

کاوشی بر گفتمان‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنشنال در انتخابات مجلس یازدهم ایران

مصطفی غلامی^۱ / ابراهیم فتحی^۲ / جهاندار امیری^۳

تاریخ دریافت مقاله: اسفند ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش نهایی: فروردین ۱۴۰۱

چکیده

انتخابات پدیده‌ای است که از طریق آن مردم در تعیین سرنوشت خود و مقبولیت کشورشان در زیست جهان امروز، ایفای نقش می‌کنند. در ایام انتخابات، رسانه‌های مختلف با تکیه بر سرمایه اجتماعی اندوخته خود و اعتماد و اطمینانی که مخاطبان به آن‌ها دارند، به ارائه گفتمان‌های مورد نظر خود برای جذب و هدایت مردم به سوی خواسته‌ها و اهداف مدنظرشان می‌پردازند. نتایج صف‌بندی و نبرد گفتمانی رسانه‌ها نیز بلافاصله بعد از شمارش آرا مشخص می‌شود. ثبت آمار مشارکت ۴۲/۵۷ درصدی در انتخابات مجلس یازدهم که پایین‌ترین میزان مشارکت در تمام ادوار گذشته تاریخ انتخابات جمهوری اسلامی است، کاوش و تحلیل گفتمان‌های بازیگران فعال این عرصه را طلب می‌کند که در این پژوهش وبسایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنشنال انتخاب شد. هدف این پژوهش تعیین گفتمان رسانه‌های مذکور از طریق تحلیل مضمون اخبار انتخاباتی آن‌ها در بازه ۱ بهمن تا ۱۰ اسفند ۱۳۹۸ با بهره‌گیری از نرم‌افزار مکس کیودا است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که گفتمان وبسایت خبرگزاری صدا و سیما با دال مرکزی «مشارکت حداکثری در انتخابات» از دال‌های پیرامونی «انتخابات»، «نظام جمهوری اسلامی»، «دشمن» و «مردم» تشکیل شده و گفتمان مستقر بر اخبار وبسایت شبکه ایران اینترنشنال با دال مرکزی «تحریم انتخابات» نیز شامل دال‌های «جمهوری اسلامی»، «انتخابات»، «مردم» و «کرونا» است. چارچوب‌سازی‌ها و انگاره‌پردازی‌های هر دو رسانه کاملاً در خدمت دال مرکزی گفتمان مطلوب آن‌ها بوده است. مشارکت پایین مردم در این انتخابات، حکایت از هژمونیک شدن گفتمان تحریم انتخابات و موفقیت آن در تثبیت نظام معنایی خود و ایجاد اجماع بیشتر در جامعه مخاطبش دارد.

واژگان کلیدی: انتخابات مجلس، پوشش خبری، گفتمان، وبسایت خبرگزاری صدا و سیما، وبسایت شبکه ایران اینترنشنال.

۱- کارشناس ارشد روزنامه‌نگاری، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

۲- استادیار، گروه ژورنالیسم و خبر، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: e.fathi25@gmail.com

۳- استادیار، گروه ژورنالیسم و خبر، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

مقدمه و بیان مسئله

در روزگار حاضر دموکراسی به عنوان مدلی برای اداره مردمی جامعه که در آن اکثریت در چارچوب قانون حاکمیت را به دست می‌گیرند، مورد اجماع و اقبال عمومی قرار گرفته است. (عالم، ۱۳۹۴: ۲۹۵)

بنیان‌گذار جمهوری اسلامی نیز با بیان این که «میزان رأی ملت است»، بر اهمیت وجه دموکراتیک حکومت اسلامی تأکید کرده است. (خمینی، ۱۳۷۸، الف: ۱۷۳)

انتخابات مجالی برای ایفای نقش مردم در تعیین سرنوشت خود و دستیابی به خواسته‌ها و اهداف مورد نظرشان فراهم می‌سازد. نیل به این امر نیازمند آگاهی است و یکی از طرق و شیوه‌های کسب آگاهی، رسانه‌ها هستند. (خجیر، ۱۳۸۶: ۳۵-۳۳)

انتخابات به عنوان یک فرآیند لوازمی دارد که سلامت و کیفیت آن را تضمین کرده و ارتقا می‌بخشد. یکی از مهم‌ترین این لوازم تبلیغات است که بر نگرش‌ها و رفتارهای انتخاباتی، میزان مشارکت عمومی و در نهایت انتخاب کاندیداها تأثیر می‌گذارد. (درستی، ۱۳۹۳: ۹۰ و صحرايي و مزیدی، ۱۳۹۶، صص ۲-۱)

علی‌رغم سایه انداختن رسانه بر نظام‌های اجتماعی و مناسبات انسانی جهان امروز و تعمیم قدرت و نفوذ آن به عرصه‌های عمومی و خصوصی زیست انسان، اما شاید در هیچ زمان و شرایطی همچون مقطع انتخابات، نقش رسانه‌ها برجسته نشود. بخش عمده‌ای از فرآیند انتخابات چه به لحاظ سخت‌افزاری و بهره‌گیری از کارکرد و برد تبلیغاتی آن و چه از منظر نرم‌افزاری برای نهادینه کردن رفتار انتخاباتی و رهبری افکار عمومی بر دوش رسانه‌ها است. (اسلامی‌نژاد و رزمجو، ۱۳۹۸: ۱۰۱)

رسانه‌ها در انتخابات نقش و جایگاهی چندبعدی دارند. از یک سو خواسته‌ها، آرا و دیدگاه‌های سیاسی و اجتماعی مردم را به مسئولان انتقال می‌دهند و از سوی دیگر با نشان دادن تأثیرات و نتایج نظرات مردمی در سیاست‌ها و فعالیت‌های کشور، باعث افزایش حس اعتماد و اطمینان بین دولت و مردم می‌شوند. (درزیان رستمی و قدیمی، ۱۳۹۱: ۱۲۱)

البته محتوای تولیدی و جهت‌گیری رسانه‌ها متأثر از منابع اقتصادی، منافع سیاسی و باورهای ایدئولوژیک آن‌ها است (پدرام و محمدزاده، ۱۳۸۳: ۷۸-۷۷)؛ به همین دلیل قرائت و بازنمایی آن‌ها از رخدادهای متفاوت و منحصر به فرد است. بازنمایی نوعی تصویر دست‌کاری شده از واقعیت بیرونی است و زبان، ابزار بازنمایی واقعیت است. رسانه‌ها برای این منظور از نمادهای مختلف زبان مانند متن، صدا، تصویر و غیره، بهره می‌گیرند. (نوری‌راد و جعفری‌نژاد، ۱۳۹۷: ۷۲)

بسیاری از صاحب‌نظران، اینترنت و فضای مجازی را یکی از ابزار

جنگ روانی در عصر حاضر می‌دانند که این گویای جایگاه ویژه و بی‌بدیل آن در در میان وسایل ارتباط جمعی است. (حسینی، ۱۳۸۲: ۱۰ و Lungu, 2001: 13)

امروزه دیگر تنها منبع خبری و آگاهی‌بخش جامعه، رسانه‌های سنتی همچون تلویزیون یا روزنامه‌های داخلی نیست و عموم جامعه با استفاده از ماهواره و اینترنت، به راحتی می‌تواند از دیدگاه‌های مختلف مطلع شوند. بررسی نحوه پرداختن رسانه‌های رقیب به موضوعات و شناسایی ماهیت صاحبان این رسانه‌ها، به منظور شناسایی شیوه‌های نفوذ و تأثیر آن‌ها بر افکار عمومی، بسیار حائز اهمیت است. در این مقاله دو وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنت‌نشال مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بنا به توضیحات فوق، سؤال اصلی تحقیق این بوده است که گفتمان‌های وب‌سایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنت‌نشال در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران چیست؟

از جمله دلایل انتخاب وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌نشال می‌توان به استقرار این شبکه در شهر لندن که یکی از مراکز تجمع شبکه‌های مخالف جمهوری اسلامی است، تازه تأسیس بودن شبکه مذکور و فقدان پژوهش‌های ثبت شده بر روی آن و وابستگی مالی این شبکه به چند سرمایه‌دار عرب منتسب به دربار آل سعود (Kamali و Johnes & Faucon & Hagey, 2018) اشاره کرد. (Dehghan, 2019)، اشاره کرد. ایران اینترنت‌نشال فعالیت خود را از اردیبهشت ۱۳۹۶ مصادف با انتخابات دوازدهم ریاست‌جمهوری ایران، آغاز و در ادامه با پرداخت دستمزدهای بالاتر، کارکنان دیگر شبکه‌ها مثل من‌وتو، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا را جذب کرد. (مقدم‌فر، ۱۳۹۷: ۸۲-۸۱)

بخش زنده گردهمایی سالپانه سازمان مجاهدین خلق، مصاحبه با سخنگوی گروهک تروریستی الاهوازیه و پوشش گسترده اعتراضات آبان ۹۸ از جمله اقدامات جنجالی این شبکه تلویزیونی بوده‌اند. (ن.ک به محمد حسینی طاهری، ۱۳۹۹: ۵۵-۵۴)

در سوی مقابل وب‌سایت صدا و سیما جمهوری اسلامی انتخاب شد تا تحلیل و ارزیابی اخبار آن، نشان دهد که آیا تشویق و ترغیب مردم به انتخابات که سنگ بنای دموکراسی است، آن‌گونه که شایسته و بایسته بوده، صورت گرفته است یا خیر؟ با توجه به وسعت دامنه مخاطبان، جایگاه ویژه در قانون اساسی و برتری نسبی به لحاظ برخورداری از زیرساخت‌ها در قیاس با دیگر رسانه‌های داخلی، صدا و سیما می‌تواند نماینده مناسبی برای دستگاه رسانه‌ای داخل کشور باشد. در این پژوهش، اخبار وب‌سایت‌های هر دو رسانه در بازه چهل روزه اول بهمن تا دهم اسفند ۱۳۹۸ که اوج پوشش خبری مسائل مرتبط با انتخابات مربوط به این برهه بوده، مورد تحلیل گفتمان قرار گرفته است.

انتخابات در جمهوری اسلامی: قانون اساسی جمهوری اسلامی بر اساس اصل ششم، اداره کشور را متکی بر آرا و از طریق انتخابات و همه‌پرسی می‌داند. جمهوری اسلامی در طول چند دهه گذشته مدلی تلفیقی از دین‌داری و مردم‌سالاری را ارائه کرده است. رأی دادن در جمهوری اسلامی علاوه بر تلاشی برای استیفای حقوق شهروندان و صیانت از قانون اساسی، یک تکلیف و فریضه الهی تلقی می‌شود. مردم ایران پس از انقلاب به طور متوسط سالی یک بار در انتخابات شرکت کرده‌اند. (دارابی، ۱۳۹۲: ۳۴-۱۸)

در این میان بیشترین و کم‌ترین آمار مشارکت ۸۴/۸۳ و ۴۲/۵۷ درصد به ترتیب مربوط به ریاست جمهوری دهم و مجلس یازدهم بوده است. (همشهری آنلاین، ۱۳۹۸)

نقش و جایگاه رسانه‌ها در انتخابات: رسانه‌ها و مطبوعات کارویژه‌های مختلفی در نظام دارند؛ از جمله: پاسخ‌گو نمودن دولت، اطلاع‌رسانی، آموزش مدنی شهروندان، مرتبط کردن مردم با حاکمان و نظارت و کنترل قدرت سیاسی. رأی‌دهندگان بخش بزرگی از اطلاعات مورد نیاز خود را از رسانه‌ها دریافت می‌کنند و از رخدادهای جدید به نسبت اهمیتی که رسانه‌ها به موضوعات می‌دهند، مطلع می‌شوند. عمومیت‌یابی تدریجی حق رأی و به وجود آمدن توده‌های رأی‌دهنده، سیاست‌مداران و احزاب را تحریک کرد تا با بهره‌گیری از رسانه‌های جدیدتر، با میلیون‌ها (به جای صدها) رأی‌دهنده به صورت مستقیم ارتباط برقرار کنند. پس بازی سیاسی به نحو فزاینده‌ای در فضای رسانه‌ها انجام می‌گیرد. این بدان معنا نیست که کل سیاست را می‌توان به تأثیرات رسانه‌های تقلیل داد یا این‌که نتایج سیاسی بر ارزش‌ها و منافع تأثیری ندارد؛ ولی بازیگران سیاسی هر که باشند و جهت‌گیری‌شان هر چه باشد، در بازی قدرتی حضور دارند که در کل سیستم رسانه‌ای جریان دارد و هر روز از تنوع بیشتری برخوردار می‌شود. (کاستلز، ۱۳۸۹: ۵۵۱)

جنگ روانی: هر جنگی حداقل در دو زمینه رخ می‌دهد: میدان نبرد و اذهان مردم (به وسیله تبلیغات). افراد اغلب می‌توانند از طریق تحریف واقعیت‌ها، مبالغه‌گویی، ایجاد ذهنیت و حتی دروغ‌پردازی به گمراه کردن مردم بپردازند تا حمایت و مشروعیت یابند. (ضیایی‌پرور، ۱۳۹۱: ۸۳)

عملیات روانی برای رساندن اطلاعات و علائم انتخاب شده به مخاطبان خارجی طرح‌ریزی می‌شود تا از این طریق هیجانات، انگیزه‌ها، اهداف، استدلال‌ها و بالاخره عملکرد دولت‌های خارجی، سازمان‌ها و گروه‌ها و افراد را تحت تأثیر قرار دهد. هدف عملیات روانی، تسلط بر دیدگاه‌ها و عملکردهای خارجی و تقویت آن‌ها در راستای اهداف مجریانش است. (جنیدی، ۱۳۸۹: ۲۷)

در انتخابات مجلس یازدهم، پایین‌ترین میزان مشارکت نسبت به تمام ادوار گذشته انتخابات با شرکت تنها ۴۲/۵۷ درصد از واجدین شرایط در سطح کشور (۲۵/۴ در تهران) به ثبت رسید. (ایرنا، ۱۳۹۸)

رقم خوردن آمار این‌چنین در انتخابات مجلسی که به فرموده معمار جمهوری اسلامی، در رأس امور است (خمینی، ۱۳۷۸، ب: ۵۳۸، ج: ۱۱۵ و د: ۲۸۲) درخور جایگاه آن نیست. پرهیز از تکرار نتایجی مشابه در انتخابات‌های آتی، هوشمندی در عرصه تبلیغات و فضاسازی انتخاباتی و شناخت سیاست‌ها و گفتمان رسانه‌های رقیب را می‌طلبد تا در دوره‌های بعدی انتخابات، به شکلی دقیق‌تر و آگاهانه‌تر برای برنامه‌سازی و اطلاع‌بخشی به مردم اقدام شود. با شناخت و آگاهی از گفتمان مسلط این دو رسانه (و دولت‌های حامی آن‌ها)، تصویر روشنی از ارتباط میان ساختار قدرت سیاسی و مناسبات اجتماعی و زبانی و روابطی که در چارچوب گفتمان مسلط آن‌ها صورت می‌گیرد، به دست می‌آید. هدف اصلی این مقاله نیز «شناسایی گفتمان‌های وب‌سایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنشنال در انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران» بوده است.

