

# بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری افغانستان در مطبوعات

(تحلیل محتوای چهار روزنامه انیس، هشت صبح، باختر و ماندگار)

در فاصله ۲۶ خرداد تا ۲۶ مرداد ۱۳۸۸)

مهدخت بروجردی علوی\*

محسن حبیبی\*\*

تاریخ دریافت: ۹۰/۱۲/۸

تاریخ پذیرش: ۹۲/۲/۵

## چکیده

این تحقیق به بررسی چگونگی بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری افغانستان در چهار روزنامه مطرح این کشور (انیس، هشت صبح، باختر و ماندگار) با هدف بررسی و شناخت و مقایسه نحوه پوشش اخبار و مطالب انتخاباتی پرداخته است. این تحقیق دو ماه منتهی به کارزار انتخاباتی دومین دوره انتخابات ریاست جمهوری افغانستان (از ۲۶ خرداد تا ۲۶ مرداد)

\*. استادیار علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی. (مکاتبه کننده) mbalavi36@yahoo.com

\*\* کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.

را با تکیه بر نظریه اعتماد سیاسی و با استفاده از روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار داده است. حامد کرزی و عبدالله عبدالله، دو رقیب عمده این کارزار انتخاباتی بودند. روزنامه‌های انیس و باختر، طرفدار کرزی و روزنامه‌های هشت صبح و ماندگار، حامی عبدالله هستند. از دو ماه مورد بررسی، یک ماه به شیوه نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انتخاب شد که حاصل آن، ۵۱۳ مطلب انتخاباتی بود که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بنابراین یافته‌های این پژوهش، حامد کرزی، سهم بیشتری از مطالب انتخاباتی را به خود اختصاص داده است. در ارائه اخبار و مطالب انتخاباتی، سبک غالب، «خبر» و بیشترین برخورد با کاندیداها «احترام آمیز» بوده است؛ به طوری که رفتارهای محترمانه، بیش از چهار برابر رفتارهای غیر محترمانه بوده است. از نظر نوع حمایت، حمایت «مستقیم» از کاندیداها بیشتر به چشم می‌خورد. از نظر نوع مطلب نیز روزنامه‌نگاران افغان به مطالب «فرایند مدار» بیش از مطالب رویداد مدار پرداخته‌اند. بر اساس داده‌های به دست آمده، کاندیداهای دومین دوره ریاست جمهوری افغانستان، به شعارهای «دموکراسی» و «توجه به آرای مردم» در برنامه‌هایشان بیشتر توجه کرده‌اند و بر «مشارکت مردم» بیش از سایر محورهای انتخاباتی تأکید داشته‌اند. در مجموع، با توجه به آنچه از داده‌ها برمی‌آید، روزنامه‌های افغانستان، ضمن حمایت از کاندیدای مورد نظر خود، با حفظ چارچوب‌های اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری، نحوه بازتاب مطالب انتخاباتی را به نمایش تمرین دموکراسی تبدیل کرده و با وجود انتقاد و حمایت مستقیم از کاندیداها، پای‌بندی خود را به موازین اخلاقی حرفه روزنامه نگاری نشان داده‌اند.

**واژه‌های کلیدی:** انتخابات ریاست جمهوری، افغانستان، روزنامه انیس،

روزنامه هشت صبح، روزنامه باختر، روزنامه ماندگار، اعتماد سیاسی

## طرح موضوع

مطبوعات نقش مهمی در بستر سازی ذهنی و عینی مخاطبان خود دارند؛ نقشی که روی دیگر آن، اثرگذاری بر روند مشارکت مردم در انتخابات است. مطبوعات در افغانستان از تاریخ طولانی برخوردارند و در تحولات سیاسی افغانستان همواره نقش مهمی ایفا کرده‌اند.

انتخابات، پایه‌های حکومت مبتنی بر نظام دموکراسی را تشکیل می‌دهد و شرایط مناسبی را برای شرکت فعالانه مردم در امر تعیین سرنوشت خودشان ایجاد می‌کند. در نتیجه، مبارزات سیاسی انتخاباتی و تبلیغات سیاسی مبتنی بر آن نیز از عناصر ضروری در یک نظام سیاسی محسوب می‌شود؛ زیرا انتخابات، بهترین روشی است که فرصت را فراهم می‌کند تا خو استه‌های مشروع و بحق مردم محقق شود. ساده‌ترین شکل مشارکت سیاسی، رأی دادن شهروندان به افراد، احزاب و گروه‌های سیاسی است. بدین جهت، اهمیت پدیده انتخابات در ایجاد و بازنمایی میزان مشروعیت سیاسی، وسعت و مشارکت پذیری پاسخ‌گویان سبب می‌شود تا فضای مناسب و در خور توجه برای بسط و گسترش دامنه قدرت اجتماعی ایجاد شود و ثبات سیاسی را در پی داشته باشد.

بدون شک در کنار حضور آگاهانه سیاسی مردم در انتخابات که منجر به پاسخ‌گویی نظام در مقابل مردم می‌شود، حضور و نقش آفرینی رسانه‌ها نیز در فرایند مشروعیت بخشی به انتخابات دارای اهمیت زیادی است. انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۸۸ در افغانستان به طور خاص از اهمیت بالایی برخوردار بود. در این انتخابات، ۴۰ کاندیدا که هر کدام یا وابسته به جریانی و یا مربوط به قوم خاصی بودند حضور داشتند که از میان آنها حامد کرزی رئیس جمهور و عبدالله عبدالله مطرح‌ترین نامزدها بودند که رقابت بسیار نزدیک داشتند. از این روی، بررسی بازتاب مطالب مطبوعات در سوگیری و برجسته‌سازی جناح‌های سیاسی دخیل در انتخابات، با توجه به این که یکی از کاندیداها رئیس جمهور وقت است، امری ضروری است. پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ این پرسش است که مطبوعات مهم افغانستان، مطالب انتخاباتی این دو

