

**The Contention of "Boycott" versus "Participation" in the Electoral Campaign****(A Comparative Analysis of the Discourses of IRIB News Agency and Iran-International Websites in the 14th Presidential Election of Iran)**Mostafa Gholami<sup>1</sup> | Ebrahim Fathi<sup>2</sup> | Afshin Omid<sup>3</sup>

Received Date: 2025/05/14

Accept Date: 2025/06/05

**Cite:** Gholami, M. Fathi, E. and Omid, A. (2025). The Contention of "Boycott" versus "Participation" in the Electoral Campaign (A Comparative Analysis of the Discourses of IRIB News Agency and Iran-International Websites in the 14th Presidential Election of Iran). *Crisis Studies of the Islamic World*, 12(3), 86-114.

DOI: 10.27834/CSIW.2505.1548.3.38.6

**Abstract**

*Elections*, a cornerstone of the IRI, significantly shape policymaking and governance, thus consistently drawing attention from both pro- and anti-regime factions and media. Actors in elections strive to promote their preferred ideas, intersubjectively embedding them among subjects to render their discourse hegemonic. The 39.92% participation rate in the first round of the 2024 presidential election of Iran, the lowest across all election cycles, underscores the need to examine active electoral discourses. This study aims to identify the discourses of the IRIB News Agency and Iran-International websites during the 14th presidential election. To this end, 35 news items from Iran-International's website and 45 from the IRIB News Agency were analyzed using MAXQDA software, based on Laclau and Mouffe's discourse theory and van Dijk's critical approach. Findings reveal that "maximum participation in elections" and "election boycott" serve as the nodal points of the IRIB News Agency and Iran-International discourses, respectively. Notably, Reformists and moderate mediators advocating participation faced greater criticism from Iran-International than Principlists. The low participation rate indicates that Iran-International strategically capitalized on events such as the autumn 2022 unrest and economic hardships, opportunistically appropriating these issues to establish discursive dominance.

**Keywords:** 14th Presidential Election, Election Boycott, Maximum Participation, Discourse Analysis, IRIB News Agency, Iran International

<sup>1</sup>. Master of Journalism. mostfagholami@gmail.com

<sup>2</sup>. Associate Professor of Journalism department, IRIB University, Tehran. e.fathi@iribu.ac.ir

<sup>3</sup>. Assistant Professor of Media Management department and Business Communication, University of Tehran, Tehran. aomidi@ut.ac.ir



## 1. Introduction

In democratic systems, elections are not only mechanisms for redistributing political power but also discursive arenas for representing public will and legitimizing political order. According to Article 6 of the Constitution of the Islamic Republic of Iran, the administration of the country is based on public votes through elections and referenda—a principle officially interpreted as "religious democracy".

Recent developments in Iran, however, have led to a notable decline in voter turnout. Discursively, this trend reflects a conflict between two semantic orders: participation and boycott. Domestic official media emphasize the discourse of participation by highlighting structural legitimacy and framing voting as a religious and national duty. In contrast, some foreign-based media attempt to delegitimize the electoral process and promote the discourse of election boycott. These outlets, often influenced by their sponsors' political and economic interests, provide critical representations of Iran's elections.

This study examines two representative cases—the IRIB News Agency and Iran International websites—to identify the mechanisms through which they construct meaning around Iran's 14th presidential election. The primary objective is to explore how these discourses relate to political participation, regime legitimacy, and media competition for hegemony.

## 2. Theoretical/Conceptual Framework and Research Method

This study employs critical discourse analysis based on Van Dijk's approach and Laclau and Mouffe's theory. A purposive sample of 80 news items published between June 10 and June 29, 2024, was analyzed: 45 from IRIB News Agency and 35 from Iran International. Texts were coded and examined using MAXQDA software.

This study is grounded in Laclau and Mouffe's discourse theory and Van Dijk's critical discourse analysis. Discourse, in this framework, is understood as a socially constructed meaning of reality that organizes power relations through language. Identities are stabilized through distinctions between self and other, and media participate in the hegemonization of discourses using tools such as lexical selection, framing, emphasis, and conceptualization. Hegemonization relies on stabilizing a semantic system and persuading subjects within it. Therefore, analyzing media linguistic practices provides insights into power relations within political society.

## 3. Discourse

The findings indicate a confrontation between two antagonistic discourses during Iran's 14th presidential election. IRIB News Agency's discourse centers on the signifier "maximum participation," whereas Iran International's discourse revolves around "election boycott".

In IRIB's discourse, the Islamic Republic is depicted as a religious, democratic, efficient, and anti-imperialist system, while citizens are portrayed as active, vigilant, and duty-oriented. Participation is framed as contributing to "defeating the enemy," ensuring national security, independence, and regime legitimacy. Electoral integrity, competitiveness, and freedom are emphasized.

Conversely, Iran International portrays the Islamic Republic as authoritarian, corrupt, monopolistic, and repressive. Citizens are represented as reluctant to participate due to poverty, repression, governmental inefficiency, and distrust in electoral institutions. Election boycott is emphasized through framing devices such as "show elections," "systematic disqualifications," "the gap between people and government," and "suppression of protests." Terms like protest, despair, corruption, tyranny, and lies are associated with the regime, while IRIB uses expressions such as strong government, loyalty to the Supreme Leader, insightfulness, choosing the best candidate, and enemy recognition.

Discursive polarization is also evident in the media's portrayal of institutions like the Guardian Council, the United States, and the Supreme Leader. Iran International seeks to hegemonize the discourse of election boycott by undermining legitimacy, amplifying collective anger, and marginalizing reformists as intermediaries.

#### **4. Conclusion and Suggestions**

The findings reveal that during the 14th election, domestic and foreign media operated within opposing narratives about the regime, citizens, and elections. The discourse of election boycott presents a crisis-driven, fragmented view of the state-citizen relationship, consolidating hegemonic elements through extensive coverage of protests and diverse sourcing.

IRIB News Agency emphasizes participation, electoral integrity, and competitiveness, highlighting regime cohesion and citizen alignment. However, its limited attention to social realities and lack of balanced representation of rival groups reduce its persuasive power.

Strategically, countering foreign media hegemony and reversing declining voter participation requires strengthening social cohesion, reforming domestic media policies, and redefining the semantic system of "religious democracy" in official media. Future research should investigate the impact of social media on perceptions of electoral participation and compare electoral discourses across different periods to better understand discursive developments in Iranian politics.



منازعه «تحریم» و «مشارکت» در کارزار انتخابات؛ (مقایسه گفتمان وبسایت‌های  
خبرگزاری صدا و سیما و ایران اینترنشنال در چهاردهمین انتخابات ریاست  
جمهوری ایران)

مصطفی غلامی<sup>۱</sup> | ابراهیم فتحی<sup>۲</sup> | افشین امیدی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۴

**استاد:** غلامی، مصطفی، فتحی، ابراهیم و امیدی، افشین. (۱۴۰۴). منازعه «تحریم» و «مشارکت» در کارزار انتخابات (مقایسه گفتمان وبسایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و ایران اینترنشنال در چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران). *بحران پژوهی جهان اسلام*، ۱۲(۳)، ۸۶-۱۱۴.

DOI: 10.27834/CSIW.2505.1548.3.38.6

### چکیده

انتخابات به عنوان یکی از ارکان اساسی جمهوری اسلامی، به دلیل نقش و تأثیری که بر چگونگی سیاست‌گذاری و اداره کشور دارد، همواره مورد توجه جریانات و رسانه‌های موافق و مخالف حکومت بوده است. بازیگران فعال در انتخابات می‌کوشند با عرضه ایده‌های مطلوبشان و بین‌الذهانی کردن آن‌ها میان سوژه‌ها، گفتمان مورد نظر خود را هژمونیک کنند. ثبت آمار مشارکت ۳۹/۹۲ درصدی در (دور نخست) انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۳ که پایین‌ترین میزان مشارکت در تمام ادوار انتخابات به شمار می‌رود، تأمل و امعان در گفتمان‌های فعال انتخاباتی را ضروری می‌کند. هدف این تحقیق نیز شناسایی گفتمان‌های وبسایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنشنال در چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری است. بدین منظور ۳۵ نمونه از اخبار انتخاباتی وبسایت ایران اینترنشنال و ۴۵ خبر از وبسایت خبرگزاری صدا و سیما با نرم‌افزار مکس کیودی‌ای مبتنی بر نظریه لاکلا-موفه و رهیافت انتقادی وندایک تحلیل گفتمان شد. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که «مشارکت حداکثری در انتخابات» و «تحریم انتخابات» به ترتیب دال‌های مرکزی گفتمان‌های وبسایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و ایران اینترنشنال هستند. از طرفی، اصلاح‌طلبان و نیروهای معتدل و میانجی که مردم را به شرکت در انتخابات دعوت کرده‌اند، بیش از اصولگرایان مورد هجمه ایران اینترنشنال قرار گرفته‌اند. همچنین آمار پایین مشارکت در چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری نشان می‌دهد که ایران اینترنشنال به طور هدفمند تلاش کرده است با فرصت‌طلبی، مسائل و رویدادهایی مانند ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱ و مشکلات اقتصادی مردم را در راستای تسلط گفتمان خود مصادره کند.

**واژگان کلیدی:** چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری، تحریم انتخابات، مشارکت حداکثری، تحلیل گفتمان، وبسایت خبرگزاری صدا و سیما، وبسایت شبکه ایران اینترنشنال

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد روزنامه‌نگاری. mostfagholami@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشیار گروه روزنامه‌نگاری، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران. e.fathi@iribu.ac.ir

<sup>۳</sup> استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت کسب و کار، دانشکدگان مدیریت، دانشگاه تهران. aomidi@ut.ac.ir



## مقدمه

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 جوامع بسیاری قرار گرفته است (عالم، ۱۳۹۴: ۲۹۵) (Alam, 2015: 295). در این راستا، قانون اساسی جمهوری اسلامی (۱۳۹۷) بر اساس اصل ششم، اداره کشور را متکی بر آرا و از طریق انتخابات و همه‌پرسی می‌داند. رهبر کبیر انقلاب اسلامی نیز «میزان» را رأی ملت می‌داند و بدین طریق بر اهمیت وجه دموکراتیک حکومت اسلامی، تأکید و ابرام می‌ورزید (خمینی، ۱۳۷۸: ۱۷۳) (Khomeini, 1999: 173). رأی‌دادن 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 انتخابات‌های گوناگون از جمله مجالس شورای اسلامی و خبرگان، ریاست جمهوری و شوراها شرکت کرده‌اند (دارابی، ۱۳۹۲: ۱۸-۳۴) (Darabi, 2013: 18-34).