ادبیات نظری تحقیق

انتخابات: انتخابات ابزار تحقق دموکراسی و مشخصه توسعه‌یافتگی سیاسی جامعه است که دربرگیرنده چرخش مسالمت‌آمیز قدرت، گسترش نظارت و مشارکت مردم و رشد نهادهای جامعه مدنی (Civil society) است. انتخابات آزاد کانال مستقیمی برای مشارکت مردم (به عنوان منبع قدرت) و گروه‌های مختلف سیاسی در تعیین رهبران و سیاست‌های نظام حاکم فراهم می‌سازد و از این طریق به اعتدالی اعتدال و مدارای سیاسی و کاهش خشونت کمک می‌کند. رقابت در جهت کسب و حفظ قدرت و مقبولیت، محور اصلی انتخابات را تشکیل می‌دهد. (Dows & Beetham & Boyle, 2009: 13-60) (Hughes, 1972: 237-241)

«بدون وجود آن، نظام‌های مردم‌سالار حداقل از لحاظ مضیق (شکلی و ظاهری)، معنا نداشته و مفهوم نظری خود را در حیطه علم سیاست از دست می‌دهند». (جهانی‌نسب و فرهادی‌نسب، ۱۳۹۹: ۲۶)

حق شهروندان برای انتخاب مستلزم دو پیشفرض اصلی است: اول در دسترس بودن گزینه‌های مختلف که به انتخاب معنا و مفهوم می‌بخشد و دوم مجموعه‌ای از رأی‌دهندگان منطقی، آگاه و البته توانا به اعمال حقوق خود. احزاب و نهادهای سیاسی در بالا بردن سطح آگاهی مردم و تبدیل خواست‌ها و تقاضاهای متفاوت آن‌ها به سیاست، نقش مهمی دارند. (قوام، ۱۳۹۵: ۱۵۲-۱۵۱)

پدید آمدن جو و جریان رسانه‌ای وارد صحنه عمل می‌شود. بنابراین متون خبری هردو پایگاه، پیگیر یک جریان واحد رسانه‌ای بوده و کوشیده‌اند که با نفوذ رسانه‌ای خود، به اهداف تبلیغاتی مطلوبشان دست یافته و بر نتیجه انتخابات تأثیر بگذارند. نظام گفتمانی حاکم بر متون خبری دو وبسایت در قبل و بعد از انتخابات مبتنی بر «حمایت از یک قطب و مخدوش کردن قطب دیگر» و «دو قطبی‌سازی انتخابات» بوده که نهایتاً هر دو در راستای گفتمان «تقابل با نظام جمهوری اسلامی» هستند.

(گوهری، رحیمی، عزیزی‌فر و جمالی‌نثاری، ۲۰۱۵) در پژوهشی به تحلیل گفتمان انتقادی سخنان، اظهارات و مواضع محمداقبر قالیباف و حسن روحانی به عنوان نامزدهایی از دو جریان اصول‌گرا و اصلاح‌طلب، در قالب مناظره‌های انتخاباتی ریاست جمهوری ایران در سال ۲۰۱۳ پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که هردو از زبان به عنوان ابزاری مؤثر در مبارزه برای کسب قدرت و ارتقای منافع اجتماعی و سیاسی خود استفاده می‌کردند.

چارچوب نظری

گفتمان: نظریه گفتمان در ابتدا صبغه‌ای زبان‌شناسی داشت و نخستین بار توسط زلیک هریس، زبان‌شناس آمریکایی، که نگاهی صورت‌گرایانه (ساختار گرایانه) به جمله و متن داشت، به کار رفت. عده‌ای از زبان‌شناسان به تدریج مفهوم بافت را نیز وارد تحلیل گفتمان کردند. آن‌ها عقیده داشتند که تحلیل گفتمان، بیشتر به کارکرد یا ساختار جمله و کشف و توصیف روابط آن می‌پردازد. به دیگر سخن، تحلیل گفتمان شناخت رابطه جمله‌ها با یکدیگر و نگرستن به کل آن چیزی است که نتیجه این روابط است. بر این اساس، در تحلیل گفتمان، صرفاً با عناصر نحوی و لغوی تشکیل‌دهنده جمله، به عنوان عمده‌ترین مبنای تشریح معنا سروکار نداریم، بلکه فراتر از آن به عوامل بیرون از متن، یعنی بافت موقعیتی (Context of Situation)، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، ارتباطی و غیره، سروکار داریم. بنابراین، تحلیل گفتمان، چگونگی تبلور و شکل‌گیری معنا و پیام واحدهای زبانی را در ارتباط با عوامل درون زبانی (زمینه متن واحدهای زبانی) و عوامل بیرون زبانی (زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی و ارتباطی و موقعیتی) بررسی می‌کند. (سلطانی، ۱۳۸۷: ۶۷)

تحلیل گفتمان به مرور مراحل مختلفی (ساخت‌گرا، نقش‌گرا و انتقادی) را تجربه کرد. فاولر، هاج، کرس و ترو در قالب زبان‌شناسی انتقادی، قدرت و ایدئولوژی را نیز وارد جریان غالب تحلیل گفتمان در زبان‌شناسی کردند. (Fowle & Hodge & Kress & Trew, 1979)

عملیات مربوط به جنگ روانی ممکن است کوتاه‌مدت یا درازمدت باشد که نوع درازمدت آن شامل نشر خبر به روش مستمر و با استفاده از وسایل مختلف و با هدف کمک به سیاست خارجی دولت و بالابردن شهرت و اعتبار آن و دستیابی به دوستی و تأیید، می‌شود. (نصر، ۱۳۹۶: ۸۵-۸۶)

پیشینه پژوهش

(هوشیار و گودرزی، ۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «شیوه پوشش اخبار تشکیل ائتلاف دریایی آمریکا در خلیج فارس و دریای عمان» به تحلیل گفتمان اخبار وبسایت‌های ایران اینترنشنال و دویچه‌وله فارسی با استفاده از رویکرد تلفیقی ون‌دایک (van Dijk, Teun A) و فرکلوف (Fairclough, Norman) پرداخته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد متون هر دو وبسایت از لحاظ سبک واژگانی، افراد و نهادهای مطرح شده در متن، قطب‌بندی‌ها، استنادها، پیش‌فرض‌ها، معانی ضمنی، مؤلفه‌های اجماع و توافق و گزاره‌های اساسی در ابتدا، میانه و انتهای طرح این ائتلاف، با هم اختلاف‌های بسیار و شباهت‌هایی اندک دارند. گفتمان اصلی وبسایت ایران اینترنشنال «ایران‌هراسی» در چارچوب «آمریکای منجی- ایران ماجراجو» و گفتمان وبسایت دویچه‌وله فارسی «تنش‌زدایی» در چارچوب «آلمان مستقل، اروپای متحد» بوده است.

(اسلامی‌نژاد و رزمجو، ۱۳۹۸) در مقاله خود تحت عنوان «تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی» با به کارگیری روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلوف نشان داده‌اند که در مناظرات دور دوازدهم انتخابات ریاست جمهوری، گفتمان اصلاحات با گفتمان‌های رقیب اصول‌گرا و سازندگی در جدال بوده است. گفتمان‌های رایج در مناظرات مورد بررسی، هر یک به نوعی بازسازی گفتمان‌هایی بوده که در دوره‌های قبل در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی ایران حضور داشته‌اند.

(نوری ممرآبادی، رزمجو و نظری، ۱۳۹۸) در مقاله «مقایسه گفتمان خبری بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا درباره پنجمین دوره انتخابات مجلس خبرگان رهبری» با بهره‌گیری از روش تحلیل گفتمان (رویکرد ون‌دایک) نشان داده‌اند که متون خبری وبسایت‌های هردو رسانه از لحاظ سبک واژگانی، افراد و نهادهای مطرح‌شده در متن، غیرسازی، استنادها، پیش‌فرض‌ها، تلقین‌ها و تداعی‌ها بسیار به هم نزدیک بوده‌اند؛ با این تفاوت که بی‌بی‌سی فارسی بر روی موضوعاتی مانند حذف برخی خبرگان، با تمرکز و برنامه‌ریزی قبلی عمل می‌کند؛ در حالی که صدای آمریکا بعد از

زبان‌شناسی انتقادی در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی رشدی قابل ملاحظه کرد و به «تحلیل گفتمان انتقادی»^۱ معروف شد. وداک (Wodak, Ruth)، و فرکلاف بنیان‌گذاران سه رویکرد عمده در تحلیل گفتمان انتقادی هستند. اگرچه در تحلیل گفتمان انتقادی مفهوم گفتمان بسیار بزرگ‌تر از دو رویکرد دیگر است، ولی وجه مشترک هر سه این است که در آن‌ها زبان بزرگ‌تر از گفتمان است. (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۵۵-۱۵۴)

گفتمان، بررسی متن (یا هر کنش و کردار دیگر زبانی و غیرزبانی) با در نظرگیری زمینه‌های شکل‌گیری (بافت اجتماعی - سیاسی) و شناخت نظام معنایی حاکم بر آن به منظور دستیابی به ساختارها و مناسبات پنهان قدرت در متن که همواره می‌کوشند تا طی یک سازوکار غیرسازانه با برجسته‌سازی خودی و طرد و نفی دیگری، هویت گفتمانی خود و سوژه‌های مشمول را تأمین (و چه بسا غالب و هژمونیک) کنند، است. هویت (چه در بعد سوژگانی و چه در بعد گفتمانی) در منازعه با دیگری شکل می‌گیرد؛ از این رو دوگانه‌سازی مستمر، امری حیات‌بخش در حفظ بقا و زیست گفتمان‌ها شمرده می‌شود. در فضای رسانه‌ای نیز قطب‌بندی نصب‌العین رسانه‌ها است و برای این کار از ابزار نظری و عملی مختلف بهره می‌برند. برای مثال دروازه‌بانی خبر با گزینش اخبار و برجسته‌سازی از طریق پررنگ کردن هدفمند خبرها، دست به نوعی سانسور مستقیم و غیرمستقیم (که عاملیتی سیاسی و مبتنی بر قدرت دارد) زده و بدین حربه افکار مخاطبین و انگاره‌های ذهنی‌شان را متأثر می‌سازند تا در نهایت به مدد این راهبردها، چارچوب‌های مورد نظر خود را در افکار عمومی ایجاد می‌کنند. لذا با این تفاسیر برای شناخت و درک گفتمان‌ها، باید نظام معنایی آن‌ها را در مختصات زمانی و مکانی مدنظر دریافت. استخراج واژگان، گزاره‌های اساسی، افراد و نهادها، استنادات، پیشفرض‌ها، دلالت‌های ضمنی و تحلیل رویکردهای نظری مستتر در متن همچون انگاره‌سازی‌ها، برجسته‌سازی‌ها و چارچوب‌بندی‌ها برای این هدف سودمند است. (غلامی، ۱۳۹۹: ۴۰)

چارچوب‌سازی: انتمن چارچوب‌سازی را انتخاب و برجسته کردن برخی جنبه‌های یک واقعیت درک شده در یک متن ارتباطی تعریف می‌کند؛ به نحوی که در کل، داستانی منسجم و موجه درباره مشکلات، علل پیدایش آن‌ها، مضامین اخلاقی‌شان و راه‌های برطرف کردنشان به وجود آید. (Entman, 2008: 390)

هرگونه بازنمایی واقعیت نوعی چارچوب‌سازی است. روزنامه‌نگاران واقعیت‌های مرتبط را انتخاب و آن‌ها را در زمینه‌ها و بافت‌های مناسب قرار می‌دهند تا چارچوب‌هایی را جهت فهم وقایع برای مخاطب ایجاد کنند. (Scheufele, 1999: 115-116)

شیفل (Scheufel, D) با ارائه یک الگوی فرآیندی درباره اثر چارچوب‌سازی‌ها به دو نوع چارچوب‌سازی اشاره می‌کند: نخست «چارچوب‌های رسانه‌ای» و دوم «چارچوب‌های فردی» (دریافت‌کنندگان). او تمایز مفهومی بین چارچوب‌های رسانه‌ای و چارچوب‌های فردی را به پیروی از کیندر (Kinder) و ساندرز (Sanders) انجام می‌دهد. کیندر و ساندرز اذعان می‌کنند که چارچوب‌ها هم به عنوان «ترفندهای زبانی در گفتمان سیاسی» و هم به عنوان «ساختارهای درونی ذهنی» عمل می‌کنند. رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی رویدادها و تولید معنا برای مخاطبان از رویه‌ها و شگردهایی همچون انتخاب واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، تمثیل‌ها و غیره استفاده می‌کنند تا داستان و روایتی معنادار از آن‌چه می‌خواهند بسازند و نظام معانی خاصی برای مخاطبان خلق کنند. (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵: ۸۷)

انگاره‌سازی: انگاره‌سازی به تلاش رسانه‌ها برای ساختن واقعیت دلخواه خود در ذهن مخاطب گفته می‌شود. ارائه انگاره از شخصیت‌ها، مکان‌ها، اشیا و رویدادها به مخاطب «انگاره‌سازی خبری» نام دارد. انگاره‌سازی تکنیک و کلید معنا‌سازی در جهان خبر است. در جریان ساخت انگاره‌ها روحیات، پیش‌زمینه‌های ذهنی و میزان اعتماد محیطی مخاطبان دارای اهمیت فراوانی است. در انگاره‌سازی واقعیت‌ها دست‌کاری شده و همراه با تفسیر پنهان ارائه می‌شوند. خبر نیز در روزنامه‌نگاری امروز انگاره‌ای از واقعیت است که برای تغییر در ساختار واقعیت، ساخته و پرداخته می‌شود. به عبارت دیگر «جهان رسانه‌ای» با «جهان واقعی» تفاوت آشکار دارد. صاحبان بنگاه‌های خبری و عواملان خبرگزاری‌های بزرگ با به کارگیری فنون مهندسی خبر همچون گزینش‌گری، انگاره‌سازی و برجسته‌سازی تصویر؛ تفسیری از واقعیت ارائه می‌دهند که منافع اقتصادی و سیاسی‌شان را تأمین کند. (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۱۹)

