



The Representation of Iran's 14th Presidential Election on the Iran International TV

Marzieh Davari Langroodi¹ || Akram Bagherian² | Yasaman Khankeshzadeh³

1. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Journalism & Media Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. Email: m.davari@atu.ac.ir
2. 2 Ph.D. Candidate in Media Management, Department of Media Management, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: afagh1400@gmail.com
3. 3 Ph.D. Candidate in Communication Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: yasamankhani1380@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 2 August 2025

Received in revised form: 4 October 2025

Accepted: 8 April 2026

Published online: 31 July 2026

Keywords:

Iran International TV,
Presidential Election,
Critical Discourse Analysis,
Representation.

ABSTRACT

ObjectiveThe 2024 Iranian presidential election was one of the most significant contemporary political events, exerting substantial impacts on the country's domestic and foreign policy and affecting both the government's orientation toward the public and Iran's position in the sphere of international diplomacy. Meanwhile, the media and political analysts played an important role in shaping public opinion and guiding these processes. The present study aims to analyze the critical discourse of Iran International in its presentation of the 14th presidential election.

Method: The methodology of this study is based on critical discourse analysis with a descriptive approach. The research data comprises 73 news reports published between June 19 and July 28, 2024, on the Iran International website that represented the election process. Validity and reliability in this study were examined and analyzed based on the critical discourse descriptive method.

Results: The findings indicate that Iran International has attempted to represent the fundamental crises of the electoral process by utilizing specific media strategies, such as highlighting issues including rigged elections, electoral sanctions, structural corruption, the role of the Guardian Council, and the participation crisis. According to the theory of image formation in public opinion, particularly in the area of political participation, such representations can play an effective role in shaping public awareness and guiding the audience's electoral decisions.

Conclusions: The results of the study indicate that Iran International's approach is predominantly critical and has portrayed the 2024 elections as a structurally non-competitive and undemocratic process, in line with its representations of the elections of the previous presidential era (2017–2021)- a process that fundamentally questions the legitimacy of electoral institutions. By emphasizing election engineering, systematic political exclusion, and the crisis of participation, this media outlet reinforces the dominant negative narratives and reproduces an atmosphere of political distrust. Finally, based on data analysis, the study offers a strategic-practical framework for countering these representations, which aims to reduce the impact of destructive narratives, promote transparency, and strengthen informed political participation. These findings can serve as a guiding reference for media policymakers and communication researchers in strengthening emerging democracies..

Cite this article: Davari Langroodi, M., Bagherian, A., & Khankeshzadeh, Y (2026), The Representation of Iran's 14th Presidential Election on the Iran International TV, *News Science*, 15 (2), 15-19.

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.538803.1408>

Publisher: Press Institute for Contemporary International Journalism (PICIJ)



© The Author(s) retain the copyright.

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.538803.1408>



The Journal of News Science

Vol. 15, No. 2, Ser.58, summer 2026, P. 15- 19

Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.538803.1408>

Open Access

ORIGINAL ARTICLE

The Representation of Iran's 14th Presidential Election on the Iran International TV

Marzieh Davari Langroodi^{1✉}|Akram Bagherian²|Yasaman Khankeshzadeh³

4. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Journalism & Media Management, Allameh Tabatabaie'i University, Tehran, Iran. Email: m.davari@atu.ac.ir
5. 2 Ph.D. Candidate in Media Management, Department of Media Management, Faculty of Management, South Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: afagh1400@gmail.com
6. 3 Ph.D. Candidate in Communication Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: yasamankhani1380@gmail.com

Received: August 2, 2025

Accepted: April 8, 2026

EXTENDED ABSTRACT

Introduction:

Elections are a phenomenon through which people play a role in determining their own destiny and the acceptability of their country in today's world. During elections, various media outlets, relying on their accumulated social capital and the trust and confidence that their audiences place in them, present their desired discourses to attract and guide people toward their desired aspirations and goals. Today, traditional media such as television or domestic newspapers are no longer the sole source of news and information for society, and the general public can easily learn about

different points of view using satellite and the Internet. It is of great importance to examine how competing media outlets address issues and to identify the nature of the owners of these media outlets in order to identify their methods of influence and impact on public opinion. One of the main functions of mass communication tools is to inform and disseminate news. News in today's civil societies wields enormous power, to the extent that in the field of international relations, based on the combination of power and media, a new concept called media war has emerged, which is considered an example of soft war. Media warfare-meaning the use of the media to weaken the country's discourse-aims to exploit their power and capacity by using psychological warfare methods. In this war, each news stream tries to further weaken the rival's discourse by using psychological operations techniques such as isolation and creating doubt in public opinion. The 2024 Iranian presidential election was one of the most important contemporary political events, which had profound effects on the country's domestic and foreign policy and was able to influence the direction of the government's interaction with the people and Iran's position in the field of international diplomacy. In the meantime, the media and political analysts played an important role in shaping public opinion and guiding the election process. The present study was conducted with the aim of analyzing the critical discourse of the Iran International website in its representation of the 14th presidential election.

Method:

Discourse analysis is a new technique and method in the study of texts, media, and cultures. In this method, the researcher aims to show the relationship between the author, the text, and the reader and to determine what social, cultural, political, and other factors and contexts influence the production of discourse. In this method, the analyst goes beyond the context of the text (form and structure) and enters the situational context of the text (conditions and ideological dimensions) and analyzes it. In fact, the method of discourse analysis tries to show the meanings hidden in the author's mind. The presidential election is a huge discursive scene in which meanings, identities, values, and ideologies compete. Critical discourse analysis helps the researcher understand how the "reality" of the election is constructed, who has the right to speak and whose voice is not heard, what issues are highlighted and what issues are marginalized, and how language and images affect our understanding of the candidates and the election process. The methodology of this study is based on critical discourse analysis with a descriptive approach. The research data includes 73 news reports published between June 19, 2024, and July 28, 2024, on the Iran International website that represented the election process. Validity and reliability in this study were examined and analyzed based on the descriptive critical discourse method. Methods to ensure validity include validation by participants, peer review, detailed description of the context, use of multiple data sources, and reflexivity. Methods to ensure reliability in this study include clear and documented coding, precise definition of terms and concepts, use of multiple coders, and focus on linguistic evidence.

Findings:

The findings show that Iran International has attempted to represent the fundamental crises of the electoral process by using specific media strategies, such as highlighting issues including rigged elections, electoral sanctions, structural corruption, the role of the Guardian Council, and the participation crisis. According to the theory of image-building in public opinion, especially in the field of political participation, such representations can play an effective role in shaping public

awareness and guiding the electoral decisions of the audience. Accordingly, the central themes in this study include political legitimacy, which encompasses the concepts of rigged elections, show elections, and election boycotts; the theme of governance and supervisory institutions, which includes the concepts of the Guardian Council and disqualifications; the theme of corruption and transparency, which includes the concepts of corruption and economic corruption; the theme of political participation, which includes the concepts of non-participation of the people, low participation of the people, and a cold electoral atmosphere; the theme of repression and social control, with the concept of suppressing protesters; and the theme of governance structure, with the concept of the Islamic Republic system.

Conclusion:

Therefore, using the critical discourse analysis approach and focusing on the content description stage of 73 Iran International news items, it became clear that the dominant discourse surrounding the 2024 presidential elections is based on two distinct poles: the "intra-discursive" pole (government and governing institutions), in which words such as "company," "transparency," "supervision," and "legitimacy" are prominent, defending the performance of official institutions and the need to gain public trust; and the "external" pole (opposition and critical media), in which terms such as "rigged elections," "economic corruption," "disqualifications," and "sanctions" reflect a focus on inefficiency and lack of legitimacy. The results of the study show that Iran International's approach was mainly critical and depicted the 2024 elections as a non-competitive and undemocratic structural process, in line with the representations of the elections of the previous presidential era (2017–2021)-a process that fundamentally questions the legitimacy of electoral institutions. By emphasizing electoral engineering, systematic political exclusion, and the crisis of participation, this media reinforces the dominant negative narratives and reproduces an atmosphere of political distrust. Finally, based on data analysis, the research provides a strategic-practical framework for countering these representations, which aims to reduce the impact of destructive narratives, promote transparency, and strengthen informed political participation. These findings can be used as a guiding reference for media policymakers and communication researchers in strengthening emerging democracies.

Data Availability Statement.

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

References:

- Abbasi, F., & Nushi, M. (2024). A critical discourse analysis of former Iranian president's speeches during the COVID-19 pandemic: The case of holy sites lockdown. *Publications of Tarbiat Modares University, 15(5), 257–281. (in Persian)
- Aqbali, A. (2015). Analysis of multiple images in Nahj al-Balagha. Quarterly Journal of Arabic Language and Literature, 7(12), 31–50. (in Persian)

- Azimfard, F., Rahro, H. R., & Jebelli, P. (2024). Critical discourse analysis of presidential candidates' TV debates between Ebrahim Raisi and Abdolnaser Hemmati in Iran's 2021 presidential election. *Audiovisual Quarterly of IRIB University*, 16(43), 69–102. (in Persian)
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Davoudi, A. A. (2010). Discourse theory and political science. *Quarterly Journal of Political Science*, 2(8), 47–51. (in Persian)
- Dijk, T. A. van, & Adrianus, T. (2000). *Ethnic minorities and the media, news racism: A discourse analytical approach*. Open University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fairclough, N. (2000). *Critical discourse analysis*. Center for Media Studies and Research. (in Persian)
- Farrokhi, M., & Kia, S. (2023). Psychological operation techniques of Western media on the 2021 Iranian presidential election: Case study of BBC Persian, Iran International, Manoto, and Voice of America. *Journal of Cultural Guardianship of the Islamic Revolution*, 13(27). (in Persian)
- Fathi, K., Kouhi, K., & Kazem Mohammad, M. (2018). *The Constitution of the Islamic Republic of Iran*. Research Institute of the Guardian Council. (in Persian)
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. Harvard University Press.
- Gouya, A., & Naderi, M. (2023). Representation of the assassination of Martyr Qassem Soleimani on Iran International's Twitter and Instagram. *Media Quarterly*, 13(1), 67–96. (in Persian)
- Hausman, K. (1997). *Crisis of conscience*. Office for Media Studies and Planning. (in Persian)
- Houshyar, M., & Goodarzi, M. (2020). The method of covering the news of forming a U.S. maritime coalition in the Persian Gulf and the Gulf of Oman: Discourse analysis of Iran International and Deutsche Welle Persian news websites. *Quarterly Journal of News Sciences*, 9(1), 69–100. (in Persian)
- Jabbar Kudair, N., & Khalil AlAzawi, S. (2023). The representation of the Iranian protests in the American newspapers: A critical discourse analysis. *Nasaq Journal*, 38(1), 1316–1346. (in Persian)
- Johnes, R., Faucon, B., & Hagey, K. (2019). Saudi Arabia sought vice's help to build a media empire. *The Wall Street Journal*.
- Jorgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis*. Sage.
- Kamali Dehghan, S. (2018). Ofcom examining TV network over interview praising attack in Iran. **The Guardian**. (in Persian)
- Khabar Online News Agency. (1403). The highest and lowest participation rates in the fourteen rounds of the presidential elections / Raisi remains the record holder. <https://www.khabaronline.ir/news/1929046>
- Khamenei, S. A. (2023). Speech in a meeting with the people of "Kerman" and "Khuzestan". Khamenei.ir – Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works. (in Persian)
- Laclau, E., & Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy*. Verso.
- Lotfipoorsaeedi, K. (1993). An introduction to speech analysis. *Journal of Linguistics*, 10(1). (in Persian)
- Mirzaei, M. (2017). Content analysis of Persian-language satellite TV programs on the 2017 Iranian presidential election: Case study of BBC Persian website and channel. *Basirat and Islamic Education Journal*, 14(43), 131–167. (in Persian)
- Mirzaeinezhad Ojani, F. (2019). News discourse analysis: The "20:30" news program of IRIB and the "Newsroom" program of Manoto TV. *Communication Research*, 26(97), 111–149. (in Persian)
- Molanoruzi, S. A., Nematinaraki, D., & Azimifard, F. (2023). News discourse analysis of IRIB News Agency, Iran International, and BBC Persian regarding the seventh round of Iran nuclear negotiations. IRIB University. (in Persian)
- Mowlana, H., & Tajik, G. (1996). Media and image building. *Mass Communication Studies and Research Quarterly*, 26, 10–17. (in Persian)
- Sadeghi Aval, H., & Manafivarkiani, A. (2024). Representation of legal dimensions of the October 2023 Gaza conflict on BBC Persian and Iran International Instagram pages. *Journal of Legal Studies*, 16(1), 355–390. (in Persian)
- Sarrami, A., & Fahimifar, A. (2018). Image, imagery, and visual perception. *Fine Arts – Visual Arts Quarterly*, (2), 5–12. (in Persian)
- Zarrin Kolah, A., Najafi, S. H., & Hormozi Zadeh, M. A. (2023). Identification of psychological operations techniques of BBC Persian TV against the Islamic Republic during the riots of September–October 2022. *Strategic Basij Quarterly*, 26(100), 107–149. (in Persian)
- Zhang, W. (2015). Discourse of resistance: Articulations of national cultural identity in media discourse on the 2008 Wenchuan earthquake in China. *Discourse & Communication*, 9(3), 355–370.



بازنمایی چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه ایران اینترنشنال

مرضیه داوری لنگرودی^{۱*} | اکرم باقریان^۲ | یاسمن خانکش زاده^۳

۱ استادیار، گروه روزنامه‌نگاری و مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، رایانامه: m.davari@atu.ac.ir

۲ دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه:

afagh1400@gmail.com

۳ دانشجوی علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. رایانامه: yasamankhani1380@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۵/۱۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۷/۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۱/۱۹

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۵/۹

کلیدواژه‌ها:

بازنمایی،

انتخابات ریاست جمهوری،

ایران اینترنشنال،

تحلیل گفتمان انتقادی.