کاندیدای مطرح (حامد کرزی و عبدالله عبدالله) را طی دو ماه منتهی به انتخابات چگونه پوشش داده‌اند و نحوه پوشش انتخابات به طور کلی در مطبوعات افغانستان به چه صورت بوده است؟ و آیا محتوای مطبوعات افغانستان در دوره مذکور، متأثر از قضاوت‌های ارزشی و منافع جناحی بوده است یا نه؟

### ضرورت و اهمیت پژوهش

موافقت نامه «بُن»، اساس دوره جدید سیاسی و نقطه شروع شکل‌گیری نظام سیاسی مبتنی بر دموکراسی در افغانستان بود. افغانستان، حاکمیت مردمی و روی آوری به ارزش‌های دموکراتیک را بعد از اجلاس «بُن» متفاوت از تمام دوره‌های تاریخی خود تجربه کرد. روند جدید سیاسی در این کشور که با شکل‌گیری نظام دموکراتیک همراه بود، بر «انتخابات» تکیه داشت. فضای جدید سیاسی باعث شد تا چندین مرحله انتخابات با رأی مستقیم مردم در این کشور برگزار شود و مردم در جهت تعیین سرنوشت خود با شور و نشاط در این انتخابات‌ها شرکت کنند. به این ترتیب، پدیده انتخابات به عنوان پدیده‌ای نو طی چند مرحله تجربه شد. در این میان، رسانه‌های افغانستان برای روشن ساختن مسائل و ارتقای شناخت مردم از پدیده انتخابات وارد صحنه شدند و رویدادهای سیاسی در ایام مبارزات انتخاباتی را به صورت گسترده‌ای پوشش دادند. از آنجا که در جامعه افغانستان احزاب و نهادهای سیاسی، هنوز شکل منسجمی نیافته‌اند و ساختارهای قبیله‌ای - عشیره‌ای و وفاداری به قوم و قبیله دیده می‌شود، رسانه‌ها، بویژه مطبوعات، در حال تجربه کردن نقش انتقال اطلاعات به رأی دهندگان هستند. بدین ترتیب، بررسی نوع پوشش مبارزات انتخاباتی در مطبوعات می‌تواند ما را در شناخت بیشتر این نقش در روند انتخابات افغانستان یاری رساند. این پژوهش در پی آن است تا تصویری واقعی از آنچه در انتخابات دومین دوره ریاست

جمهوری افغانستان گذشته، به دست آورد و با استفاده از اطلاعات به دست آمده، جامعه مطبوعات افغانستان را به سوی اصول آرمانی و حرفه‌ای‌گری هدایت کند. همچنین حاصل این پژوهش، آینه‌ای برای گردانندگان و دست‌اندرکاران مطبوعات افغانستان فراهم می‌کند تا به ارزیابی عملکرد حرفه‌ای خود بپردازند و از آنچه در دومین دوره انتخابات ریاست جمهوری گذشته است به نفع مشارکت مردم و جریان آزاد اطلاعات در انتخابات بعدی استفاده کنند. نتایج این پژوهش همچنین می‌تواند امکان مقایسه بین عملکرد مطبوعات افغانستان و ایران در جریان انتخابات ریاست جمهوری دو کشور را فراهم سازد و با توجه به اشتراک‌های تاریخی و فرهنگی دو کشور، شناخت جامعه ایران را از آنچه در فرایند انتخابات در این کشور همسایه گذشته است، ارتقا بخشد.

## ادبیات موضوع

### انتخابات: تعاریف و ویژگی‌ها

انتخابات عبارت است از: فرایندی که از طریق آن، کسانی یک یا چند نامزد را برای انجام دادن کار معین برمی‌گزینند. در اصطلاح خاص، گزینش نمایندگان برای مجلس قانون‌گذاری توسط مردم را انتخابات گویند (آشوری، ۱۳۷۸: ۴۳). نتیجه‌ای که از انتخابات به دست می‌آید این است که افراد، طی یک فرایند رأی‌گیری رسمی، می‌توانند نمایندگان پارلمان یا رئیس‌جمهور را برای دوره معین قانونی انتخاب کنند.

ابوالفضل قاضی (۱۳۷۶: ۱۳۴) در کتاب «حقوق اساسی و نهادهای سیاسی» در تعریف انتخابات می‌نویسد: انتخابات، مجموعه عملیاتی است که در جهت گزینش فرمانروایان یا تعیین ناظرانی برای مهار کردن قدرت تدبیر شده است. از این دیدگاه، انتخابات به معنی فنون گزینش و شیوه‌های گوناگون تعیین نمایندگان و ابزاری است که

به وسیله آن می‌توان اراده شهروندان را در شکل‌گیری نهادهای سیاسی و تعیین متصدیان اعمال قدرت سیاسی مداخله داد.

### ویژگی‌های اساسی انتخابات آزاد

امروزه برگزاری انتخابات آزاد و عادلانه در کنار وجود جامعه مدنی، رعایت حقوق مدنی و سیاسی و وجود دولت شفاف و پاسخ‌گو، چهار عنصر «هرم دموکراسی» را تشکیل می‌دهند. انتخابات آزاد، بهترین تدبیری است که توان کنترل کردن فرمانروایان را به مردم می‌بخشد.