روش تحقیق

در پژوهش حاضر از روش تحلیل گفتمان (مبتنی بر رویکرد وندایک و نظریه گفتمان لاکلاو (Laclau, Ernesto) و موفه (Mouffe, Chantal)) برای تحلیل و تبیین اخبار دو وب‌سایت و رسیدن به لایه‌های نهانی متون خبری و کشف نظام معنایی (دال و مدلول) حاکم بر آن‌ها، استفاده شده است. اولین قدم برای تحلیل سیاسی در این چارچوب، شناسایی حداقل دو گفتمان متخاصم است که با هم رابطه‌ای غیریت‌سازانه برقرار کرده‌اند. گفتمان‌ها همواره به واسطه «دشمن» هویت پیدا می‌کنند. لذا برای بررسی ساختار نظام معنایی یک گفتمان باید آن را در مقابل ساختار نظام معنایی گفتمان

^۱. Critical Discourse Analysis (CDA)

استخراج مقولات مورد نظر و گزینش واژگانی، سعی شد تا با در نظرگیری «نظام معنایی» به دست آمده و رعایت قاعده «قطبی سازی»، کدهای باز و محوری تعریف و نهایتاً دال‌های کاربردی گفتمان‌های مورد نظر تعیین شود. به دلیل اهمیت کردارهای اجتماعی غیرزبانی به اندازه کردارهای زبانی، برای ارائه تحلیلی منسجم، هر دو نوع کردارهای گفتمانی سوزها و گروه‌های سیاسی مورد بررسی قرار گرفت (کشف و درک برجسته‌سازی‌ها و حاشیه‌رانی‌ها) و فرآیند تحلیل مضمون و کدگذاری، با مدنظر قرار دادن شرایط اجتماعی - سیاسی کشور در مقطع مورد بررسی انجام شد. برای اعتبار و پایایی پژوهش نیز به ترتیب از «اعتبار صوری» و «مثلث‌سازی» استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از بررسی داده‌ها نشان داد که گفتمان حاکم بر اخبار وبسایت خبرگزاری صدا و سیما با دال مرکزی «مشارکت حداکثری در انتخابات» از دال‌های «انتخابات»، «نظام جمهوری اسلامی»، «دشمن» و «مردم» تشکیل شده و گفتمان مستقر بر اخبار وبسایت شبکه ایران اینترنشنال با دال مرکزی «تحریم انتخابات» نیز شامل دال‌های «جمهوری اسلامی»، «انتخابات»، «مردم» و «کرونا» است. (تصویر ۱)

این دو گفتمان، گفتمان‌های متخاصم مقاله حاضر به شمار می‌روند. در مجاورت هریک از دال‌ها فوق نیز آیت‌هایی قرار دارد که بیانگر نوع نگرش و تفسیر هریک از گفتمان‌ها از این مفاهیم است. به عبارت دیگر با بررسی این مضامین و مصادیق آن‌ها در متون خبری هر وبسایت، نظام معنایی و ایدئولوژیک حاکم بر هر گفتمان به دست می‌آید.

جمهوری اسلامی: با تأمل و تدقیق بر روی متون خبری هر سایت در می‌یابیم که با دو نگرش متفاوت به حاکمیت در اخبار آن‌ها روبه‌رو هستیم. منشأ این تفاوت به سرچشمه مشروعیت حکومت در جهان بینی هر کدام بازمی‌گردد. یکی از نقطه نظر مادی و این دنیایی بدان می‌نگرد و دیگری تلقی‌ای (بیشتر) غیرمادی و آن دنیایی از آن دارد. برای مثال در اخبار خبرگزاری صدا و سیما به گزاره‌هایی نظیر این برمی‌خوریم: «برنده اصلی انتخابات، اسلام است» یا «همان‌طور که نماز واجب است، رأی دادن هم واجب است». (خبرگزاری صدا و سیما، ۱۳۹۸، الف)

در یک تفسیر مادی از انتخابات می‌توان آن را سازوکاری در یک حکومت دموکراتیک برای اعمال اراده مردم در تعیین حاکمانشان و چرخش نخبگان در قدرت دانست. سران حکومت نیز طی یک قرارداد اجتماعی موظف می‌شوند در ازای اخذ کرسی و کسب قدرت از سوی مردم، زمینه سعادت و رضایت آنان را فراهم سازند. سعادت

رقیبش گذاشت و نقاط درگیری و تفاوت‌های معنایی را پیدا کرد. به علاوه مقطع زمانی و موقعیت مکانی گفتمان‌های مورد نظر نیز باید تعیین شود. رویدادهای تاریخی و تحولات اجتماعی باید در سایه تحولات معنایی بررسی شوند. گفتمان‌ها همواره به واسطه سازوکارهای معنایی بر سر تصاحب افکار عمومی با هم در حال رقابتند و سایر تحولات اجتماعی تابع منازعات معنایی هستند. برای نشان دادن منازعات معنایی میان گفتمان‌ها باید به متونی مانند مطبوعات، کتاب‌ها و سخنرانی‌ها مراجعه کرد. روش‌های تحلیل گفتمانی که ریشه در زبان‌شناسی دارند، مانند تحلیل گفتمان نقش‌گرا و تحلیل گفتمان انتقادی، دارای ابزارهای کارآمدی برای تحلیل متن هستند. تجهیز چارچوب نظری تحقیق به رویکرد ون‌دایک علاوه بر نظریه لاکلاو و موفه، به همین سبب بود. در دستور نقش‌گرا متن را به دو صورت می‌توان بررسی کرد: در سطح «جمله» و در سطح «بالتر از جمله». برای تحلیل متون بزرگ‌تر از جمله می‌توان دست به گزینش واژگانی زد. با بررسی مجموع واژگان گزینش شده در یک متن، به آسانی می‌توان به جهت‌گیری‌های ایدئولوژیک آن پی برد. منازعات معنایی شامل کردارهای اجتماعی افراد و گروه‌های سیاسی هم می‌شود. کردارهای اجتماعی را می‌توان از جهت به کارگیری زبان یا عدم آن به دو دسته تقسیم کرد: «کردارهای گفتمانی زبانی» (سخنرانی، متون مطبوعاتی و غیره) و «کردارهای گفتمانی غیرزبانی» (تحریم‌ها و حمایت‌های مالی، رای دادن یا رای ندادن، جنبش‌های خیابانی و غیره). ویژگی مشترک هر دو نوع کردار، برجسته ساختن «خودی» و به حاشیه راندن یا حذف «دیگری» است. (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۷۱-۱۶۱)

جامعه آماری این پژوهش، کلیه اخبار دو وبسایت خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنشنال راجع به انتخابات یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی از تاریخ ۱ بهمن ۱۳۹۸ لغایت ۱۰ اسفند ۱۳۹۸ است. زیرا طبق آمار سایت گوگل ترندز (google trends) بیشترین میزان جستجوی ثبت شده برای عبارت «انتخابات مجلس» از آبان ۹۸ تا آبان ۹۹، مربوطه به مقطع فوق می‌شود. عمل نمونه‌گیری نیز به صورت هدفمند و تا زمان تکمیل (اجزای) گفتمان انجام شد. بدین منظور از وبسایت ایران اینترنشنال ۱۴ متن خبری (از مجموع ۱۴ خبر مرتبط) و از وبسایت خبرگزاری صدا و سیما نیز ۳۰ متن خبری (از مجموع ۲۱۳ خبر مرتبط) برای بررسی و تحلیل انتخاب شد. واحد تحلیل در این پژوهش، متن خبرهای انتخاب شده است. شیوه جمع‌آوری اطلاعات نیز کدگذاری باز، محوری، انتخابی و فیش‌برداری از متون به کمک نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA 10) است. به این صورت که پس از مطالعه چندین باره متون خبری وبسایت‌ها و

هوایم‌ای اوکراینی با موشک سپاه پاسداران (و مخالفت بسیجیان با برگزاری بزرگداشت برای قربانیان) از این جمله است. سوم القای شکاف میان مردم و حکومت و نیز درون خود حکومت است. عبارت «خودزنی» در نامه ۱۲ زن زندانی، «حصص» در اعتراضات دانشجویان، اعتراض حسن روحانی به شورای نگهبان و تشریفات خواندن انتخابات و مصاحبه فائزه هاشمی رفسنجانی که در آن دختر اکبر هاشمی رفسنجانی و نماینده سابق مجلس معرفی می‌شود، در زمره اختلافات درون حاکمیتی قرار می‌گیرند. اشاره به اعتراضات سابقه‌دار در تاریخ جمهوری اسلامی، نادیده گرفتن مردم از سوی مسئولین و حتی بی‌توجهی نسبت به سلامت مردم در بحث کرونا هم از مصادیق شکاف میان مردم و حکومت هستند. در نقطه مقابل شمایی که از جمهوری اسلامی در اخبار خبرگزاری صدا و سیما ترسیم می‌شود (تصویر ۳)، یک «نظام» مردم‌سالار، مبتنی بر دیانت، منظم و کارآمد و استکبارستیز است که بر اساس رأی مردم اداره می‌شود و به حقوق آن‌ها احترام می‌گذارد. مسئولان نظام هم به صورت جدی برای مبارزه با فقر و فساد و حل مشکلات اقتصادی و معیشتی می‌کوشند.

جمهوری اسلامی ثمره انقلاب اسلامی است. انقلابی که طبق این گفتمان، علیه استبداد رژیم سابق صورت گرفته و «استقلال»، «هویت ملی»، «تحول فکری» و «مشارکت سیاسی» را برای ایرانیان به ارمغان آورد. پیش از انقلاب، مردم در اکثر تحولات سیاسی و اجتماعی نقش فعالی نداشته‌اند. اما انتخابات متعدد بعد از انقلاب حکایت از نقش مردم در تعیین سرنوشت خودشان دارد. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای اطراف ایران همچنان انتخابات آزاد برگزار نمی‌شود. مشارکت بالای مردم در طول این سال‌ها (شرکت در انتخابات، راهپیمایی ۲۲ بهمن و تشییع پیکر سردار سلیمانی) نیز حکایت از پشتیبانی آن‌ها از نظام و اعتمادشان به سلامت انتخابات دارد.

یکی از مؤلفه‌های مهم در گفتمان مشارکت حداکثری، عامل دیانت است. عناصر دین و حکومت در ساختار جمهوری اسلامی همان‌طور که از نام آن پیداست، در هم تنیده‌اند. در این گفتمان فرض بر این است که الگوی حکومتی سکولار غربی با بستر دینی جامعه ایران سازگار نیست و مدلی خاص خود را می‌طلبد که همان مردم‌سالاری دینی است. بنابراین جمهوری اسلامی نظامی مبتنی بر ارزش‌ها و آرمان‌های الهی و دینی است. مصادیق مضامین مرتبط با امر دیانت به کرات در اخبار تکرار شده‌اند. از جمله: پیروز انتخابات دانستن اسلام، تشبیه تخاصم میان ایران و آمریکا به پیکارهای مسلمین با کفار در صدر اسلام، واجب دانستن رأی دادن همچون نماز، پیوند دادن شهادت سردار سلیمانی با امام حسین، لزوم ایمان و خداترسی برای نمایندگان مجلس، تأکید بر جایگاه ولایت و ولایت‌مداری، پاسداری از حق الناس توسط شورای نگهبان و غیره.

که باز قائل به رفاه و آسایش مادی و دنیوی است. حال آن که در عبارات فوق، نگرش به مقوله حاکمیت و چگونگی کسب مشروعیت آن یا اساساً منبع مشروعیت بخشی، با آن چه گفته شد کاملاً تفاوت دارد. در گفتمان تحریم انتخابات (تصویر ۲)، مبتنی بر نگاهی اومانیستی و زمینی به قدرت، حکومت نماینده ملت است که بایستی اسباب و لوازم آسایش و رفاه مادی مردم را مهیا کند و با این متر و معیار است که توفیق یا عدم توفیق جمهوری اسلامی سنجیده می‌شود. این گفتمان برای مردم به عنوان منبع مشروعیت بخش حکومت، حق اعتراض قائل می‌شود و در نقطه مقابل سرکوب اعتراضات و کشتار معترضین را حرکتی ناپسند و منفی می‌داند (غیرت‌سازی). صدور حکم «عدم مشروعیت» برای جمهوری اسلامی نیز از همین رو است و ریشه در آن چه بیان شد، دارد. توجه به نظام واژگانی و گزاره‌هایی (پیشفرض‌ها و دلالت‌های ضمنی) که پیرامون جمهوری اسلامی در متون خبری هر سایت آمده، کیفیت قطب‌بندی را در آن‌ها مشخص می‌کند.

در یک برداشت کلی از آن چه ایران اینترنت‌نشال به عنوان تصویر جمهوری اسلامی به مخاطب بازمی‌نماید، می‌توان گفت با حکومتی مستبد، ظالم و فریبکار روبه‌رویم که بدلی دینی از سلطنت و دچار فساد و انشفاق درونی (میان جناح‌های قدرت) است. حکومتی که با از طریق نظارت استصوابی (رد نامزدهای مخالف و تأیید داوطلبان همسو با حاکمیت) یا دست‌کاری در آرا و تقلب، در انتخابات دست برده و نتیجه را به دلخواه خود تغییر می‌دهد. به زعم ایران اینترنت‌نشال، این مسئله در طول زمان باعث ایجاد شکاف میان مردم و حکومت و زمینه‌ساز عدم مشروعیت دستگاه قدرت شده است. استفاده متناوب و مکرر از واژه «رژیم» برای جمهوری اسلامی در اخبار ایران اینترنت‌نشال از همین رو است. حال آن که در گفتمان مقابل (مشارکت حداکثری) این واژه خطاب به دولت‌های اسرائیل و آمریکا به کار رفته و برای جمهوری اسلامی از کلمه «نظام» استفاده شده است. یکی از نقاط راهبردی در این گفتمان تأکید بر عبارت «غیرانتخابی بودن» است. اشاره چندباره به غیرانتخابی بودن شورای نگهبان و نصب اعضای آن از سوی رهبر و اعتقاد به انتصابی بودن نهادهای انتخاباتی در شعارهای دانشجویان معترض و سخنان مخالفین حکومت، به همین خاطر است. اصالت در این گفتمان با مردم است و نه حکومت. لذا هر قدر نهادهای کلیدی و مهم، انتصابی و دور از نظرات و دسترسی عامه باشد، از مشروعیت حکومت کاسته می‌شود.