هدف: انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۳ ایران یکی از مهم‌ترین رویدادهای سیاسی معاصر بود که تأثیرات عمیقی بر سیاست داخلی و خارجی کشور داشت و توانست جهت‌گیری تعامل دولت با مردم و جایگاه ایران در عرصه دیپلماسی بین‌المللی را تحت تأثیر قرار دهد. در این میان، رسانه‌ها و تحلیل‌گران سیاسی نقش مهمی در شکل‌دهی افکار عمومی و هدایت فرایند انتخابات ایفا کردند. پژوهش حاضر با هدف تحلیل گفتمان انتقادی سایت ایران اینترنشنال در بازنمایی چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری انجام شده است.

روش پژوهش: روش‌شناسی این مطالعه بر تحلیل گفتمان انتقادی با رویکرد توصیفی استوار است. داده‌های پژوهش شامل ۷۳ گزارش خبری منتشرشده در بازه زمانی ۱۹ خرداد تا ۸ تیر ۱۴۰۳ در سایت ایران اینترنشنال است که به بازنمایی فرایند انتخابات پرداخته‌اند. روایی و پایایی در این پژوهش بر اساس روش گفتمان انتقادی توصیفی بررسی و تحلیل شده است.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد ایران اینترنشنال با بهره‌گیری از استراتژی‌های رسانه‌ای مشخصی، همچون برجسته‌سازی موضوعاتی نظیر انتخابات فرمایشی، تحریم‌های انتخاباتی، فساد ساختاری، نقش شورای نگهبان و بحران مشارکت، تلاش کرده است تا بحران‌های بنیادین روند انتخاباتی را بازنمایی کند. بر اساس نظریه انگاره‌سازی در افکار عمومی، به‌ویژه در حوزه مشارکت سیاسی، چنین بازنمایی‌هایی می‌توانند در شکل‌دهی آگاهی عمومی و جهت‌دهی تصمیمات انتخاباتی مخاطبان نقش مؤثری داشته باشند.

نتایج: نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رویکرد ایران اینترنشنال عمدتاً انتقادی بوده و انتخابات ۱۴۰۳ را در امتداد بازنمایی‌های انتخابات دوران پیشین ریاست جمهوری (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰) به‌عنوان فرآیندی ساختاری غیررقابتی و غیردموکراتیک تصویر کرده است؛ فرایندی که مشروعیت نهادهای انتخاباتی را به صورت بنیادین زیر سؤال می‌برد. این رسانه با تأکید بر مهندسی انتخابات، حذف سیاسی سیستماتیک و بحران مشارکت، روایت‌های منفی غالب را تقویت کرده و فضای بی‌اعتمادی سیاسی را بازتولید می‌کند. در نهایت، بر اساس تحلیل داده‌ها، پژوهش چارچوبی راهبردی — کاربردی برای مقابله با این بازنمایی‌ها ارائه می‌دهد که هدف آن کاهش تأثیر روایت‌های مخرب، ارتقاء شفافیت و تقویت مشارکت سیاسی آگاهانه است. این یافته‌ها می‌تواند به عنوان مرجعی راهنما برای سیاست‌گذاران رسانه‌ای و پژوهشگران حوزه ارتباطات در تقویت دموکراسی‌های نوظهور مورد استفاده قرار گیرد.

استناد: داوری لنگرودی، مرضیه؛ باقریان، اکرم و خانکش زاده، یاسمن. (۱۴۰۵). بازنمایی چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه ایران اینترنشنال

فصلنامه علوم خبری، ۱۵ (۲)، ۸۵-۶۴.

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.538803.1408>



© نویسندگان.

ناشر: موسسه مطبوعاتی روزنامه نگاری بین‌المللی معاصر.

مقدمه

انتخابات، فراتر از یک فرایند سیاسی صرف است؛ نمادی از اراده جمعی که به بازتولید مشروعیت و تعیین سرنوشت جامعه می‌پردازد. این سازوکار بنیادین مشارکت مدنی، نقش محوری و راهبردی در تقویت، تثبیت و پایداری مقبولیت نظام‌های سیاسی ایفا می‌کند و توانایی بازتاب گسترده‌ترین خواسته‌ها و مطالبات جامعه را دارد. تحقق و پایداری نظام‌های دموکراتیک، مستلزم فرایندی است که اراده عمومی را به رسمیت شناخته و بازنمایی کند. در این چارچوب، اصل ششم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران تصریح می‌کند که اداره کشور باید مبتنی بر «آرای عمومی» و از طریق سازوکارهای «انتخابات و همه‌پرسی» انجام شود (قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۷).

بررسی روندهای تاریخی نشان می‌دهد که مردم ایران طی ۴۵ سال پس از انقلاب، به‌طور میانگین سالانه یک‌بار در فرایندهای انتخاباتی مشارکت داشته‌اند. مشارکت حداکثری در فرایندهای انتخاباتی، تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل کلیدی قرار دارد که از جمله آنها می‌توان به امکان گردش نخبگان، اعتماد نهادی و اجتماعی، و باور به کارآمدی سازوکارهای انتخاباتی و توانمندی آنها در ایجاد تغییرات ملموس اشاره کرد. تحلیل روند مشارکت در انتخابات‌های اخیر ریاست‌جمهوری ایران، به ویژه دوره‌های ۱۳۹۸، ۱۴۰۰، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳، حاکی از کاهش مستمر و معنادار مشارکت عمومی است. بر اساس داده‌های رسمی، نرخ مشارکت در دور اول انتخابات ریاست‌جمهوری سال‌های ۱۳۹۶، ۱۴۰۰ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۷۳.۳۳ درصد، ۴۸.۸ درصد و ۴۰ درصد ثبت شده است (پایگاه خبری خبر آنلاین، ۱۴۰۳).

این کاهش قابل توجه مشارکت، نمایانگر کاهش سرمایه اجتماعی و افزایش بی‌اعتمادی به نهادهای انتخاباتی و فرایندهای سیاسی کشور است که پیامدهای عمیقی برای مشروعیت سیاسی و پایداری دموکراسی به دنبال دارد. از انتخابات مجلس شورای اسلامی سال ۱۳۹۸، کلیدواژه «تحریم انتخابات» به‌عنوان راهبردی سیاسی از سوی برخی جریان‌های مخالف نظام جمهوری اسلامی مطرح و به مرور به محور اصلی گفتمان رسانه‌های منتقد تبدیل شد. رسانه‌های بیگانه با بهره‌گیری از بحران‌های اقتصادی و ناآرامی‌های اجتماعی، به ویژه اعتراضات آبان ۱۳۹۸ و پاییز ۱۴۰۱، گفتمانی سازمان‌یافته و هدفمند را شکل دادند که با تمرکز بر تضعیف اعتماد عمومی نسبت به فرایندهای انتخاباتی و مشروعیت نظام سیاسی، به بازتولید بی‌اعتمادی سیاسی و کاهش سرمایه اجتماعی انجامید. در این زمینه، می‌توان به شبکه ایران‌اینترنشنال اشاره کرد که تاریخ و جغرافیای تاسیس آن، موید مدعای فوق است. شبکه ایران‌اینترنشنال اندکی پیش از دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (۱۳۹۶)، فعالیت خود را از لندن، با پخش ۲۴ ساعته برنامه‌های خبری به منظور تأثیرگذاری بر افکار جامعه ایران در راستای مشروعیت‌زدایی از حکومت آغاز کرد (هوشیار و گودرزی، ۱۳۹۹: ۷۰).

بودجه ۲۵۰ میلیون دلاری عربستان سعودی هم دست‌مایه گردانندگان شبکه برای پیش‌برد اهدافشان بوده است (جونز و همکاران^۱، ۲۰۱۹؛ کمالی دهقان، ۲۰۱۸). ایران‌اینترنشنال در طول سال‌های فعالیتش کوشیده است، با تظاهر به بی‌طرفی در فرآیند خبررسانی و اتخاذ رویکرد تعاملی در برنامه‌سازی، از جمله کاربست ویدیوهای ارسالی مخاطبان در گزارش‌های تولیدی و صفحات مجازیش، راهبردی مبتنی بر استفاده و رضایت‌مندی در پیش بگیرد و بدین ترتیب سرمایه اجتماعی خود را افزایش دهد، این در حالی است که اقداماتی همچون پخش زنده گردهمایی‌های سالانه سازمان مجاهدین خلق، مصاحبه با سرکرده گروهک تروریستی الاحوازیه و پوشش گسترده و سوگیرانه اعتراضات آبان ۱۳۹۸ و پاییز ۱۴۰۱ به‌طور مکرر، ادعاهای این شبکه را نقض کرده است. همچنین ایران‌اینترنشنال به موازات پخش تلویزیونی، از سایر بسترهای ارتباطی مانند وبسایت، تلگرام، اینستاگرام، واتس‌آپ و غیره نیز غافل نمانده است. چنانچه کاستلز^۲ (۲۰۱۰) شبکه‌های اجتماعی را به عنوان ساختارهایی شبکه‌ای و پیچیده می‌داند که عملکرد آنها مبتنی بر ارتباطات افقی و تعاملی است. او بیان می‌کند که این شبکه‌ها «ساختارهای بازی» هستند که توانایی شکستن محدودیت‌های زمانی و مکانی انتقال پیام را دارند و به این واسطه، پیام‌ها می‌توانند از بسیاری به بسیاری منتقل

¹ Johnes & et.al

² Castells

شوند. این ویژگی سبب می‌شود پیام‌ها به طور گسترده و فراتر از هر گونه محدودیت جغرافیایی یا زمانی گسترش یابند (کاستلز، ۲۰۱۰: ۵۹-۶).

جلوگیری از استمرار شیب نزولی مشارکت و احیای جایگاه نهاد انتخابات به عنوان حافظ و ضامن جمهوریت نظام و مانع هرج و مرج مستلزم شناخت فنون و راهبردهای رسانه‌های رقیب در فضای اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است. این ضرورت، تحقیقاتی از این دست را می‌طلبد که با کشف و تبیین روابط میان ساختار قدرت سیاسی و مناسبات اجتماعی و زبانی، به شناخت گفتمان مسلط رسانه‌ها و تدوین الگوهای مقابله با گفتمان‌های رقیب کمک کنند. بنابراین بر اساس خلا تحقیقاتی موجود و با توجه به اینکه تا کنون تحقیقی در زمینه عنوان تحقیق صورت نگرفته است، محقق درصدد است به این سوال اصلی پاسخ دهد که "نحوه بازنمایی چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در شبکه ایران اینترنت‌شنال چگونه بوده است؟"

پیشینه پژوهش

صادقی اول و منافی وریانی (۱۴۰۳)، در مقاله‌ای با موضوع "بازنمایی ابعاد حقوقی مخاصمه اکتبر ۲۰۲۳ غزه در صفحات اینستاگرام BBC فارسی و ایران اینترنت‌شنال" با روش توصیفی - تحلیلی و استفاده از رویکرد استوارت هال دریافته‌اند که صفحات مجازی رسانه‌های مزبور حمله اسرائیل به نوار غزه را در چارچوب «دفاع مشروع» نمایش می‌دهند و حماس را گروهی تروریستی و مسئول بروز کشتار مردم غزه معرفی می‌کنند و مداخله ایران و جبهه مقاومت در معادلات غزه را بخش مهم دیگر در بازنمایی مخاصمه غزه به حساب می‌آورده‌اند.

گویا و نادری (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای با نام "بازنمایی ترور شهید قاسم سلیمانی در توییتر و اینستاگرام شبکه ایران اینترنت‌شنال" و با روش تحلیل محتوای کیفی ناظر بر تبیین دیدگاه کاربران شبکه‌های اجتماعی نشان داده‌اند که بازنمایی با رویکرد تعمدی و با هدف وارونه سازی حقیقت جبهه مقاومت اسلامی در راستای توجیه افکار عمومی جهان و رفتار دولت مردان آمریکایی بوده. جبهه مقاومت اسلامی با وجود پیروزی در میدان نبرد نظامی در عرصه مجازی و گفتمان سازی، به درستی ظرفیت سازی انجام نداده است؛ در حالی که با پیشگامی در تصویرسازی می‌توان بازنمایی رسانه‌ای را به نفع جبهه مقاومت اسلامی بدست آورد.

زرین کلاه و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله "شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی.بی.سی فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱" با روش تحلیل محتوای کیفی دریافته‌اند که رسانه مذکور در مجموع از ۹ تکنیک عملیات روانی از جمله شرطی سازی، ایجاد تفرقه و اختلاف، القا غیرمستقیم، از زبان غیر گفتن، روشنگری، تحریک کردن، وارونه کردن، انسانیت زدایی از حریف و تخدیر استفاده کرده است.

فرخی و کیا (۱۴۰۲)، در مقاله‌ای با نام "تکنیک‌های عملیات روانی رسانه‌های غربی پیرامون انتخابات جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۰ مورد مطالعه: اخبار رسانه‌های BBC فارسی، ایران اینترنت‌شنال، من‌وتو و صدای آمریکا" با روش تحلیل محتوای کیفی و رویکرد استقرایی نشان داده‌اند که شبکه‌های مذکور از تکنیک‌های عملیات روانی همچون «جنجال آفرینی»، «مبالغه»، «تکرار»، «تظاهر به بی طرفی»، «سابقه نویسی» و «توسل به ترس» برای رسیدن به مقصود و مطلوب خود استفاده کردند؛ درحالی که در این بین دو تکنیک «جنجال آفرینی» و «تکرار» نیز بیش از سایر روش‌ها مورد استفاده قرار گرفت.

ملانوروزی و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله "بررسی گفتمان خبری تارنمای خبرگزاری صدا و سیما، شبکه خبری ایران اینترنت‌شنال و شبکه خبری BBC فارسی در باره دور هفتم مذاکرات هسته ای ایران" با روش تحلیل گفتمان انتقادی دریافته‌اند که رسانه ملی از گفتمان ضدآمریکایی و ضد استکباری استفاده کرده و این تارنمای خبری هدف از دور هفتم مذاکرات را بازگشت طرف مقابل به تعهدات دانسته و همچنین از ایران با صفات تعهد و جدی یاد کرده. تارنمای وبسایت شبکه ایران اینترنت‌شنال با گفتمان جنگ طلبی، هدف مذاکرات را پرهیز از بحران هسته‌ای می‌داند و آینده مذاکرات را در صورت ادامه این روند و شکست مذاکرات، جنگ نظامی و سرنوشتی ایران برآورد می‌کند. در تارنمای شبکه خبری BBC فارسی نیز گفتمان "مقصرسازی" بوده که گرانی، بالا رفتن نرخ ارز را برای آینده مذاکرات برآورد کرده است.