اوستین رنی<sup>۱</sup> (۱۳۷۴) در کتاب «حکومت؛ آشنایی با علم سیاست» موارد زیر را از جمله ویژگی‌های یک انتخابات آزاد برمی‌شمرد:

- ۱- دوره‌ای بودن: انتخابات باید دوره‌ای و با فاصله‌های زمانی معین انجام شود و نباید به خواست مقام‌های دولتی، برای مدتی نامحدود به تعویق افتد.
- ۲- گزینش‌های معنی‌دار: برای کنترل مؤثر مقام‌های دولتی، در مورد هر سمت، رأی دهندگان باید دست کم بین دو نامزد، حق انتخابات داشته باشند.
- ۳- آزادی پیشنهاد نامزدهای انتخاباتی: موقعیت تشکیل یک حزب سیاسی و پیشنهاد نامزد انتخاباتی را نباید از هیچ گروه معتبری از مردم دریغ کرد.
- ۴- آزادی شناخت گزینه‌ها و بحث درباره آنها: همه نامزدهای انتخاباتی باید بتوانند برای تبلیغ در مورد نام و خط‌مشی‌های‌شان آزادی کامل داشته باشند. هر نامزد باید دست کم از وقت رایگان پخش در رادیو و تلویزیون برخوردار باشد تا همه نامزدها از غنی و فقیر فرصت را برای ارائه دیدگاه‌هایشان و در خواست حمایت از مردم، در اختیار داشته باشند.

---

1. Ranney, Austin

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۱۹۳

۵- حق رأی همگانی افراد بالغ: همه افرادی که به طور رسمی «شهروند» یک جامعه خوانده می‌شوند و به سن معینی رسیده‌اند، حق رأی دارند و فرصت مشارکت، برای همه برابر است.

۶- ارزش برابر آرا: یکی از اصول حکومت دموکراتیک این است که هر شهروند بالغ برای شرکت در روند تصمیم‌گیری سیاسی باید همان موقعیتی را داشته باشد که هر شهروند بالغ دیگری دارد. پس می‌توان گفت که رأی هر فرد با رأی افراد دیگر ارزشی یکسان دارد.

۷- ثبت آزاد گزینش‌ها: رأی دهندگان باید بتوانند بدون هیچ‌گونه اشکال تراشی و یا ترس از انتقام بعدی، به محل‌های رأی‌گیری بروند و رأی بدهند. این اصل ایجاب می‌کند که بتوانند رأی خود را مخفیانه به صندوق بریزند.

۸- دقت در شمارش آرا و گزارش نتیجه‌ها: آیین رأی‌گیری به هر صورت که باشد، باید به رأی‌دهندگان اجازه ثبت دقیق و صریح گزینش‌ها را بدهد. شیوه‌های شمارش باید حاصل دقیق رجحان‌های ثبت شده در مورد هر گزینه را به دست دهند. شیوه‌های گزارش باید تضمین کنند که حاصل جمع‌هایی که در نهایت معین می‌کنند چه کسی سمت مورد منازعه را می‌برد، با صداقت، چاپ و اعلام می‌شود.

## انتخابات و مشارکت سیاسی

یکی از مؤلفه‌های سنجش و نهادینه شدن دموکراسی در یک جامعه، میزان مشارکت مردم در انتخابات است. انتخابات آزاد و عادلانه، مظهر و نمود عینی دموکراسی در جامعه است. به عبارتی، بزرگ‌ترین نماد مشارکت سیاسی و روشن‌ترین نمود دخالت مردم در امور سیاسی، شرکت آنان در انتخابات است و هرچه میزان مشارکت مردم در گزینش زمامداران یا نمایندگان بیشتر باشد، حکومت از مقبولیت و استحکام اجتماعی و ثبات سیاسی بیشتری برخوردار خواهد بود. پس دموکراسی و حاکمیت مردم از طریق حضور

و مشارکت آنان در صحنه‌های انتخابات و تعیین سرنوشت جمعی تبلور می‌یابد (انتخابی و حیران نیا، ۱۳۸۸: ۷۸).

در کشورهایی که نظام سیاسی آنها براساس انتخابات آزاد و مشارکت عمومی استوار است، احزاب سیاسی ارتباط تنگاتنگی با کلیه وجوه سیاسی آن بویژه انتخابات دارند. احزاب سیاسی با بسیج افکار عمومی و تمایلات سیاسی موجود در جامعه، باعث سازمان دادن اندیشه‌ها و همسو کردن گرایش‌های فردی و اجتماعی در چارچوب خط مشی‌های حزبی می‌شوند و ایده و عقیده سیاسی خاصی را میان طرفداران‌شان ایجاد می‌کنند تا آرای مردم را به نفع خود رقم زنند.

این روند به مبارزات انتخاباتی، تب و تاب بیشتر و ابعاد عمیق‌تری می‌بخشد و مقولات و موضوعات انتخاباتی را از شکل فردی و سطحی، خارج می‌کند و بدان رنگ و بوی فلسفی، اجتماعی و فرهنگی می‌بخشد.

احزاب سیاسی با سامان دادن به اندیشه‌ها و گرایش‌های سیاسی موجود در جامعه، در عین حالی که عامل تقسیم کردن و متشکل ساختن مردم به شاخه‌ها و بخش‌های گوناگون‌اند، عامل نزدیک کردن و تلفیق نمودن خرده گرایش‌های فردی و اجتماعی در قالب دکترین‌ها، ایدئولوژی‌ها یا نظام‌های اندیشه‌ای کم و بیش منسجمی هستند (قاضی، ۱۳۸۱: ۳۳۲).