انتخابات مجاللی برای ایفای نقش مردم در تعیین سرنوشت خویش و دستیابی به خواسته‌ها و اهداف مورد نظرشان فراهم می‌کند. دستیابی به این مهم مستلزم آگاهی است و یکی از شیوه‌های کسب آگاهی، رسانه‌ها هستند (محمدی و باوندپوری، ۱۳۹۸: ۱۳۱) (Mohammadi, Bavand, Puri, Eivazi, 2019: 131). انتخابات به مثابه یک فرآیند، لوازمی دارد که سلامت و کیفیت آن را تضمین می‌کند و ارتقا می‌بخشد. یکی از مهم‌ترین این لوازم، تبلیغات است که بر نگرش‌ها و رفتارهای انتخاباتی، میزان مشارکت عمومی و در نهایت انتخاب کاندیدها تأثیر می‌گذارد (صحرايي و مزیدی، ۱۳۹۶: ۱-۲؛ درستی، ۱۳۹۳: ۹۰) (Dorosti, 2014: 90; Sahraie & Mazidi, 2017: 1-2).

از سویی، بخش عمده‌ای از فرآیند انتخابات، چه به لحاظ سخت‌افزاری و کاربست تبلیغاتی آن و چه از منظر نرم‌افزاری و نهادینه کردن رفتار انتخاباتی و رهبری افکار عمومی، بر دوش رسانه‌هاست (رزمجو و اسلامی‌نژاد، ۱۳۹۸: ۱۰۱) (Razmjoo & Eslamiejad, 2019: 101). رسانه‌ها در انتخابات نقش و جایگاهی چند بعدی 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) (Darzian Rostami & Ghadimi, 2012: 121). البته محتوای تولیدی و جهت‌گیری رسانه‌ها متأثر از منابع اقتصادی، منافع سیاسی و باورهای ایدئولوژیک آن‌هاست (پدرام و محمدزاده، ۱۳۸۳: ۷۷-۷۸) (Pedram & Mohammadzade, 2004: 77-78). به همین دلیل، قرائت و بازنمایی آن‌ها از رخدادها، متفاوت و

منحصربه‌فرد است. رسانه‌ها برای بازنمایی مطلوب رویدادها، از نمودهای مختلف زبان مانند متن، صدا، تصویر و... بهره می‌گیرند (نوری‌راد و جعفرنژاد، ۱۳۹۷: ۷۲) (Noorirad & Jafarinejad, 2018: 72).

در عین حال، امروزه دیگر تنها منبع آگاهی بخشی جامعه، رسانه‌های سنتی همچون تلویزیون یا روزنامه نیست و عموم جامعه با دسترسی به ماهواره و اینترنت، به راحتی می‌تواند از دیدگاه‌های مختلف مطلع شوند. 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 میان وسایل ارتباط جمعی است (علویان و نیک‌روش، ۱۳۹۳: ۳۵) (Lungu, 2001: 13; Alavian & Nikravesh, 2015: 35). 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) (Ziaeiparvar, 2012: 83). لذا بررسی نحوه پردازش مسائل و موضوعات توسط رسانه‌های رقیب و شناخت مالکان این رسانه‌ها، نقشی قابل توجه در شناسایی و فهم شیوه‌های نفوذ و تأثیرگذاری آن‌ها بر افکار عمومی دارد. در این مقاله، اخبار وبسایت‌های خبرگزاری صداوسیما و ایران اینترنشنال در بازه ۲۰ خرداد (اعلام اسامی نامزدهای ریاست جمهوری توسط شورای نگهبان) تا هشتم تیر ۱۴۰۳ (روز انتخابات) تحلیل گفتمان شده است. بنابر توضیحات فوق، سؤال اصلی تحقیق این است که گفتمان‌های وبسایت‌های خبرگزاری صداوسیما و شبکه ایران اینترنشنال در انتخابات چهاردهمین دوره ریاست جمهوری ایران چیست؟

این انتخابات در شرایطی برگزار شد که رئیس‌جمهور فقید ایران «سیدابراهیم رئیسی»، ۳۰ اردیبهشت ۱۴۰۳ در سانحه سقوط بالگرد به‌شهادت رسید. طبق اصل ۱۳۱ قانون اساسی (۱۳۹۷) شورای سه‌نفره متشکل از معاون اول رئیس‌جمهور، رئیس قوه قضائیه و رئیس مجلس شورای اسلامی، موظف شدند ترتیبی دهند که حداکثر ظرف ۵۰ روز، انتخابات ریاست جمهوری برگزار شود. براساس اعلام وزارت کشور، «مسعود پزشکیان»، «مصطفی پورمحمدی»، «سعید جلیلی»، «علیرضا زاکانی»، «سید امیرحسین قاضی‌زاده‌هاشمی» و «محمدباقر قالیباف»، شش نامزدی بودند که صلاحیت‌شان برای انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۳ احراز شد. البته قاضی‌زاده و زاکانی اندکی پیش از انتخابات، از رقابت انصراف دادند. با این اوصاف اما حسب روند کاهشی مشارکت در انتخابات‌های سالیان اخیر، در (دور نخست) انتخابات چهاردهم ریاست جمهوری، پایین‌ترین میزان مشارکت (نسبت به تمام ادوار پیشین انتخابات) با شرکت ۳۹/۹۲ درصد واجدین شرایط در کشور (۲۳ درصد در تهران) به ثبت رسید (وزارت کشور، ۱۴۰۳؛ روزنامه شرق، ۱۴۰۳) (Ministry of

اینترنت‌نشال برای کاهش میزان مشارکت مردم، کوشش فراوانی کردند. (Interior of IRI, 2024; Shargh Daily, 2024). در این مدت، رسانه‌های بیگانه از جمله ایران شبکه ایران اینترنت‌نشال که در لندن مستقر است، فعالیت خود را از اردیبهشت ۱۳۹۶ مصادف با انتخابات دوازدهم ریاست‌جمهوری ایران، آغاز و در ادامه با پرداخت دستمزدهای بالاتر، کارکنان دیگر شبکه‌ها مثل من و تو، بی‌بی‌سی فارسی و صدای آمریکا را جذب کرد (مقدم‌فر، ۱۳۹۷: ۸۱-۸۲) (Moghadamfar, 2018: 81-82). وابستگی مالی این شبکه به چند سرمایه‌دار عرب منتسب به دربار آل‌سعود (Kamali Dehghan, 2018; Johnes & Faucon & Hagey, 2018)، پخش زنده گردهمایی سالیانه سازمان مجاهدین خلق، مصاحبه با سخنگوی گروهک تروریستی الاحوازیه و پوشش گسترده اعتراضات آبان ۹۸ و پاییز ۱۴۰۱، از جمله اقدامات جنجالی این رسانه علیه جمهوری اسلامی بوده‌اند (محمدحسینی‌طاهری، ۱۳۹۹: ۵۴-۵۵) (Mohammad Hosseini, 2020: 54-55). در طرف مقابل، وبسایت خبرگزاری صداوسیما برای تحلیل و ارزیابی انتخاب‌شدن تا مشخص شود که راهبرد و روش این رسانه در قبال مسئله انتخابات چگونه بوده‌است؟ با توجه به وسعت دامنه مخاطبان صدا و سیما، جایگاه ویژه در قانون اساسی و برتری نسبی به لحاظ برخوردار از زیرساخت‌ها در قیاس با دیگر رسانه‌های داخلی، خبرگزاری صدا و سیما می‌تواند نماینده مناسبی برای رسانه‌های داخل کشور باشد. جلوگیری از تکرار نتایج مشابه در انتخابات‌های آتی، نیازمند هوشیاری در عرصه تبلیغات و فضاسازی مناسب انتخاباتی و شناخت دقیق سیاست‌ها و گفتمان رسانه‌های رقیب است تا در دوره‌های بعدی انتخابات، به‌شکلی دقیق‌تر و آگاهانه‌تر برای برنامه‌سازی و اطلاع‌رسانی به مردم اقدام شود. هدف اصلی این مقاله نیز شناسایی گفتمان‌های وبسایت‌های خبرگزاری صدا و سیما و شبکه ایران اینترنت‌نشال در انتخابات چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری ایران است.

### ۱- پیشینه پژوهش

غلامی و دیگران (۱۴۰۰)؛ (Gholami and Others, 2021) در مقاله‌ای با عنوان «تصویر انتخابات مجلس یازدهم ایران در گفتمان شبکه ایران اینترنت‌نشال» با بهره‌گیری از رهیافت انتقادی ون‌دایک و نظریه لاکلاو-موفه، نشان دادند که «تحریم انتخابات» دال مرکزی گفتمان اخبار ایران اینترنت‌نشال است. این رسانه، علاوه بر دروازه‌بانی اخبار و پوشش خبرهای همسو با سیاست کاهش مشارکت عمومی در انتخابات، با برجسته‌سازی مضامین موردنظر خود و انگاره‌سازی پیرامون اشخاص و رویدادها، سعی در بازنمایی وقایع و تفسیر آن‌ها در چارچوب‌های مد نظرش داشته است.

رزمجو و دیگران (۱۴۰۱)؛ (Razmjoo, 2022) در تحقیقی به مطالعه اخبار وب سایت فارسی صدای آمریکا و یورونیوز درباره سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران با بهره گیری از رویکرد انتقادی ون دایک پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد که هر دو وبسایت درصدد اعتبارزدایی از نهادهای انتخابی جمهوری اسلامی و مخدوش کردن اصل انتخابات در ایران هستند. علاوه بر این، صدای آمریکا بر «گفتمان تحریم و براندازی» هم تأکید می‌کند، اما یورونیوز با وجود انعکاس صدای تحریم کنندگان، تأکیدی بر تحریم انتخابات ندارد. همچنین هر دو رسانه با برجسته‌سازی مؤلفه‌هایی مانند «ضدیت با زنان»، «خشونت‌طلبی»، «بنیادگرایی»، «استبداد» درباره نظام جمهوری اسلامی ایران، کلیشه‌های شرق‌شناسانه را بازتولید کرده و از طرفی با توسل به «گفتمان هراس اخلاقی»، بر تصویری اهریمنی از نظام سیاسی ایران تأکید کرده‌اند.

رزمجو و اسلامی‌نژاد (۱۳۹۸)؛ (Razmjoo & Eslaminejad, 2019) در مقاله «تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی» با روش تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف نشان دادند که در مناظره‌های انتخاباتی، گفتمان اصلاحات با گفتمان‌های اصولگرا و سازندگی در جدال بوده‌است. همچنین گفتمان‌های رایج در مناظرات، به نوعی بازسازی گفتمان‌هایی بوده که پیش‌تر در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی ایران حضور داشته‌اند.

خان و دیگران (۲۰۲۱)؛ (Khan & Others, 2021) در پژوهشی با عنوان «ترامپ و مسلمانان: تحلیل انتقادی گفتمان اسلام‌هراسی در توییت‌های دونالد ترامپ»، به این نتیجه رسیده‌اند که ترامپ از زبانی بلیغ و عوام‌فریبانه برای غیریت‌سازی با افراد دارای هویت‌های قومی مختلف (به‌ویژه مسلمانان) و حذف آنان استفاده می‌کند.

