ساختار قرار دارد. در این خصوص والتز معتقد است که قدرت برای آنکه موضوعیت سیاسی داشته باشد باید بر حسب توزیع توانایی‌ها (میان بازیگران) تعریف شود؛ نمی‌توان میزان قدرت کسی را از نتایجی که ممکن است به دست آورد یا نیاورد استنباط کرد. یک کنش‌گر تا جایی قدرتمند است که بیش از آنکه دیگران بر او اثر بگذارند، او دیگران را تحت تاثیر قرار دهد (Waltz, 1979: 129).

حجم و میزان قدرت بازیگران بر اساس متغیر نظام بین‌الملل در نحوه چینش سیاست خارجی‌شان اهمیت بسیار می‌یابد. واقع‌گرایان معتقدند میزان عددی قدرت در نظام بین‌الملل را باید ثابت فرض کرد و در نتیجه با کسب عدد قدرت توسط یک بازیگر، به همان میزان از قدرت سایر واحدها کاسته می‌شود.

◆ *مطالعه مطالعه منطقه‌ای: آمریکا شناسی. اسراییل شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم.*

روند تحولات جهان نشان می‌دهد که قدرت آمریکا به نسبت سایر قدرت‌ها در سال‌های اخیر از رشد کمتری برخوردار بوده است و این نشان می‌دهد که قدرت آمریکا کاسته شده است. عمده توجه رامن‌ی در مبارزات انتخاباتی بر این امر قرار داشت در حالی که اوباما بر مواضع خارجی و پاسخ به تهدیدات بین‌المللی، بر اساس نیاز این کشور تأکید داشت. اوباما به خوبی توانست از سابقه جنگ‌افروزی‌های جمهوری خواهان برای ناکارآمد جلوه‌دادن برنامه‌های رامن‌ی استفاده نماید. در واقع مبارزه اصلی میان دو نامزد بر روی چگونگی حفظ هژمونی آمریکا بوده است؛ رامن‌ی هژمونی با استفاده از موضع قدرت را مناسب برای آمریکا در نظام بین‌الملل می‌دید در حالی که اوباما حفظ هژمونی با درگیر نمودن متحدان و استفاده از ظرفیت‌های آنان را برای جلوگیری از تبعات منفی یک‌جانبه‌گرایی آمریکا را استراتژی مناسب‌تری می‌داند.

نتیجه‌گیری

تحلیل محتوای مناظرات انتخاباتی میان اوباما و رامن‌ی نشان می‌دهد که هر دو نامزد در برخی حوزه‌ها عملکرد بهتری نسبت به رقیب خود داشته‌اند. رویکرد تهاجمی رامن‌ی در حوزه مسائل داخلی، وی را در موقعیت بهتری نسبت به حریف قرار داد در حالی که رویکرد تهاجمی اوباما در حوزه سیاست خارجی و امنیت ملی باعث شد وی دست بالا را در مناظره سوم به‌دست آورد. برای بسیاری از رأی‌دهندگان آمریکایی مسائل داخلی و اقتصادی در درجه بالاتری از اهمیت نسبت به مسائل مربوط به سیاست خارجی قرار دارد. با این وجود انتقادات اوباما به سخنان متناقض رامن‌ی در زمینه سیاست خارجی باعث شد برخی از مواضع داخلی‌اش نیز تحت الشعاع قرار گیرد. بررسی کمی و کیفی تحلیل محتوای مناظرات حاکی از این است که هر یک از دو نامزد انتخاباتی درصدد استفاده از مفاهیم، اصطلاحات، واژه‌ها و تعاریف خاصی بوده‌اند تا بتوانند بر احساسات و مواضع نامزدها تأثیر گذارند. به طور کلی اوباما زبان جمع و به کارگیری استدلال‌های متقاعدکننده را در دستور کار قرار داد. همچنین اوباما در دو مناظره نخست مجبور شد از مواضع و برنامه‌های داخلی چهار سال گذشته خود دفاع کند. در حالی که رامن‌ی کمتر زبان جمع را به کار گرفت و استدلال‌های ادراکی برای تأثیر بر احساسات مخاطبان را مؤثر می‌دید. رامن‌ی همچنین بیشتر

برنامه‌ها و سیاست‌های آینده‌نگرانه (البته بیشتر وعده‌های انتخاباتی) را ارایه می‌نمود تا نظر مخاطبان را برای رأی دادن به وی جلب نماید. بسیاری از شرکت‌کنندگان در انتخابات بر این امر آگاه بودند که در صورت پیروزی اوباما، وی همه کوشش خود را برای سامان دادن به اقتصاد نه‌چندان مطلوب جزم خواهد کرد. همان‌گونه که برای رأی‌دهندگان اوضاع داخلی و اقتصادی دارای اهمیت بیشتری بود؛ اما در این میان تیم اوباما توانست با تخریب برنامه‌های رامن‌ی و مرتبط ساخت اوضاع داخلی به سیاست خارجی، بسیاری از جمهوری‌خواهان و رأی‌دهندگان سرگردان^۱ را برای رأی دادن به وی مردد نماید.