### انتخابات و ویژگی‌های آن در افغانستان

همان‌طور که اشاره شد «موافقت نامه بُن» سرآغاز تحول جدید در افغانستان است. با سقوط طالبان و پیدایش فضای باز سیاسی، احزاب و گروه‌های متعدد در صحنه سیاسی این کشور ظاهر شدند. چشم انداز دموکراتیک حکومت جدید به مردم امید داد و آنها را به این باور رساند که این بار باید به طور مستقیم در سرنوشت سیاسی شان دخالت کنند. تشکیل دولت موقت، تصویب قانون اساسی و برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و



مجلس با رأی مستقیم مردم، از مهم‌ترین تحولات سیاسی بعد از «موافقت نامه بُن» در افغانستان است. ساز و کار برگزاری انتخابات آزاد و عادلانه که از مهم‌ترین دستاوردهای تحولات اخیر است، در قانون اساسی جدید افغانستان تبلور یافت.

مطابق این قانون، حاکمیت ملی در افغانستان به ملت تعلق دارد و هر شهروند حق انتخاب کردن و انتخاب شدن دارد. افغانستان دارای نظام ریاستی است و رئیس جمهوری در برابر پارلمان مسئولیت دارد. دوره کار رئیس جمهوری افغانستان پنج سال است. انتخابات در این کشور با حضور نمایندگان جامعه بین‌المللی و کمیسیون مستقل انتخابات برگزار می‌شود. برای نظارت بر انتخابات، از ناظران بین‌المللی و نمایندگان سازمان ملل متحد در افغانستان دعوت می‌شود. این نظارت، عام و در کلیه امور و در همه مراحل، جاری است. نمایندگان نامزدها، احزاب و جامعه مدنی نیز حق نظارت بر شمارش آرا و جریان رأی دهی را دارند. کمیته بررسی شکایات در افغانستان، مهم‌ترین بخش در کمیسیون مستقل انتخابات است. در افغانستان بر اساس قانون، در رد یا تأیید صلاحیت نامزدها هیچ اصل پذیرفته شده‌ای وجود ندارد، اما کمیسیون رسیدگی به شکایات می‌تواند با ارزیابی اعتراض‌ها و در صورت موجه بودن شکایت، آن را به دادگاه ارجاع دهد و نامزد مورد نظر را از حق شرکت در انتخابات محروم کند. براساس قانون انتخابات، هر نامزد پس از نشر فهرست نهایی نامزدها، دوماه فرصت تبلیغات دارد تا مردم را در جریان طرح‌ها و برنامه‌های خود قرار دهد. انتخابات در افغانستان به صورت مستقیم و عمومی با رأی مخفی انجام می‌شود. در این کشور واجدان شرایط رأی دهی، ثبت نام می‌کنند و برگه‌های مخصوص انتخاباتی می‌گیرند. براساس قانون اساسی و قانون انتخابات، در افغانستان انتخابات گوناگون به صورت زیر پیش‌بینی گردیده است:

- ۱- انتخابات ریاست جمهوری در هر پنج سال یک بار.
- ۲- انتخابات شورای ملی (پارلمان) در هر پنج سال یک بار.
- ۳- انتخابات شورای ولایتی [استان‌ها] در هر چهار سال یک بار.

۴- انتخابات شوراهای ولسوالی [بخشداری‌ها] و قریه جات [محلات] در هر سه سال یک بار.

۵- انتخابات شاروال‌ها [شهردارها] و شورای شاروالی [شورای شهرداری].

### انتخابات ریاست جمهوری در افغانستان

تا به حال افغانستان دو مرحله از انتخابات ریاست جمهوری را با رأی مستقیم مردم تجربه کرده است. اولین انتخابات آزاد مبتنی بر رأی مستقیم مردم، در ۱۸ میزان (مهر) ۱۳۸۳ برگزار شد. این انتخابات سرآغاز یک نظام مبتنی بر دموکراسی و به پایان رسیدن حکومت‌های توتالیتر بود. در این انتخابات، حامد کرزی با ۴۵/۵ درصد آرا در حالی پیروز شد که نزدیک ترین رقیب او، محمد یونس قانونی، ۱۶/۳ درصد آرا را کسب کرد. انتخابات دور دوم ریاست جمهوری افغانستان در ۲۹ اسد (مرداد) ۱۳۸۸ برگزار شد. در انتخابات دور دوم نسبت به دور اول، آمار شرکت کنندگان کاهش یافت و از مجموع ۷ میلیون نفر که در دوره اول شرکت کرده بودند، به ۶ میلیون نفر رسید که از این تعداد هم ۱/۵ میلیون آن، آرای تقلبی اعلام شد. با این حساب، مجموع آرای انتخابات در این مرحله با مسامحه، نزدیک به ۴/۵ میلیون رأی بود.

در این انتخابات، آرای بالا را دو رقیب عمده، حامد کرزی و عبدالله عبدالله از آن خود کردند. میزان آرا به قرار زیر بود:

۱- حامد کرزی نفر اول، با ۲ میلیون و ۲۸۳ هزار رأی.

۲- نفر دوم عبدالله عبدالله با یک میلیون و ۴۰۶ هزار رأی.

در ابتدا، میزان آرای حامد کرزی حدود ۵۵ درصد آرای واجدین شرایط اعلام شد، ولی با بررسی تقلب در انتخابات، آرای کرزی به زیر ۵۰ درصد رسید و انتخابات به دور دوم کشید. عبدالله عبدالله رقیب کرزی اعلام کرد که در اعتراض به عملکرد نادرست

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۱۹۷

حکومت و عملکرد نادرست کمیسیون انتخابات، در دور دوم انتخابات شرکت نخواهد کرد و در نتیجه، کرزی رئیس جمهور منتخب اعلام شد.

## مرور نظری

### نظریه اعتماد سیاسی

گابریل (Gabriel, 1995: 360) اعتماد سیاسی را مجموعه‌ای از نگرش‌های مثبت نسبت به موضوعات سیاسی می‌داند که این موضوعات، هم به رژیم سیاسی و هم، متصدیان اقتدار در جامعه برمی‌گردد. در واقع، اعتماد سیاسی، شکلی از حمایت از رژیم سیاسی و صاحبان قدرت سیاسی است.