شریفی و دیگران (۲۰۱۶)؛ (Sharifi & Others, 2016) در مقاله‌ای با به‌کار بست رهیافت انتقادی ون دایک، به مطالعه برنامه‌های گفت‌وگوی شبکه سی‌ان‌ان پرداختند تا جهت‌گیری این رسانه در پوشش مسائل مربوط به مسلمانان و نقش عناصر توصیف‌شده توسط ون دایک در بساخت گفتمان‌های ایدئولوژی‌های اسلام‌هراسانه را مشخص کنند. یافته‌های تحقیق نشان داد که بازنمایی سی‌ان‌ان از مسائل مرتبط با مسلمانان در همه سطوح متنی و زمینه‌ای، مغرضانه و کلیشه‌ای است. همچنین گستره برنامه‌های گفت‌وگو با ایدئولوژی‌های اسلام‌هراسانه حاکم بر رسانه‌های غربی همسویی دارد.

گوهری و دیگران (۲۰۱۵)؛ (Gowhary & Others, 2015) در مطالعه‌ای به بررسی گفتمانی اظهارات و مواضع محمدباقر قالیباف و حسن روحانی به عنوان نامزدهای اصولگرا و اصلاح‌طلب در مناظره‌های انتخاباتی ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۳ پرداخته‌اند. نتایج تحقیق حاکی از آن است

که هر دو نامزد از زبان به عنوان ابزاری مؤثر در مبارزه برای کسب قدرت و پیشبرد اهداف اجتماعی و سیاسی خود استفاده می کردند.

از این پژوهش‌ها می توان دریافت که تحلیل گفتمان یکی از روش‌های مورد اقبال در حوزه تحقیقات سیاسی، از جمله انتخابات است؛ زیرا ابزار نظری لازم برای شناخت رابطه ساختار قدرت سیاسی با مناسبات اجتماعی و زبانی را در اختیار پژوهشگر می گذارد.

## ۲- چارچوب نظری

در این بخش مهم ترین نظریاتی که در پژوهش حاضر به کار رفته، آمده است.

### ۲-۱- گفتمان

نظریه گفتمان، ریشه در زبان شناسی دارد و نخستین بار زلیگ هریس، زبان شناس آمریکایی، آن را با نگرشی صورت گرایانه به جمله و متن به کار برد (مقدمی، ۱۳۹۰: ۹۴-۹۵) (Moqaddami, 2011: 94-95). یورگنسن و فیلیپس (۱۳۹۵) گفتمان را «شیوه‌ای خاص برای سخن گفتن درباره جهان و فهم آن» تعریف می کنند. لاکلائو و موفه نیز معتقدند که گفتمان، جهان اجتماعی را به کمک زبان و در قالب معنا می سازد. زبان، هم در ایجاد واقعیت و هم در بازنمایی آن نقش اساسی دارد. به بیان دیگر، فهم واقعیت بیرونی، تنها از طریق زبان ممکن است؛ لذا هیچ واقعیت پیشینی و از قبل تعیین شده‌ای وجود ندارد. در فرآیند بازنمایی، زبان حقیقت را شکل می دهد و کنش‌های انسانی متناسب با این حقیقت برساخته شکل می گیرد. مثلاً یک حادثه طبیعی مثل سیل، می تواند در نظام‌های معنایی گوناگون (از نسبت دادن به خشم الهی تا سوء مدیریت) قرار گیرد و واکنش‌های متفاوتی را (از تقویت ایمان تا اصلاح زیر ساخت‌ها) برانگیزد (حسینی زاده، ۱۳۸۳: ۱۸۲) (Hosseinzadeh, 2004: 182).

تحولات اجتماعی از منازعات معنایی میان گفتمان‌ها نشئت می گیرند که در کردارهای گفتمانی زبانی (مثل سخنرانی‌ها) و غیرزبانی (نظیر رأی دادن یا اعتراضات خیابانی) تجلی می یابند. این کردارها با برجسته سازی «خودی» و طرد «دیگری» هویت گفتمانی را تقویت می کنند (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۶۵-۱۷۱) (Sultani, 2004: 165-171). به تدریج مفهوم «بافت» (شرایط زمانی و مکانی کاربرد زبان) به تحلیل گفتمان افزوده شد و گفتمان به مثابه «زبان به هنگام کاربرد» در نظر گرفته شد. سپس مفاهیم قدرت و ایدئولوژی نیز به تحلیل گفتمان راه یافت (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۵۴) (Sultani, 2004: 154). برخلاف زبان شناسی سنتی که بر نحو و واژگان تمرکز دارد، در تحلیل‌های مبتنی بر نظریه گفتمان، عوامل برون متنی (بافت سیاسی، اجتماعی، فرهنگی) نیز لحاظ می شود (سلطانی و دیگران، ۱۳۸۷: ۶۷) (Sultani & Others: 2008: 67). زبان شناسی انتقادی در

دهه‌های اخیر قرن بیستم، رشد چشمگیری یافت و به «تحلیل گفتمان انتقادی»<sup>۱</sup> مشهور شد. ون‌دایک، وداک و فرکلاف بنیان‌گذاران سه رویکرد عمده تحلیل گفتمان انتقادی هستند (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۵۴) (Sultani, 2004: 154).

بر این اساس، تحلیل گفتمان بررسی متن (یا هر کنش و کردار زبانی و غیرزبانی) با در نظر گیری زمینه‌های شکل‌گیری (بافت اجتماعی-سیاسی)، برای شناخت نظام معنایی و مناسبات پنهان قدرت در متن است. ساختارهای نهفته متن می‌کوشند با برجسته‌سازی خودی و نفی دیگری، گفتمان مورد نظر را هژمونیک کنند. هویت (در ابعاد سوژگانی و گفتمانی) در منازعه با دیگری شکل می‌گیرد؛ از این رو دوگانه‌سازی مستمر، لازمه بقای گفتمان‌هاست. رسانه‌ها نیز با ابزارهای نظری و عملی مختلف همچون دروازه‌بانی یا برجسته‌سازی، دست به نوعی سانسور مستقیم و غیرمستقیم (که عاملیتی سیاسی و مبتنی بر قدرت دارد) می‌زنند تا چارچوب‌های مورد نظر را در افکار عمومی ایجاد کنند. لذا برای شناخت گفتمان‌ها، باید نظام معنایی آن‌ها را در مختصات زمانی-مکانی مشخص دریافت. بدین منظور می‌توان از فونونی مانند استخراج واژگان، افراد و نهادها، استنادات، پیش‌فرض‌ها، دلالت‌های ضمنی، گزاره‌های اساسی و تحلیل رهیافت‌های نظری درون متن همچون انگاره‌سازی‌ها، برجسته‌سازی‌ها و چارچوب‌بندی‌ها بهره برد (غلامی، ۱۳۹۹: ۴۰) (Gholami: 2021: 40).

## ۲-۲- چارچوب‌سازی

انتمن (2008) مفهوم چارچوب‌سازی را گزینش و تأکید بر جنبه‌های خاصی از واقعیت‌های درک شده در یک متن ارتباطی تعریف می‌کند؛ به گونه‌ای که روایتی منسجم و قابل قبول درباره مسائل، دلایل بروز آن‌ها، ابعاد اخلاقی‌شان و راه‌حل‌های پیشنهادی شکل بگیرد. هرگونه بازنمایی واقعیت، نوعی چارچوب‌بندی است. روزنامه‌نگاران با انتخاب واقعیت‌های مرتبط و قراردادن آن‌ها در بافت‌های مناسب، چارچوب‌هایی را برای فهم بهتر رویدادها در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰: ۸۶) (Mahdizade, 2021: 86). شیفل (1999) با ارائه مدلی فرآیندی از تأثیرات چارچوب‌سازی، به دونوع چارچوب اشاره می‌کند: «چارچوب‌های رسانه‌ای» و «چارچوب‌های فردی» (مخاطبان). به اعتقاد کیندر و ساندرز (1990)، چارچوب‌ها هم به صورت «ابزارهای زبانی در گفتمان سیاسی» و هم به عنوان «ساختارهای ذهنی درونی» عمل می‌کنند. رسانه‌ها از فونونی مانند گزینش واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، و تمثیل‌ها بهره می‌برند تا روایتی معنادار (از رویدادها) بسازند و نظام‌های معنایی خاصی را در ذهن مخاطبان تثبیت کنند.

<sup>1</sup>. Critical Discourse Analysis (CDA)

## ۲-۳- انگاره‌سازی

انگاره‌سازی به فرآیند تلاش رسانه‌ها برای شکل‌دادن به برداشت‌های ذهنی مخاطبان از واقعیت مطابق با اهداف خود، اطلاق می‌شود. ارائه تصاویر ذهنی از افراد، مکان‌ها، اشیاء یا رویدادها به مخاطبان، تحت عنوان «انگاره‌سازی خبری» شناخته می‌شود. این تکنیک نقش محوری در خلق معنا در دنیای خبر ایفا می‌کند. در فرآیند انگاره‌سازی، عواطف، پیش‌داوری‌های ذهنی و سطح اعتماد مخاطبان به محیط اطرافشان، اهمیت زیادی دارد. در این روند، واقعیت‌ها دستکاری و همراه با تفسیرهای نهان به مخاطب عرضه می‌شوند. در روزنامه‌نگاری معاصر، خبر به مثابه بازنمایی انگاره گونه‌ای از واقعیت عمل می‌کند که با هدف ایجاد تغییر در ادراک واقعیت، طراحی و تولید می‌شود. به بیان دیگر، جهان رسانه‌ای با جهان واقعی تفاوت آشکاری دارد. گرداندگان بنگاه‌های خبری و کارگزاران خبرگزاری‌های بزرگ با بهره‌گیری از تکنیک‌های مهندسی خبر، مانند گزینش هدفمند، انگاره‌سازی و برجسته‌سازی، روایتی از واقعیت ارائه می‌دهند که منافع اقتصادی و سیاسی آن‌ها را تأمین و تضمین کند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۱۹) (Mahdizade, 2001: 19).

## ۳- روش تحقیق

در این پژوهش، از روش تحلیل گفتمان، با تکیه بر رویکرد ون دایک و چارچوب نظری لاکلاو-موفه، برای تفسیر اخبار وب‌سایت‌های خبرگزاری صدا و سیما، ایران اینترنشنال و شناسایی نظام معنایی آن‌ها استفاده شده‌است. از آنجا که گفتمان‌ها هویت خود را با دیگری‌سازی تعریف می‌کنند، در گام نخست باید گفتمان‌های متعارض را شناسایی کرد. علاوه بر این، باید بافت زمانی و مکانی مشخص شود. گفتمان‌ها پیوسته از طریق سازوکارهای معنایی برای جلب افکار عمومی رقابت می‌کنند. این منازعات معنایی، شامل کنش‌های اجتماعی افراد و گروه‌های سیاسی را می‌توان براساس استفاده (یا عدم استفاده) از زبان به دودسته تقسیم کرد: «کنش‌های گفتمانی زبانی» (مانند سخنرانی‌ها و متون مطبوعاتی) و «کنش‌های گفتمانی غیرزبانی» (مانند مشارکت یا عدم مشارکت در انتخابات و جنبش‌های خیابانی). ویژگی مشترک هر دو، برجسته‌سازی «خودی» و به حاشیه‌راندن (نفی) «دیگری» است. گفتنی‌است، روش‌های تحلیل گفتمانی ریشه‌دار در زبان‌شناسی مثل تحلیل گفتمان انتقادی، ابزارهای مؤثری (از جمله گزینش واژگانی) را برای بررسی متون ارائه می‌دهند. به همین دلیل، چارچوب نظری این پژوهش با ترکیب رویکرد ون دایک و نظریه لاکلاو-موفه تقویت شد (سلطانی، ۱۳۸۳: ۱۶۱-۱۷۱) (Sultani, 2004: 161-171).