غلامی و همکاران (۱۴۰۰) در مقاله "کاوشی برگفتمان‌های خبرگزاری صداوسیما و شبکه ایران اینترنشنال در انتخابات مجلس یازدهم ایران" براساس روش و تحلیل گفتمان یافته‌اند؛ 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 هم با دال مرکزی «تحریم انتخابات» شامل دال‌های «جمهوری اسلامی»، «انتخابات»، «مردم» و «کرونا» می‌شد. همچنین چارچوب‌سازی‌ها و انگاره پردازی‌های هر دو رسانه کاملاً در خدمت دال مرکزی گفتمان مطلوبشان بوده و مشارکت پایین مردم در این انتخابات حکایت از هژمونیک شدن گفتمان تحریم انتخابات و موفقیت آن در تثبیت نظام معنایی خود در جامعه داشته است.

هوشیار و گودرزی (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان "شیوه پوشش اخبار تشکیل ائتلاف دریایی آمریکا در خلیج فارس و دریای عمان" با رویکرد تحلیل گفتمان دریافته‌اند، گفتمان اصلی وب سایت ایران اینترنشنال در خصوص پوشش خبری تشکیل ائتلاف گفتمان ایران هراسی در چارچوب آمریکای منجی - ایران ماجراجو بوده، همچنین وب سایت دویچه وله فارسی کوشیده تا انعکاس‌ها و پوشش خبری خود از طرح تشکیل ائتلاف را در قالب گفتمان تنش زدایی در چارچوب آلمان مستقل و اروپای متحد شکل دهد.

میرزایی (۱۳۹۶)، در مقاله "بررسی گفتمان خبری: بخش بیست‌وسی سیما و بخش خبری «اتاق خبر» شبکه من‌وتو" دریافتند بیست‌وسی، در جریان حوادث دی‌ماه ۹۶، ضمن نسبت دادن اغتشاشات و اعتراضات به بیگانگان و دشمنان، مردم ایران را مردمی فهیم و باشعور سیاسی بالا معرفی کرده که هرگونه تفرقه‌اندازی را شناسایی و به سرعت پاسخگویی می‌کنند. چرا که اتحاد، اعتماد و همدلی، از خصوصیات آنان در هنگام مواجهه با مشکلات است. اما اتاق خبر در حادثه مرگ کاووس سیدامامی، با عناوینی همچون آزادی، حقوق بشر، لیبرالیسم، نبود شفاف‌سازی و وجود فساد در دستگاه حقوقی ایران، سعی در تضعیف گفتمان آزادی کشور را داشته است.

عباسی و نوشی (۲۰۲۴) در مقاله انگلیسی با موضوع "تحلیل گفتمانی انتقادی سخنان رئیس جمهور سابق ایران در زمان کووید-۱۹: مورد قفل شدن اماکن مقدس" با روش کیفی به این نتیجه دست یافته‌اند که روحانی در سخنرانی‌های خود عمدتاً از حالت اظهاری استفاده می‌کرد که سه کارکرد اصلی بیان نظر، بیان واقعیت و دستورات غیرمستقیم را داشت. همچنین از اخلاق برای اقناع کردن مخاطب بیشتر بهره می‌گرفت به عبارتی از استراتژی‌های زیادی برای ایجاد انگیزه در مخاطب استفاده می‌کرد. عظیمی‌فرد و همکاران (۲۰۲۴)، در مقاله انگلیسی با عنوان "تحلیل گفتمان انتقادی مناظره‌های تلویزیونی نامزدهای ریاست جمهوری بین ابراهیم رئیسی و عبدالناصر همتی در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۱ ایران" با استفاده از چارچوب زبانی Teun A. Van Dijk's نشان داده‌اند که رئیسی درمقایسه با همتی از واژگان مثبت‌تری بهره می‌گرفت در حالی که همتی بیش از نیمی از واژگانش همراه با کنایه بود، همچنین پیشنهادهای کلیدی رئیسی مبتنی بر حمایت از تولید، ساخت و ساز مسکن، شفافیت، مبارزه با فساد، مدیریت جهادی و عدالت اقتصادی متمرکز بود. پیشنهادات کلیدی همتی شامل رفع تحریم‌ها، ارتقای آزادی‌های اجتماعی و توانمندسازی زنان، تجدید ساختار اقتصاد و عبور از تحریم‌ها از طریق پیوستن به FATF بود. جبارکدیر و همکاران (۲۰۲۳) در مقاله انگلیسی "بازنمایی اعتراضات ایران در روزنامه‌های آمریکایی: تحلیل گفتمانی انتقادی" با روش تحقیق کیفی به این نتیجه رسیده‌اند که سردبیران از برخی ایدئولوژی‌ها از جمله توصیف بازیگر، طبقه بندی، خلاف واقع، دلالت و پیش فرض به جهت ابراز حمایت خود از اعتراضات علیه رژیم ایران بهره می‌گیرند.

پژوهش‌های پیشین عمدتاً به بازنمایی انتخابات‌های گذشته و نیز سایر رخداد‌های سیاسی و اجتماعی پرداخته‌اند و رسانه‌ها را از منظر گفتمان و تکنیک‌های عملیات روانی مورد بررسی قرار داده‌اند. با این حال، در تحقیق حاضر تمرکز به‌طور اخص بر شبکه

ایران اینترنشنال و نحوه بازنمایی چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری ایران در بازه زمانی ۱۹ خرداد تا ۷ تیر ۱۴۰۳ قرار گرفته است؛ موضوعی که تاکنون به صورت مستقل و نظام مند مطالعه نشده است.

چهارچوب نظری

نظریه بازنمایی

استوارت هال، از پیشگامان مطالعات فرهنگی است او بازنمایی را فرآیندی می‌داند که از طریق آن معانی در زبان و رسانه‌ها ساخته و منتقل می‌شوند. بازنمایی، صرفاً انعکاس واقعیت نیست، بلکه تولید و ساخت واقعیت در چارچوب کدها، نشانه‌ها و معانی فرهنگی است. هال بر این باور است که رسانه‌ها با انتخاب، برجسته‌سازی و حذف عناصر خاص، نوعی واقعیت خاص را خلق می‌کنند نه اینکه صرفاً آن را بازگو کنند. هال سه رویکرد را برای فهم بازنمایی معرفی می‌کند: رویکرد بازتابی، رویکرد عمدی، و رویکرد سازه‌گرایی. در رویکرد بازتابی، زبان همچون آینه‌ای عمل می‌کند که واقعیت را بازتاب می‌دهد. در رویکرد عمدی، معنای پیام بر اساس نیت فرستنده تعیین می‌شود. اما در رویکرد سازه‌گرایانه که هال بر آن تأکید دارد، معنا در تعامل بین متون و بافت‌های فرهنگی-اجتماعی ساخته می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۲۳۵).

هال از نشانه‌شناسی سوسور و بارت بهره می‌گیرد تا نشان دهد چگونه پیام‌های رسانه‌ای از طریق دال‌ها و مدلول‌ها معنا می‌گیرند. زبان، اعم از زبان گفتاری، تصویری یا صوتی، نظامی از نشانه‌هاست که به کمک قواعد فرهنگی معنا پیدا می‌کند. بنابراین، بازنمایی نه صرفاً انتقال معنا، بلکه تولید معنا در بستر فرهنگ است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۲۳۷). به باور هال، بازنمایی همیشه در ارتباط با ساختارهای قدرت و ایدئولوژی قرار دارد. رسانه‌ها از طریق بازنمایی گزینشی، نظم اجتماعی موجود را بازتولید یا به چالش می‌کشند. از این منظر، بازنمایی یک ابزار سیاسی است که روابط قدرت را تثبیت یا متزلزل می‌کند.

پیامدهای نظریه بازنمایی

نظریه بازنمایی هال، تأثیر گسترده‌ای در مطالعات فرهنگی، رسانه و ارتباطات داشته است. این نظریه به پژوهشگران امکان می‌دهد فهم دقیق‌تری از نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی به هویت، نژاد، جنسیت، سیاست و فرهنگ پیدا کنند. همچنین، تحلیل بازنمایی‌ها می‌تواند استراتژی‌های نهفته در تولید پیام و ایدئولوژی پشتیبان آن‌ها را آشکار کند. در مدل «رمزگذاری/رمزگشایی»، هال توضیح می‌دهد که پیام‌ها هنگام تولید، با استفاده از چارچوب‌های مرجع و ایدئولوژی‌های مسلط «رمزگذاری» می‌شوند، و مخاطبان هنگام مصرف این پیام‌ها، آن‌ها را در قالب خوانش غالب-هژمونیک، خوانش مذاکره‌ای یا خوانش مخالف «رمزگشایی» می‌کنند (Hall, 1980, 131-133). این فرایند، امکان مقاومت یا بازتفسیر معانی را از سوی مخاطبان فراهم می‌سازد.

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، در دسته تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت، پژوهشی کیفی است که بر پایه روش‌شناسی تحلیل گفتمان انتقادی و با رویکرد توصیفی صورت گرفته است. در این چارچوب، مقوله‌های تحلیلی از دل مبانی نظری استخراج شده و به عنوان سازه‌های مفهومی برای نظام‌مند کردن فرآیند تحلیل استفاده گردیده‌اند. تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف یکی از شناخته‌شده‌ترین و تأثیرگذارترین رویکردها در حوزه تحلیل گفتمان است. نورمن فرکلاف، جامعه‌شناس و زبان‌شناس بریتانیایی، چارچوبی نظری را طراحی کرده که بر سه بُعد اصلی متمرکز است و این ابعاد، پیوسته و وابسته به هم عمل می‌کنند:

متن: بررسی ساختار زبانی و عناصر گفتاری یا نوشتاری از جمله واژگان، دستور زبان، ساختار جمله، لحن و تصاویر.

کنش گفتمانی: تحلیل فرایندهای تولید، توزیع و مصرف متن؛ شامل تعیین تولیدکنندگان متن، اهداف آن‌ها، کانال‌های انتشار و نحوه فهم و تفسیر توسط مخاطبان.

کنش اجتماعی: شناسایی ارتباط میان متن و کنش گفتمانی با ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی گسترده‌تر. از نظر فرکلاف، گفتمان هم از ساختارهای اجتماعی اثر می‌پذیرد و هم بر آن‌ها اثرگذار است. رویکرد وی «انتقادی» نام دارد زیرا به دنبال آشکار کردن نقش گفتمان در تثبیت یا تغییر روابط قدرت، ایدئولوژی‌ها و نابرابری‌های اجتماعی است. بر پایه این چارچوب، در این پژوهش سه محور تحلیلی دنبال شد:

تحلیل محتوای متون رسانه‌ای: بررسی واژگان و عبارات کلیدی در توصیف نامزدها، احزاب و رویدادهای انتخاباتی. تحلیل فرایندهای تولید و مصرف: واکاوی عوامل مؤثر در تولید محتوا، میزان تنوع دیدگاه‌های بازنمایی شده و واکنش مخاطبان. تحلیل پیوند با ساختارهای اجتماعی: بررسی همسویی یا تعارض گفتمان با ایدئولوژی‌ها و ساختارهای قدرت و میزان مشارکت آن در حفظ یا تغییر وضعیت موجود.

به‌طور کلی، گفتمان مجموعه‌ای از قواعد و معانی ساختاری در یک زمینه زبانی است که بر ابعاد مختلف حیات اجتماعی تأثیر می‌گذارد. تحلیل گفتمان، چرایی و چگونگی شکل‌گیری معنا را در ارتباط با عوامل درون‌زبانی (واحد‌های زبانی) و برون‌زبانی (زمینه فرهنگی) بررسی می‌کند. این رویکرد بر نفی ذات‌گرایی و تأکید بر رابطه‌ای بودن هویت‌ها استوار است؛ بدین معنا که معنا همیشه در تعامل با مجموعه‌ای از کنش‌ها شکل می‌گیرد و هر کنش نیز در بستر گفتمان خاصی فهم می‌شود.

از این‌رو، فهم، تبیین و ارزیابی فرایندهای اجتماعی تنها زمانی ممکن است که قابلیت توصیف، تحلیل و ارزیابی گفتمانی که این کنش‌ها در آن رخ داده است، وجود داشته باشد. هیچ متن یا گفتاری بی‌طرف نیست و همیشه با موقعیتی خاص پیوند دارد. در این میان، گفتمان رسانه‌ای به‌عنوان روایتی ساختاریافته واقعیت‌های اجتماعی را تعریف کرده و بر کنش‌های مرتبط با آن اثر می‌گذارد. گفتمان رسانه‌ای همچنین بسته‌های معنایی و تفسیری‌ای تولید می‌کند که به شکل‌گیری نگرش‌ها، باورها و ایدئولوژی‌های گروه‌های مختلف از نخبگان تا شهروندان عادی کمک می‌کند. بر این اساس، انگاره‌ها در قالب بازنمایی رسانه‌ای شکل می‌گیرند و می‌توانند برای ایجاد یا تخریب تصویر ذهنی یک فرد یا پدیده سیاسی به‌کار روند. رسانه‌ها از طریق تکنیک‌هایی مثل برجسب‌زنی، کادربندی و انتقال گزینشی بخش خاصی از واقعیت، بر ادراک عمومی اثر می‌گذارند (داوودی، ۱۳۸۹: ۵۲).

این چارچوب نظری، امکان تحلیل همه‌جانبه متون خبری انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۳ و ارتباط آن‌ها با زمینه‌های اجتماعی و سیاسی را فراهم کرد تا ابعاد پنهان معانی، روابط قدرت و شیوه‌های بازنمایی رسانه‌ای آشکار شود.