گیدنز (۱۳۷۸: ۸۲) اعتماد سیاسی را مرتبط با شرایط هر عصری می‌داند و معتقد است امروزه حکومت کردن باید با شرایط عصر جدید جهان سازگار شود و اقتدار و مشروعیت دولت باید به روش جدید ایجاد شود و دیگر نمی‌توان به وسیله نهادهای سنتی، اقتدار ایجاد کرد. از این رو، حکومت برای جلب اعتماد سیاسی باید در هر شرایط، رفتار متناسب با آن شرایط را در نظر داشته باشد.

به عقیده برخی از جامعه‌شناسان، میزان اعتماد سیاسی در نظام‌های گوناگون با هم متفاوت است. میزتال (۱۳۸۰: ۵۷) معتقد است که اعتماد سیاسی در جوامع نظامی، بر مبنای زور و اجبار و در جوامع مدرن صنعتی، بر مبنای قرارداد است؛ ولی به دلیل غلبه فردگرایی و سودگرایی و نادیده گرفتن دولت، اعتماد سیاسی ضعیف است و در جوامع در حال گذار هم اعتماد سیاسی وجود ندارد.

اعتماد به مثابه یکی از مؤلفه‌های اساسی سرمایه اجتماعی، پایه نظام سیاسی و ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد. اعتماد، جوهر و اساس رابطه اجتماعی است و در مقابل، بی‌اعتمادی، انسجام و همبستگی اجتماعی را با مخاطرات و پیامدهای منفی روبه‌رو می‌کند. شعاع اعتماد در جوامع سنتی معمولاً در حد خانواده و یا اقوام گسترش

می‌یافت؛ در حالی که در جوامع امروزی، اعتماد باید تا سطح کل جامعه، نهادها و سازمان‌ها تعمیم یابد. همیاری، همکاری و مشارکت اجتماعی و سیاسی مشروط به گسترش اعتماد است (شایگان، ۱۳۸۶: ۲۳).

### اعتماد سیاسی در دولت‌های سنتی

دولت‌های سنتی در طبیعت خود «تکه تکه»<sup>۱</sup> و قطعه قطعه بوده‌اند. به این معنی که در دولت‌های سنتی، قدرت سیاسی متمرکز شده وجود نداشت. فقدان ارتباطات و نبود یکپارچگی اقتصادی - سیاسی باعث می‌شد که برای دستگاه سیاسی مرکزی، کسب قدرت قابل توجه در زندگی روزانه و عادی بسیار مشکل شود. به علاوه، مردم در این کشورها در حقیقت شهروند به حساب نمی‌آمدند؛ چرا که فاقد نقش‌هایی بودند که شهروندان در یک دولت - ملت دارا هستند.

دولت‌های سنتی به ندرت یک هویت کلی فرهنگی و زبانی داشته‌اند. دولت‌های سنتی در اصل، نوعی دستگاه اخاذی و ارباب بوده‌اند و رهبری سیاسی واقع در مرکز، دو کار عمده انجام می‌داده: اولاً از مردم مالیات می‌گرفته و ثانیاً گاهی آنها را مجبور می‌کرده است که در جنگ‌ها شرکت کنند. از این رو، دولت‌های سنتی، یک جامعه منسجم فرهنگی یا زبانی نبوده‌اند (شایگان، ۱۳۸۶: ۱۲۴).

بر اساس این تئوری، مفهوم اعتماد سیاسی با محک رابطه قدرت بر ترجیحات رأی دهی افراد مؤثر است. اگر رابطه قدرت را به دو نوع عمودی و افقی تقسیم کنیم، طبعاً اعتماد ناشی از آن نیز به دو صفت تبعی و مشارکتی بیان خواهد شد. در اعتماد تبعی، اصالت با تکلیف و آمریت است و تفویض، از بالا به پایین صورت می‌گیرد. در اعتماد مشارکتی، برابری حقوقی طرفین، یک فرض بنیادی است و از این رو قرارداد منعقد مابین دو طرف، اصالت می‌یابد و اعتماد مشارکتی پدیدار می‌شود. بر اساس این فرایند،

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۱۹۹

وقتی اعتماد به دولت مصداق می‌یابد، فرد احساس می‌کند در ساختار تصمیم‌گیری می‌تواند مشارکت جدی داشته‌باشد که نماد آن، مشارکت انتخاباتی است. (Robert. G. 1986: 201).

فرایند اعتماد سیاسی، مرکب از «اعتماد به دولت» و «اعتماد به نفس سیاسی» است. براساس نمودار زیر می‌توان رابطه این دو مقوله را روشن ساخت.



همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، ترجیحات رأی‌دهی فرد و مشارکت انتخاباتی وی، تابعی از ضریب اعتماد به دولت است. تلاقی این دو، رفتار مشارکت جویانه را سبب می‌شود و در صورتی که تنها اعتماد به دولت باشد و عدم اعتماد به نفس وجود داشته باشد فرد، رفتار تبعی از خود نشان می‌دهد و هر چه حکومت بگوید در ست است او می‌پذیرد. این نوع ساختار غالباً در اقتدار سنتی و کاریزماتیک، قابل رؤیت است.

اعتراض زمانی رخ می‌دهد که اعتماد به نفس سیاسی باشد، ولی اعتماد به دولت وجود نداشته باشد. در این صورت، افراد و جامعه، اعتراض خود را با خشونت یا به طور مسالمت‌آمیز نشان خواهند داد، و در صورتی که هیچ کدام از این‌ها نباشد فرد، منزوی و دچار نوعی بی‌تفاوتی سیاسی می‌شود (ibid).