1. floating electorate

◆ فصلنامه مطالعات منطقه‌ای: آمریکاشناسی. اسراییل‌شناسی، سال شانزدهم، شماره یکم،

جدول ۱: درصد موفقیت اوباما و رامنې در مناظره اول و دوم

Source: <http://www.gallup.com>

	Obama	Romney	Neither/Both/No opinion
	%	%	%
Second debate (Oct. 17-18)	51	38	11
First debate (Oct. 4-5)	20	72	9

GALLUP®

چکیده دیدگاه‌های اوباما و رامنې در مورد مسائل داخلی

حمایت از اقتصاد بازر و غیردولتی، تأکید بر قانون مالیات بر درآمد، پشتیبانی از تجارت آزاد، کاهش بدهی‌های خارجی، حمایت از تولید انرژی‌های تجدیدپذیر، حمایت از کشاورزی،	اقتصاد	میت رامنې	مناظره اول و دوم
پوشش بیمه درمانی رقابتی، ارائه قانون حمایت از مصرف کننده، برخی محدودیت‌ها برای سقط جنین و همجنس‌گرایی،	مسائل اجتماعی		
افزایش مالیات بر ثروتمندان، سرمایه‌گذاری در خدمات عمومی مانند تحقیقات علمی و بهداشت عمومی و آموزش و پرورش	اقتصاد	باراک اوباما	
حمایت از آزادی‌های مدنی، حمایت از برابری جنسیتی و حقوق همجنس‌گرایان، سخت‌گیری در فروش سلاح گرم نیمه اتوماتیک	مسائل اجتماعی		

چکیده دیدگاه‌های اوباما و رامنی در مورد سیاست خارجی و امنیت ملی

سیاست خارجی چندجانبه‌گرا، عمل‌گرایی (پراگماتیسم) و دوری از تنش در عرصه بین‌الملل، اولویت دادن به حوزه جنوبی قاره آمریکا،	سیاست خارجی	باراک اوباما	مناظره سوم
جذابیت‌بخشیدن به هنجارهای انسانی مانند حقوق بشر و دموکراسی، پرهیز از ورود به جنگ‌ها، نقش دادن بیشتر به هم‌پیمانان	امنیت ملی		
پیروی از رویکرد ریگانی، در صورت به خطر افتادن منافع آمریکا بکارگیری رویکرد یکجانبه‌گرایی، تأکید بر تهدید بودن روسیه، مقابله سخت‌گیرانه‌تر در برابر برنامه هسته-ای ایران،	سیاست خارجی	میت رامنی	
افزایش بودجه دفاعی، افزایش هزینه‌های دفاعی به نسبت تولید ناخالص داخلی، حمایت بیشتر از نیروی دریایی،	امنیت ملی		

منابع و یادداشت‌ها:

۱. خالوزاده، سعید، (۱۳۹۱)، «انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و پیروزی مجدد باراک اوباما»، *ماهنامه رویدادها و تحلیل‌ها*، شماره ۲۶۸.
۲. دهشیار، حسین، (۱۳۹۱)، «رابطه تبلیغات و پیروزی انتخاباتی: بررسی مورد اوباما در آمریکا»، پژوهشکده مطالعات استراتژیک خاورمیانه، (تاریخ انتشار: ۲۰ اسفند ۱۳۹۱)، (تاریخ مراجعه: ۱۷ مهر ۱۳۹۳)، قابل دسترسی در:
<http://fa.cmess.ir/View/tabid/127/ArticleId/1960.aspx>
۳. رایف، دانیل و همکاران، (۱۳۸۶)، *تحلیل کمی پیام‌های رسانه‌ای*، ترجمه مهدخت بروجردی علوی، چاپ دوم: تهران: نشر سروش.
۴. کریپندورف، کلوس (۱۳۹۱)، *تحلیل محتوا مابین روش‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
۵. هولستی، (۱۳۷۳)، *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۶. هیلینگاس، د. سانشاین، (۱۳۹۲)، «سیر تکاملی نظرسنجی انتخابات در ایالات متحده آمریکا»، ترجمه احمدرضا چوپانیان، *فصلنامه مطالعات انتخابات*، سال دوم، شماره ۴.
7. Adams, Susan, (10/23/2012) , “Who Won The Third Presidential Debate: Commentary Roundup”, Available at:
<http://www.forbes.com/sites/susanadams/2012/10/23/who-won-the-third-presidential-debate-commentary-roundup/>
8. Benoit, William L. and David Aime, (2005) , “A Functional Analysis of American Vice Presidential Debates”, *Argumentation and Advocacy*, No. 41.
9. MacAskill, Ewen, (23 October 2012) , “Obama and Romney clash over foreign policy in final presidential debate”, Available at:
<http://www.theguardian.com/world/2012/oct/23/third-presidential-debate-obama-wins>
10. Morris, Dick, (October 17, 2012) , “Romney won the second debate”, Available at:
<http://www.foxnews.com/opinion/2012/10/17/romney-won-second-debate/>
11. Tyson, Alec, (July 16, 2014) , “Obama viewed as more caring than Bush, but no more effective”, Pew Research Center, Available at:
<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2014/07/16/obama-viewed-as-more-caring-than-bush-but-no-more-effective/>
12. Waltz, Kenneth, (1979) , *Theory of International Politics*, New York: McGraw-Hill, Inc.
13. <http://www.gallup.com/poll/158237/obama-judged-winner-second-debate.aspx>