تحلیل گفتمان، چگونگی تبلور و شکل‌گیری معنا و پیام واحد‌های زبانی را در ارتباط با عوامل درون‌زبانی همچون واحد‌های زبانی و برون‌زبانی مانند (زمینه فرهنگی) بررسی می‌کنند (لطفی پورساعدی، ۱۳۷۲: ۱۰). نفی ذات‌گرایی و ربطی بودن هویت‌ها از جمله ویژگی‌های مهم تحلیل گفتمان محسوب می‌شوند که با توجه به این دو اصل «کلمات، گفتار، اعمال و نهادها» در رابطه با زمینه کلی فهمیده می‌شوند؛ یعنی آنکه هر معنا در رابطه با مجموعه اعمالی شکل می‌گیرد و هر عملی در رابطه با گفتمان خاصی به فهم در می‌آید (جورجنسون و فیلیپس^۱، ۲۰۰۲: ۴۹).

به همین دلیل، ما در صورتی قادر به فهم، تبیین و ارزیابی فرایندهای اجتماعی خواهیم بود که ظرفیت توصیف، عمل و ارزیابی گفتمانی که عمل در درون آن رخ داده است را داشته باشیم (داوودی، ۱۳۸۹: ۶۳). چرا که تحلیل گفتمان همواره درصدد بوده است تا نشان دهد که هیچ متن، گفتار یا نوشتاری بی‌طرف نیست بلکه به موقعیتی خاص وابسته است (میرزایی‌نژاد اوجانی، ۱۳۹۸: ۱۲۰). گفتمان رسانه‌ای، به‌عنوان روایت و داستانی ساختاریافته، چارچوبی مفهومی فراهم می‌آورد که واقعیت‌های اجتماعی را تعریف کرده و بر کنش‌هایی تأثیر می‌گذارد که معنا و مفهوم واقعیت‌های مادی را شکل می‌دهند (ژانگ^۲، ۲۰۱۵: ۳۶۷).

^۱ Jorgensen & Philips

^۲ Zhang

گفتمان رسانه‌ای به عنوان بسته‌های رسانه‌ای تفسیری عمل می‌کند و منبع اصلی شکل‌گیری دانش، طرز تلقی‌ها، باورها و لیدئولوژی‌های گروه‌های مختلف مردم همچون نخبگان و شهروندان عادی به حساب می‌آید (دیجک و آدریانوس^۱، ۲۰۰۰). ریچارد دایر^۲ معتقد است که گفتمان رسانه‌ها از طریق بازنمایی رسانه‌ای بروز و ظهور می‌یابد. تحلیل گفتمان رسانه‌ها به ما اجازه می‌دهد تا اشتراک معانی را به طور دقیق و مفصل، توصیف و ارزیابی نموده و از سوی دیگر متوجه می‌گردند که متون رسانه‌ای چه نوع تعاملاتی را بین مردم یک کشور با یکدیگر، مردم با سایر کشورها و صاحبان قدرت برقرار می‌کنند، چرا که گفتمان‌های خبری هر رسانه منبعث از نظام سیاسی و ایدئولوژی آن است (میرزایی‌نژاد اوجانی، ۱۳۹۸: ۱۱۳).

حمید مولانا معتقد است انگاره را می‌توان همچون یک سازه‌ای متشکل از تصویرها و جنبه‌های گوناگون واقعیتی تعریف کرد که در ذهن وجود دارد و شخص می‌تواند آن‌ها را تشخیص دهد یا در ذهن خود مجسم کند. (مولانا و تاجیک، ۱۳۷۵: ۱۰). انگاره خروجی و برآمده نتیجه و حاصل از یک فرآیند ذهنی پیچیده است (صرامی و فهیمی فر، ۱۳۹۷: ۱۱). انگاره در بعد عملکردی، به رفتارهای فردی در مواجهه با موضوع مشخص، شیوه برخورد و همچنین ویژگی‌ها و عناصر سازنده‌ای اشاره دارد که رفتار را شکل می‌دهند. (مولانا و تاجیک، ۱۳۷۵: ۱۶).

انگاره به عنوان قدرت نرم در گفتمان غربی به حساب می‌آید که رویکردی تک‌بعدی و ناظر بر وجه مادی انسان دارد. چرا که انگاره بر رسایی سخن افزوده و در مخاطب تأمل و نشاط را برمی‌انگیزد (اقبال، ۱۳۹۴: ۳۲). به طور مثال انگاره‌ها برای خلق هویت یا منزلتی برای فروش محصولی اقتصادی، تجاری و یا برای ترفیع یا تنزل دادن یک کاندیدای انتخاباتی مورد استفاده قرار می‌گیرد در توضیح انگاره‌سازی کارل هوسمن^۳ چنین توضیح می‌دهد: «رسانه‌ها، یک فضای ساختگی ارائه می‌دهند، برداشتی ذهنی از جهان که ضرورتاً با جهان واقعی منطبق نیست (هوسمن، ۱۳۷۶: ۲۱۴).

در فرهنگ رسانه‌ها، انگاره‌سازی نقش مهمی در شکل دادن به آنچه مردم فکر می‌کنند، دارد. رسانه‌ها از طریق حذف بخشی یا تمام حقایق یا اضافه کردن بخش غیرواقعی از انگاره‌سازی بهره می‌گیرند از جمله تکنیک‌های این نظریه می‌توان به برچسب‌زدن (ایجاد یک حوزه معنایی منفی برای سرکوب فرد)، کادربندی (ارائه تمام رویداد یا بخشی از آن به انتخاب رسانه) و تکنیک انتقال و محاوره صوری (انتقال سطح خفیفی از موضوعات) اشاره کرد (شکرخواه، ۱۳۸۲: ۱۸۳).

جامعه آماری

در این پژوهش تمامی اخبار وبسایت شبکه ایران اینترنشنال در خصوص چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری از تاریخ ۱۹ خرداد ۱۴۰۳ تا ۷ تیر ماه ۱۴۰۳ بوده است که در مجموع شامل ۷۳ خبر می‌شد که مورد تحلیل قرار گرفتند. روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش بدین صورت است که با توجه به تعداد گزارش‌ها که نسبتاً کم است (۷۳ مورد)، امکان گردآوری به صورت دستی از وبسایت رسانه وجود داشت.

مراحل ذخیره‌سازی، استفاده از ابزارها و پایگاه‌های داده به طور کامل انجام گردید. در مرحله بعد به سازماندهی و پیش پردازش داده‌ها پرداخته شده، سپس پاکسازی متن، استانداردسازی، ایجاد مجموعه ای جدید از داده‌ها و کدگذاری صورت می‌گیرد. در تحلیل گفتمان انتقادی، داده‌ها عمدتاً متنی یا گفتاری هستند. هدف این است که ببینیم زبان چگونه در یک بافت اجتماعی، سیاسی یا فرهنگی خاص عمل می‌کند.

روایی و پایایی پژوهش

¹ Dijk & Adrianus

² Richard Dyer

³ Carl Hausman

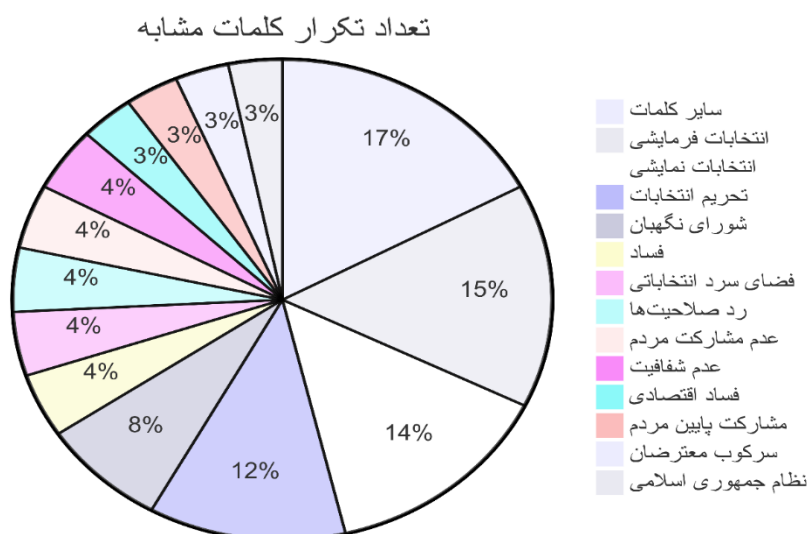
برای اطمینان از روایی، کلیه ۷۳ گزارش خبری انتخاب‌شده از وب‌سایت ایران اینترنت‌شنال بر اساس معیارهای مشخص (بازه زمانی، ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم با انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۳، و پوشش فرآیند انتخابات) غربال‌گری شدند و جزئیات روند انتخاب در جدول کدگذاری مستندسازی گردید. دال‌ها و مضامین محوری بر اساس چارچوب نظری تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف استخراج و با ادبیات نظری مرتبط با بازنمایی رسانه‌ای و مشارکت سیاسی تطبیق داده شد تا سازگاری مفهومی حفظ شود. همچنین، یافته‌ها در نشست‌های تخصصی با اساتید و پژوهشگران حوزه ارتباطات ارائه و بازخوردهای آن‌ها برای تقویت استحکام روایی اعمال شد.

برای پایایی، فرایند کدگذاری به‌صورت دقیق و مرحله‌به‌مرحله مستندسازی شد تا امکان پیگیری و تکرار روند کار توسط سایر پژوهشگران فراهم باشد. کدگذاری داده‌ها پس از مرور چندباره متون و مقایسه با مضامین استخراج‌شده انجام شد و هم‌پوشانی نتایج در بازبینی‌های مجدد نشانگر ثبات مراحل تحلیل بود. استفاده از داده‌ها (بازتاب‌های فضای مجازی مرتبط) نیز موجب شد یافته‌ها از منابع مختلف تأیید شوند. همچنین، پژوهشگران با رعایت بازتاب‌دگی، پیش‌فرض‌ها و سوگیری‌های احتمالی خود را در طول فرآیند تحلیل مستند و کنترل کردند تا دقت و قابلیت اعتماد نتایج افزایش یابد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های حاصل از بررسی داده‌ها نشان داد که گفتمان حاکم بر اخبار وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌شنال با دال مرکزی "محور مشارکت و صحت‌سنجی انتخابات"، شامل دال‌هایی از جمله "مشروعیت سیاسی"، "نهادهای حاکمیتی و نظارتی"، "فساد و شفافیت"، "مشارکت سیاسی"، "سرکوب و کنترل اجتماعی"، "ساختار حکمرانی" است که در جدول شماره (۲) به تحلیل، توصیف و تبیین مضامین شاخص‌تر بر اساس تحلیل گفتمان فرکلاف پرداخته‌ایم.

جدول ۱. فراوانی کلمات بر اساس مضامین محوری در وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌شنال با موضوع انتخابات چهاردهمین دوره ریاست جمهوری		
مضمون محوری	کلمه/عبارت	تعداد تکرار
مشروعیت سیاسی	انتخابات فرمایشی	۱۴
	انتخابات نمایشی	۱۳
	تحریم انتخابات	۱۱
نهادهای حاکمیتی و نظارتی	شورای نگهبان	۷
	رد صلاحیت‌ها	۴
فساد و شفافیت	فساد	۴
	فساد اقتصادی	۳
مشارکت سیاسی	عدم مشارکت مردم	۴
	مشارکت پایین مردم	۳
	فضای سرد انتخاباتی	۴
سرکوب و کنترل اجتماعی	سرکوب معترضان	۳
	نظام جمهوری اسلامی	۳
سایر کلمات	-	کمتر از ۳



نمودار ۱. تعداد تکرار کلمات مشابه

جدول ۲. تحلیل گفتمان توصیفی برای اخبار وبسایت شبکه ایران اینترنت‌شال در انتخابات ریاست جمهوری ۱۴۰۳				
ردیف	کلمات کلیدی	توصیف	تحلیل	تبیین
۱	انتخابات فرمایشی	فرآیند انتخاباتی که تنها به صورت ظاهری و صوری برگزار می‌شود، و اهداف اصلی آن دست کاری یا حفظ اقتدار سیاسی است.	کاستی‌های ساختاری دموکراسی در جوامعی اشاره دارد که فرایندهای انتخاباتی از رقابت آزاد تهی شده و به ابزاری برای تثبیت منافع نخبگان تبدیل می‌شوند. این دموکراسی نمایشی، مشارکت سیاسی را محدود کرده و تغییرات اساسی در ساختار قدرت را مانع می‌شود. در نتیجه، مشروعیت دموکراتیک نظام تضعیف و اعتماد عمومی به کارآمدی سازوکارهای دموکراتیک کاهش می‌یابد.	انتخابات فرمایشی به عنوان یک راهبرد سیاسی در نظام‌های غیردموکراتیک، با هدف حفظ ساختار قدرت و کنترل فرایندهای تصمیم‌گیری عمومی، از طریق محدودسازی رقابت سیاسی، نظارت بر فرایند نامزدی، و مهندسی افکار عمومی به کار گرفته می‌شود. این سازوکار نه تنها به کاهش مشروعیت دموکراتیک نظام منجر می‌شود، بلکه بازتولید سلطه سیاسی را از طریق مکانیسم‌های نظارتی و کنترلی تسهیل می‌کند. در نتیجه، انتخابات از کارکرد اصلی خود به عنوان سازوکار انتقال قدرت بر اساس اراده عمومی فاصله گرفته و به ابزاری برای مشروعیت بخشی ظاهری به ساختار قدرت بدل می‌شود.
۲	انتخابات نمایشی	انتخاباتی که به طور نمادین و برای نمایش دموکراسی برگزار می‌شود، اما نتایج آن از پیش تعیین شده است.	گزاره «انتخابات نمایشی» به عنوان جلوه‌ای از مردم سالاری صوری، با حذف رقابت واقعی و مهندسی انتخاباتی، اصول دموکراتیک را تضعیف می‌کند. این مفهوم بازتابی از سازوکارهای کنترلی است که از طریق تحدید	در نظام‌هایی که انتخابات جنبه نمایشی دارد، نخبگان حاکم با تسلط بر منابع سیاسی، اقتصادی و رسانه‌ای، ساختاری ایجاد می‌کنند که در آن رقابت سیاسی واقعی تضعیف شده و مشارکت عمومی به نظاره‌گری منفعلانه تقلیل می‌یابد. از