در این تحقیق ۳۵ متن خبری از وبسایت ایران اینترنشنال و ۴۵ متن خبری از وبسایت خبرگزاری صداوسیما از تاریخ ۲۰ خرداد لغایت ۸ تیر ۱۴۰۴ به صورت هدفمند برای مطالعه انتخاب شد. معیار گزینش، برخورداری خبر از نقل قول (برای قطب‌بندی افراد و نهادها) و اشاره به رویدادهای اجتماعی (جهت شناسایی کنش‌های جریان‌ات و بافت اخبار) بود و تلاش شد، ترجیحاً متون طولانی‌تر انتخاب شوند؛ زیرا نویسنده در آن‌ها فرصت بیشتری برای ساخت و ارائه چارچوب‌های موردنظرش دارد. به منظور تحلیل داده‌های گردآوری‌شده، از روش کدگذاری باز و محوری و همچنین فیش‌برداری از متون به کمک نرم افزار مکس کیودی‌ای<sup>۱</sup> استفاده شد. پس از مطالعه متون خبری و استخراج مقولات مورد نظر و گزینش واژگانی، با در نظرگیری «زمینه خبرها» به دست آمده و رعایت قاعده «قطبی‌سازی»، نهایتاً دال‌های هر گفتمان تعیین شد. برای اعتبار و پایایی پژوهش نیز به ترتیب از «اعتبار صوری» و «مثلث‌سازی» استفاده شده است.

#### ۴- یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از بررسی داده‌ها نشان داد که گفتمان غالب بر اخبار وبسایت خبرگزاری صداوسیما، با دال مرکزی «مشارکت حداکثری در انتخابات»، از دال‌های «انتخابات»، «نظام جمهوری اسلامی»، «دشمن» و «مردم» تشکیل شده است. در مقابل، گفتمان حاکم بر اخبار وبسایت ایران اینترنشنال، با دال مرکزی «تحریم انتخابات»، شامل دال‌های «جمهوری اسلامی»، «انتخابات» و «مردم» است (تصویر ۱). این دو گفتمان، گفتمان‌های متخاصم عرصه انتخابات به شمار می‌روند.



تصویر ۱- گفتمان‌های متخاصم تحقیق

<sup>۱</sup>. MAXQDA 10

#### ۴-۱- جمهوری اسلامی در گفتمان تحریم انتخابات

تأمل و تدقیق بر روی متون خبری وبسایت‌ها نشان می‌دهد که دارای دو نگرش متفاوت نسبت به حاکمیت هستند. منشأ این تفاوت به سرچشمه مشروعیت حکومت در جهان‌بینی هرکدام باز می‌گردد. یکی از نقطه‌نظر مادی و این دنیایی بدان می‌نگرد و دیگری تلقی (بیشتر) غیرمادی و آن دنیایی دارد. از منظری مادی‌انگارانه، انتخابات را می‌توان سازوکاری در نظام‌های دموکراتیک دانست که از طریق آن، اراده مردم برای انتخاب حاکمان و گردش نخبگان در قدرت محقق می‌شود. براساس یک قرارداد اجتماعی، رهبران سیاسی در ازای کسب جایگاه قدرت از مردم، مکلف به ایجاد شرایطی برای رفاه و رضایت‌مندی آن‌ها هستند؛ رفاهی که عمدتاً بر آسایش مادی و دنیوی متمرکز است. با این حال، دیدگاه غالب در اخبار خبرگزاری صداوسیما نسبت به مفهوم حاکمیت، شیوه کسب مشروعیت و منشأ مشروعیت‌بخشی، نگرشی متفاوت با آن‌چه بیان شد، دارد.



تصویر ۲- وقته «جمهوری اسلامی» در گفتمان تحریم انتخابات

در گفتمان تحریم انتخابات (تصویر ۲) که ریشه در نگاهی اومانستی و زمینی به قدرت دارد، حکومت به عنوان نماینده مردم موظف است ابزارها و شرایط لازم را برای تأمین رفاه مادی و آسایش شهروندان فراهم کند. موفقیت یا ناکامی جمهوری اسلامی در این گفتمان براساس همین معیار سنجیده می‌شود. این گفتمان، مردم را منبع مشروعیت حکومت می‌داند و حق اعتراض را برای آن‌ها به رسمیت می‌شناسد؛ همچنین سرکوب اعتراضات و خشونت علیه معترضان را عملی منفی و ناشایست تلقی می‌کند. صدور حکم «عدم مشروعیت» برای جمهوری اسلامی نیز مبتنی بر همین استدلال است. توجه به نظام واژگانی و گزاره‌هایی (پیشفرض‌ها و دلالت‌های ضمنی) که

پیرامون جمهوری اسلامی در متون خبری هر وبسایت آمده، نحوه قطب‌بندی را در آن‌ها مشخص می‌کند.

تصویری که ایران اینترنشنال از جمهوری اسلامی به مخاطبان ارائه می‌دهد، حکومتی اقتدارگرا، ستمگر و فریبکار است که به رغم ظاهر دینی، به نظام سلطنتی شباهت دارد و گرفتار فساد و شکاف‌های داخلی میان جناح‌های قدرت است که شامل اختلافات اصولگرایان و اصلاح‌طلبان و حتی تنش‌ها و انشعاب‌های درون خود جریان اصولگرا می‌شود. برای مثال، در برخی خبرها، درگیری‌های لفظی نامزدها (از جمله زاکانی و پزشکیان) یا اختلافات جریان‌های حامی قالیباف با طرفداران جلیلی برجسته شده است. از منظر گفتمان تحریم انتخابات، جمهوری اسلامی از طریق ابزارهایی مانند نظارت استصوابی (تأیید نامزدهای همسو و رد مخالفان) یا دستکاری و تقلب در آراء، در فرآیند انتخابات مداخله می‌کند و نتایج را به سود خود تغییر می‌دهد. به زعم ایران اینترنشنال، این مسئله در طول زمان باعث ایجاد شکاف میان مردم، حکومت و زمینه‌ساز عدم مشروعیت دستگاه قدرت شده است. استفاده متناوب و مکرر از واژه «رژیم» برای جمهوری اسلامی در اخبار ایران اینترنشنال از همین روست. حال آنکه در گفتمان مشارکت حداکثری، این واژه خطاب به دولت‌های متخاصم (نظیر اسرائیل و آمریکا) به کار رفته و برای جمهوری اسلامی از عبارت «نظام» استفاده شده است.

یکی از نکات کلیدی در اخبار ایران اینترنشنال، تأکید بر عبارت «غیرانتخابی بودن» است. تأکید مکرر بر انتصابی بودن اعضای شورای نگهبان (توسط رهبر) در خبرها و نیز برجسته‌سازی شعارهای معترضان و سخنان مخالفان نظام درباره انتصابی شدن نهادهای انتخاباتی، به همین علت است. در این گفتمان، مردم منشأ مشروعیت به شمار می‌روند. لذا هرچه نهادهای کلیدی بیشتر به صورت انتصابی و دور از دسترسی و نظارت عمومی عمل کنند، از اعتبار و مشروعیت حکومت کاسته می‌شود. ایران اینترنشنال برای متقاعدسازی مخاطبان و مشروعیت‌بخشی به اعتراضات مردمی، از چند تکنیک استفاده کرده است. نخست، ارجاع به نهاد دانشگاه، با پوشش تحرکات دانشجویی و استناد به نظرسنجی‌های دانشگاهی. دوم، زمینه‌سازی خبری از طریق ترسیم تصویری تیره از وضعیت کشور، مانند تأکید مداوم بر شرایط نامساعد اقتصادی و اجتماعی یا اشاره به ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱. سوم، القای وجود شکاف‌های عمیق میان مردم و نظام و همچنین درون خود ساختار حکومتی. علاوه بر این، اشاره به تاریخچه اعتراضات در جمهوری اسلامی یا بی‌توجهی مقامات به مطالبات مردمی، نمونه‌هایی از شکاف میان مردم و نظام در این گفتمان هستند.

#### ۴-۲- جمهوری اسلامی در گفتمان مشارکت حداکثری

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، کارآمد و استکبارستیز است که براساس رأی مردم اداره می‌شود و به حقوق آن‌ها احترام می‌گذارد. مسئولان نظام هم به صورت جدی برای مبارزه با فقر، فساد و حل مشکلات اقتصادی و معیشتی می‌کوشند. در این گفتمان، جمهوری اسلامی ثمره انقلاب اسلامی است. انقلابی که علیه استبداد رژیم پهلوی صورت گرفت و «استقلال»، «هویت ملی»، «تحول فکری» و «مشارکت سیاسی» را برای ایرانیان به ارمغان آورد. پیش از انقلاب اسلامی، مردم ایران در اکثر تحولات سیاسی و اجتماعی نقش فعالی نداشتند؛ اما انتخابات‌های متعدد بعد انقلاب، حکایت از نقش مردم در تعیین سرنوشت خودشان دارد. این در حالی است که مردم بسیاری از کشورهای اطراف ایران همچنان از انتخابات آزاد محرومند. مشارکت بالای مردم ایران در انتخابات‌ها و راهپیمایی‌های چهاردهه گذشته نیز حاکی از پشتیبانی آن‌ها از نظام و اعتمادشان به سلامت انتخابات است.



تصویر ۳- وقته «نظام جمهوری اسلامی» در گفتمان مشارکت حداکثری

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. این گفتمان، مبتنی بر این فرضیه است که الگوی حکومتی سکولار غربی با بستر دینی جامعه ایران سازگار نیست و مدل 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 رأی‌دادن همچون نماز،

تأکید بر جایگاه ولایت و ولایت‌مداری و پاسداری از حق‌الناس توسط شورای نگهبان. بنا شدن جمهوری اسلامی بر شالوده دین، چند خصیصه بدان داده‌است؛ در باور دینی ایمان به خداوند یگانه<sup>۱</sup> باعث اعتقاد به امر مطلق می‌شود و با ایجاد نوعی وحدت و انحصار، هر آنچه را از خداوند به‌عنوان خیر مطلق نشأت گرفته، حق (درست) و هر چیزی را که ریشه در غیر او دارد، باطل (نادرست) می‌داند. اعتقاد به چندپارگی حقیقت و تکثر سرچشمه‌های رستگاری<sup>۲</sup> در این باور پذیرفته نیست. خوانش سیاسی از دین، منتج به استخراج همین مضامین در عرصه سیاست داخلی و خارجی می‌شود و برای مثال، ضرورت وجودی و سازوکار عملکردی شورای نگهبان را تئوریزه می‌کند و بر آن مهر تأیید می‌زند.