ایران اینترنت‌نشال از چند حربه جهت اقناع افکار عمومی و موجه نمودن اعتراضات مردمی سود جسته است. یکی توسل به نهاد دانشگاه؛ چه در اعتراضات و چه در مراجع و مآخذ مربوط به نظرسنجی‌ها. دوم زمینه‌سازی در طول خبر و سیاه‌نمایی وضعیت کشور؛ اشاره مرتب و معنادار به اوضاع نامساعد کشور و انهدام

است. به بیان دیگر مردم از اوضاع خود ناراضی هستند و در نتیجه دست به اعتراضات گسترده علیه حکومت می‌زنند.

بنا بر اوضاع و احوال موصوف در اخبار، تمایل مردم برای شرکت در انتخابات یازدهم پایین بوده است. این را آمار نظرسنجی‌ها هم تأیید می‌کند. به علاوه بیشترین تعداد کدهای ذیل دال مردم نیز مربوط به آیت «تمایل پایین مردم برای مشارکت» است. یکی از مضامین ذیل این قسمت «نامیدی از اصلاح‌طلبان» است. چرایی این مسئله در ورای این مطلب قرار می‌گیرد اما تا آنجا که به بحث حاضر مرتبط می‌شود و در خلال متن برخی اخبار نیز گفته شد، رفتار خود اصلاح‌طلبان و فاصله‌گیری آن‌ها از آرمان‌هایشان را می‌توان مسبب این امر دانست. به هر حال بعد از سرکوب معترضین به فقر و گرانی در سال‌های ۹۶ و ۹۸ توسط یک دولت منتسب به جریان اصلاحات، اصلاح‌طلبان عملاً پایگاه مردمی خود را تا حد زیادی از دست دادند. اما این که چرا این بحران تنها اصلاح‌طلبان را تحت تأثیر قرار داد و جناح رقیب یعنی اصول‌گرایان چندان از این حیث آسیبی ندیدند، به دو عامل باز می‌گردد. اول این که دولت و مجلس بر سر کار اصلاح‌طلب بود و به طور طبیعی هر مشکل و معضلی که رخ می‌داد، به پای آن‌ها نوشته می‌شد. علت دوم هم به بدنه اجتماعی و تفاوت در افکار طرفدار هر یک از این دو گروه بازمی‌گردد. هواداران اصلاح‌طلبان شامل طیفی گسترده از مخالفین حکومت تا اعتدالیون درون حکومت می‌شوند که در یک امر اتفاق نظر دارند و آن انتقاد به وضعیت موجود است. بعضی از آن‌ها چندان دل در گرو حاکمیت ندارند و تنها در صورت اقناع شدن و امید داشتن برای شرایط بهتر پای صندوق می‌روند. پس سبب رأی اصلاح‌طلبان به دلیل تکرر، از یک ثبات دائمی برخوردار نیست. اما اوضاع برای طیف اصول‌گرا به گونه‌ای دیگر است. هواداران آنان قرابت بیشتری با نگاه رسمی حکومت و اهداف و آرمان‌های آن دارند. حسب متن اخبار خبرگزاری صدا و سیما، رأی دادن برای این افراد، به مثابه یک وظیفه دینی و واجب شرعی قلمداد می‌شود. پس حضور این قشر در ادوار مختلف انتخابات، خیلی تفاوتی نمی‌کند و به خاطر علاقه و پایبندی‌شان به اسلام، ولایت و حکومت اسلامی پای صندوق می‌آیند. به این ترتیب وقتی «نامیدی هواداران اصلاح‌طلبان از آن‌ها» در کنار «لیستی رأی دادن مردم» قرار بگیرد، باعث شکل گرفتن نتیجه‌ای کاملاً متفاوت و در تضاد با انتخابات قبلی مجلس (دوره دهم) می‌شود؛ چنان که نتایج انتخابات نیز این فرضیه را تأیید کرد. یعنی این بار طرفداران اصول‌گرایان با شرکت در انتخابات و رأی دادن به لیست موسوم به «اتلاف

بنا شدن جمهوری اسلامی بر شالوده دین، چند خصیصه بدان داده است. در باور دینی اعتقاد به خداوند یگانه^۱ باعث اعتقاد به امر مطلق می‌شود و با ایجاد نوعی وحدت و انحصار، هرآنچه را از خداوند به عنوان خیر مطلق نشأت گرفته حق (و درست) و هر چیزی را که ریشه در غیر او دارد باطل (و غلط) می‌داند. اعتقاد به چندپارگی حقیقت و تکرر سرچشمه‌های رستگاری (پلورالیزم) در این باور پذیرفته نیست. خوانش سیاسی از دین منتج به استخراج همین مضامین در عرصه سیاست داخلی و خارجی می‌شود. حکومت اسلامی (دینی) به عنوان واسطه میان مردم و خداوند، قائل به حیات اخروی است، بنابراین بنای سعادت را بر هدایت مردم می‌گذارد. زیرا بشر (در معرض خطا)^۲ نیاز به هدایت دارد و اساس و فلسفه بعثت و دعوت پیامبران نیز همین بوده است.^۳ استفاده از اصطلاحاتی نظیر مردم‌سالاری دینی یا دموکراسی هدایت شده بر همین مبنا است.

«شهید سلیمانی» یکی از دال‌های فعال و کلیدی در این گفتمان است که علاوه بر اختصاص یافتن کدهای فراوان بدان، بر سایر دال‌های مجاور خود نیز تأثیر دارد. تشییع پیکر او با حضور میلیونی مردم در سراسر کشور، نوعی حمایت مردم از حکومت و آرمان‌هایش (نظیر مقاومت) به شمار رفت؛ تا جایی که در اخبار از اصطلاح «فراندوم تشییع» استفاده شده است. به علاوه شهادت او به دست آمریکایی‌ها دلیلی شد برای اثبات و تداوم باور دشمنی آمریکا با ایران و انقلاب اسلامی. مکرر در اخبار خبرگزاری صدا و سیما برچسب تروریست به دولت آمریکا زده شده است. چند روز بعد از شهادت سردار سلیمانی، سپاه پاسداران در انتقام از این حرکت آمریکایی‌ها چند موشک به پایگاه عین الاسد (مقر آمریکایی‌ها در خاک عراق) شلیک کرد. البته همین ماجرا زمینه‌ساز انهدام هواپیمای اوکراینی و کشته شدن سرنشینان آن شد. همچنین شهید سلیمانی به دلیل وجهه نمادینی که یافت، به مثابه یک الگوی همگانی از سوی حاکمیت و رسانه‌های وابسته به آن معرفی شد. به طوری که مشابهت و هم‌فکری با او، در متن چندین خبر به عنوان ملاکی برای گزینش نماینده اصلح معرفی شده است. البته رجوع به متن و کاوش در واژگان نشان می‌دهد که قرائت و بازنمایی حاکمیت از سردار سلیمانی بیشتر متمرکز بر برجسته‌سازی عناصری همچون ولایت‌مداری، مقاومت، ظلم‌ستیزی و غیره است.

مردم: ابتدا از منظر گفتمان تحریم انتخابات به «مردم» نگریسته می‌شود (تصویر ۴). مردم و حاکمیت یک ارتباط دوسویه دارند. ردیف واژگانی مانند فقر، نارضایتی، مقاومت (علیه حکومت)، اتحاد، اعتراض و غیره، برای توصیف مردم در این گفتمان به کار رفته

۲. «لَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ» (نحل، ۳۶)

۱. «قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ» (توحید، ۱)

۲. «إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ» (یوسف، ۵۳)

مشارکت در انتخابات»، به هیچ‌وجه مستقل و بیگانه با زیرمقوله «نرخ پایین مشارکت در انتخابات» نیست. ابتدا به سراغ گفتمان تحریم انتخابات رفته و جایگاه مقوله «انتخابات» در آن بررسی می‌شود (تصویر ۶). پرتکرارترین مؤلفه در این بخش، «دعوت مخالفین حکومت به تحریم انتخابات» با اختصاص حدود ۲۵ درصد کدها به خود، است. قیاس و تطابق کدهای متعلق به مضمون مذکور با تعداد کل اخبار ایران اینترنت‌نشال نشان می‌دهد که به طور میانگین در هر خبر یک بار بر این مسئله به شیوه‌های بیانی مختلف اشاره و تأکید شده است. نوع‌گزینش واژگان برای بیان محتوا از ایدئولوژی مستتر در متن، تأثیر می‌پذیرد. مثلاً تأکید بر عبارت «ردصلاحیت» در اخبار ایران اینترنت‌نشال در برابر «بررسی صلاحیت» در اخبار خبرگزاری صدا و سیما؛ یا استفاده از عبارت «اثر انگشتش بر روی ماشه اسلحه» که با تداعی انگشت زدن در جوهر برای رأی دادن و حوادث آبان ۹۸ (و موارد مشابه)، شرکت در انتخابات را مساوی با همکاری با دستگاه قدرت برای سرکوب معترضین می‌داند.

ترفند دیگری که گفتمان تحریم برای نیل به مقصود خویش به کار بسته، تلاش برای چارچوب‌سازی در ذهن مخاطب از طریق کلیشه‌سازی و برجسب‌زدن بر انتخابات است. ایران اینترنت‌نشال سعی کرده تا عدم سلامت و آزادی انتخابات را با تکرار متناوب کدهایی نظیر «انتخابات نمایشی»، «انتخابات فرمایشی»، «انتخابات تشریفاتی» و «تقلب در انتخابات» به ذهن مخاطب القا کند (بیش از ۳۳ درصد کدهای این بخش به همین ۴ مضمون اختصاص یافته). به بیان دیگر پس از خواندن این اخبار، با شنیدن کلمه «انتخابات»، به صورت ناخودآگاه مفاهیمی همچون «تقلب»، «دست‌کاری در آرا»، «ردصلاحیت» و غیره، در ذهن مخاطب تداعی می‌شود. دو مورد از کدهای این بخش مربوط به بعد از دوم اسفند هستند: «نرخ پایین مشارکت در انتخابات» و «پیروزی محافظه‌کاران و نظامیان در انتخابات». ایران اینترنت‌نشال مجلس یازدهم را مجلسی متشکل از برخی جریان‌های سیاسی محافظه‌کار می‌داند که در تبعیت محض از رهبر انقلاب است. هدف از اختلاط سه مضمون «نرخ پایین مشارکت»، «پیروزی محافظه‌کاران» و «تبعیت محض از رهبری»، تثبیت باور «شکاف میان مردم و حکومت» است.

معنابخشی به «انتخابات» در اخبار خبرگزاری صدا و سیما رویه‌ای متفاوت دارد (تصویر ۷). جمهوری اسلامی حضور مردم پای صندوق رأی را به مسئولیت‌پذیری و حمایت از نظامی که متعلق به خود آن‌ها است، تعبیر می‌کند. فراجانحی بودن مردم در این جا هم با بیان عبارت «تأثیر بررسی صلاحیت‌ها بر مشارکت مردم در انتخابات کم‌تر از نیم درصد است» مورد اشاره قرار گرفته است. «شکست و یأس دشمن» و «افزایش اقتدار نظام» دو آیت‌م مرتبط با یکدیگر هستند. حضور

نیروهای انقلاب» هر ۳۰ کرسی مجلس را تصاحب کردند. تصویری که از مردم در گفتمان مشارکت حداکثری (تصویر ۵) بر ساخته شده را می‌توان بدین صورت توصیف کرد: مردم با بصیرت، دین‌دار، آگاه و هوشیارند. بصیرتی که شهادت سردار سلیمانی بر آن افزوده و کمک می‌کند به بیش عمیق‌تر و تصمیم‌گیری بهتر برای انتخاب نماینده اصلح در انتخابات مجلس شورای اسلامی. آگاهی و هوشیاری مردم باعث می‌شود تا دشمن را به خوبی بشناسند و با ترفندها و دسایس او مقابله کنند. یکی از شیوه‌های مقابله با دشمن و مایوس ساختنش، حضور پرشور در انتخابات است. طبق این تعریف مردم «مسئولیت‌شناس» و «پشتیبان نظام» هستند و از این رو فراجانحی عمل می‌کنند و شرکت آن‌ها در انتخابات به منزله ادای تکلیف است. علاوه بر مشارکت (و حماسه‌آفرینی)، آنان نقش نظارت بر انتخابات را نیز به عهده دارند؛ زیرا نظارت اساساً به عنوان امری همگانی تلقی می‌شود که علاوه بر شورای نگهبان (و احزاب) مردم نیز باید در آن وارد شده و در یک همکاری متقابل با شورای نگهبان، از طریق اعلام و گزارش تخلفات، سلامت انتخابات را افزایش دهند. با نگرستن به شیوه معناپردازی پیرامون دال مردم در هر دو گفتمان، می‌توان محورهای تضاد و تخاصم را به روشنی دریافت. در گفتمان تحریم انتخابات، عنصر «شکاف میان مردم و حکومت» برجسته شده است. این یعنی مردم خود را در حاکمیت دخیل ندانسته و آن را متعلق به خود نمی‌دانند. دوگانه «اعتراض - سرکوب» نیز این انفصال را پررنگ‌تر می‌نماید. حال آن که در گفتمان مشارکت حداکثری، مردم «پشتیبان نظام» (که متعلق به آن‌ها است) معرفی می‌شوند. مؤلفه‌های «مردمی بودن نظام» و «اداره امور کشور به کمک آرای مردم» (بعد از انقلاب)، با مضمون فوق ارتباط محتوایی دارند. مردم نه تنها در بالا بردن مشارکت نقش دارند که در بخش نظارت نیز درگیر مسئله هستند و برای همین به سلامت انتخابات اعتماد دارند. از این رو علی‌رغم اشاره به مشکلات معیشتی و اقتصادی (حتی در اخبار خبرگزاری صدا و سیما)، وزن «مسئولیت‌شناسی» و «بصیرت» مردم سنگین‌تر از آن است که از پشتیبانی نظام دست بکشند. آنان به جای تحریم انتخابات و شاد کردن دشمنان، سعی می‌کنند با حضور پرشور در انتخابات و گزینش نمایندگان اصلح، مجلسی قوی و به تبع آن دولتی کارآمد بسازند.

انتخابات: دال سومی که در هر دو گفتمان به صورت مشترک وجود دارد «انتخابات» است. گاه دال‌های مورد بحث، کاملاً مستقل از همسایگان خود نبوده و دادوستد معنایی و محتوایی میان آن‌ها صورت می‌گیرد که باعث تأثیرپذیری آن‌ها از یکدیگر می‌شود. در تحلیل‌های ارائه شده بایستی ارتباطات عناصر گوناگون را کشف و آن‌ها را اعمال کرد. برای مثال آیت‌م «تمایل پایین مردم برای

پر شور مردم تحکیم‌بخش جمهوریت نظام و خنثی‌کننده توطئه‌های کسانی است که تلاش کرده‌اند، با القای فاصله میان مردم و حکومت و ناامید ساختن مردم از شرکت در انتخابات، وجهه مردمی حکومت را دچار چالش کنند. دعوت مداوم از مردم برای مشارکت حداکثری توسط مقامات حکومت، از رهبری تا ائمه جمعه و مسئولان دولتی، بر همین اساس صورت گرفته است.