			آزادی‌های سیاسی و مدیریت افکار عمومی، مشارکت مؤثر شهروندان را سلب کرده و مشروعیت نظام را به چالش می‌دهند.	طریق مدیریت افکار عمومی، جریان اطلاعات و حذف آلت‌رنا‌تیوهای سیاسی مستقل، امکان تغییر ساختاری به حداقل می‌رسد. در چنین شرایطی، نهادهای دموکراتیک نه به‌عنوان سازوکارهایی برای توزیع عادلانه قدرت، بلکه به‌مثابه ابزاری برای بازتولید سلطه و حفظ مشروعیت صوری حکومت عمل می‌کنند. در نتیجه، انتخابات بیش از آنکه فرایندی برای انتقال واقعی قدرت باشد، به سازوکاری نمادین برای نمایش مشارکت عمومی تبدیل می‌شود.
۳	تحریم انتخابات	عدم شرکت در انتخابات به دلیل بی‌اعتمادی یا عدم پذیرش مشروعیت آن‌ها.	تحریم به‌عنوان مکانیسمی از مقاومت اجتماعی، نمایانگر بحران مشروعیت در رژیم‌هایی است که بی‌اعتمادی عمومی به نهادهای حکومتی در آن‌ها شدت می‌گیرد. این عمل، علاوه بر واکنشی به فساد و دست‌کاری در انتخابات، تلاشی استراتژیک برای فشار به سیستم سیاسی به‌منظور اصلاحات ساختاری محسوب می‌شود. در این چارچوب، تحریم نه‌فقط ابزاری برای ابراز مخالفت با مشروعیت رژیم‌ها است، بلکه به‌عنوان مقاومت غیرمستقیم در برابر ساختارهای نهادین‌شده اجتماعی و سیاسی نیز در نظر گرفته می‌شود.	تحریم انتخابات در نظام‌های حکومتی که به‌جای اصلاحات از سرکوب و کنترل استفاده می‌کنند، به‌عنوان نشانه‌ای از بحران مشروعیت دولت‌ها تفسیر می‌شود. در این سیستم‌ها، زمانی که دولت‌ها به مطالبات اجتماعی پاسخ نمی‌دهند، تحریم انتخابات به‌عنوان ابزاری برای ابراز نارضایتی و مقاومت غیرمستقیم علیه حاکمیت عمل می‌کند. این پدیده در تحلیل اجتماعی به‌عنوان نوعی اعتراض به سازوکارهای رسمی و فرایندهای مشروعیت‌بخشی به قدرت حاکم در نظر گرفته می‌شود. در این چارچوب، تحریم انتخابات نه‌تنها غیبت در مشارکت سیاسی، بلکه نمایانگر عدم اعتماد عمومی به نهادهای حکومتی و فرایندهای دموکراتیک است.
۴	شورای نگهبان	نهادی که صلاحیت‌ها را تأیید یا رد می‌کند و نظارت بر انتخابات را بر عهده دارد.	شورای نگهبان به‌عنوان ابزاری برای محدودسازی رقابت‌های سیاسی و پالایش کاندیدها به نفع گروه‌های خاص عمل می‌کند. از دیدگاه گفتمانی، این نهاد نماد استبداد سیاسی است که بر کنترل قدرت و محدود کردن مشارکت عمومی تمرکز دارد. وظیفه آن در فیلتر کردن کاندیدها باعث کاهش تنوع سیاسی و تضعیف اصول دموکراتیک مانند رقابت آزاد و انتخاب‌پذیری می‌شود.	شورای نگهبان به‌طور مستمر نقشی اساسی در حفظ منافع نظام سیاسی و مقابله با فشارهای دموکراتیک و اجتماعی ایفا می‌کند. این نهاد، به‌عنوان یکی از ارکان سلطه‌گرایانه، با مداخله در فرایندهای انتخابی و فیلتر کردن کاندیدها، عملاً فرآیند دموکراتیک را تحریف می‌کند و آن را از مسیر طبیعی رقابت‌های آزاد و مشارکت عمومی منحرف می‌سازد. در این چارچوب، شورای نگهبان نه‌تنها به‌عنوان نهاد محافظ مشروعیت نظام عمل می‌کند، بلکه

				به‌عنوان ابزاری برای کنترل سیاسی و تداوم سلطه، موجب تضعیف نهادهای دموکراتیک و محدودسازی آزادی‌های سیاسی و اجتماعی می‌شود. این فرآیند به‌طور قابل توجهی بر کارکردهای دموکراتیک نظام تأثیر گذاشته و موجب کاهش مشارکت و تنوع سیاسی می‌گردد.
۵	فساد	سوءاستفاده از منابع و قدرت در نهادهای حکومتی برای منافع فردی یا گروهی.	فساد به‌عنوان یک پدیده ساختاری، به‌ویژه در نظام‌های غیر دموکراتیک و نیمه دموکراتیک، نشان‌دهنده استثمار سیستماتیک منابع و امکانات عمومی به‌طور غیرشفاف است. این پدیده موجب تضعیف کارآمدی نهادهای دولتی و کاهش مشروعیت سیاسی می‌شود و به‌عنوان سازوکاری برای بازتولید قدرت، منابع عمومی را به نفع گروه‌های خاص هدایت می‌کند. در چنین نظام‌هایی، فساد مانع از تحقق شفافیت و پاسخگویی در حکمرانی می‌گردد.	فساد به‌عنوان یکی از ارکان ناکارآمدی نظام‌ها، به‌ویژه در تأمین نیازهای عمومی، در کانون بحران‌های سیاسی و اجتماعی قرار دارد. در جوامع اقتدارگرا، فساد به‌عنوان ابزاری برای حفظ نظم موجود و تداوم سلطه سیاسی عمل می‌کند. این پدیده، با توزیع غیرشفاف منابع عمومی به نفع گروه‌های خاص، ساختارهای فاسد و شبکه‌های غیررسمی را تقویت کرده و مشروعیت و کارآمدی نهادهای دولتی را تضعیف می‌کند. فساد به‌عنوان ابزار کنترل اجتماعی و سیاسی، مانع از اصلاحات و رقابت آزاد می‌شود و به نهادینه‌شدن تبعیض‌های اجتماعی و اقتصادی و بحران‌های پایدار می‌انجامد.
۶	فضای سرد انتخاباتی	فضایی که در آن شور و شوق مردم برای مشارکت در انتخابات وجود ندارد و انتخابات به‌صورت بی‌روح و بی‌محتوا برگزار می‌شود.	فضای سرد انتخاباتی به‌عنوان نشانه‌ای از ضعف سیستم‌های سیاسی در برقراری ارتباط مؤثر با مردم و ناتوانی در پاسخگویی به انتظارات عمومی تحلیل می‌شود. این فضا معمولاً با کاهش مشارکت، بی‌اعتمادی و شکاف میان دولت و مردم همراه است و بازتابی از بحران مشروعیت و چالش‌های اساسی در نظام‌های حکومتی است.	فضای سرد انتخاباتی نماد ناکامی در برقراری ارتباط مؤثر میان حکومت و مردم است و نشان‌دهنده بحران هویتی و دموکراتیک در حکومت‌هاست. این فضا، که معمولاً با کاهش مشارکت و بی‌اعتمادی عمومی همراه است، به‌طور مستقیم به ناتوانی حکومت‌ها در تأمین نیازها و مطالبات عمومی و ضعف در فرآیندهای دموکراتیک و پاسخگویی کارآمد اشاره دارد.
۷	رد صلاحیت‌ها	فرآیند حذف یا عدم تأسیس امکان رقابت برابر در انتخابات از طریق رد صلاحیت نامزدها.	فرآیند حذف یا عدم تأسیس امکان رقابت برابر در انتخابات از طریق رد صلاحیت نامزدها.	رد صلاحیت‌ها به‌عنوان ابزاری برای محدودسازی رقابت آزاد و افزایش کنترل نهادهای قدرت تحلیل می‌شود. این عمل به‌طور مستمر فضای استبدادی را تقویت کرده و مانع از ظهور رقابتی سیاسی جدید می‌شود. در این چارچوب، رد صلاحیت‌ها نه فقط برای حفظ وضعیت موجود، بلکه به‌عنوان فرآیندی نهادینه‌شده

			برای تقویت سلطه سیاسی و تضعیف اصول دموکراتیک عمل می‌کند.	نظام‌های سیاسی بسته و تحت کنترل می‌شوند. در نتیجه، این فرآیند به تقویت سیاست‌های استبدادی و بحران مشروعیت در نهادهای حکومتی منتهی می‌شود و تعاملات دموکراتیک با جامعه را تضعیف می‌کند.
۸	عدم مشارکت مردم	عدم علاقه و تمایل مردم به شرکت در فرآیندهای سیاسی و انتخابات به دلیل بی‌اعتمادی و ناامیدی از تغییرات واقعی.	عدم مشارکت مردم عدم مشارکت سیاسی ناشی از ناتوانی سیستم‌های سیاسی در پاسخ‌گویی به نیازها و انتظارات عمومی، به‌طور مستقیم با بحران مشروعیت حکومت‌ها ارتباط دارد. زمانی که نهادهای حکومتی نتوانند مطالبات اقتصادی، اجتماعی و سیاسی مردم را تأمین کنند، اعتماد عمومی کاهش یافته و مشارکت سیاسی محدود می‌شود. این امر نه تنها مشروعیت نهادها را تضعیف می‌کند، بلکه به بی‌ثباتی سیاسی و اجتماعی منتهی می‌شود، به‌ویژه در جوامعی با ضعف شفافیت و پاسخ‌گویی حکومتی که این بحران را تشدید می‌کند.	عدم مشارکت مردم واکنشی به سرکوب، فساد و فقدان شفافیت در نهادهای حکومتی تفسیر می‌شود. از منظر گفت‌وگویی، عدم مشارکت به‌عنوان شکلی از اعتراض غیرمستقیم علیه تصمیم‌گیری‌های سیاسی و فرآیندهای حکومتی در نظر گرفته می‌شود. این پدیده نه تنها بیانگر نارضایتی از ناکارآمدی و فساد حکومتی است، بلکه به‌عنوان ابزاری برای چالش‌کشی مشروعیت حکومت‌ها و نقد ساختارهای قدرت عمل می‌کند. در این راستا، عدم مشارکت به‌طور غیرمستقیم بر لزوم اصلاحات و تغییرات اساسی در سیستم‌های سیاسی تأکید دارد.
۹	عدم شفافیت	فقدان دسترسی به اطلاعات و شرایط مبهم و بسته در روندهای انتخاباتی و حکومتی.	عدم شفافیت به‌عنوان یک ابزار پیچیده در دست حکومت‌ها برای پنهان‌سازی واقعیت‌ها و حفظ ساختارهای قدرت سیاسی به‌کار می‌رود. از منظر تحلیل گفت‌وگویی، این استراتژی به‌عنوان بخشی از فرآیندهای ابهام‌سازی و فریب‌کاری شناسایی می‌شود که با هدف محدود کردن دسترسی به اطلاعات و جلوگیری از نظارت عمومی طراحی شده است. در این چارچوب، عدم شفافیت نه تنها ابزاری برای کنترل اطلاعات، بلکه مکانیسمی برای تثبیت هژمونی سیاسی و تقویت تمرکز قدرت در نهادهای حکومتی است که مانع از مشارکت آگاهانه و مؤثر شهروندان در فرآیندهای سیاسی می‌شود.	عدم شفافیت به‌عنوان یکی از عوامل بنیادی بحران مشروعیت در جوامع مدرن مطرح می‌شود. این پدیده در چارچوب پیچیدگی‌های گفت‌وگویی و استراتژی‌های مدیریت بحران توسط حاکمیت‌ها برای تقویت کنترل سیاسی بررسی می‌شود. از این منظر، عدم شفافیت به‌عنوان ابزاری برای محدود کردن دسترسی به اطلاعات و مانع‌سازی از نظارت عمومی عمل کرده و هم‌زمان مکانیسمی برای تقویت هژمونی سیاسی در شرایط ضعف پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری نهادهای حکومتی است. این استراتژی نه تنها به تشدید بحران مشروعیت حکومتی منجر می‌شود، بلکه موجب کاهش اعتماد عمومی و تضعیف کارایی نهادهای دولتی در تحقق مطالبات شهروندان می‌گردد.
۱۰	فساد اقتصادی	سوءاستفاده از قدرت اقتصادی برای منافع فردی یا گروهی در ساختار اقتصادی دولت.	فساد اقتصادی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی نارضایتی عمومی و اجتماعی مطرح است که نقش	فساد اقتصادی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی ناتوانی در تحقق عدالت اجتماعی و اقتصادی در جوامع معاصر

			برجسته‌ای در تداوم نابرابری‌های ساختاری ایفا می‌کند. این پدیده موجب تضعیف اعتماد عمومی و بحران مشروعیت حکومتی می‌شود. فساد اقتصادی به‌عنوان ابزاری برای تقویت هژمونی نخبگان و تمرکز قدرت در دست گروه‌های خاص عمل کرده و در نتیجه مانع از توزیع عادلانه منابع و فرصت‌ها و کاهش کارایی نهادهای دولتی می‌شود.
۱۱	مشارکت پایین مردم	کاهش میزان مشارکت عمومی در فرآیندهای سیاسی و انتخابات به‌دلیل عدم اعتماد به سیستم و فقدان اثرگذاری در تصمیمات.	مشارکت پایین مردم در فرآیندهای سیاسی نشان‌دهنده بی‌اعتمادی عمومی و ناتوانی در دستیابی به تغییرات از طریق ابزارهای سیاسی رسمی است. این پدیده به‌طور مستقیم به عدم پاسخ‌گویی و کارآمدی حکومت‌ها در تأمین نیازهای اساسی شهروندان مرتبط است. زمانی که نهادهای حکومتی نتوانند به چالش‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی پاسخ دهند، این امر به بحران مشروعیت، کاهش اعتماد عمومی و در نهایت کاهش مشارکت مردم در فرآیندهای رسمی منتهی می‌شود.
۱۲	سرکوب معترضان	برخورد شدید و خشونت‌آمیز با اعتراضات و فعالان سیاسی و اجتماعی.	سرکوب معترضان به‌عنوان ابزاری راهبردی برای حفظ قدرت و کنترل نارضایتی عمومی عمل می‌کند. این پدیده از طریق محدودسازی کنشگری سیاسی، کنترل اطلاعات و استفاده از قوه قهریه، به تضعیف جامعه مدنی و کاهش ظرفیت بسیج اجتماعی منجر می‌شود. هرچند در کوتاه‌مدت به مهار بحران کمک می‌کند، اما در بلندمدت مشروعیت حکومت را تضعیف
			شناخته می‌شود. این پدیده نه تنها عملکرد سیستم‌های اقتصادی و اجتماعی را مختل می‌کند، بلکه به تضعیف پاسخ‌گویی نهادهای حکومتی و تشدید نابرابری‌های اجتماعی منجر می‌شود. فساد به تقویت ساختارهای غیرشفاف و ناعادلانه کمک کرده و تخصیص نامتوازن منابع را تسهیل می‌کند. این وضعیت در نهایت به کاهش اعتماد عمومی، بحران مشروعیت حکومتی و محدود شدن کارایی نهادهای دولتی و فرآیندهای توسعه اجتماعی و اقتصادی می‌انجامد.
			مشارکت پایین به‌عنوان شاخص‌های بحران دموکراتیک و اجتماعی، بازتابی از شکاف ساختاری میان حکومت و شهروندان تلقی می‌شود. این پدیده نشان‌دهنده ناکارآمدی نهادهای سیاسی در ایجاد تعامل مؤثر با جامعه و ناتوانی در تأمین مطالبات عمومی است. در نظام‌های سیاسی که سازوکارهای پاسخ‌گویی و شفافیت دچار ضعف هستند، کاهش مشارکت سیاسی نه تنها به تضعیف مشروعیت حکومت منجر می‌شود، بلکه کارکردهای دموکراتیک را نیز به چالش می‌کشد. در چنین شرایطی، شهروندان احساس بی‌تأثیری در فرآیندهای تصمیم‌گیری داشته و به تدریج از مشارکت در نهادهای رسمی فاصله می‌گیرند، که این امر خود موجب تعمیق بحران‌های نهادی و اجتماعی می‌شود.