## روش تحقیق

در این پژوهش برای بررسی مطالب مربوط به انتخابات دومین دوره انتخابات ریاست جمهوری افغانستان در روزنامه‌های انیس، هشت صبح، باختر و ماندگار، از روش تحلیل محتوا استفاده می‌شود. این روش، پیام‌های ارتباطی را به طور یکسان در تمام واحدهای تحقیق، بدون در نظر گرفتن مکان و زمان، با نوعی عینیت، مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد؛ به گونه‌ای که اگر پژوهش تکرار شود، صحت نتایج براساس داده‌های آماری تأیید می‌شود.

از تحلیل محتوا تعاریف متعددی شده است. اولین تعریف توسط «برنارد برلسون» و «پل لازارسفلد» ارائه شد. این دو، تحلیل محتوا را تکنیکی تحقیقی به منظور بررسی منظم، عینی و مقداری محتوای آشکار ارتباطات ذکر کرده‌اند (نقیب السادات، ۱۳۸۴: ۹، به نقل از معتمدنژاد).

یکی از تعریف‌های متأخر درباره تحلیل محتوا تعریفی است که رایف و همکارانش ارائه می‌دهند. در تعریف آنان آمده است: «تحلیل محتوای کمی، آزمون نظام مند (سیستماتیک) و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش‌های عددی براساس قوانین معتبر اندازه‌گیری به متن نسبت داده می‌شود و سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آنها ارزش‌ها تحلیل می‌شود. این عمل به منظور توصیف محتوای ارتباطات، استخراج نتیجه درباره معنی آن یا پی بردن به بافت و زمینه ارتباط، هم در مرحله تولید و هم در مرحله مصرف صورت می‌گیرد.» (رایف و همکاران، ۱۳۸۵: ۲۵).

## روزنامه‌های مورد بررسی

در دومین دوره انتخابات ریاست جمهوری افغانستان، دو جناح عمده، شامل جناح طرفدار حامد کرزی رئیس جمهور وقت و جبهه تغییر و امید، به طرفداری از عبدالله عبدالله فعالیت داشتند. جناح حاکم، موسوم به دولتی‌ها و جناح اپوزیسیون، موسوم به

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۰۱

جبهه تغییر و امید، دو جناح بودند که بیشترین رقابت را در طی دوره مبارزات انتخاباتی داشتند. پژوهش حاضر با مطالعه مطبوعات چهار روزنامه - روزنامه‌های انیس و باختر از جناح طرفدار کرزی و دو روزنامه هشت صبح و ماندگار طرفدار جریان جبهه تغییر و امید در طی مبارزات انتخاباتی - به بررسی انتخابات دور دوم در افغانستان پرداخته است:

### روزنامه ماندگار

اولین شماره این روزنامه در ۱۶ فروردین ۱۳۸۸ منتشر شد و در حال حاضر با ۱۲ هزار تیراژ به سه زبان فارسی، پشتو و انگلیسی منتشر می‌شود. این روزنامه که طرفدار جبهه تغییر و امید است در انتخابات سال ۱۳۸۸ به عنوان روزنامه منتقد دولت نقش برجسته‌ای در جبهه اپوزیسیون دولت داشت و در این دوره از مبارزات انتخاباتی، از عبدالله عبدالله حمایت و از حامد کرزی به شدت انتقاد می‌کرد.

### روزنامه انیس

این روزنامه در تاریخ ۱۵ ثور (اردیبهشت) ۱۳۰۶ در کابل منتشر شد و از معدود روزنامه‌های قدیمی در حال انتشار است. انیس یک روزنامه دولتی است که مدیر مسئول آن به پیشنهاد وزیر اطلاعات و فرهنگ و با توافق رئیس جمهور تعیین می‌شود. این روزنامه در ۸ صفحه به زبان فارسی و پشتو با تیراژ نزدیک به ۵ هزار نسخه منتشر می‌شود. در انتخابات سال ۱۳۸۸ در افغانستان، این روزنامه بیشتر به نشر اخبار مربوط به ملاقات‌ها، برنامه‌ها و فعالیت‌های رئیس جمهور، حامد کرزی می‌پرداخت و از این رو، به عنوان روزنامه طرفدار دولت در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفت.

### روزنامه هشت صبح

این روزنامه که در جوزا (خرداد) ۱۳۸۶ در شهر کابل به زبان فارسی پشتو و خیلی کم انگلیسی آغاز به فعالیت نمود در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی منتشر می‌شود. روزنامه هشت صبح که دارای ۱۰ هزار تیراژ در روز است دارای مواضع تنیدی است که جایگاه خود را به عنوان یکی از مدافعان آزادی بیان و حقوق زنان تثبیت کرده و تاکنون به تریبون یا مدافع هیچ جریان سیاسی در افغانستان مبدل نشده است. مقالات این نشریه، عمدتاً سیاسی است و به نقد دولت می‌پردازد. این روزنامه، در جایگاه روزنامه منتقد دولت مورد بررسی قرار گرفت.

### روزنامه باختر

این روزنامه فعالیت‌های مطبوعاتی خود را در سال ۱۳۸۷ در قالب هفته نامه آغاز کرد و در سال ۱۳۸۸ نزدیک به دوره مبارزات انتخاباتی دومین دوره ریاست جمهوری، تبدیل به روزنامه شد و با نشر اخبار، مطالب و آگهی‌های حامدکزی از وی حمایت کرد. مطالب این روزنامه ۸ صفحه‌ای به زبان‌های فارسی، پشتو و انگلیسی در شهر کابل چاپ می‌شود و تیراژ آن دقیقاً مشخص نیست.