#### ۳-۴- مردم در گفتمان تحریم انتخابات

ابتدا از نظرگاه گفتمان تحریم انتخابات به «مردم» نگریسته می‌شود (تصویر ۴). مردم و حاکمیت، ارتباطی دوسویه دارند. در این گفتمان از واژگانی مانند فقر، نارضایتی، مقاومت (علیه حکومت)، اتحاد و اعتراض برای توصیف مردم استفاده شده‌است. به بیان دیگر، مردم به‌دلیل شرایط نامطلوب، احساس نارضایتی می‌کنند و به اعتراضات گسترده روی می‌آورند. براساس اخبار، تمایل عمومی برای مشارکت در انتخابات، پایین بوده‌است؛ واقعیتی که داده‌های نظرسنجی‌ها نیز بر آن صحه می‌گذارد. از میان مضامین مرتبط با «مردم» نیز «تمایل پایین به مشارکت» بیشترین فراوانی را دارد.



تصویر ۴- وقته «مردم» در گفتمان تحریم انتخابات

<sup>۱</sup> «قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ» (توحید، ۱)

<sup>۲</sup> Pluralism

یکی دیگر از مضامین ذیل وقته مردم، «نامیدی از جناح‌های درون حکومت» شامل اصولگرایان و اصلاح‌طلبان است. این رسانه، مکرر به اعتراضات سال‌های ۱۳۹۶ و ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱ اشاره و تأکید کرده است که دو مورد نخست توسط دولت مورد حمایت جریان اصلاحات سرکوب شد و مورد سوم توسط دولت اصولگرا. بدین ترتیب تلاش شده است تا هردو گروه، همتراز و یکسان بازنمایی شوند. به بیان دیگر فرقی ندارد که مردم به کدام یک رأی بدهند، زیرا هر دو یک رویه را دنبال می‌کنند. البته جناح اصولگرا از این حیث آسیب نسبتاً کمتری دید، زیرا (براساس محتوای اخبار خیرگزاری صداوسیما) بخشی از هواداران آن‌ها که به دیدگاه رسمی و آرمان‌های نظام نزدیک‌ترند، مشارکت در انتخابات را به‌مثابه یک تکلیف دینی و شرعی قلمداد می‌کنند. از این رو، حضور آن‌ها در دوره‌های مختلف انتخابات، تقریباً ثابت است و به‌دلیل تعهد و تعلق به ارزش‌های دینی، ولایت و نظام اسلامی، پای صندوق‌های رأی حاضر می‌شوند. تحلیل نتایج ادوار اخیر انتخابات هم این فرضیه را تأیید می‌کند؛ اصلاح‌طلبان که روزگاری نه‌چندان دور، پیروز قاطع انتخابات مجالس شورای اسلامی و خبرگان ۱۳۹۴ و ریاست جمهوری و شورای شهر ۱۳۹۶ بودند، در انتخابات‌های مجلس ۱۳۹۸، ریاست‌جمهوری ۱۴۰۰ و مجلس ۱۴۰۲ عرصه را یکسره به جریان رقیب واگذار کردند. در انتخابات ۱۴۰۳ نیز با وجود این‌که از یک‌سو، اصلاح‌طلبان (و حتی بسیاری از مخالفان سنتی حکومت) با تمام توان به میدان آمدند و از طرفداران خود خواستند که پای صندوق بیایند و به پزشک‌های رأی دهند و از سوی دیگر، شکاف عیان درون جریان اصولگرا و حضور توأمان قالیباف و جلیلی، مانع تجمع و تمرکز آرای آن‌ها شد، باز هم اصلاح‌طلبان موفق به کسب اکثریت مطلق آرا نشدند و انتخابات به دور دوم رفت (پزشکیان ۴۲/۴۵ و جلیلی ۳۸/۶۱). شاهد دیگری که در تأیید این مدعا وجود دارد، زدن برجسب «دولت سوم روحانی» از سوی نامزدهای اصولگرا به پزشکیان است. به بیان دیگر، آن‌ها عدم‌محبوبیت حسن روحانی را مفروض دانسته‌اند و با برجسته‌سازی ناکامی‌های (به‌ویژه اقتصادی) دولت او که از قضا با حمایت همه‌جانبه اصلاح‌طلبان بر سرکار آمد و نیز نسبت‌دادن پزشکیان به آن جریان، آگاهانه سعی در کاهش آرای نماینده اصلاح‌طلبان داشتند. در همین راستا، شعارها و سخنان نامزدهای اصولگرا اغلب بر «اتخاذ راهبرد عزت‌مندانه در سیاست خارجی»، «مبارزه با فساد»، «گره‌زدن اقتصاد به سیاست خارجی» و «اعطای بسته‌های حمایت اقتصادی به مردم» متمرکز بوده است. برای مثال، سعید جلیلی سوم تیر ۱۴۰۳ در یک سخنرانی انتخاباتی در تبریز گفت: «آن‌ها که می‌گفتند هم سانتریفیوژ بچرخد و هم اقتصاد، سانتریفیوژ را قطع، دلار ۳ هزار تومانی را ۳۰ هزار تومان و اقتصاد را تعطیل کردند و الان همین‌ها مدعی اداره کشور و مردم هستند». همچنین قالیباف در نشستی

اقتصادی در اتاق‌بازگانی تصریح کرد: «مشکلات اقتصاد حل می‌شود، به شرطی که سیاست‌زدگی بر اقتصاد نباشد».

#### ۴-۴- مردم در گفتمان مشارکت حداکثری

تصویر «مردم» در گفتمان مشارکت حداکثری (تصویر ۵) مبتنی بر بصیرت، دین‌داری، آگاهی و هوشیاری است. بصیرتی که شهادت ابراهیم رئیسی بر آن افزود و به بینش عمیق‌تر و تصمیم‌گیری بهتر برای انتخاب نامزد اصلح در انتخابات ریاست‌جمهوری کمک کرد. آگاهی و هوشیاری مردم باعث می‌شود، دشمن را به‌خوبی بشناسند و با طرف‌دها 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 این‌رو فراجراحی عمل می‌کنند و شرکت آن‌ها در انتخابات به‌منزله ادای تکلیف است. علاوه بر مشارکت (و حماسه‌آفرینی)، آنان نقش نظارت بر انتخابات را نیز برعهده دارند؛ زیرا نظارت اساساً به‌عنوان امری همگانی تلقی می‌شود که علاوه بر شورای نگهبان (و احزاب) مردم نیز باید در آن وارد شوند و با همکاری شورای نگهبان (از طریق اعلام و گزارش تخلفات) سلامت انتخابات را افزایش دهند.



تصویر ۵- وقته «مردم» در گفتمان مشارکت حداکثری

با نگرستن به شیوه معناپردازی پیرامون وقته مردم در هر دو گفتمان، می‌توان محورهای تضاد و تخصم را به‌روشنی دریافت. در گفتمان تحریم انتخابات، عنصر «شکاف میان مردم و حکومت» برجسته شده است. این یعنی مردم خود را در حاکمیت دخیل نمی‌دانند و با آن احساس بیگانگی دارند. دوگانه «اعتراض- سرکوب» نیز این انفصال را پررنگ‌تر می‌نماید. حال آن‌که در گفتمان مشارکت حداکثری، مردم «پشتیبان نظام» (که متعلق به آن‌هاست) معرفی می‌شوند. مؤلفه‌های «مردمی‌بودن نظام» و «اداره امور کشور به کمک آرای مردم» (بعد انقلاب)، با مضمون فوق ارتباط محتوایی دارند. براساس گفتمان وب‌سایت خبرگزاری صداوسیما، مردم نه‌تنها در بالا بردن مشارکت نقش دارند، بلکه در بخش نظارت نیز درگیر مسئله هستند و برای همین به سلامت

انتخابات اعتماد دارند. لذا علی‌رغم اشاره به مشکلات معیشتی و اقتصادی، 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 نامزد اصلح، دولتی کارآمد و توانمند در حل مشکلات کشور بسازند.

#### ۴-۵. انتخابات در گفتمان تحریم انتخابات

وقته سومی که در هردو گفتمان به صورت مشترک وجود دارد «انتخابات» است. وقته‌های مورد بحث، گاهی مستقل از همسایگان خود نیستند و داد و ستد معنایی و محتوایی میان آن‌ها صورت می‌گیرد که باعث تأثیرپذیری آن‌ها از یکدیگر می‌شود. در تحلیل‌های ارائه شده باید ارتباطات عناصر گوناگون را کشف و آن‌ها را لحاظ کرد. برای مثال، آیت «تمایل پایین مردم برای مشارکت در انتخابات»، با «نرخ پایین مشارکت در انتخابات» بیگانه نیست.



تصویر ۶- وقته «انتخابات» در گفتمان تحریم انتخابات

پر تکرارترین مؤلفه ذیل وقته «انتخابات» در گفتمان تحریم انتخابات (تصویر ۶)، «دعوت مخالفین حکومت به تحریم انتخابات» با اخذ حدود ۲۵ درصد کدهاست. انتخاب واژگان برای انتقال محتوا، تحت تأثیر ایدئولوژی نهفته در متن قرار دارد؛ مثل استفاده مکرر از عبارت «رد صلاحیت» در اخبار ایران اینترنشنال در برابر «ارزیابی صلاحیت» در اخبار خبرگزاری صداوسیما؛ یا استفاده از تعابیری مانند «انگشت‌زدن در خون کشته‌شدگان» که با تداعی جوهر رأی‌گیری و اعتراضات ۱۴۰۱، مشارکت در انتخابات را معادل همکاری با دستگاه قدرت برای سرکوب معترضان می‌داند. یکی دیگر از ترفندهای گفتمان تحریم انتخابات، چارچوب‌سازی در ذهن مخاطب از طریق کلیشه‌سازی و برجسب‌زدن به انتخابات است. ایران اینترنشنال با تکرار مضامینی مانند «انتخابات نمایشی»، «انتخابات فرمایشی»، «انتخابات تشریفاتی» و «تقلب در آرا» تلاش کرده

است تا نبود سلامت و آزادی در انتخابات را به مخاطبان القا کند؛ به گونه‌ای که «انتخابات» در ذهن مخاطب به‌طور ناخودآگاه با مفاهیمی از جمله «تقلّب»، «دستکاری آرا» و «رد صلاحیت» تداعی شود. دو مضمون دیگر این‌بخش، «مشارکت پایین مردم» و «ناکامی اصلاح‌طلبان در انتخابات» هستند که هم‌نشینی آن‌ها، باور «شکاف میان مردم و حکومت» را تثبیت و تقویت می‌کند.