مدنی، و کنترل اطلاعات، حاکمیت سعی دارد قدرت خود را به عنوان یک عامل بازدارنده در برابر هرگونه چالش و نارضایتی تثبیت کند. در این فرآیند، سرکوب به طور مؤثر ظرفیت کنش جمعی را محدود کرده و علاوه بر حفظ ظاهر مشروعیت حاکمیت، می تواند در بلندمدت به بی ثباتی سیاسی و تشدید نارضایتی عمومی منجر شود.	کرده و زمینه های بی ثباتی سیاسی را تقویت می کند.			
---	--	--	--	--

تحلیل رویکرد ایران اینترنشنال بر اساس جدول تحلیل گفتمان انتقادی توصیفی

۱. انتقاد از فساد و عدم شفافیت:

در تحلیل گفتمانی ایران اینترنشنال، فساد اقتصادی و ساختارهای ناکارآمد به طور مکرر به عنوان عناصر اصلی بحران مشروعیت در نظام های سیاسی اقتدارگرا برجسته می شوند. این رسانه، از طریق تاکید مستمر بر فساد در سطوح مختلف حکومتی، فرآیندهای انتخاباتی را به عنوان ابزارهایی برای بازتولید قدرت و کنترل اجتماعی نقد می کند. عدم شفافیت در این فرآیندها نه تنها مانع از تحقق انتخابات آزاد و عادلانه می شود، بلکه تأثیرات منفی آن در کاهش مشارکت اجتماعی و سیاسی به ویژه در سطح رای دهندگان قابل مشاهده است. گفتمان این رسانه در این حوزه، برخلاف رویکردهای سنتی تحلیل سیاسی، به طور مستقیم به چالش کشیدن ساختارهای کلیدی دولت و پرسش از اعتبار و مشروعیت آن ها می پردازد.

۲. فضای بسته و سرد انتخاباتی:

در ارزیابی های ایران اینترنشنال، فضای انتخاباتی در ایران به طور مداوم به عنوان فضای سرد، غیررقابتی و فاقد تحرکات دموکراتیک توصیف می شود. این تحلیل ها مطابق با چارچوب گفتمانی توصیفی نشان می دهند که رسانه ها نقش برجسته ای در شکل دهی به فضای انتخاباتی و انتقاد از نبود رقابت واقعی دارند. این گونه پوشش های رسانه ای نه تنها به بازتاب نارضایتی عمومی از فرآیندهای انتخاباتی می پردازند، بلکه بر نقش رسانه ها در تحکیم باور عمومی نسبت به ناکارآمدی سیستم حکومتی تأکید می کنند. فضای سرد انتخاباتی به عنوان یکی از ابزارهای کنترل اجتماعی در رژیم های اقتدارگرا به ویژه در هنگامی که انتخابات فاقد رقابت آزاد و شفاف هستند، نمایان می شود. این فرایند، در نهایت به کاهش انگیزه و مشارکت سیاسی منجر می شود و از توان بسیج اجتماعی و سیاسی شهروندان می کاهد.

۳. نقش شورای نگهبان و رد صلاحیت ها:

تحلیل های ایران اینترنشنال به طور مداوم به فرآیند رد صلاحیت ها و نقش شورای نگهبان به عنوان نهاد کلیدی در محدودسازی رقابت های انتخاباتی اشاره دارند. بر اساس مدل تحلیل گفتمانی، این فرآیند نه تنها به عنوان ابزاری برای کنترل و حفظ اقتدار حاکمیت، بلکه به طور ضمنی در خدمت تضعیف دموکراسی و بازتولید نظام های غیرانتخابی عمل می کند. رسانه ها با برجسته سازی این موضوع، به طور استراتژیک در راستای افشای سلطه نهادهای غیرانتخابی و به چالش کشیدن مشروعیت این فرآیندها عمل می کنند. در این زمینه، مفهوم «رد صلاحیت ها» به عنوان یک ابزار سیاسی برای محدودسازی مشارکت نیروهای مخالف و ارتقای مشروعیت غیرمستقیم حاکمیت، از اهمیت بسزایی برخوردار است.

۴. تحریم انتخابات:

در تحلیل گفتمانی ایران اینترنشنال، تحریم انتخابات به عنوان یک واکنش اجتماعی و سیاسی به طور مستمر مطرح می شود. رسانه ها، به ویژه در تحلیل های خود، به طور مداوم بر این نکته تأکید دارند که تحریم های گسترده، نه تنها نشانه ای از بی اعتمادی عمومی به روندهای دموکراتیک و شفاف در فرآیندهای انتخاباتی است، بلکه به عنوان ابزاری برای اعمال فشار بر حاکمیت و

اعتراض به فرآیندهای فرمایشی محسوب می‌شود. در چارچوب گفتگمانی، این گفتمان به‌طور عمده از گسترش نارضایتی و مقاومت‌های اجتماعی علیه حکومتی که به‌طور مستمر مشروعیت خود را از طریق ابزارهای قدرت اجرایی می‌سازد، پرده‌برداری می‌کند.

۵. نظام جمهوری اسلامی:

تحلیل‌های ایران اینترنشنال در خصوص نظام جمهوری اسلامی، به‌ویژه در قالب گفتمان‌های انتقادی و ساختاری، بیشتر بر ناکارآمدی نظام سیاسی و عدم تحقق شرایط دموکراتیک تأکید دارند. در این رویکرد گفتگمانی، جمهوری اسلامی به‌عنوان یک رژیم اقتدارگرا و غیرمشارکتی در نظر گرفته می‌شود که در آن فرآیند انتخابات بیش از آنکه به‌عنوان ابزار دموکراتیک برای تحقق اراده عمومی عمل کند، به‌عنوان وسیله‌ای برای نمایش قدرت و تأمین مشروعیت حاکمیت استفاده می‌شود. تحلیل این رسانه‌ها، ضمن تمرکز بر ساختارهای ناکارآمد و انحصاری قدرت، به‌طور فزاینده‌ای بر نبود آزادی‌های سیاسی و دموکراتیک در سیستم جمهوری اسلامی تأکید دارند و آن را به‌عنوان مانعی در برابر تحول اجتماعی و سیاسی می‌شمارند.

داده‌ها و تحلیل مبتنی بر انگاره‌سازی با دو محور مشارکت و صحت‌سنجی انتخابات

۱. محور مشارکت

۱-۱ انتخابات فرمایشی و نمایشی

انگاره‌سازی رسانه‌ای پیرامون انتخابات فرمایشی و نمایشی، به‌ویژه در رسانه‌هایی چون ایران اینترنشنال، به‌طور مداوم بر کمبود ویژگی‌های دموکراتیک در فرآیندهای انتخاباتی ایران تأکید دارد. در این تحلیل‌ها، انتخابات به‌عنوان ابزاری برای مشروعیت‌سازی اقتدار حاکمیت و نه یک فرآیند دموکراتیک حقیقی بازنمایی می‌شود. این انگاره‌سازی به‌طور مؤثر مخاطبان را متقاعد می‌کند که مشارکت در انتخابات نه تنها بی‌اثر است، بلکه اساساً از ساختار دموکراتیک ناتوان است. از این رو، این نوع انگاره‌سازی به‌طور ناخودآگاه به کاهش اعتماد عمومی نسبت به انتخابات و همچنین به تضعیف انگیزه‌های مشارکت در فرآیندهای سیاسی منجر می‌شود.

۱-۲ تحریم انتخابات

تحلیل‌های ایران اینترنشنال به‌طور پیوسته بر ضرورت تحریم انتخابات تأکید دارند که خود عامل مهمی در تقویت انگاره‌سازی منفی در خصوص انتخابات به‌شمار می‌رود. تحریم به‌عنوان یک واکنش منفی و شکاکانه نسبت به عدم شفافیت و کارآمدی سیستم‌های انتخاباتی تصویر می‌شود، و رسانه‌ها از این زاویه بر این باور عمومی تأکید می‌کنند که انتخابات در چنین شرایطی نه تنها فاقد اثرگذاری است، بلکه تنها به‌عنوان ابزاری برای بازتولید مشروعیت اقتدار حاکمیت در نظر گرفته می‌شود. این فرآیند انگاره‌سازی می‌تواند به‌طور تدریجی به کاهش مشارکت عمومی و ایجاد گسل‌های فکری و اجتماعی در میان شهروندان منجر شود.

۱-۳ فساد و عدم شفافیت

فساد و عدم شفافیت در فرآیند انتخابات یکی دیگر از محورهای مهم در تحلیل‌های ایران اینترنشنال است. رسانه‌ها با تأکید بر فساد گسترده و نبود شفافیت در نهادهای انتخاباتی، تأثیرات منفی این مشکلات را بر روند انتخابات و نتیجه‌گیری‌های عمومی نشان می‌دهند. این انگاره‌سازی رسانه‌ای نه تنها به افزایش بی‌اعتمادی مردم نسبت به صحت انتخابات منتهی می‌شود، بلکه مانع از مشارکت مؤثر و آگاهانه شهروندان در این فرآیند می‌گردد. به‌طور خاص، با تأکید بر فساد و عدم شفافیت، رسانه‌ها پیامی منفی از نبود عدالت در انتخابات و فرآیندهای دموکراتیک به مخاطبان خود منتقل می‌کنند.

۱-۴ شورای نگهبان و رد صلاحیت‌ها

انگاره‌سازی‌های رسانه‌ای حول شورای نگهبان و فرآیند رد صلاحیت‌ها به‌عنوان یک عنصر کلیدی در محدود کردن رقابت‌های سیاسی و دموکراتیک در ایران عمل می‌کند. این رسانه‌ها با تأکید بر نقش نظارتی شورای نگهبان و فرآیند رد

صلاحیت‌ها، تصویری منفی از این نهاد به‌عنوان عاملی برای مانع‌تراشی در برابر حضور نیروهای مخالف حاکمیت ارائه می‌دهند. این انگاره‌سازی باعث می‌شود که افکار عمومی به‌طور فزاینده‌ای به این نتیجه برسند که فرآیند انتخابات در ایران فاقد رقابت آزاد است و به‌طور عمدی طراحی شده تا منافع خاص گروه‌های سیاسی حاکم را تأمین کند.

۵-۱ فضای سرد انتخاباتی و مشارکت پایین مردم

فضای سرد انتخاباتی در ایران که در تحلیل‌های ایران اینترنشنال به آن اشاره می‌شود، از طریق انگاره‌سازی رسانه‌ای به‌طور غیرمستقیم به مخاطبان منتقل می‌شود. این فضا به‌عنوان یک محیط سیاسی غیرمحرک و فاقد شور و اشتیاق مردمی تصویر می‌شود، که در نتیجه آن مشارکت مردم در انتخابات کاهش می‌یابد. این انگاره‌سازی رسانه‌ای به‌طور ویژه در ایجاد نگرش‌های منفی در میان مردم نسبت به ارزش و تأثیر انتخابات تأثیرگذار است. از این رو، این روند رسانه‌ای می‌تواند باعث شود که افرادی که ممکن است تمایل به مشارکت داشته باشند، به دلیل نگرش منفی شکل‌گرفته از طریق رسانه‌ها از مشارکت منصرف شوند.