سلامت و آزادی انتخابات دو عنصر دیگری هستند که در گفتمان مشارکت حداکثری بر آن‌ها تأکید شده است. موضوع سلامت انتخابات در اخبار خبرگزاری صدا و سیما بر چند بنیان استوار شده است؛ یکی این که خود مردم در نظارت نقش دارند. اختصاص کامل یک خبر به جزئیات گزارش‌های دریافتی از سوی مردم و ارائه اطلاعاتی پیرامون آن، در همین راستا است. علاوه بر این احزاب نیز به نمایندگی از مردم، بر انتخابات نظارت دارند. دوم این که پایبندی اعضای شورای نگهبان که مشتمل بر جمعی از فقها و حقوق‌دانان است، به عقاید دینی مانع چشم‌پوشی از تخلفات صورت گرفته می‌شود؛ زیرا آرای مردم نزد آنان به منزله حق الناس و امانت است که باید در حفظ و صیانت از آن کوشش کرد. به گواه اخبار خبرگزاری صدا و سیما کم‌ترین میزان تخلف مربوط به ناظران شورای نگهبان بوده است. این صحت و سلامت عملکرد شورای نگهبان را تأیید می‌کند. سوم احراز هویت افراد به صورت الکترونیکی است که باعث جلوگیری از تقلب و تخلف می‌شود.

در رابطه با آزادی انتخابات نیز به تناوب در اخبار مختلف صحبت می‌شود. «رقابتی بودن انتخاب» در شش خبر مطرح شده است. تأکید بر «حضور جدی جریان اصلاحات» از سوی محمدرضا عارف (رئیس شورای سیاست‌گذاری اصلاح‌طلبان)، «ارائه لیست واحد از سوی ائتلاف نیروهای انقلاب»، «بی‌طرفی سیاسی قانون انتخابات»، «بی‌طرفی سیاسی شورای نگهبان» و «قانون‌مداری شورای نگهبان» (دو مورد آخر از دال نظام جمهوری اسلامی)، همگی می‌کوشند تا رقابتی بودن انتخابات و حضور جریان‌های مختلف سیاسی در آن را القا کنند. هرچند در مواردی این مسئله به چالش کشیده می‌شود. برای مثال در خبری به نقل از محمدرضا عارف آمده: «در تهران با توجه به ردصلاحیت چهره‌های کیفی اصلاح‌طلب، شورای عالی قادر به لیست دادن نبود» (خبرگزاری صدا و سیما، ۱۳۹۸، ب)؛ یا در خبری دیگر استاندار تهران گفته: «شرایط رقابت در شهر تهران فراهم است؛ هرچند در برخی شهرهای استان چنین شرایطی فراهم نیست» (خبرگزاری صدا و سیما، ۱۳۹۸، ج). اختصاص یافتن تنها یک کد به جریان اصلاحات، در برابر ۱۳ کد مربوط به جناح اصول‌گرا و اختلاف روشن در بخش استنادات اخبار و انتخاب مصاحبه‌شونده‌ها این باور را در مخاطب ایجاد می‌کند که یا خبرگزاری صدا و سیما جهت‌دار رفتار کرده و

بیشتر اخبار یک طیف را پوشش داده یا اساساً اصلاح‌طلبی در انتخابات حضور نداشته که راجع به او خبری تهیه شود. مطالعه رویدادهای سیاسی و اجتماعی در کنار سخنان رئیس‌جمهور وقت، حسن روحانی (ن.ک به ایران اینترنشنال، ۱۳۹۸) و دنیای اقتصاد، (۱۳۹۸) و برخی نمایندگان که از کیفیت بررسی صلاحیت نامزدها ابراز نارضایتی کرده بودند (ن.ک به اعتماد آنلاین، ۱۳۹۹) به علاوه موارد فوق، نشان می‌دهد انتخابات آن‌چنان که باید و شاید (حداقل در برخی حوزه‌های انتخابیه) جنبه رقابتی نداشته است.

آخرین مطلبی که در این بخش بدان پرداخته می‌شود، عنصر «مجلس قوی» است که بیش از ۲۲ درصد تمام کدهای مربوط به انتخابات را در برمی‌گیرد. تأکید بر جایگاه کلیدی و ویژه مجلس در قانون اساسی و حاکمیت و نقش آن در حل مشکلات کشور، در کنار تأکید بر انتخاب نماینده اصلح با ویژگی‌هایی همچون «پرهیز از منفعت‌طلبی»، «ولایت‌مداری»، «وفاداری به نظام»، «خدمتگزاری»، «ایمان» و غیره، مضامینی هستند که ذیل مجلس قوی آورده شده‌اند.

دشمن: دال «دشمن» تنها در گفتمان مشارکت حداکثری استفاده شده است (تصویر ۸). اعتقاد به امر مطلق که ریشه در یگانگی خالق دارد، منجر به ایجاد دوگانه‌های خیر و شر، حق و باطل، اسلام و کفر و مواردی از این دست می‌شود. بر این مبنا هرآنچه نیک است به «ما» (نماینده ولایت خداوند روی زمین) و هر آن‌چه بد است به «دیگری» (طاغوت، استکبار، شر، کفر) تعلق دارد. مشاهده صفاتی که در وصف آمریکا در اخبار خبرگزاری صدا و سیما آمده، حاکی از همین ایدئولوژی است. خصایصی نظیر: تروریست، سردمدار کفر جهانی، رو به افول، رژیم متقلب، پشتیبان شاه و صدام و غیره. حکومتی که در آن قدرت در دست اقلیتی ثروتمند است و مردمانش به انتخاباتی که برگزار می‌شود، اعتماد ندارند و برای اعمال سلطه در امور سایر کشورها دخالت می‌کند. تحریم اعضای شورای نگهبان و زیر سؤال بردن صحت انتخابات ایران نیز در همین راستا است. بیش از ۶۰ درصد کدهای ذیل مقوله «دشمن» به آمریکا اختصاص دارد. مؤلفه مهم دیگر این بخش «تلاش برای کاهش مشارکت» است که ۳۵ درصد کدها را در خود جا داده. دشمن از طریق «ایجاد یأس»، «شکاف افکنی بین مردم و نظام» و «جنگ روانی» می‌کوشد تا آمار مشارکت در انتخابات را کاهش دهد. جنگ روانی شامل «تبلیغات کذب» مانند وارونه جلوه دادن واقعیات و سیاه‌نمایی اوضاع، القای «بی‌فایده بودن انتخابات» و «بی‌اهمیت نشان دادن مجلس» با تأکید بر خودکامگی حکومت و ناکارآمدی و عدم استقلال و اختیار نمایندگان، «حمله به شورای نگهبان» و «غیررقابتی نشان دادن انتخابات» از طریق پیش کشیدن بحث ردصلاحیت‌ها و ادعای عدم آزادی انتخابات، می‌شود.

ردیف واژگانی از قبیل «خطر»، «ویروس جدید»، «شرایط بحرانی»، «عواقب فاجعه‌بار»، «آلودگی»، «تشدید شیوع بیماری»، «آلودگی ده‌ها هزار نفر در کشورهای مختلف»، با هدف هراساندن مخاطب و اقناع او به عدم شرکت در انتخابات است.

نتیجه‌گیری

انتخابات یازدهمین مجلس شورای اسلامی در تاریخ دوم اسفند ۹۸ در شرایطی صورت گرفت که کم‌تر از چهار ماه قبل برگزاری انتخابات یعنی در آبان ماه، فشارها و مشکلات اقتصادی مردم را به خیابان کشاند و سرتاسر کشور صحنه اعتراضاتی گسترده شد. اعتراضاتی که رهبری آن را دیگر همچون گذشته گروه‌های خاص مانند جریان‌های اصلاح طلب برعهده نداشتند و مردم خود سکان‌دار عرصه بودند. کشته شدن عده‌ای از معترضان باعث شد تا ناراضی‌ها دامنه‌دارتر شود و اخبار مرتبط با اعتراضات در فضای مجازی و شبکه‌های ماهواره‌ای انعکاس یابد. کما این که «اعتراض» و «سرکوب» (به عنوان کردارهایی غیرزبانی) دو مورد از مضامین پرتکرار در اخبار ایران اینترنت‌شنال بوده‌اند. دوگانه‌ای که در یک سوی آن مردم (ما) و در سوی مقابل آن حاکمیت (دیگری) ایستاده‌اند. ناآرامی‌ها و التهاب‌ها هنوز کاملاً آرام نگرفته بود که ماجرای انهدام هوپیمای اوکراینی با موشک شلیک شده از سوی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، دوباره آتش خشم و اعتراض مردم را شعله‌ور کرد و باز همان سناریوی قبلی تکرار شد. ایران اینترنت‌شنال با دروازه‌بانی اخبار و برجسته‌سازی هدفمند رویدادها درصد زمینه‌سازی و ایجاد خط روایی در خبرهای خود بوده است تا بدین وسیله چارچوب‌های موردنظر خود را در ذهن مخاطب شکل دهد. برای مثال اعتراضات دانشجویی پوشش داده می‌شود تا زیر لوای شعارهای دانشجویان، مضامین و انگاره‌های مطلوب ایران اینترنت‌شنال همچون فقر، عدم آزادی، انتخابات نمایشی، سرکوب و غیره بیان شود.

تلاش رسانه‌های داخلی و خارجی برای بازنمایی واقعیت و رقابت آن‌ها در چارچوب‌بندی رویدادها، به تدریج که موعد برگزاری انتخابات نزدیک‌تر می‌شد، منجر به صف‌بندی‌های گفتمانی طرفین و کوشش برای تقویت و بازتولید گفتمان موردنظرشان از طریق «برجسته‌سازی خود» و «به حاشیه راندن دیگری» شد. بنا به توضیحات فوق گفتمان وب‌سایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنت‌شنال مورد تحلیل قرار گرفت تا مشخص شود هرکدام آن‌ها در پی استقرار کدام مفاهیم و معناها بوده‌اند. برای این منظور چارچوبی نظری مشکل از نظریه‌های گفتمان، چارچوب‌سازی، برجسته‌سازی، انگاره‌سازی تدوین و طراحی شد. در مرحله بعد با در نظرگیری کردارهای زبانی و غیرزبانی طرفین

کرونا: دال کرونا تنها در گفتمان «تحریم انتخابات» به کار رفته است (تصویر ۹). با توجه ماهیت این مؤلفه و تازه‌وارد بودن آن در مقطع مورد بررسی، نمی‌توان عقبه تاریخی یا تفسیر معنایی عمیقی برای آن بیان کرد. در اخبار خبرگزاری صدا و سیما پرداختن به موضوع کرونا در ایران آن‌قدر ناچیز بود که جزو نمونه‌های انتخابی تحقیق قرار نگرفت. علت آن هم این است که خبرگزاری صدا و سیما تنها اخباری را منتشر می‌کند که مورد تأیید مراجع رسمی کشور قرار گرفته باشند. معدود اخبار راجع به مسئله کرونا هم اغلب مؤید ادعاهای ایران اینترنت‌شنال مبنی بر «بی‌توجهی به سلامتی مردم» است. در اخبار ایران اینترنت‌شنال نیز محدودیت زمانی، اجازه پرداختن بیشتر به کرونا و بهره‌گیری از آن جهت کاهش مشارکت را نمی‌دهد؛ اما با همین وضعیت هم تیتراژ دو خبر مستقیماً به کرونا اختصاص داده شده است. به علاوه ایران اینترنت‌شنال محدودیت‌ها و معذوریت‌های خبرگزاری صدا و سیما را ندارد و دست به انتشار آماری متفاوت در این زمینه می‌زند. بدین وسیله با صحنه گذاشتن بر عنصر «فریبکاری و دروغ» (ذیل دال جمهوری اسلامی)، ادعا می‌کند که کرونا اگر هم در ایران رؤیت شده باشد، برای جلوگیری از کاهش حضور مردم توسط حکومت پنهان می‌شود.

دو کد «امکان شیوع» و «ویروس خطرناک» در متن اخبار برجسته شده‌اند؛ نویسنده با گنجانیدن این مضامین تلاش می‌کند تا با ایجاد هراس در مخاطب به او درباره خطرات احتمالی این ویروس هشدار دهد. نباید فراموش کرد که در این برهه هنوز هیچ راه درمانی یا حتی شناخت اولیه‌ای از این ویروس در دست نبود. عبارت مشهوری وجود دارد بدین مضمون که: «ترس ریشه در جهل دارد». از همین رو خبر با اتکا بر بعد تازگی و ناشناخته بودن بیماری، مخاطب را می‌ترساند. نویسنده چند راه چاره نیز پیش پای خواننده می‌گذارد. اول فراهم آوردن تمهیدات ویژه توسط دولت برای رأی‌دهندگان؛ مانند الگویی که دولت اسرائیل پیاده کرده است. البته این گزینه پیشاپیش با سخنان سهل‌انگاران‌های که از سوی مقامات ایرانی در اخبار آورده شده، منتفی می‌شود. دوم تعویق انتخابات از سوی حکومت است. برای تقویت و تحکیم ایده پیشنهادی، به تصمیمات سران دولت سنگاپور و چند نقل قول، استناد شده؛ که این مسیر هم با آوردن عبارت «دعوت از مردم به شرکت گسترده در انتخابات مجلس در شرایط کنونی» به بن‌بست می‌رسد. چرا که به وضوح می‌گوید مسئولین ایرانی نه تنها تدبیری برای تهیه امکانات بهداشتی نیندیشیده‌اند، بلکه مردم را به حضور پرشور در انتخابات نیز دعوت می‌کنند. راه سوم که راحت‌تر از دو مورد قبلی است و چه بسا بیشتر مدنظر نویسنده باشد، عدم شرکت در انتخابات و پرهیز از تجمع در حوزه‌های رأی‌گیری است که اماکن مناسبی برای انتقال و سرایت این ویروس تنفسی هستند. تأکید بر

رسانه‌ها از طریق ساخت و پرداخت انگاره‌ها، واقعیت‌ها را بر ساخته و آن‌ها در چارچوب‌های مفهومی مورد نظرشان قرار می‌دهند. انگاره‌ها بستگی به ایدئولوژی رسانه‌ها دارند و در سطحی کلان‌تر در خدمت نظام معناساز آن رسانه هستند؛ به همین علت تصویرسازی هر رسانه از رویدادها، افراد و نهادها با دیگری متفاوت است. با این توضیح، تصویر جمهوری اسلامی در گفتمان تحریم انتخابات، کشوری است دچار وضعیتی مغشوش و نامطلوب با مسئولانی مستبد، غیرپاسخگو، ناکارآمد، فاسد، دروغ‌گو، انحصارگر و فریب‌کار که حقایق را سانسور و مخالفین خود را زندانی و سرکوب می‌کند و مردم را در زمین و آسمان می‌کشد. انگاره‌هایی که پیرامون انتخابات ساخته شده‌اند نیز مجموعاً برجسته‌سازی و القای مسائلی نظیر تحریم انتخابات از سوی مخالفین حکومت، رد صلاحیت‌های شورای نگهبان، نمایشی و ساختگی بودن انتخابات، بی‌میلی مردم نسبت به مشارکت، پیروزی محافظه‌کاران و نظامیان در انتخابات را دنبال می‌کنند. مردم با انگاره‌هایی مثل دل‌سردی و عدم تمایل برای مشارکت، فقر، ناامید از جناح‌های درون حکومت توصیف شده‌اند. انگاره‌های مرتبط با کرونا هم بر ابعادی مانند خطرناک و مسری بودن ویروس، آغاز شیوع آن از چین و بعد هم قم، جدیت کشورهای خارجی (اسرائیل و سنگاپور) در مبارزه با کرونا تمرکز دارند.