#### ۶-۴- انتخابات در گفتمان مشارکت حداکثری

معنابخشی به «انتخابات» در اخبار خبرگزاری صداوسیما رویه‌ای متفاوت دارد (تصویر ۷). جمهوری اسلامی حضور مردم پای صندوق رأی را به مسئولیت‌پذیری و حمایت از نظامی که متعلق به خود آن‌هاست، تعبیر می‌کند. مشارکت گسترده موجب «شکست و یأس دشمن» و «افزایش اقتدار نظام» می‌شود. حضور پرشور مردم، تحکیم‌بخش جمهوریت نظام و خنثی‌کننده توطئه‌های کسانی است که تلاش کرده‌اند با القای فاصله میان مردم و حکومت و ناامیدسازی مردم از شرکت در انتخابات، وجهه مردمی حکومت را به چالش بکشند. دعوت مداوم از مردم برای مشارکت حداکثری توسط مقامات حکومت (از رهبر تا ائمه جمعه و مسئولان دولتی) بر همین اساس صورت گرفته است. قالبیاف در مراسم گرامی داشت روز اصناف ضمن تأکید بر اهمیت مشارکت در انتخابات می‌گوید: «امروز ارزش مشارکت اهمیت زیادی برای امنیت ملی، قدرت ملی و منافع ملی ما دارد. مشارکت، امنیت ملی را بالا می‌برد و در مقابل دشمن، بازدارندگی ایجاد می‌کند».



تصویر ۷- وقته «انتخابات» در گفتمان مشارکت حداکثری

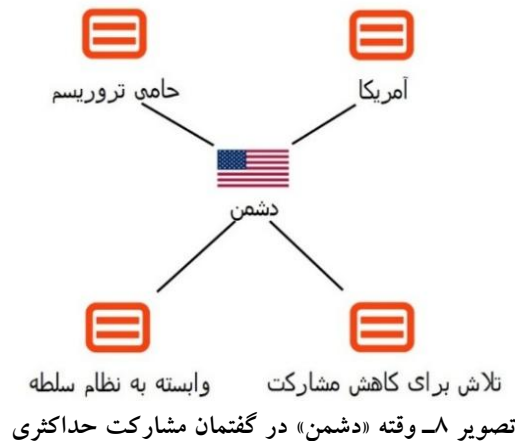
سلامت و آزادی انتخابات، دو عنصر دیگری هستند که در گفتمان مشارکت حداکثری بر آن‌ها تأکید شده است. موضوع سلامت انتخابات در اخبار خبرگزاری صدا و سیما بر چند بنیان استوار است؛ نخست این که خود مردم در فرآیند نظارت نقش دارند. دوم، پابندی اعضای شورای نگهبان به عقاید دینی، مانع چشم‌پوشی از تخلفات می‌شود؛ زیرا آرای مردم نزد آنان به منزله حق الناس و امانت است که باید در حفاظت و صیانت از آن کوشید. سوم، رأی‌گیری الکترونیکی است که باعث جلوگیری از تقلب و تخلف می‌شود.

موضوع آزادی انتخابات نیز به تناوب در اخبار مختلف مطرح شده است. «رقابتی بودن انتخاب» در شش خبر مورد اشاره قرار گرفته است. تأکید بر «حضور جدی جریان اصلاحات»، «تلاش نیروهای انقلاب برای همگرایی نامزدهای اصولگرا»، «بی‌طرفی سیاسی قانون انتخابات»، «بی‌طرفی شورای نگهبان» و «قانون‌مداری شورای نگهبان» (دومورد آخر از وقته نظام جمهوری اسلامی) همگی کوشیده‌اند رقابتی بودن انتخابات و حضور جریان‌های مختلف سیاسی در آن را القا کنند. در عین حال، برخی شواهد و قرائن این ادعا را به چالش می‌کشند؛ از جمله تأیید تنها یک نامزد اصلاح‌طلب در برابر چهار نامزد اصولگرا، که دو تن از آن‌ها مشخصاً سابقه انصراف از انتخابات ۱۴۰۰ را داشتند و به عنوان نامزد پوششی به عرصه آمده بودند (در این دوره هم همان رویه را تکرار کردند). پزشک‌ها در مناظره‌ها چند مرتبه به این مسئله اشاره کرد و سخنان او در خبرها بازتاب یافت. از طرفی، کدهای اختصاص یافته به اصلاح‌طلبان در اخبار خبرگزاری صدا و سیما، بسیار کمتر از کدهای مربوط به اصولگرایان است. عدم توازن در پوشش خبرهای دو طرف و نیز اختلاف عیان در بخش استنادات اخبار و انتخاب مصاحبه‌شونده‌ها (اکثراً همسو با اصولگرایان)، این باور را در مخاطب ایجاد می‌کند که یا خبرگزاری صدا و سیما سوگیرانه رفتار کرده و اخبار یک جناح خاص را بیشتر پوشش داده است، یا این عدم توازن به نحوه صف‌بندی نامزدهای حاضر در انتخابات (و تعداد بیشتر نامزدهای اصولگرا) باز می‌گردد.

آخرین مطلب این قسمت، عنصر «دولت قوی» است. تأکید بر جایگاه کلیدی دولت در قانون اساسی (و حکومت) و نقش آن در حل مشکلات کشور، در کنار تأکید بر انتخاب نامزد اصلاح با ویژگی‌هایی مانند «پرهیز از منفعت‌طلبی»، «ولایت‌مداری»، «وفاداری به نظام»، «خدمت‌گزاری» و «ایمان»، مهم‌ترین مضامین این بخش هستند. «تداوم راه شهید جمهور» نیز یکی از شاخص‌های مهم و پرتکرار در گفتار اصولگرایان است.

#### ۴-۷- دشمن در گفتمان مشارکت حداکثری

وقته «دشمن» فقط در گفتمان مشارکت حداکثری دیده می‌شود (تصویر ۸). اعتقاد به امر مطلق که ریشه در یگانگی خالق دارد، منجر به ایجاد دوگانه‌هایی نظیر خیر-شر، حق-باطل و اسلام-کفر می‌شود. بر این مبنا، هر آنچه نیک است به «ما» (نماینده ولایت خداوند روی زمین) و هر آنچه بد است به «دیگری» (طاغوت، استکبار، شر، کفر) تعلق دارد. صفاتی از جمله تروریست، سردمدار کفر جهانی، رو به افول، رژیم متقلب، پشتیبان شاه و صدام که درباره آمریکا در اخبار خبرگزاری صداوسیما آمده، حاکی از همین ایدئولوژی است. براساس این گفتمان در آمریکا، قدرت در دست اقلیتی ثروتمند است و برای اعمال سلطه در امور سایر کشورها دخالت می‌کند. تحریم اعضای شورای نگهبان و زیر سؤال بردن صحت انتخابات ایران، مصادیق این دخالت است. قالیباف در جایی می‌گوید: «آمریکا نه تنها از پس از انقلاب دشمن ما است، بلکه در طول تاریخ دشمن ما بوده است». دومین مؤلفه پربسامد این بخش «تلاش برای کاهش مشارکت» است. دشمن با «ایجاد یأس»، «شکاف‌افکنی بین مردم و نظام» و «جنگ روانی» می‌کوشد از آمار مشارکت بکاهد. جنگ روانی ایران اینترنشنال شامل «تبلیغات کذب»، «القای بی‌فایده بودن انتخابات»، «بی‌اختیار نشان دادن دولت»، «حمله به شورای نگهبان» و «غیررقابتی نشان دادن انتخابات» می‌شود.



#### نتیجه‌گیری

چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری در شرایطی صورت گرفت که شهادت «ابراهیم رئیسی» رئیس‌جمهور وقت، کشور و نظام را در معرض انتخابات زود هنگام قرار داد. در چنین بستری رسانه‌های داخلی و بیگانه، با راهبردهایی مجزاً به میدان آمدند و کوشیدند گفتمان خود را

مسلط کنند. رسانه‌های داخلی اکثراً مردم را به مشارکت بیشتر در انتخابات فرا می‌خواندند؛ در حالی که رسانه‌های بیگانه (به‌ویژه ایران اینترنشنال) بر طبل تحریم انتخابات و قهر با صندوق رأی می‌کوبیدند. با نزدیک شدن به موعد انتخابات، صف‌بندی‌ها و غیریت‌سازی‌های رسانه‌های داخلی و خارجی به تدریج بارزتر شد. وب‌سایت خبرگزاری صداوسیما بر ایده «مشارکت حداکثری» و وب‌سایت ایران اینترنشنال بر «تحریم انتخابات» تأکید می‌کردند. ایران اینترنشنال با دروازه‌بانی اخبار و برجسته‌سازی هدفمند رویدادها کوشیده است، زمینه‌چینی و روایت‌سازی لازم را برای ایجاد چارچوب‌های مدنظرش در اذهان مخاطبان انجام دهد؛ از جمله ارجاع به ناآرامی‌های ۱۴۰۱، مسئله اعدام، سرکوب اعتراضات، فقر، تورم و نهایتاً نقش دولت در تشدید همه این مشکلات. «اعتراض» و «سرکوب» (به عنوان کردارهایی غیرزبانی) از مضامین پرتکرار اخبار ایران اینترنشنال هستند. دوگانه‌ای که در یک‌سو مردم (ما) و در سوی مقابل، حاکمیت (دیگری) ایستاده است.

تحلیل فراوانی کدگذاری‌های وب‌سایت‌ها نشان می‌دهد، حکومت ایران در کانون حملات ایران اینترنشنال قرار دارد. «جمهوری اسلامی» در گفتمان تحریم انتخابات، حکومتی است مغشوش با مسئولانی مستبد، غیرپاسخگو، ناکارآمد، فاسد، دروغگو، انحصارگر و فریب‌کار که حقایق را سانسور و مخالفین خود را سرکوب می‌کنند و می‌کشند. اما در گفتمان مشارکت حداکثری، «نظام جمهوری اسلامی» حکومتی مردم‌سالار و پای‌بند قانون با مسئولانی کوشا و نهادهایی کارآمد بازنمایی شده است که استقلال سیاسی و هویت ملی ایرانیان را احیا کرده و در ضدیت با استبداد و استکبار جهانی، الگوی سایر کشورهاست.