۲. تحلیل صحت‌سنجی انتخابات بر اساس انگاره‌سازی

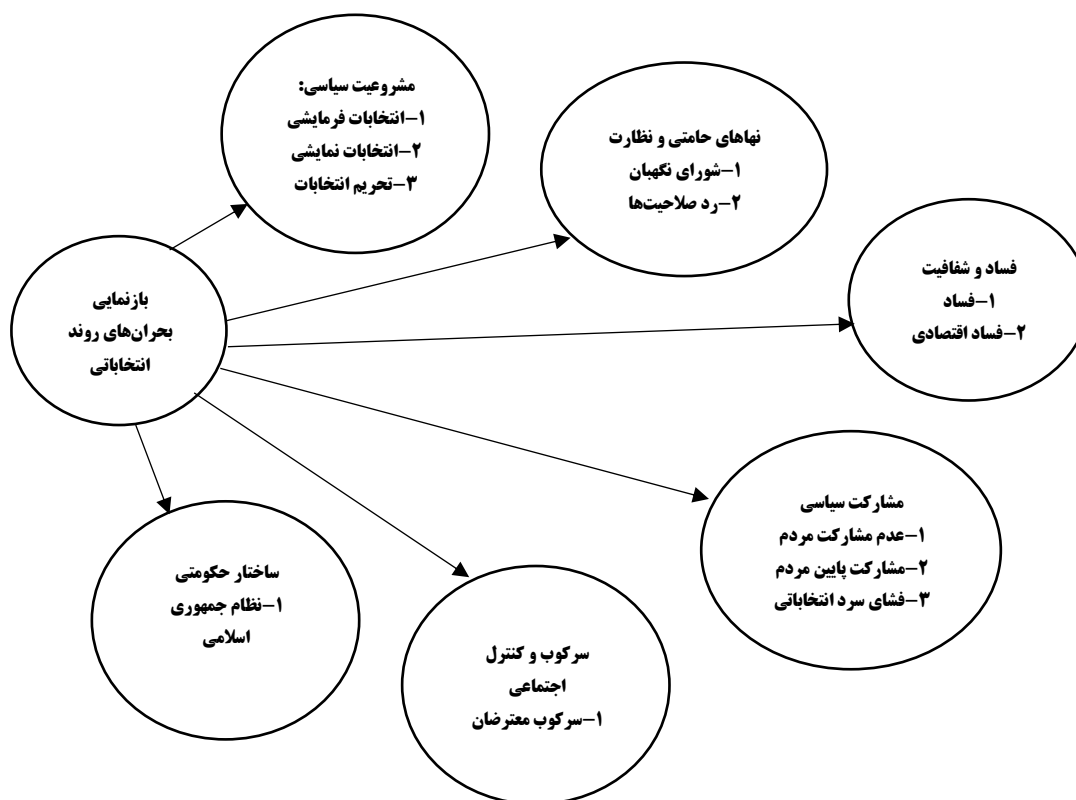
۱-۲ تصویر منفی از صحت انتخابات

در چارچوب نظریه انگاره‌سازی، رسانه‌ها نقشی اساسی در نحوه ارزیابی صحت انتخابات ایفا می‌کنند. رسانه‌هایی چون ایران اینترنشنال که بر روی موضوعاتی چون فساد، رد صلاحیت‌ها و عدم شفافیت تمرکز می‌کنند، به‌طور مستقیم تصورات عمومی را در مورد صحت انتخابات شکل می‌دهند. بازنمایی این مفاهیم در رسانه‌ها اغلب به‌طور غیرمستقیم تصویری منفی از روند انتخابات ارائه می‌دهد که ممکن است افکار عمومی را به این باور برساند که این فرآیند فاقد مشروعیت و اعتماد عمومی است. به‌این‌ترتیب، این انگاره‌سازی‌ها موجب می‌شود که صحت انتخابات از سوی جامعه زیر سؤال رفته و به بی‌اعتمادی عمومی نسبت به نهادهای اجرایی و قانونی افزوده شود.

۲-۲ تأثیر تحریم بر اعتبار انتخابات

هنگامی که رسانه‌ها به‌طور مداوم به موضوع تحریم انتخابات می‌پردازند، تأثیرات منفی آن بر اعتبار انتخابات در اذهان عمومی به‌شدت برجسته می‌شود. این انگاره‌سازی رسانه‌ای می‌تواند باعث تضعیف اعتماد عمومی به صحت انتخابات شود، حتی اگر از نظر فنی فرآیندهای انتخاباتی به‌درستی انجام شوند. در نتیجه، این بی‌اعتمادی به تأثیرات انتخابات به‌ویژه در سطوح اجتماعی و سیاسی منجر می‌شود. این فرآیند در نهایت ممکن است منجر به کاهش مشارکت عمومی و حتی به گسترش شکاف‌های اجتماعی و سیاسی گردد، چرا که بخش‌هایی از جامعه به این باور می‌رسند که از طریق انتخابات نمی‌توان تغییری در ساختار سیاسی به‌وجود آورد.

بر اساس یافته‌های تحقیق مبتنی بر نظریه تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف و نظریه بازنمایی استورات هال انتخابات فرمایشی، تحریم‌های انتخاباتی، فساد ساختاری، نقش شورای نگهبان و بحران مشارکت، شبکه ایران اینترنشنال تلاش کرده است تا بحران‌های بنیادین روند انتخاباتی را بازنمایی کند.



شکل ۱. مدل ساختاری پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تحلیل گفتمان انتقادی سایت ایران اینترنشنال در بازنمایی چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری به اجرا درآمده است. بنابراین با استفاده از رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی و تمرکز بر مرحله توصیف محتوای ۷۳ خبر ایران اینترنشنال، آشکار شد که گفتمان غالب پیرامون انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۳ بر دو قطب مجزا استوار است:

۱- قطب «درون‌گفتمانی» (دولت و نهادهای حاکمیتی): واژگانی مانند «شرکت»، «شفافیت»، «نظارت» و «مشروعیت» در این قطب برجسته‌اند که از عملکرد نهادهای رسمی و ضرورت جلب اعتماد عمومی دفاع می‌کنند.

۲- قطب «برون‌گفتمانی» (اپوزیسیون و رسانه‌های منتقد): اصطلاحاتی مثل «انتخابات فرمایشی»، «فساد اقتصادی»، «رد صلاحیت‌ها» و «تحریم» نمایانگر تمرکز بر ناکارآمدی و فقدان مشروعیت هستند.

این قطب‌بندی واژگانی نشان می‌دهد که هر یک از بازیگران گفتمانی با هدف‌گذاری متفاوت، سازوکارها و منطق عملکردی خاص خود را بازتولید می‌کنند. قطب «درون‌گفتمانی» تلاش می‌کند تا انتخابات را نشانه سلامت نظام و مشارکت مدنی نشان دهد؛ در حالی که قطب «برون‌گفتمانی» با برجسته‌کردن موانع ساختاری و معضلات نظارتی، مشروعیت آن را زیر سؤال می‌برد. آشکارسازی این دو قطب موازی، کلید فهم تعارض معنادار در فضای انتخاباتی ایران است و نشان می‌دهد که بدون پرداختن به این تقابل واژگانی و عملکردی، هرگونه تحلیل یا مداخله رسانه‌ای ناقص خواهد ماند. باتوجه به داده‌های به دست آمده، از منظر نظریه انگاره‌سازی در افکار عمومی، نشان می‌دهند که رسانه‌ها، به ویژه رسانه‌هایی با پوشش بین‌المللی مانند ایران اینترنشنال، نقش برجسته‌ای در شکل‌دهی به تصورات و نگرش‌های عمومی پیرامون فرآیندهای انتخاباتی دارند. وب‌سایت شبکه ایران اینترنشنال با رویکردی انتقادی و تحلیل‌های متمرکز بر فساد، سرکوب سیاسی، و فقدان شفافیت در فرآیند انتخابات ایران، سعی

دارد تصویری منفی از این فرآیند در ذهن مخاطبان خود ایجاد کند و آن را به‌عنوان یک فرآیند فاقد ویژگی‌های دموکراتیک و رقابتی معرفی کند.

در چارچوب نظریه انگاره‌سازی، این رویکرد رسانه‌ای نه تنها به بازنمایی یک واقعیت خاص از وضعیت انتخابات می‌پردازد، بلکه از طریق شکل‌دهی به انگاره‌های عمومی، افکار و نگرش‌های مخاطبان را به‌سمت عدم مشارکت و بی‌اعتمادی نسبت به انتخابات هدایت می‌کند. بر اساس تحلیل‌های موجود، وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌نشال به‌طور مداوم بر مسائلی چون فساد گسترده در ساختارهای حکومتی، عدم شفافیت در فرآیند انتخابات، و دخالت نهادهای غیرانتخابی همچون شورای نگهبان تأکید می‌کند. این پوشش رسانه‌ای، از دیدگاه انگاره‌سازی، به‌طور عمده تلاش دارد تا مخاطب را به این نتیجه برساند که فرآیند انتخابات در ایران به‌طور عمدی تحت کنترل نهادهای حکومتی قرار دارد و به‌ویژه از طریق رد صلاحیت‌های گسترده، این انتخابات فاقد رقابت آزاد و عادلانه است. در نتیجه، این انگاره‌سازی‌ها موجب تضعیف مشروعیت انتخابات و ایجاد تصویری منفی در افکار عمومی می‌شود که منجر به کاهش سطح مشارکت و بی‌اعتمادی به فرآیندهای دموکراتیک می‌گردد. در خصوص تحریم انتخابات، این رسانه از طریق تأکید بر بی‌فایده بودن مشارکت در چنین انتخاباتی، به‌طور غیرمستقیم به تقویت انگاره‌سازی منفی در خصوص اثرگذاری انتخابات و مشروعیت آن می‌پردازد. در این چارچوب، مشارکت در انتخابات نه تنها به‌عنوان یک ابزار دموکراتیک بلکه به‌عنوان ابزاری بی‌اثر در نظر گرفته می‌شود، که در نتیجه آن، افراد بسیاری از مشارکت در این فرآیند امتناع می‌کنند و افکار عمومی به این باور می‌رسند که تغییرات سیاسی از طریق انتخابات در دسترس نخواهد بود.

این نوع انگاره‌سازی‌ها، با توجه به اصول نظریه انگاره‌سازی در افکار عمومی، نه تنها در بازنمایی واقعیت‌ها تأثیرگذار است، بلکه به‌طور مؤثر بر تصمیمات سیاسی و اجتماعی افراد تأثیر می‌گذارد. در این فرآیند، رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهایی برای شکل‌دهی به افکار عمومی، نه تنها اطلاعات را منتقل می‌کنند، بلکه نقش اساسی در تعیین چهارچوب‌های تفسیری و ارزیابی‌های عمومی ایفا می‌کنند. رسانه‌ها قادرند به‌طور فعالانه تصویری از واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی ایجاد کنند که به شکل‌دهی به نگرش‌ها، افکار عمومی و رفتار سیاسی جامعه منجر شود. این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌ها نه تنها در تحلیل و نقد فرآیندهای سیاسی نقش دارند، بلکه به‌طور مستقیم به بازسازی تصورات عمومی و جهت‌دهی به رفتار سیاسی مردم می‌پردازند.

همچنین این نتایج از منظر تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف و نظریه بازنمایی هال، اهمیت تحلیل ساختاری پیام‌های رسانه‌ای را در مواجهه با پدیده‌های سیاسی آشکار می‌سازد؛ چرا که بدون شناسایی چگونگی رمزگذاری و دلالت‌سازی در روایت‌های رسانه‌ای، هر ارزیابی از واقعیت سیاسی ناقص و گمراه‌کننده خواهد بود. مرور نظام‌مند پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که رسانه‌های فارسی‌زبان برون‌مرزی، به‌ویژه ایران اینترنت‌نشال و BBC فارسی، در رویدادهای سیاسی، نظامی و انتخاباتی ایران از چارچوب‌هایی چون *تحلیل گفتمان انتقادی، مدل بازنمایی هال و شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی بهره گرفته و الگوهایی نظیر چارچوب‌گذاری هدفمند، انگاره‌سازی منفی و تضعیف مشروعیت فرآیندهای سیاسی را دنبال کرده‌اند. این بدنه مفهومی – تجربی هرچند رویدادهای متنوعی از مخاصمه ۲۰۲۳ غزه تا انتخابات‌های پیشین را پوشش داده، اما تاکنون بازنمایی چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری ایران (۱۹ خرداد تا ۷ تیر ۱۴۰۳) به‌طور مستقل بررسی نشده است. پژوهش حاضر با اتکا به تحلیل گفتمان انتقادی و نظریه انگاره‌سازی*، نشان می‌دهد که ایران اینترنت‌نشال با قطب‌بندی «درون‌گفتمانی/برون‌گفتمانی» و برجسته‌سازی مضامینی چون فساد، رد صلاحیت و نبود شفافیت، در راستای تداوم هژمونی گفتمان بی‌اعتمادی سیاسی عمل کرده است.

پیشنهادهای راهبردی:

با توجه به تحلیل‌های ارائه شده از رویکرد رسانه‌ای وب‌سایت شبکه ایران اینترنت‌نشال و تأثیرات منفی آن بر مشارکت عمومی و صحت‌سنجی انتخابات، ضروری است که راهبردهای رسانه‌ای تقابلی مبتنی بر شفافیت و ارتقاء سطح آگاهی عمومی طراحی شود. این راهبردها می‌توانند به تقویت نهادهای دموکراتیک و اصلاح مشارکت مردم در فرآیندهای انتخاباتی کمک کنند. به‌طور خاص، پیشنهادات زیر به‌منظور مقابله با تأثیرات منفی رسانه‌های معاند و گسترش بسترهای دموکراتیک ارائه می‌شود:

۱. تقویت پوشش‌های رسانه‌ای مثبت و شفاف از فرآیند انتخابات

۱-۱ رسانه‌های داخلی باید با اتکا به گزارش‌دهی شفاف و دقیق از تمامی مراحل انتخابات، از جمله ثبت‌نام نامزدها، فرآیندهای نظارت و اعلام نتایج، به اعتماد عمومی نسبت به فرآیند انتخابات افزوده و موجب شفافیت بیشتر در تصمیم‌گیری‌ها و اطمینان از صحت‌سنجی انتخابات شوند.

۱-۲ برگزاری برنامه‌های ویژه برای تبیین جنبه‌های قانونی و فنی انتخابات، معرفی هیئت‌های نظارتی و اعلام فرآیندهای نظارت بر انتخابات، نه تنها باید به‌عنوان راهکاری برای تقویت فرآیند شفافیت به کار گرفته شود، بلکه می‌تواند ابزار مهمی برای مقابله با تصورات منفی نسبت به فرآیندهای انتخاباتی باشد.

۲. مقابله با انگاره‌سازی‌های منفی از طریق تولید محتوا

۲-۱ مقابله با انگاره‌سازی‌های منفی، به‌ویژه درخصوص نقش شورای نگهبان و سایر نهادهای نظارتی، از طریق تولید محتوای تخصصی و مستند که عملکرد مثبت این نهادها در نظارت و تضمین عدالت انتخاباتی را به تصویر می‌کشد، می‌تواند موجب تغییر نگرش‌های منفی و جلب اعتماد عمومی شود.