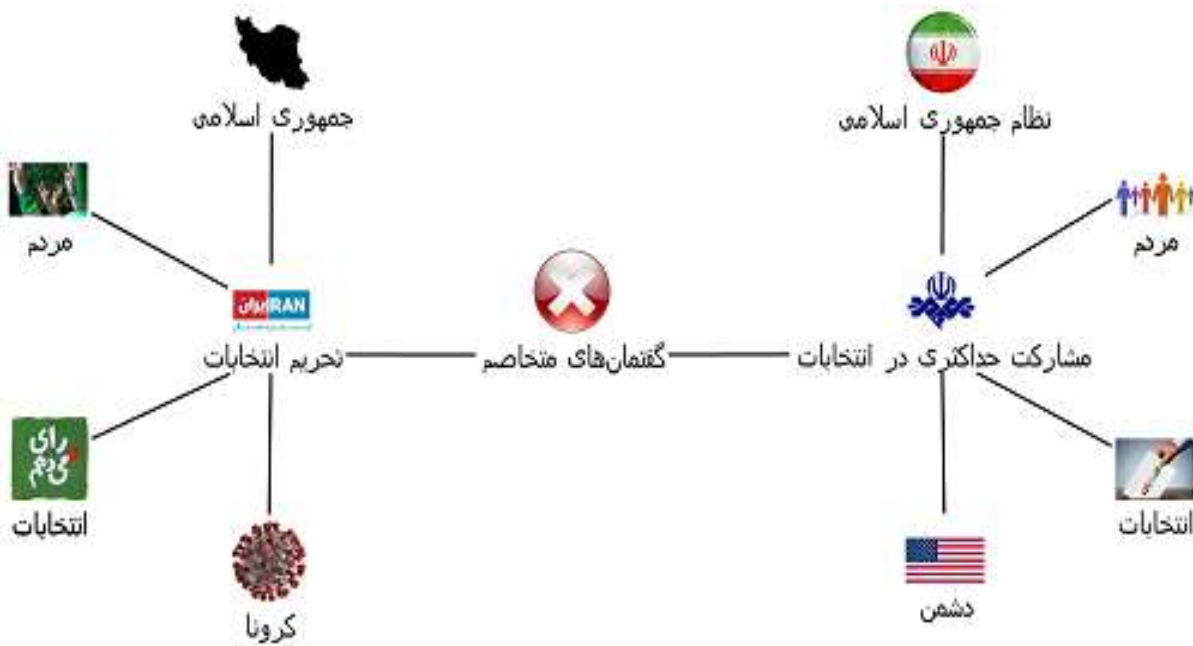
در گفتمان مشارکت حداکثری، انگاره‌های ساخته شده حول انتخابات سعی در نشان دادن حضور و نظارت احزاب، سلامتی و آزادی انتخابات، رقابتی بودن و شرکت سلیق گوناگون سیاسی، اهمیت نتیجه انتخابات ایران در جهان، تمایل و حضور پرشور مردم برای مشارکت، ابزاری جهت شکست و یأس دشمن و ساخت ایرانی قوی، دارد. نظام جمهوری اسلامی برخلاف گفتمان قبلی، نظامی مردم‌سالار و عامل به قانون با مسئولانی کوشا و نهادهایی کارآمد تصویر شده است که استقلال سیاسی و هویت ملی ایرانیان را احیا کرده و در ضدیت با استبداد و استکبار جهانی الگوی سایر کشورها است. حکومت اسلامی به دلیل ماهیت تلفیقی که یک پا در دین دارد و یک پا در سیاست، از ساخت سوژه‌ای به نام دشمن ناگزیر است. ریشه این امر به اعتقاد به امر مطلق (و وحدانیت خالق) بازمی‌گردد که باعث ایجاد دوگانه‌هایی نظیر خیر و شر، حق و باطل، اسلام و کفر می‌شود. در این گفتمان دشمن حامی تروریسم معرفی می‌شود که با تبلیغات کذب مانند تلقین بی‌فایده بودن انتخابات، حمله به شورای نگهبان، بی‌اهمیت نشان دادن مجلس و غیررقابتی نشان دادن انتخابات، سعی در پراکندن بذر یأس در جامعه و ایجاد شکاف میان مردم و حکومت دارد. آمریکا، اسرائیل و عربستان در رأس این دشمنان هستند که با تحریم اقتصادی، ترور سردار سلیمانی، حمایت از صدام در طول جنگ، ساقط کردن هواپیمای مسافربری ایران در

تخاصم و بافت و نظام معنایی حاکم بر هر گفتمان و نیز توجه به اصل غیریت‌سازی (قطب‌بندی)، مقولات مورد نظر از درون متون خبری هر وب‌سایت استخراج و کدهای باز و محوری برای مشخص‌سازی دال‌های هر گفتمان و دست یافتن به دال مرکزی تعیین شد. بر این اساس گفتمان‌های متخاصم تحقیق حاضر شامل گفتمان حاکم بر اخبار وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما با دال مرکزی «مشارکت حداکثری در انتخابات»، متشکل از دال‌های «انتخابات»، «نظام جمهوری اسلامی»، «دشمن» و «مردم» و گفتمان مستقر بر اخبار وب‌سایت شبکه ایران اینترنشنال با دال مرکزی «تحریم انتخابات»، متشکل از دال‌های «جمهوری اسلامی»، «انتخابات»، «مردم» و «کرونا» است.

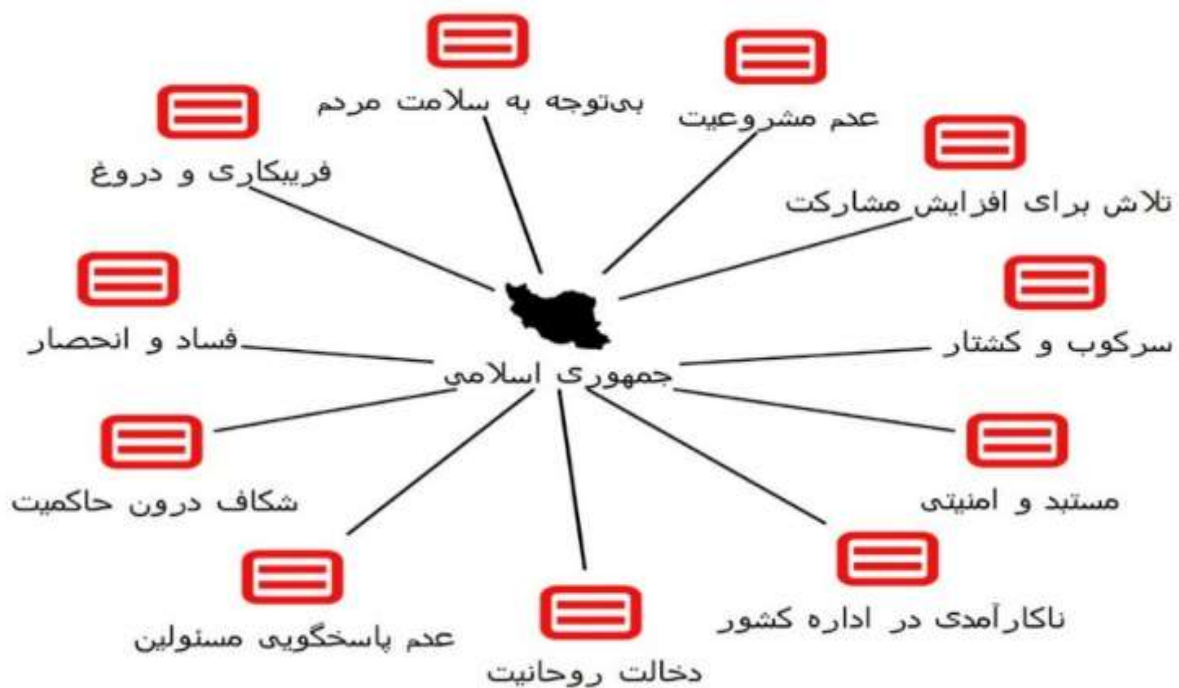
«جمهوری اسلامی» با اخذ حدود ۶۰ درصد کدها، برجسته‌ترین دال گفتمان «تحریم انتخابات» بوده است و کدهای مربوط به این مقوله بیشترین بسامد را در اخبار سایت ایران اینترنشنال داشته‌اند. با در نظر گرفتن نگاه منفی این گفتمان به جمهوری اسلامی، می‌توان دریافت که حکومت ایران در کانون حملات اخبار این وب‌سایت قرار داشته است. همچنین آیت‌م «کرونا» در رده آخر است که به دلیل تازه‌وارد بودن این ویروس در مقطع زمانی مورد بحث و کمبود اخبار و اطلاعات و نیز فاصله کم میان اعلام اولین مورد ابتلا به بیماری تا روز انتخابات، طبیعی می‌نماید. در گفتمان «مشارکت حداکثری»، دال «انتخابات» با اختصاص ۵۶ درصد کدها به خود، در صدر ایستاده است. چنان که از دال مرکزی این گفتمان برمی‌آید، خبرگزاری صدا و سیما تمام تلاش و انرژی خود را صرف دعوت و اقناع مردم به برگزاری پرشور انتخابات کرده است. در این گفتمان «مردم» با سهمی تنها حدود ۸ درصد از کل مضامین کدگذاری شده، در رتبه آخر هستند؛ حال آن‌که این رقم در گفتمان تحریم انتخابات ۱۳ درصد بود. این به معنای پرداختن کم‌تر به مردم در اخبار صدا و سیما است. ضعفی که ارتباطی معنادار با مؤلفه «مردمی نبودن» (از گفتمان تحریم انتخابات) دارد. مردمی خواندن نظام در گفتمان مشارکت حداکثری نیز وقتی کنار آمار فوق قرار می‌گیرد، یادآور دیگر مؤلفه گفتمان تحریم انتخابات یعنی «فریبکاری و دروغ» است. از نظر آیت‌های تشکیل دهنده (کدهای باز)، در گفتمان مشارکت حداکثری سه آیت «حضور پرشور»، «شکست و یأس دشمن» و «دعوت به مشارکت مردم» که هر سه زیر مجموعه دال انتخابات هستند، به ترتیب بیشترین فراوانی را دارند. در گفتمان تحریم انتخابات نیز پرتکرارترین آیت‌ها به ترتیب «تمایل پایین مردم برای مشارکت» از دال مردم، «دعوت مخالفین حکومت به تحریم انتخابات» و «انتخابات نمایشی» از دال انتخابات هستند. آیت‌های فوق به وضوح در خدمت دال مرکزی گفتمان خود هستند.

رویدادها به شهروند- خبرنگاران و برای دستیابی به صحبت‌های مقامات حکومتی به اخبار خبرگزاری‌های داخلی متکی هستند. در اخبار ایران اینترنت‌شنال به کشورهای چین و اسرائیل اشاره شده است. چین به عنوان کشوری که در سال‌های اخیر همکاری‌های راهبردی نزدیکی در ابعاد سیاسی و اقتصادی با جمهوری اسلامی داشته است، به واسطه شیوع ویروس کرونا و انتشار آن به سراسر جهان، هدف حملات رسانه‌ای و انگاره‌سازی منفی ایران اینترنت‌شنال قرار گرفته است. اما این نسبت درباره اسرائیل برعکس می‌شود. برجسته‌سازی اقدامات بازدارنده دولت اسرائیل برای محافظت از مردم این کشور در برابر ابتلا به ویروس کرونا و در نظرگیری انواع و اقسام تمهیدات بهداشتی، مؤید این ادعا است. با توجه به آنچه پیش‌تر راجع به مفهوم دشمن در جمهوری اسلامی گفته شد، می‌توان دریافت که نوع نگرش به کشورهای خارجی نیز از تخصص و قطب‌بندی میان دو گفتمان مستثنی نبوده است. هژمونی به کمک تثبیت معنا حاصل می‌شود؛ از این‌رو موفقیت طرح‌های سیاسی را به واسطه توانایی‌شان برای تثبیت نسبی معنا در بافتی مشخص و محدود می‌توان سنجید. اگر «رقم خوردن پایین‌ترین میزان مشارکت در تاریخ انتخابات جمهوری اسلامی» به عنوان واقعیت بیرونی در نظر گرفته شود، قیاس آن با دال مرکزی دو گفتمان نشان می‌دهد که گفتمان «تحریم انتخابات» در تثبیت نظام معنایی خود و ایجاد اجماع عمومی بر سر آن، موفق‌تر عمل کرده و هژمونیک شده است. هرچند نباید نقش کرونا را به عنوان عاملی بازدارنده در مشارکت مردم نادیده گرفت؛ اما به این نکته هم باید توجه کرد که اتفاقاً ایران اینترنت‌شنال با موقعیت‌شناسی و کنش به هنگام، از فرصت پیش‌آمده حداکثر استفاده را کرده و با برجسته‌سازی کرونا و بهره‌گیری از آن در نظام گفتمانی خود، کوشیده است تا آن را در خدمت دال مرکزی خود مبنی بر تحریم انتخابات درآورده و بدین ترتیب مخاطب را مجاب به عدم مشارکت سازد. با این توصیف هژمونیک شدن گفتمان «تحریم انتخابات» را نمی‌توان زیر سؤال برد؛ چرا که عواملی همچون سهل‌انگاری مسئولان جمهوری اسلامی در اتخاذ راهبرد مناسب و اندیشیدن تمهیدات لازم، عدم اطلاع‌رسانی کافی پیرامون کرونا در اخبار خبرگزاری صدا و سیما و یا حتی غفلت از مطالبات و دغدغه‌های مبتلابه مردم علی‌رغم علم به تأثیرگذاری آنان، مؤلفه‌هایی غیرقابل کنترل و خارج از دسترس نبوده‌اند که نتوان بر آن‌ها نفوذ و اراده خود را اعمال کرد.