در گفتمان مشارکت حداکثری، وقته «انتخابات» در صدر و وقته «مردم» در رتبه آخر است که نشان می‌دهد خبرگزاری صدا و سیما بخش اعظم توان خود را صرف دعوت به مشارکت پرشور کرده است. این رسانه با ایجاد چارچوب‌هایی همچون «سالم و رقابتی بودن انتخابات»، «همبستگی مردم و نظام»، «انتخاب نامزد اصلح برای تشکیل دولت قوی و حل مشکلات کشور»، «تلاش و توطئه دشمن برای کاهش مشارکت»، «وحدت‌بخشی انتخابات» و «تعیین سرنوشت و آینده جامعه از طریق صندوق‌های رأی»، مردم را به مشارکت حداکثری فراخوانده است. انگاره‌های مرتبط با «انتخابات» نیز در پی نشان‌دادن «نظارت مردمی»، «سلامتی و آزادی انتخابات»، «رقابتی بودن و شرکت سلاقی گوناگون سیاسی»، «اهمیت نتیجه انتخابات ایران در جهان»، «تمایل مردم به مشارکت پرشور»، «انتخابات، ابزار شکست و یأس دشمن و ساخت ایرانی قوی» هستند. در نقطه مقابل، ایران اینترنشنال با ایجاد چارچوب‌هایی نظیر «سالم نبودن انتخابات»، «فقدان آزادی»، «عدم مشروعیت»، «استبداد و سرکوب»، سعی در تشویق مردم به عدم مشارکت دارد. انگاره‌های پیرامون

«انتخابات» در این گفتمان، «تحریم انتخابات از سوی مخالفان حکومت»، «رد صلاحیت‌های شورای نگهبان»، «نمایشی بودن انتخابات» و «بی‌میلی مردم به مشارکت» هستند. «مردم» در اخبار خبرگزاری صدا و سیما، با انگاره‌هایی از جمله «آگاه»، «هوشیار»، «دارای بصیرت»، «مسئولیت‌شناس»، «دشمن‌شناس»، «پشتیان نظام» و «مشتاق برای رأی دادن» توصیف شده‌اند. در حالی که در اخبار وبسایت ایران اینترنشنال، انگاره‌هایی پیرامون «مردم» شامل «دل‌سردی و عدم تمایل برای مشارکت»، «فقر»، «ناامید از جناح‌های درون حکومت» می‌شود. شایان توجه است که رتبه نازل‌ترین «مردم» در گفتمان اخبار خبرگزاری صدا و سیما، مؤلفه «مردمی نبودن» (از گفتمان تحریم انتخابات) را تقویت می‌کند. این مسئله موجب می‌شود که وقتی خبرگزاری صداوسیما از «مردمی بودن نظام» سخن می‌گوید، مؤلفه «فریبکاری و دروغ» (از گفتمان تحریم انتخابات) تداعی شود.

قطب بندی دو گفتمان، در افراد و نهادهای مطرح شده در اخبارشان هم قابل مشاهده است؛ افراد، نهادها و حتی کشورهایی که در یکی مثبت طبقه‌بندی شده‌اند، در دیگری منفی ارزیابی می‌شوند. این تضاد را به‌طور ویژه در نوع نگرش به آمریکا، شورای نگهبان و آیت‌الله خامنه‌ای می‌توان دید. در گفتمان مشارکت حداکثری، «دشمن» حامی تروریسم معرفی می‌شود که با تبلیغات کذب مانند «بی‌فایده بودن انتخابات»، «عدم اختیار دولت»، «رقابتی نبودن انتخابات» و «حمله به شورای نگهبان»، سعی در مأیوس‌سازی جامعه و ایجاد شکاف میان مردم و حکومت دارد. آمریکا و اسرائیل نیز در رأس این دشمنان شمرده شده‌اند که با تحریم اقتصادی، حمایت از دشمنان ایران و ترور، عناد خود با ایرانیان را همواره ثابت کرده‌اند.

همچنین بررسی استنادات درون اخبار، نشان می‌دهد که تنوع منابع استنادی ایران اینترنشنال که شامل مجموعه‌ای متنوع از سخنان مقامات حکومتی، افراد و گروه‌های موافق و مخالف نظام، رسانه‌های داخلی و خارجی، مراکز افکارسنجی، شبکه‌های اجتماعی و حتی گزارش‌های غیررسمی می‌شود، نسبت به خبرگزاری صدا و سیما بیشتر است. خبرگزاری صدا و سیما بیشتر متکی به گفته‌های مسئولان، مطالب خبرگزاری‌های داخلی، روابط عمومی سازمان‌ها و مصاحبه‌های مردمی است. در عین حال، خبرگزاری صداوسیما به منابع دست اول بیشتری در داخل کشور دسترسی دارد. اما رسانه‌های فارسی زبان خارج کشور، به منظور پوشش رخدادها اکثراً به شهروندان-خبرنگاران و برای دسترسی به گفته‌های مقامات رسمی به خبرگزاری‌های داخلی وابسته‌اند.

نکته دیگر این‌که هر دو وبسایت به‌رغم تفاوت‌های اساسی در رهیافت و روش، در یک مسئله اشتراک دارند و آن «غیریت‌سازی با اصلاح‌طلبان» است. خبرگزاری صدا و سیما اگرچه

کوشیده است انتخابات را رقابتی و خود را به عنوان رسانه ملی، نماینده همه سلاقی و جریانات بازنمایی کند، اما حسب توضیحات ذیل وقته «انتخابات»، در این امر چندان موفق نبوده است. در سمت مقابل هم ایران اینترنشنال و حامیان تحریم انتخابات، با القای اندیشه خود به عنوان باور عمومی و مسلط در جامعه، ماریپچ سکوتی ساختند که در آن هر کس عقیده‌ای دیگرگونه داشت، با الصاق برچسب وابستگی به حکومت طرد می‌شد. مقصود ایران اینترنشنال، خلوت کردن صفوف رأی و مشروعیت‌زدایی از حکومت است. این هدف نیازمند تشدید دوگانه جامعه- حکومت و حذف افراد و جریاناتی است که با این سیاست همسو نیستند. بنابراین اصلاح‌طلبان و نیروهای میانجی، قربانیان اصلی این رویکرد غیریت‌سازانه‌اند و بی‌وقفه مورد هجمه‌ها و تبلیغات منفی ایران اینترنشنال واقع شده‌اند.

گفتنی است هژمونیک‌شدن یک گفتمان، به میزان توفیق آن در تثبیت نظام معنایش در اذهان سوژه‌ها بستگی دارد. با این وصف، «ثبت پایین‌ترین میزان مشارکت در تاریخ انتخابات جمهوری اسلامی» حاکی از آن است که گفتمان «تحریم انتخابات» عملکرد موفق‌تری در ایجاد اجماع و تثبیت نظام معنایش داشته و توانسته است هژمونیک شود. شکست این هژمونی و جلوگیری از بحران‌های ناشی از تدوام روند نزولی مشارکت (که از سال ۱۳۹۸ آغاز شده)، در گرو عوامل متعددی است که از جمله آن‌ها می‌توان به حسن عملکرد دولت چهاردهم در حوزه‌های مختلف (سیاست داخلی، خارجی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) و ابتکار و ظرفیت‌سازی رسانه‌ای در عصر جنگ روایت‌ها اشاره کرد.

در آخر این که پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی روبه‌رو بود که هر یک از این محدودیت‌ها می‌تواند موضوع پژوهشی جدید برای مطالعات آتی باشد. به عنوان مثال، اگرچه این تحقیق با مطالعه خبرهای دورسازانه، گفتمان آن‌ها در موضوع انتخابات را شناسایی کرده است و با مقایسه میان نتیجه انتخابات و دال مرکزی هر یک از گفتمان‌ها، «تحریم انتخابات» را گفتمان هژمونیک در این منازعه می‌داند، اما بدیهی است در فضای انتخابات، رسانه‌ها تنها مؤلفه اثرگذار بر میزان مشارکت جامعه نیستند. بی‌شک عوامل و شرایط دیگری از جمله وضعیت اقتصادی مردم یا میزان همبستگی جامعه و حکومت نیز در این مسئله نقش دارند که می‌توانند مورد مطالعه قرار گیرند. به‌علاوه تأثیر پیام رسانه بر مخاطب نیز قطعی و کامل نیست. ادراک و آگاهی مخاطب از منابع مختلفی ناشی می‌شود که رسانه صرفاً یکی از آن‌هاست. همچنین می‌توان در پژوهش‌های آینده، به شبکه‌های اجتماعی و صفحات مجازی رسانه‌ها توجه ویژه کرد؛ چرا که حضور نسل جوان در این گونه رسانه‌ها پررنگ‌تر است. یافته‌های این تحقیق، به پژوهشگران کمک خواهد کرد تا در پژوهش‌های آتی با مقایسه انتخابات ادوار قبل و بعد ۱۴۰۳، به مطالعات طولی و تطبیقی بپردازند و

ضمن بررسی تحولات گفتمانی رسانه‌ها در گذر زمان، دلایل زمینه‌ای این تغییر و تحولات را شناسایی کنند.

## تعارض منافع

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

## فهرست منابع

### منابع فارسی

- پدرام، مسعود و محمدزاده، مهدی (۱۳۸۳). ایدئولوژی، هژمونی و سلطه در رسانه‌ها. *فصلنامه رسانه*. (۱) ۱۵۱. (پیاپی ۵۷). صص ۷۷-۹۴.
- حسینی‌زاده، محمدعلی (۱۳۸۳). نظریه گفتمان و تحلیل سیاسی. *فصلنامه علوم سیاسی*. ش ۲۸. صص ۱۸۱-۲۱۲.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۷۸). *صحیفه امام (مجموعه آثار امام خمینی)*. ج ۸. 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.
- درزبان رستمی، حسن و قدیمی، مه‌ری (۱۳۹۱). بررسی تطبیقی مطالب انتخابات نهمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه کیهان و اعتماد. *فصلنامه فرهنگ ارتباطات*. ش ۷. صص ۱۲۱-۱۴۱.
- درستی، هاجر (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی تبلیغات انتخاباتی مجلس شورای اسلامی در پرتو اصول حقوقی حاکم بر تبلیغات. *فصلنامه مجلس و راهبرد*. ۲۱(۸۰). صص ۸۹-۱۱۱.
- رزمجو، علی‌اکبر و اسلامی‌نژاد، محمد (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان انتقادی نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران در مناظره‌های تلویزیونی. *فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*. (۲) ۲۲. (پیاپی ۶). صص ۹۹-۱۲۸.
- رزمجو، علی‌اکبر و نظری، احمد و نظری، هادی (۱۴۰۱). تحلیل گفتمان خبری رسانه‌های فارسی زبان غربی درباره سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (مطالعه موردی تارنمای فارسی صدای آمریکا و یورونیوز). *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*. (۱۲) ۵. صص ۳۷۳۶-۳۷۶۲.
- روزنامه شرق (۱۴۰۳). میزان مشارکت در انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۳. بازیابی ۹ تیر ۱۴۰۳. از: <https://www.sharghdaily.com/fa/tiny/news-935463>
- سلطانی، سید علی اصغر (۱۳۸۳). تحلیل گفتمان به‌منابه نظریه و روش. *فصلنامه علوم سیاسی*. ش ۲۸. صص ۱۸۰-۱۵۳.
- سلطانی، سید علی اصغر و تفضلی، بیژن و صدقی چوکائلو، رضا (۱۳۸۷). تحلیل گفتمان سیاسی رسانه‌ها. *فصلنامه علوم سیاسی*. ش ۴۲. صص ۶۵-۹۳.
- صحرايي، 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.