۲-۲ استفاده از مصاحبه‌های کارشناسان مستقل، تحلیل‌های بی‌طرفانه و گزارش‌های دقیق از عملکرد نهادهای نظارتی می‌تواند موجب ارتقاء درک عمومی از ضرورت وجود این نهادها در فرآیندهای انتخاباتی و نقش آن‌ها در حفظ سلامت انتخابات گردد.

۳. تقویت مشارکت عمومی از طریق کمپین‌های موفق انتخاباتی

۳-۱ طراحی و اجرای کمپین‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی درخصوص مشارکت فعال در انتخابات می‌تواند به ترویج آگاهی و درک صحیح از تأثیر هر رأی در فرآیند دموکراتیک کمک کند. معرفی مدل‌های موفق انتخاباتی از کشورهای دیگر که در آن‌ها مشارکت عمومی بالا و انتخاباتی شفاف برگزار شده، می‌تواند نمونه‌ای مؤثر برای تشویق افراد به شرکت فعال در انتخابات فراهم کند.

۳-۲ تولید محتوای آموزشی در خصوص نحوه تأثیرگذاری در انتخابات و اهمیت رأی مردم در تغییرات سیاسی، می‌تواند به تغییر نگرش منفی در میان گروه‌های مختلف اجتماعی کمک کرده و افراد را به مشارکت ترغیب کند.

۴. مقابله با انگاره‌سازی فساد و عدم شفافیت

۴-۱ ایجاد رسانه‌های مستقل و بی‌طرف که فرآیندهای انتخاباتی را به‌طور دقیق و شفاف پوشش دهند، باید به‌عنوان یکی از استراتژی‌های مهم در برابر انگاره‌سازی‌های رسانه‌های معاند قرار گیرد. این رسانه‌ها باید قادر باشند تا در صورت وقوع هرگونه تخلف یا مشکل در فرآیند انتخابات، به سرعت و با دقت اقدام به گزارش‌دهی کنند و شفافیت را در روند انتخابات به نمایش بگذارند.

۴-۲ استفاده از پلتفرم‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی برای انتشار اخبار معتبر و پاسخگویی به شایعات و اخبار کذب می‌تواند موجب تقویت شفافیت و اعتماد عمومی به صحت انتخابات شود. به‌ویژه در دنیای دیجیتال امروزی، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان یک ابزار قدرتمند برای ترویج شفافیت و جلوگیری از نشر اطلاعات نادرست عمل کنند.

۵. استفاده از ابزار رسانه‌های اجتماعی برای شفافیت بیشتر

۵-۱ بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی برای ارائه آمار دقیق و گزارش‌های لحظه‌ای از وضعیت انتخابات، به‌ویژه در روزهای انتخابات، می‌تواند راهی مؤثر برای مقابله با شایعات و اخبار نادرست باشد که از سوی رسانه‌های معاند منتشر می‌شود.

۵-۲ ایجاد پلتفرم‌های خبری آنلاین برای انتشار اخبار واقعی و شفاف از روند انتخابات و ارائه گزارش‌های دقیق از میزان مشارکت و تخلفات، موجب اعتماد بیشتر مردم به فرآیند انتخابات خواهد شد. این پلتفرم‌ها باید با هدف تقویت اعتبار و شفافیت انتخابات در اختیار عموم مردم قرار گیرند.

۶. تقویت فرهنگ رقابت آزاد و عادلانه

۱-۶ رسانه‌های داخلی باید به‌طور فعال بر اهمیت رقابت آزاد و عادلانه در انتخابات تأکید کرده و نشان دهند که انتخابات فرصتی برای انتخاب بهترین گزینه‌ها از میان نامزدهای مختلف است. برگزاری مناظرات زنده و طرح پرسش و پاسخ‌های عمومی میان نامزدها به‌عنوان یکی از راه‌های تقویت این فرهنگ به‌شمار می‌رود.

۲-۶ حضور فعال احزاب و گروه‌های مختلف سیاسی در فرآیندهای انتخاباتی، با ایجاد بسترهای مناسب برای رقابت آزاد، می‌تواند به شکل‌گیری یک انتخابات شفاف و رقابتی کمک کند که در آن اراده عمومی به‌طور حقیقی نمایان گردد.

ملاحظات اخلاقی

- نویسندگان اظهار داشته‌اند که در طول آماده‌سازی این اثر، به «اعلامیه هوش مصنوعی مولد و فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در فرایند نوشتن» توجه داشته‌اند.
- نویسندگان اظهار داشته‌اند که اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

منابع

- اقبال، عباسی (۱۳۹۴). تحلیل چند انگاره در نهج البلاغه. فصلنامه زبان و ادبیات عربی، ۷(۱۲)، ۳۱-۵۰.
- خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۲). بیانات در دیدار مردم «کرمان» و «خوزستان». خبر، ۲ دی ۱۴۰۲. از سایت دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله‌العظمی سیدعلی خامنه‌ای (مدظله‌العالی).
- خبرگزاری خبرآنلاین (۱۴۰۳). بیشترین و کمترین میزان مشارکت در ادوار چهارده‌گانه انتخابات ریاست‌جمهوری / رئیسی رکورددار ماند. <https://www.khabaronline.ir/news/1929046>
- داوودی، علی‌اصغر (۱۳۸۹). نظریه گفتمان و علوم سیاسی. فصلنامه علوم سیاسی، ۲(۸)، ۴۷-۵۱.
- زرین کلاه، علیرضا؛ نجفی، سیدحسین و هرمزی‌زاده، محمدعلی (۱۴۰۲). شناسایی تکنیک‌های عملیات روانی شبکه تلویزیونی بی‌بی‌سی فارسی علیه جمهوری اسلامی در اغتشاشات شهریور و مهرماه ۱۴۰۱. فصلنامه راهبردی بسیج، ۲۶(۱۰۰)، ۱۰۷-۱۴۹.
- صادقی‌اول، هادی و منافی و رکیانی، علی (۱۴۰۳). بازنمایی ابعاد حقوقی مخاصمه اکتبر ۲۰۲۳ غزه در صفحات اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی و ایران اینترنت‌شنال. مجله مطالعات حقوقی، ۱۶(۱)، ۳۵۵-۳۹۰.
- صرامی، عارفه و فهیمی‌فر، اصغر (۱۳۹۷). تصویر، ایماژ (پی‌انگاره) و ادراک بصری. فصلنامه هنرهای زیبا - هنرهای تجسمی، شماره ۲، ۵-۱۲.
- فتحی‌کوهی، کاظم‌محمد (۱۳۹۷). قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران. پژوهشکده شورای نگهبان.
- فرخی، میثم و کیا، سارا (۱۴۰۲). تکنیک‌های عملیات روانی رسانه‌های غربی پیرامون انتخابات جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۴۰۰؛ مورد مطالعه: اخبار رسانه‌های بی‌بی‌سی فارسی، ایران اینترنت‌شنال، من‌وتو و صدای آمریکا. نشریه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳(۲۷).
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه فاطمه شایسته‌پیران و دیگران. چاپ اول. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- کارل، هوسمن (۱۳۷۶). بحران وجدان. ترجمه داود حیدری. انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- گویا، احمد و نادری، مهدی (۱۴۰۲). بازنمایی ترور شهید قاسم سلیمانی در توئیتر و اینستاگرام شبکه ایران اینترنت‌شنال. فصلنامه رسانه، ۱۳(۱)، ۶۷-۹۶.
- لطیفی‌پورساعدی، کاظم (۱۳۷۲). درآمدی به سخن کاوی. مجله زبان‌شناسی، ۱۰(۱).
- ملانوروزی، سیدعلی؛ نعمتی‌نارکی، داود و عظیمی‌فرد، فاطمه (۱۴۰۲). بررسی گفتمان خبری تارنمای خبرگزاری صداوسیما، شبکه خبری ایران اینترنت‌شنال و شبکه خبری بی‌بی‌سی فارسی درباره دور هفتم مذاکرات هسته‌ای ایران. دانشگاه صداوسیما، ۱۴۰۱ [پایان‌نامه کارشناسی ارشد ناپیوسته].
- مولانا، حمید و تاجیک، غلامرضا (۱۳۷۵). رسانه‌ها و انگاره‌سازی. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، شماره ۲۶، ۱۰-۱۷.

- میرزایی، محمد (۱۳۹۶). تحلیل محتوای برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان پیرامون موضوع انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۶ (مطالعه موردی: سایت و شبکه بی‌بی‌سی فارسی). نشریه بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۴(۴۳)، ۱۳۱-۱۶۷.
- میرزایی‌نژاد اوجانی، فریبا (۱۳۹۸). بررسی گفتمان خبری: بخش بیست‌وسه سیمای و بخش خبری «اتاق خبر» شبکه من‌وتو. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۶(۹۷)، ۱۱۱-۱۴۹.
- 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، ۹(۱)، ۶۹-۱۰۰.

References:

- Abbasi, F., & Nushi, M. (2024). A critical discourse analysis of former Iranian president's speeches during the COVID-19 pandemic: The case of holy sites lockdown. *Publications of Tarbiat Modares University*, 15(5), 257–281. (in Persian)
- Aqbali, A. (2015). Analysis of multiple images in Nahj al-Balagha. *Quarterly Journal of Arabic Language and Literature*, 7(12), 31–50. (in Persian)
- Azimfard, F., Rahro, H. R., & Jebelli, P. (2024). Critical discourse analysis of presidential candidates' TV debates between Ebrahim Raisi and Abdolnaser Hemmati in Iran's 2021 presidential election. *Audiovisual Quarterly of IRIB University*, 16(43), 69–102. (in Persian)
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Davoudi, A. A. (2010). Discourse theory and political science. *Quarterly Journal of Political Science*, 2(8), 47–51. (in Persian)
- Dijk, T. A. van, & Adrianus, T. (2000). *Ethnic minorities and the media, news racism: A discourse analytical approach*. Open University Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical discourse analysis: The critical study of language*. Longman.
- Fairclough, N. (2000). *Critical discourse analysis*. Center for Media Studies and Research. (in Persian)
- Farrokhi, M., & Kia, S. (2023). Psychological operation techniques of Western media on the 2021 Iranian presidential election: Case study of BBC Persian, Iran International, Manoto, and Voice of America. *Journal of Cultural Guardianship of the Islamic Revolution*, 13(27). (in Persian)
- Fathi, K., Kouhi, K., & Kazem Mohammad, M. (2018). *The Constitution of the Islamic Republic of Iran*. Research Institute of the Guardian Council. (in Persian)
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis*. Harvard University Press.
- Gouya, A., & Naderi, M. (2023). Representation of the assassination of Martyr Qassem Soleimani on Iran International's Twitter and Instagram. *Media Quarterly*, 13(1), 67–96. (in Persian)
- Hausman, K. (1997). *Crisis of conscience*. Office for Media Studies and Planning. (in Persian)
- Houshyar, M., & Goodarzi, M. (2020). The method of covering the news of forming a U.S. maritime coalition in the Persian Gulf and the Gulf of Oman: Discourse analysis of Iran International and Deutsche Welle Persian news websites. *Quarterly Journal of News Sciences*, 9(1), 69–100. (in Persian)
- Jabbar Kudair, N., & Khalil AlAzawi, S. (2023). The representation of the Iranian protests in the American newspapers: A critical discourse analysis. *Nasaq Journal*, 38(1), 1316–1346. (in Persian)
- Johnes, R., Faucon, B., & Hagey, K. (2019). Saudi Arabia sought vice's help to build a media empire. *The Wall Street Journal*.
- Jorgensen, M., & Phillips, L. (2002). *Discourse analysis*. Sage.
- Kamali Dehghan, S. (2018). Ofcom examining TV network over interview praising attack in Iran. **The Guardian**. (in Persian)
- Khabar Online News Agency. (1403). The highest and lowest participation rates in the fourteen rounds of the presidential elections / Raisi remains the record holder. <https://www.khabaronline.ir/news/1929046>
- Khamenei, S. A. (2023). Speech in a meeting with the people of "Kerman" and "Khuzestan". Khamenei.ir – Office for the Preservation and Publication of Ayatollah Khamenei's Works. (in Persian)
- Laclau, E., & Mouffe, C. (2001). *Hegemony and socialist strategy*. Verso.
- Lotfipoorsaeedi, K. (1993). An introduction to speech analysis. *Journal of Linguistics*, 10(1). (in Persian)
- Mirzaei, M. (2017). Content analysis of Persian-language satellite TV programs on the 2017 Iranian presidential election: Case study of BBC Persian website and channel. *Basirat and Islamic Education Journal*, 14(43), 131–167. (in Persian)
- Mirzaeinezhad Ojani, F. (2019). News discourse analysis: The "20:30" news program of IRIB and the "Newsroom" program of Manoto TV. *Communication Research*, 26(97), 111–149. (in Persian)
- Molanoruzi, S. A., Nematinaraki, D., & Azimifard, F. (2023). News discourse analysis of IRIB News Agency, Iran International, and BBC Persian regarding the seventh round of Iran nuclear negotiations. *IRIB University*. (in Persian)
- Mowlana, H., & Tajik, G. (1996). Media and image building. *Mass Communication Studies and Research Quarterly*, (26), 10–17. (in Persian)
- Sadeghi Aval, H., & Manafivarkiani, A. (2024). Representation of legal dimensions of the October 2023 Gaza conflict on BBC Persian and Iran International Instagram pages. *Journal of Legal Studies*, 16(1), 355–390. (in Persian)
- Sarrami, A., & Fahimifar, A. (2018). Image, imagery, and visual perception. *Fine Arts – Visual Arts Quarterly*, (2), 5–12. (in Persian)
- Zarrin Kolah, A., Najafi, S. H., & Hormozi Zadeh, M. A. (2023). Identification of psychological operations techniques of BBC Persian TV against the Islamic Republic during the riots of September–October 2022. *Strategic Basij Quarterly*, 26(100), 107–149. (in Persian)
- Zhang, W. (2015). Discourse of resistance: Articulations of national cultural identity in media discourse on the 2008 Wenchuan earthquake in China. *Discourse & Communication*, 9(3), 355–370.