تیر ۶۷ و غیره، عناد و تخصص خود را با مردم و حکومت ایران از گذشته تاکنون ثابت کرده‌اند. مردم نیز با انگاره‌هایی مانند آگاه، هوشیار، دارای بصیرت، مسئولیت‌شناس، دشمن‌شناس، پشتیبان نظام و مشتاق برای رأی دادن توصیف شده‌اند. مشخص شد که برجسته‌سازی‌ها و انگاره‌پردازی‌های هر دو گفتمان، ملهم از دال مرکزی آن‌ها و در جهت ساخت چارچوب‌هایی برای تقویت ایده مورد نظر بوده است. رسانه‌ها با چارچوب‌مند کردن رویدادها، ساختار شناختی معین و تعریف‌شده‌ای به مخاطب می‌دهند؛ به طوری که دریافت مردم از واقعیت، تحت تأثیر چارچوب‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد. لذا ایران اینترنت‌شنال با شکل دادن چارچوب‌هایی نظیر عدم سلامت انتخابات، عدم آزادی، عدم مشروعیت، استبداد و سرکوب حکومت، سعی در تشویق و اقناع مردم به عدم مشارکت دارد. در نقطه مقابل، خبرگزاری صدا و سیما نیز با ایجاد چارچوب‌هایی همچون سالم و رقابتی بودن انتخابات، همبستگی مردم و نظام، انتخاب نماینده اصلح برای تشکیل مجلس قوی و حل مشکلات کشور، تلاش و توطئه دشمن برای کاهش مشارکت، وحدت‌بخش بودن انتخابات و تعیین سرنوشت و آینده جامعه از طریق صندوق‌های رأی، مردم را به حضور پرشور و مشارکت حداکثری فرامی‌خواند. قطب‌بندی و غیریت‌سازی شدید و پررنگ میان دو گفتمان شامل دسته‌بندی و قیاس افراد و نهادهای مطرح شده در اخبار دو وب‌سایت نیز می‌شود. به گونه‌ای که افراد و نهادهایی که در یک گفتمان مثبت طبقه‌بندی شده‌اند، در گفتمان مقابل تقریباً همگی منفی ارزیابی می‌شوند. این تضاد را در نوع نگرش به آمریکا، اسرائیل، شورای نگهبان، آیت‌الله خامنه‌ای، رسانه‌های دو طرف و غیره می‌توان دید. تنها در مورد دو آئتم مردم و کشور، هر دو گفتمان اتفاق نظر داشته و یکسان عمل کرده‌اند. بررسی استنادات به کار رفته در اخبار دو وب‌سایت، نشان می‌دهد که تنوع منابع مورد استناد در اخبار ایران اینترنت‌شنال که شامل مجموعه‌ای متنوع از سخنان مقامات ایرانی و آمریکایی، رسانه‌های داخلی و خارجی، موافقان و مخالفان حکومت، شبکه‌های اجتماعی، مراکز افکارسنجی و حتی گزارش‌های غیررسمی می‌شود، نسبت به خبرگزاری صدا و سیما بیشتر است. حال آن‌که خبرگزاری صدا و سیما اکثراً شخص محور عمل کرده و بیشتر بر مصاحبه‌ها و نقل قول‌های مسئولین متکی بوده است. در صورت ارجاع به منابع دیگر نیز صرفاً به خبرگزاری‌های داخلی یا روابط عمومی سازمان‌ها استناد شده است. با این حال خبرگزاری صدا و سیما به دلیل حضور در داخل کشور، به منابع دست اول بیشتری دسترسی داشته و از آن‌ها بهره برده است. رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور اکثراً جهت پوشش



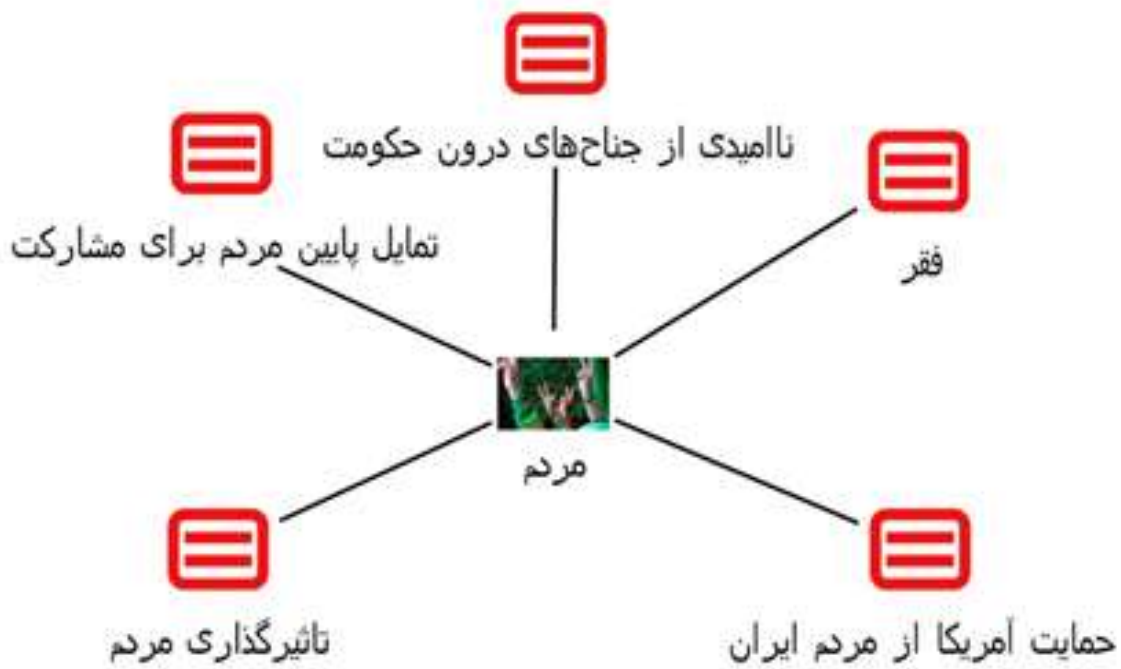
تصویر ۱ - صورت‌بندی گفتان‌های متخاصم



تصویر ۲- دال‌های ثانویه پیرامون «جمهوری اسلامی» در گفتان‌های متخاصم



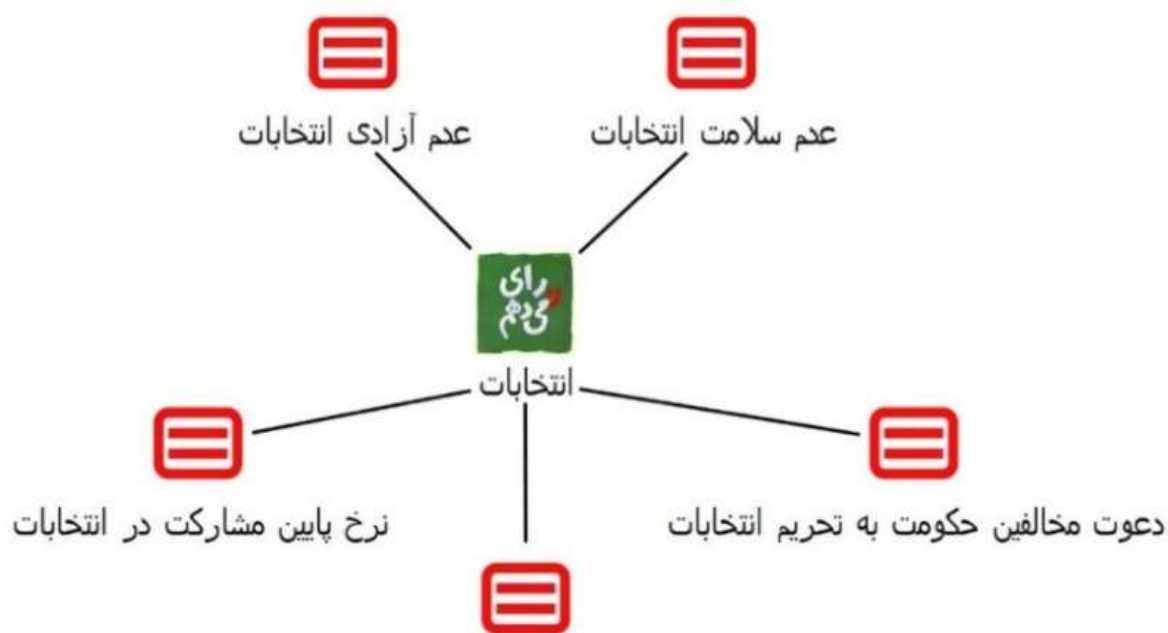
تصویر ۳- دال‌های ثانویه پیرامون «نظام جمهوری اسلامی» در گفتمان مشارکت حداکثری



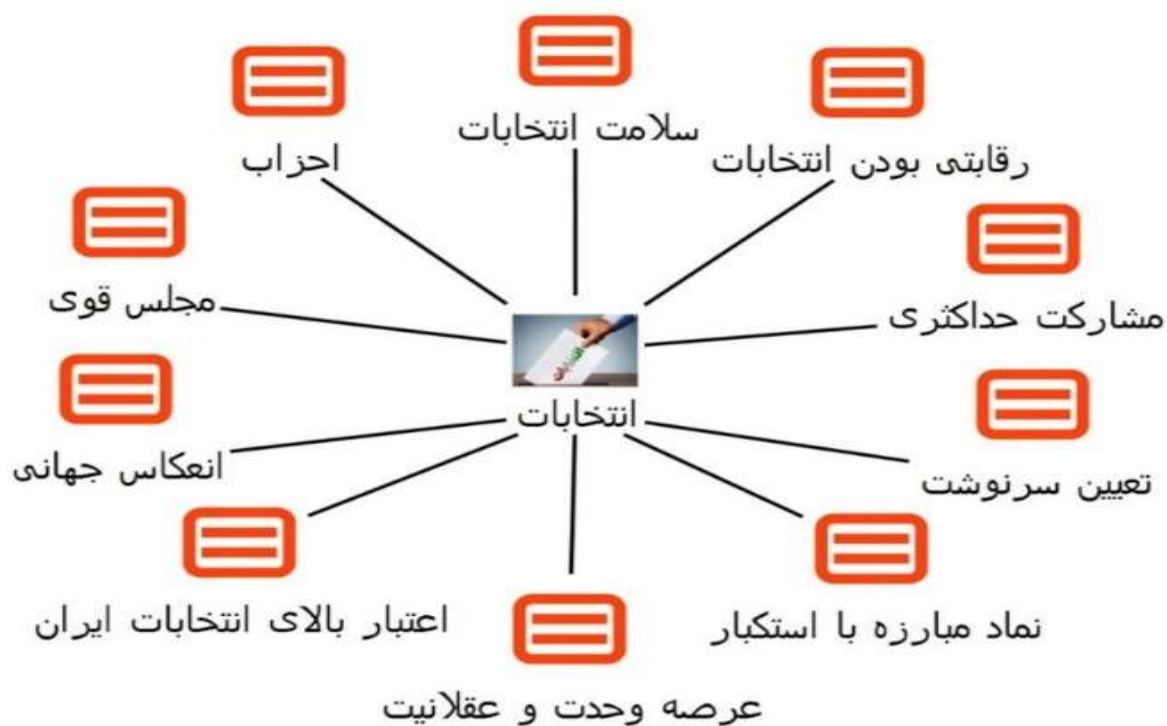
تصویر ۴- دال‌های ثانویه پیرامون «مردم» در گفتمان تحریم انتخابات



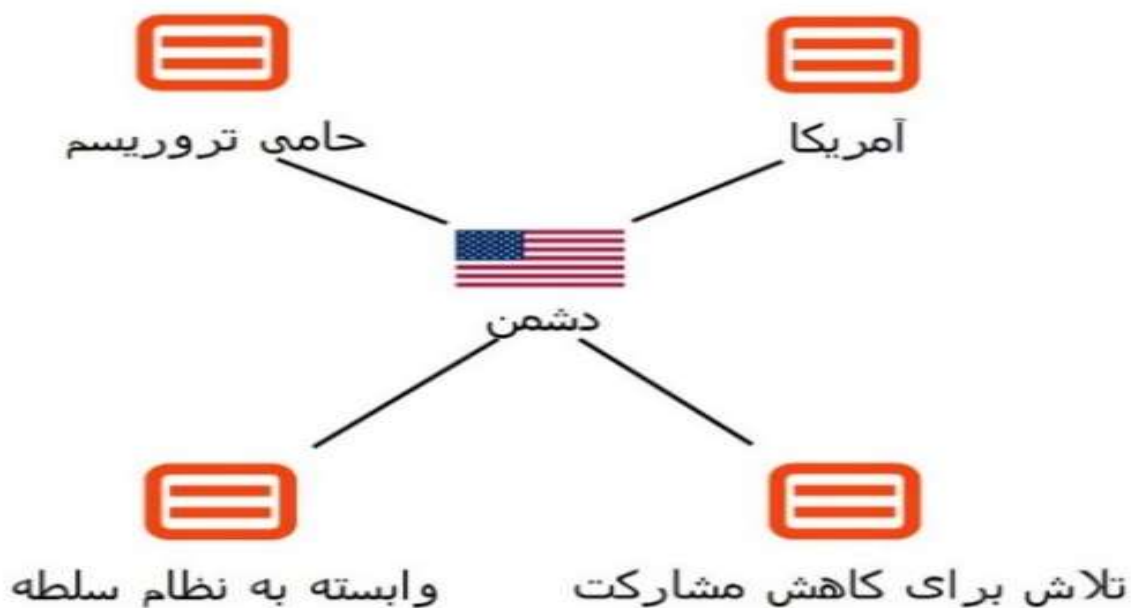
تصویر ۵- دال‌های ثانویه پیرامون «مردم» در گفت‌مان مشارکت حداکثری