بنابراین، در پژوهش حاضر، دو روزنامه انیس و باختر در جایگاه روزنامه‌های طرفدار کزی و دو روزنامه ماندگار و هشت صبح به عنوان نشریات طرفدار عبدالله عبدالله مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

### واحد تحلیل

در این بررسی، واحد تحلیل شامل هر مطلب مربوط به انتخابات در روزنامه‌های مورد بررسی است که از تیترو مطلب تا آخرین پاراگراف را شامل می‌شود. واحد تحلیل، متن، تیترو، کادر، عکس و طرح را نیز در بر می‌گیرد.



## جامعه آماری

تمام مطالب انتخاباتی در روزنامه‌های نزدیک به دو جناح عمده یعنی جناح حاکم و جبهه تغییر و امید، جامعه آماری این پژوهش را تشکیل می‌دهند.

## روش نمونه‌گیری

در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده استفاده شده است؛ به این صورت که از ۲۶ خرداد تا ۲۶ تیر از چهار هفته، دو هفته آن به تصادف به گونه‌ای انتخاب شده که از همه روزهای هفته در این نمونه‌گیری وجود داشته باشد و در ماه دوم هم از ۲۶ تیر تا ۲۶ مرداد به همین ترتیب نمونه‌گیری شد. به این ترتیب، دوهفته از میان چهارهفته اول و دوهفته از چهارهفته دوم به گونه‌ای انتخاب شدند که شامل همه روزهای هفته بودند.

## پرسش‌های تحقیق

- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "سبک مطلب" تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "کاندیدای غالب مطرح در مطلب"، تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "جهت‌گیری در مطلب نسبت به کاندیدا"، تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه حمایت از کاندیدا" تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه انتقاد از کاندیدا" تفاوت معنی داری وجود دارد؟

- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نوع محتوای مطالب" تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه برخورد با کاندیدا" تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی از نظر "برنامه غالب کاندیداها" تفاوت معنی داری وجود دارد؟
- آیا بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "محور اصلی مطلب انتخابی" تفاوت معنی داری وجود دارد؟

### یافته‌های پژوهش

جدول ۱- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "سبک مطلب"

نام روزنامه / سبک مطلب	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
خبر	۳۰	۳۵	۵۲	۶۲	۱۷۹
	۱۶/۸٪	۱۹/۶٪	۲۹/۱٪	۳۴/۶٪	۱۰۰/۰٪
	۳۸/۰٪	۳۰/۲٪	۳۶/۴٪	۳۵/۴٪	۳۴/۹٪
گزارش	۱۶	۳	۱۸	۲۰	۵۷
	۲۸/۱٪	۵/۳٪	۳۱/۶٪	۳۵/۱٪	۱۰۰/۰٪
	۲۰/۳٪	۲/۶٪	۱۲/۶٪	۱۱/۴٪	۱۱/۱٪
مقاله	۱۱	۳۵	۳۳	۳۸	۱۱۷
	۹/۴٪	۲۹/۹٪	۲۸/۲٪	۳۲/۵٪	۱۰۰/۰٪
	۱۳/۹٪	۳۰/۲٪	۲۳/۱٪	۲۱/۷٪	۲۲/۸٪
سرمقاله	۱۲	۱۰	۱۲	۲۱	۵۵
	۲۱/۸٪	۱۸/۲٪	۲۱/۸٪	۳۸/۲٪	۱۰۰/۰٪
	۱۵/۲٪	۸/۶٪	۸/۴٪	۱۲/۰٪	۱۰/۷٪

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۰۵

۹۶	۲۹	۲۶	۳۳	۸	تحلیل، تفسیر و اظهار نظر
۱۰۰/۰٪	۳۰/۲٪	۲۷/۱٪	۳۴/۴٪	۸/۳٪	
۱۸/۷٪	۱۶/۶٪	۱۸/۲٪	۲۸/۴٪	۱۰/۱٪	
۹	۵	۲	۰	۲	مصاحبه
۱۰۰/۰٪	۵۵/۶٪	۲۲/۲٪	۰/۰٪	۲۲/۲٪	
۱/۸٪	۲/۹٪	۱/۴٪	۰/۰٪	۲/۵٪	
۵۱۳	۱۷۵	۱۴۳	۱۱۶	۷۹	جمع ستونی
۱۰۰/۰٪	۳۴/۱٪	۲۷/۹٪	۲۲/۶٪	۱۵/۴٪	
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	

$$X^2 = ۳۶/۴۷۴$$

$$df = ۱۵$$

$$P < ۰/۰۵$$

همان طور که از داده‌های جدول بالا برمی‌آید و با توجه به نتیجه کای اسکوتر به دست آمده، در درجه آزادی ۱۵، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر سبک مطلب تفاوت معنی دار وجود دارد.

داده‌های خانه‌های جدول بالا نشان می‌دهد که روزنامه انیس، ۳۸ درصد مطالب انتخاباتی خود را به سبک "خبر" تنظیم کرده و از این نظر، میان سایر مطبوعات مورد بررسی، رتبه اول را دارا است. همین روزنامه با اختصاص ۲۰/۳ درصد مطالب خود به سبک گزارش، باز هم از سایر روزنامه‌ها پیشی گرفته است. وضعیت این روزنامه در مورد سرمقاله نیز چنین است. روزنامه انیس بیش از سایر روزنامه‌ها سرمقاله‌های خود را به موضوع انتخابات اختصاص داده است. از نظر مقاله، روزنامه هشت صبح به این دلیل که ۳۰/۲ درصد مطالب خود را به این سبک تنظیم کرده، رتبه اول را به دست آورده است و همین روزنامه در ارائه مطالب به سبک تحلیل و تفسیر نیز، از سایر روزنامه‌ها پیشی گرفته است. هیچ یک از روزنامه‌ها از نظر مصاحبه، قوی عمل نکرده‌اند.