- ضیایی پرور، 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.
- علویان، مرتضی و نیکروش، ملیحه (۱۳۹۳). جنگ نرم و رویکرد نرم افزاری امنیت. *بحران پژوهی جهان اسلام*. ۱(۱). صص ۳۳-۵۴.
- غلامی، مصطفی (۱۳۹۹). *مقایسه گفتمان وب‌سایت خبرگزاری صدا و سیما و وب‌سایت شبکه ایران اینترنشنال در پوشش خبری انتخابات مجلس ۹۱*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روزنامه‌نگاری. دانشگاه صدا و سیما: تهران.
- غلامی، مصطفی و فتحی، ابراهیم و امیری، جهاندار (۱۴۰۰). تصویر انتخابات مجلس یازدهم ایران در گفتمان شبکه ایران اینترنشنال. *دوفصلنامه پژوهش‌های سیاست اسلامی*. ۹(۲۰). صص ۲۸۱-۳۱۵.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران؛ به همراه نظرات تفسیری شورای نگهبان (۱۳۹۷). تهیه و تنظیم: محمد فتحی و کاظم کوهی اصفهانی. تهران: پژوهشکده شورای نگهبان.
- محمد حسینی طاهری، جواد (۱۳۹۹). «گزارشی از روزنامه الاخبار به نقل از مشرق» هیزم سعودی و بزین آمریکایی. *ماهنامه مبلغان*. ش ۲۴۹. صص ۴۹-۵۷.
- محمدی، زهره و باوندپوری، محمد و عیوضی، محمد رحیم (۱۳۹۸). نهادینه نشدن احزاب در ایران و تأثیر آن بر آینده انتخابات. *فصلنامه بحران پژوهی جهان اسلام*. ۶(۲). صص ۱۲۱-۱۵۰.
- مقدم‌فر، عطاالله (۱۳۹۷). تأملی بر شبکه ماهواره‌ای ایران اینترنشنال. *ماهنامه دیده‌بان امنیت ملی*. ش ۸۱. صص ۷۷-۸۳.
- مقدمی، محمدتقی (۱۳۹۰). نظریه تحلیل گفتمان لاکلائو- موفه و نقد آن. *فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی*. ۲(۲). (پیاپی ۶). صص ۹۱-۱۲۴.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۰). *تصویرسازی منفی رسانه‌های غرب از جهان اسلام و ملل شرق (خود و دیگری در متون و رسانه‌های غرب)*. *فصلنامه رسانه*. ش ۴۷. صص ۱۰-۲۱.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۴۰۰). *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. چاپ دهم. تهران: انتشارات همشهری.
- نوری‌راد، فاطمه و جعفری‌نژاد، هادی (۱۳۹۷). بازنمایی مضامین و مفاهیم سنت‌گرایی دینی در آثار سید رضا میرکریمی (با تأکید بر فیلم زیر نور ماه و اینجا چراغی روشن است). *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*. ۱۳(۴۱). صص ۶۹-۸۹.
- وزارت کشور (۱۴۰۳). نتایج نهایی انتخابات چهاردهمین دوره ریاست جمهوری. بازیابی ۹ تیر ۱۴۰۳. از: [moi.ir/x3ZN6](http://moi.ir/x3ZN6)
- یورگنسن، ماریان و فیلیپس، لوئیز (۱۳۹۵). *نظریه و روش در تحلیل گفتمان*. چاپ ششم. تهران: نشر نی.

### منابع انگلیسی

- Entman, R. M (2008). Theorizing Mediated Public Diplomacy: The U.S. Case. *The International Journal of Press/Politics*. Vol 13. No 2. PP 87-102.

- Gowhary, H. & Rahimi, F. & Azizifar, A. & 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, R. & Faucon, B. & Hagey, K (2019). Saudi Arabia Sought Vice's Help to Build a Media Empire. *Wall Street Journal*. Retrieved 15 April 2021. available at: [https://www.wsj.com/articles/saudi-arabia-sought-vice-help-to-build-a-media-empire-11549621800?reflink=desktopwebshare\\_permalink](https://www.wsj.com/articles/saudi-arabia-sought-vice-help-to-build-a-media-empire-11549621800?reflink=desktopwebshare_permalink).
- Kamali Dehghan, S (2018). *Ofcom examining TV network over interview praising attack in Iran*. *The Guardian*. Retrieved 26 April 2021. available at: [https://www.theguardian.com/media/2018/oct/02/ofcom-investigates-tv-network-interview-praising-terror-attack-iran?CMP=share\\_btn\\_url](https://www.theguardian.com/media/2018/oct/02/ofcom-investigates-tv-network-interview-praising-terror-attack-iran?CMP=share_btn_url).
- Khan, M. H. & Qazalbash, F. & Adnan, H. M. & Yaqin, L. N. & Khuhro, R. A (2021). Trump and Muslims: A Critical Discourse Analysis of Islamophobic Rhetoric in Donald Trump's Selected Tweets. *Sage Open*. Vol 11. Issue 1.
- Kinder, D. R. & Sanders, L. M (1990). Mimicking political debate with survey questions: The case of White opinion on affirmative action for Blacks. *Social Cognition*. 8(1). PP 73-103.
- Lungu, A. M (2001). The Internet and Psychological Operations. *Joint Forces Quarterly*. No 28. pp 13-17.
- Scheufele, D. A (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Communication*. Vol 49. No 1. PP 103-122.
- Sharifi, M. & Ansari, N. & Asadollahzadeh, M (2016). A critical discourse analytic approach to discursive construction of Islam in Western talk shows: The case of CNN talk shows. *International Communication Gazette*. 79(1). PP 45-63. (Original work published 2017)

### Translated References to English

- Alam, A (2015). *Foundations of political science*. 27th printing. Tehran: Ney Publishing. **[In Persian]**
- Alaviyan, M. & Nikrosh, M (2015). Soft War and The Software Approach to Security. *Crisis Studies of the Islamic World*. 1(1). PP 33-54. **[In Persian]**
- Constitution of the Islamic Republic of Iran; Along with the Interpretive Opinions of the Guardian Council*. (2018). Compiled and edited by: Mohammad Fathi and Kazem Koochi Esfahani. Tehran: Guardian Council Research Institute. **[In Persian]**
- Darabi, A (2013). *Sociology of the eleventh election: An analysis of the presidential election context and Iranian voting behavior*. Tehran: Hamshahri Publishing. **[In Persian]**
- Darziyan Rostami, D. & Ghadimi, M (2012). Comparative Newspaper Kayhan and Etemad in the Ninth round of parliamentary Elections. *Culture and Communication*. 2(3). PP 121-141. **[In Persian]**
- Dorosti, H (2015). The Pathology of The Islamic Consultative Assembly Electoral Propaganda in Light of Legal Principles Governing Propaganda. *Majlis and Rahbord*. 21(80). PP 89-111. **[In Persian]**
- Gholami, M (2021). *The comparison of the discourse of IRIB News Agency website and Iran International TV channel website in the news coverage of the parliamentary elections 1398*. Master's thesis in Journalism. IRIB University: Tehran. **[In Persian]**
- Gholami, M. & Fathi, E. & Amiri, J (2022). The Image of the 11th Iran Parliamentary Elections in the Discourse of Iran International TV Channel. *Islamic Politics Research*. 9(20). PP 281-315. **[In Persian]**
- Hosseinzadeh, M. A (2004). Discourse Theory and Political Analysis. *Political Science*. No 28. PP 181-212. **[In Persian]**
- Jørgensen, M. & Phillips, L (2016). *Theory and Method in Discourse Analysis*. 6th printing. Tehran: Ney Publishing. **[In Persian]**
- Khomeini, R (1999). *Sahifeh-ye Imam (Collection of Imam Khomeini's Works)*. Vol 8. Tehran: Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. **[In Persian]**

- Mahdizadeh, S. M (2001). Negative Imaging of the Islamic World and Eastern Nations by Western Media (Self and Other in Western Texts and Media). *Resaneh. No 47*. PP 10-21. **[In Persian]**
- Mahdizadeh, S. M (2021). *Media Theories; Common Ideas and Critical Perspectives*. 10th printing. Tehran: Hamshahri Publishing. **[In Persian]**
- Ministry of Interior of IRI (2024). *Final Results of the 14th Presidential Election*. Retrieved 30 June 2024. available at: [moi.ir/x3ZN6](http://moi.ir/x3ZN6). **[In Persian]**
- Moghadamfar, A (2018). A Reflection on the Iran International Satellite Network. *National Security Watch. No 81*. PP 77-83. **[In Persian]**
- Mohammad Hosseini Taheri, J (2020). "A Report from Al-Akhbar Quoted by Mashregh" Saudi Firewood and American Gasoline. *Mobaleghan. No 249*. PP 49-57. **[In Persian]**
- Mohammadi, Z. & Bavand puri, M. and Eivazi, M. R (2019). Non-institutionalization of parties in Iran and its impact on the future of elections. *Crisis Studies of the Islamic World. 6(2)*. PP 121-150. **[In Persian]**
- Moqaddami, M. T (2011). A Critique of Ernesto Laclau's and Chantal Mouffe's Theory of Discourse Analysis. *Ma'rifat-e Farhangi Ejtemai. 2(2)*. (Serial 6). PP 91-124. **[In Persian]**
- Noorirad, F. & Jafari Nezhad, H (2018). Representation of contents and Concepts of Religious Traditionalism in the Seyyed Reza Mirkarimi's Film (Emphasizing the movie 'Under the Moonlight' and 'Here, a Shining Light'). *Media studies. Vol 13*. No 41. PP 69-89. **[In Persian]**
- Pedram, M. & Mohammadzadeh, M (2004). Ideology, Hegemony, and Domination in the Media. *Resaneh. 15(1)*. No 57. PP 77-94. **[In Persian]**
- Razmjoo, A. A. & Eslaminejad, M (2019). A Critical Discourse Analysis on 12th Iranian Presidential Election Candidates in TV Debates. *Political Sociology of Iran. 2(2)*. PP 99-128. **[In Persian]**
- Razmjoo, A. A. & Nazari, A. & Nazari, H (2023). News Discourse Analysis of the Persian Media in the 13th Iranian Presidential Elections: Case Study of the Persian Websites of VOA and Euronews. *Political Sociology of Iran .5(12)*. PP 3736-3762. **[In Persian]**
- Sahraei, F. & Mazidi, A. M (2017). Effectiveness of electoral advertising laws in the elections of the Islamic Consultative Assembly, Presidency, Councils, and Assembly of Experts. *Fourth National Conference on Law: Assessing the Effectiveness of Law in the Islamic Republic of Iran System*. Islamic Azad University, Meybod Branch. Iran. **[In Persian]**
- Shargh Daily (2024). *Participation Rate in the 2024 Presidential Election*. Retrieved 30 June 2024. available at: <https://www.sharghdaily.com/fa/tiny/news-935463>. **[In Persian]**
- Sultani, S. A. A (2004). Discourse Analysis as Theory and Method. *Political Science. Vol 7*. No 28. PP 153-180. **[In Persian]**
- Sultani, S. A. A. & Tafazzoli, B. & Sedqi Chokanlu, R (2008). An analysis of political discourses in the media. *Political Science. Vol 11*. No 42. PP 65-93. **[In Persian]**
- Ziaieparvar, H (2012). *Soft war 2: Special focus on media warfare*. Tehran: Abrar Contemporary Institute for Cultural Studies and Research Publishing. **[In Persian]**