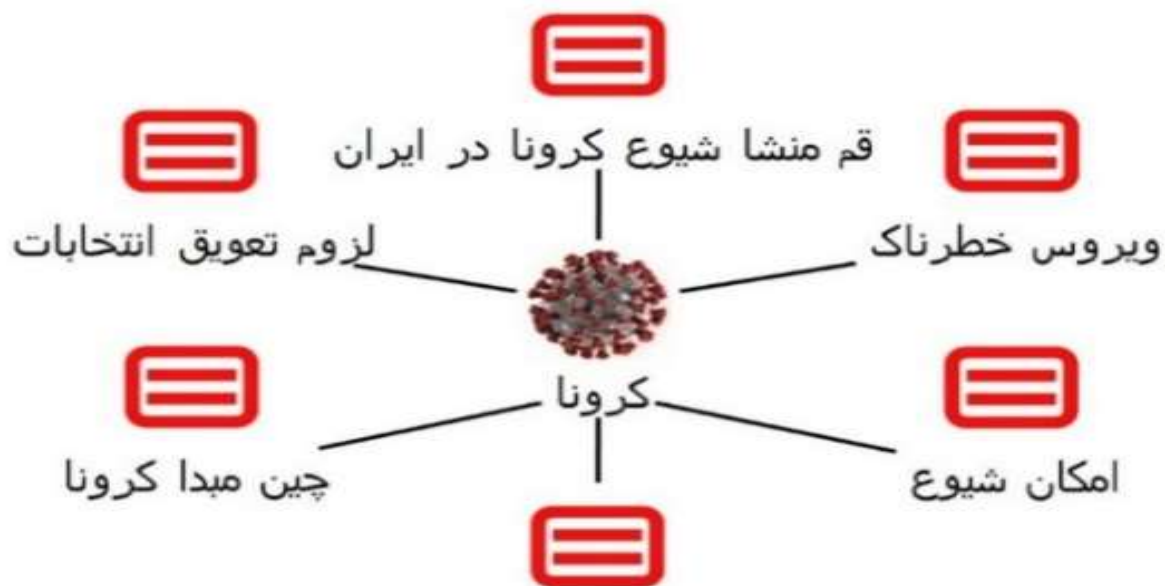
تصویر ۶- دال‌های ثانویه پیرامون «انتخابات» در گفت‌مان تحریم انتخابات
پیروزی محافظه‌کاران و نظامیان در انتخابات



تصویر ۷- دال‌های ثانویه پیرامون «انتخابات» در گفتمان مشارکت حداکثری



تصویر ۸- دال‌های ثانویه پیرامون «دشمن» در گفتمان مشارکت حداکثری



جدیت کشورهای خارجی در مبارزه با کرونا

تصویر ۹- دال‌های ثانویه پیرامون «کرونا» در گفتمان تحریم انتخابات

فهرست منابع

- اسلامی نژاد، محمد. و رزمجو، علی‌اکبر. (۱۳۹۷). "تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی"، فصل‌نامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال ۲، شماره ۲ (پیاپی ۶)، صص. ۹۹-۱۲۸.
- اعتماد آنلاین. (۱۳۹۹). "در جلسه علنی مجلس شورای اسلامی صورت گرفت: نظارت استصوابی شورای نگهبان محدود به استعلام از مراجع چهارگانه شد/ نمایندگان نظارت استصوابی در انتخابات مجلس را اصلاح کردند"، بازیابی از ۱۴ اردیبهشت ۹۹، از سایت اعتماد آنلاین.
- ایران اینترنت‌شنال. (۱۳۹۸). "روحانی: اگر رژیم گذشته تن به انتخابات می‌داد انقلاب نمی‌شد"، بازیابی از ۲۲ بهمن ۹۸، از سایت ایران اینترنت‌شنال.
- ایرنا. (۱۳۹۸). "وزیر کشور: میزان مشارکت در انتخابات مجلس یازدهم ۵۷/۴۲ درصد است"، بازیابی از ۴ اسفند ۹۸، از سایت ایرنا. پدram، مسعود. و محمدزاده، مهدی. (۱۳۸۳). "ایدئولوژی، هژمونی و سلطه در رسانه‌ها"، فصل‌نامه رسانه، دوره ۱۵، شماره ۱ (پیاپی ۵۷)، صص. ۷۷-۹۴.
- جنیدی، رضا. (۱۳۸۹). "تکنیک‌های عملیات روانی و شیوه‌های مقابله"، مشهد: انتشارات به نشر آستان قدس رضوی.
- جهانی‌نسب، احد. و فرهادی‌نسب، جعفر. (۱۳۹۹). "بررسی نقش انتخابات بر حاکمیت مردم با تأکید بر انتخابات مجلس شورای اسلامی"، ماهنامه پژوهش ملل، شماره ۵۳، صص. ۲۵-۴۱.
- حسینی، حسین. (۱۳۸۲). "اینترنت و عملیات روانی: نمونه جنگ عراق"، فصل‌نامه سیاست دفاعی، سال یازدهم، شماره ۴۴، صص. ۹-۳۱.
- خبرگزاری صدا و سیما. (۱۳۹۸). (الف). "آیت‌اله امامی کاشانی: رأی دادن مثل نماز واجب است"، بازیابی از ۲ اسفند ۹۸، از سایت خبرگزاری صدا و سیما.
- خبرگزاری صدا و سیما. (۱۳۹۸). (ب). "رئیس شورای سیاست‌گذاری اصلاح‌طلبان: ارائه لیست قابل قبول اصلاح‌طلبان در تهران"، بازیابی از ۲۳ بهمن ۹۸، از سایت خبرگزاری صدا و سیما.
- خبرگزاری صدا و سیما. (۱۳۹۸). (ج). "استاندار تهران خبر داد: شرایط رقابت نامزدها در تهران فراهم است"، بازیابی از ۲۴ بهمن ۹۸، از سایت خبرگزاری صدا و سیما.
- خجیر، یوسف. (۱۳۸۶). "انتخابات و مبارزه انتخاباتی: از رسانه تا مخاطب"، فصل‌نامه رهپویه هنر، دوره ۲، پیش‌شماره ۴، صص. ۳۲-۴۲.
- خمینی، روح‌اله. (۱۳۷۸). (الف). "صحیفه امام (مجموعه آثار امام خمینی)"، ج ۸، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- خمینی، روح‌اله. (۱۳۷۸). (ب). "صحیفه امام (مجموعه آثار امام خمینی)"، ج ۱۳، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- خمینی، روح‌اله. (۱۳۷۸). (ج). "صحیفه امام (مجموعه آثار امام خمینی)"، ج ۱۷، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- خمینی، روح‌اله. (۱۳۷۸). (د). "صحیفه امام (مجموعه آثار امام خمینی)"، ج ۱۸، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- دارابی، علی. (۱۳۹۲). "جامعه‌شناسی انتخابات یازدهم: تحلیلی بر فضای انتخابات ریاست جمهوری و رفتار رای‌دهی ایرانیان"، تهران: انتشارات همشهری.
- درزیان رستمی، حسن. و قدیمی، مهری. (۱۳۹۱). "بررسی تطبیقی مطالب انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه کیهان و اعتماد"، فصل‌نامه فرهنگ ارتباطات. شماره ۷، صص. ۱۴۱-۱۲۱.
- درستی، هاجر. (۱۳۹۳). "آسیب‌شناسی تبلیغات انتخاباتی مجلس شورای اسلامی در پرتو اصول حقوقی حاکم بر تبلیغات"، فصل‌نامه مجلس و راهبرد، شماره ۸۰، صص. ۸۹-۱۱۱.
- دنیای اقتصاد. (۱۳۹۸). "اظهارنظرها درباره احراز صلاحیت‌ها داغ‌تر می‌شود: کنایه‌های روحانی، گلایه‌های جنتی"، بازیابی از ۳ بهمن ۹۸، از سایت روزنامه دنیای اقتصاد.
- سلطانی، سیدعلی‌اصغر. (۱۳۸۷). "تحلیل گفتمان سیاسی رسانه‌ها"، فصل‌نامه علوم سیاسی، شماره ۴۲، صص. ۶۵-۹۴.
- سلطانی، سیدعلی‌اصغر. (۱۳۸۳). "تحلیل گفتمان به مثابه نظریه و روش"، فصل‌نامه علوم سیاسی، شماره ۲۸، صص. ۱۵۳-۱۸۰.
- صحرایی، فاطمه. و مزیدی، علی محمد. (۱۳۹۶). "کارآمدی قوانین تبلیغات انتخاباتی در انتخابات مجلس شورای اسلامی، ریاست جمهوری، شوراها و مجلس خبرگان رهبری"، چهارمین همایش ملی حقوق: ارزیابی کارآمدی قانون در نظام جمهوری اسلامی ایران. دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد.
- ضیایی‌پور، حمید. (۱۳۹۱). "جنگ نرم ۲: ویژه جنگ رسانه‌ای"، تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
- عالم، عبدالرحمن. (۱۳۹۴). "بنیادهای علم سیاست"، چاپ بیست و هفتم، تهران: نشر نی.
- غلامی، مصطفی. (۱۳۹۹). "مقایسه گفتمان وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما و وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌شنال در پوشش خبری انتخابات مجلس ۹۸"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روزنامه‌نگاری. دانشگاه صدا و سیما: تهران.
- قوام، عبدالعلی. (۱۳۹۵). "سیاست‌شناسی: مبانی علم سیاست"، چاپ هفتم، تهران: انتشارات سمت.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۹). "عصر اطلاعات: اقتصاد جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه شبکه‌ای"، ج ۲، ترجمه حسن چاوشیان. تهران: انتشارات طرح نو.

- Jamalinesari, A. (2015). "A critical discourse analysis of the electoral talks of Iranian presidential candidates in 2013", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, No. 192, PP. 132-141.
- Johnes, Rory., Faucon, Benoit. & Hagey, Keach. (2019). "Saudi Arabia Sought Vice's Help to Build a Media Empire", Retrieved 15 April 2021, From The Wall Street Journal Website.
- Kamali Dehghan, Saeed. (2018). "Ofcom examining TV network over interview praising attack in Iran", Retrieved 26 April 2021, From The Guardian Website.
- Lungu, Angela Maria. (2001). "WAR.com - The Internet and Psychological Operations", *Joint Forces Quarterly*, No. 28, PP. 13-17.
- Scheufele, Dietram A. (1999). "Framing as a Theory of Media Effects", *Journal of Communication*, Vol. 49(1), PP. 103-122.
- محمدحسینی طاهری، جواد. (۱۳۹۹). "گزارشی از روزنامه‌الخبار به نقل از مشرق» هیزم سعودی و بنزین آمریکایی"، ماهنامه میلغان، شماره ۲۴۹، صص. ۴۹-۵۷.
- مقدم‌فر، عطاله. (۱۳۹۷). "تأملی بر شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال"، ماهنامه دیده‌بان امنیت ملی، شماره ۸۱، صص. ۷۷-۸۳.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۵). "نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی"، چاپ پنجم، تهران: همشهری.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۰). "تصویرسازی منفی رسانه‌های غرب از جهان اسلام و ملل شرق (خود و دیگری در متون و رسانه‌های غرب)"، فصل‌نامه رسانه، شماره ۴۷، صص ۲۱-۱۰.
- نصر، صلاح. (۱۳۹۶). "جنگ روانی (کلامی)"، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران: انتشارات سروش.
- نوری‌راد، فاطمه. و جعفری‌نژاد، هادی. (۱۳۹۷). "بازنمایی مضامین و مفاهیم سنت‌گرایی دینی در آثار سیدرضا میرکریمی (با تأکید بر فیلم زیر نور ماه و اینجا چراغی روشن است)"، فصل‌نامه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۳، شماره ۲ (پیاپی ۴۱)، صص. ۶۹-۸۹.
- نوری ممرآبادی، علی.، رزمجو، علی‌اکبر. و نظری، هادی. (۱۳۹۸). "مقایسه گفتمان خبری بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا درباره پنجمین دوره انتخابات مجلس خبرگان رهبری"، فصل‌نامه مطالعات رسانه‌ای، دوره ۱۴، شماره ۱ (پیاپی ۴۴)، صص. ۳۹-۵۷.
- همشهری آنلاین. (۱۳۹۸). "میزان مشارکت در شهر تهران ۲۵/۴ درصد؛ استان تهران ۲۶/۲ درصد؛ کدام استان‌ها بیشترین و کم‌ترین مشارکت را داشتند؟"، بازیابی از ۴ اسفند ۱۳۹۸، از سایت همشهری آنلاین.
- هوشیار، مهدی. و گودرزی، محسن. (۱۳۹۹). "شیوه پوشش اخبار تشکیل ائتلاف دریایی آمریکا در خلیج فارس و دریای عمان (تحلیل گفتمان اخبار سایت‌های ایران اینترنشنال و دویچه‌وله فارسی)"، فصل‌نامه علوم خبری، شماره ۳۳، صص. ۶۹-۱۰۰.
- Beetham, David. & Boyle, Kevin. (2009). "Introducing Democracy: 80 Questions and Answers", Second revised edition (First Published in 1995), UNESCO publications.
- Dowse, Robert Edward. & Hughes, John A. (1972). "Political sociology", New York: Wiley Publications.
- Entman, Robert M. (2008). "Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case", *The International Journal of Press/Politics*, Vol. 13(2), PP. 87-102.
- Fowler, Roger., Hodge, Bob., Kress, Gunther. & Trew, Tony. (1979). "Language and control", London: Routledge and kegan Paul.
- Gowhary, H., Rahimi, F., Azizifar, A. &

A survey on the discourses of the websites of the IRIB News Agency and Iran International TV channel in the 11th parliamentary elections in Iran

Mostfa Gholami, Ebrahim Fathi, Jahandar Amiri

Abstract

Election is a phenomenon through which people play a role in determining their own destiny and the acceptance of their country in today's world. In the days of elections, various media, relying on their accumulated social capital and the trust and confidence that the audience has in them, present their desired discourses in order to attract and guide the people towards their desired goals and objectives. The results of the media alignment and discourse battle are also determined immediately after the vote count. Registration of 42.57% turnout in the 11th parliamentary elections, which is the lowest turnout in all previous periods of the Iran's election history, requires exploring and analyzing the discourses of actors active in this field, which IRIB News Agency website and Iran International TV channel Website were selected in this study. The purpose of this study is to determine the discourse of the mentioned media by thematic analysis the texts of their election news in the period of January 21 to February 29, 2020 using MAXQDA software. Findings show that the discourse of IRIB Agency News Website with the nodal point of "maximum participation in the election" consists of the surrounding signifiers of "election", "Islamic Republic", "enemy" and "people" and the discourse of Iran International TV channel website with the nodal point of "election boycott" also includes the signifiers of "Islamic Republic", "election", "people" and "corona". The framings and Image making of both media have fully served the nodal points of their desirable discourse. The low turnout in this election indicates the the discourse of election boycott has become hegemonic and its success in consolidating its semantic system and creating more consensus in the target community.

Key words: Parliamentary elections, News coverage, discourse, IRIB News Agency Website, Iran International TV channel Website.