نتیجه آن که روزنامه انیس که روزنامه طرفدار دولت است، مطالب خود را به سبک خبر، گزارش و سرمقاله تنظیم کرده که شاید بتوان دلیل آن را دسترسی به منابع خبری به علت نزدیکی به دولت دانست؛ در حالی که روزنامه هشت صبح که مخالف دولت کرسی است از مقاله و تحلیل تفسیر که ژانرهای تولیدی هستند، بیشتر استفاده کرده است. روزنامه‌های باختر و ماندگار تقریباً مشابه هم عمل کرده‌اند.

جدول ۲- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "کاندیدای غالب مطرح در مطلب"

نام روزنامه / کاندیدای غالب	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
کرزی	۲۷	۳۱	۶۵	۵۱	۱۷۴
	۱۵/۵٪	۱۷/۸٪	۳۷/۴٪	۲۹/۳٪	۱۰۰/۰٪
	۳۴/۲٪	۲۶/۷٪	۴۵/۵٪	۲۹/۱٪	۳۳/۹٪
عبدالله	۲	۱۱	۱۹	۶۲	۹۴
	۲/۱٪	۱۱/۷٪	۲۰/۲٪	۶۶/۰٪	۱۰۰/۰٪
	۲/۵٪	۹/۵٪	۱۳/۳٪	۳۵/۴٪	۱۸/۳٪
کلی درباره انتخابات	۵۰	۷۴	۵۹	۶۲	۲۴۵
	۲۰/۴٪	۳۰/۲٪	۲۴/۱٪	۲۵/۳٪	۱۰۰/۰٪
	۶۳/۳٪	۶۳/۸٪	۴۱/۳٪	۳۵/۴٪	۴۷/۸٪
جمع ستونی	۷۹	۱۱۶	۱۴۳	۱۷۵	۵۱۳
	۱۵/۴٪	۲۲/۶٪	۲۷/۹٪	۳۴/۱٪	۱۰۰/۰٪
	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪

$$X^2=71/25$$

$$df=6$$

$$P<0/01$$

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۰۷

با توجه به کای اسکوتر به دست آمده (۷۱/۲۵) در درجه آزادی ۶، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان قضاوت کرد که بین روزنامه‌ها از نظر میزان پرداختن به کاندیدها تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

روزنامه باخترا در مقایسه با سه روزنامه دیگر، با ۴۵/۵ درصد، بیشترین مطالب را در مورد کززی به چاپ رسانده و از این نظر، رتبه اول است. در مورد عبدالله، روزنامه ماندگار دارای چنین وضعیتی است؛ به طوری که ۳۵/۲ درصد مطالب این روزنامه با محوریت عبدالله نوشته شده است. روزنامه انیس، کمترین مطلب را در مورد عبدالله چاپ کرده است.

نکته قابل توجه که گویای اهمیت روزنامه‌های افغانستان در ارتقای شناخت و مشارکت مردم است، حجم بالای مطالبی است که به مقوله انتخابات به طور کلی پرداخته است که در مجموع، نزدیک به ۵۰ درصد کل مطالب این نشریات را شامل می‌شود.

جدول ۳- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "جهت گیری مطلب نسبت به کاندیدا"

جمع سطری	ماندگار	باخترا	هشت صبح	انیس	نام روزنامه جهت گیری مطلب
۹۰	۷	۵۲	۷	۲۴	مثبت نسبت به کززی
۱۰۰/۰٪	۷/۸٪	۵۷/۸٪	۷/۸٪	۲۶/۷٪	
۳۳/۶٪	۶/۴٪	۵۹/۸٪	۱۵/۲٪	۹۲/۳٪	
۸۴	۵۰	۳	۳۰	۱	منفی نسبت به کززی
۱۰۰/۰٪	۵۹/۵٪	۳/۶٪	۳۵/۷٪	۱/۲٪	
۳۱/۳٪	۴۵/۹٪	۳/۴٪	۶۵/۲٪	۳/۸٪	

۷۵	۵۱	۱۴	۹	۱	مثبت نسبت به عبدالله
۱۰۰/۰٪	۶۸/۰٪	۱۸/۷٪	۱۲/۰٪	۱/۳٪	
۲۸/۰٪	۴۶/۸٪	۱۶/۱٪	۱۹/۶٪	۳/۸٪	
۱۹	۱	۱۸	۰	۰	منفی نسبت به عبدالله
۱۰۰/۰٪	۵/۳٪	۹۴/۷٪	۰/۰٪	۰/۰٪	
۷/۱٪	۰/۹٪	۲۰/۷٪	۰/۰٪	۰/۰٪	
۲۴۵	۶۶	۵۶	۷۰	۵۳	کلی نسبت به انتخابات
۱۰۰/۰٪	۲۶/۹٪	۲۲/۹٪	۲۸/۶٪	۲۱/۶٪	
۴۷/۸٪	۳۷/۷٪	۳۹/۲٪	۶۰/۳٪	۶۷/۱٪	
۵۱۳	۱۷۵	۱۴۳	۱۱۶	۷۹	جمع ستونی
۱۰۰/۰٪	۳۴/۱٪	۲۷/۹٪	۲۲/۶٪	۱۵/۴٪	
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	

$$X^2=183/489$$

$$df=9$$

$$P<0/01$$

به استناد داده‌های جدول ۳، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر جهت‌گیری مطلب نسبت به کاندیدا، تفاوت معنی‌دار وجود دارد. داده‌ها نشان می‌دهد روزنامه انیس که ۹۲/۳ درصد مطالبش دارای جهت‌گیری مثبت نسبت به کرزی است، جدی‌ترین مدافع او است و روزنامه ماندگار نسبت به عبدالله، دارای چنین وضعیتی است. روزنامه هشت صبح که در ۶۵/۲ درصد مطالبش نگاه منفی نسبت به کرزی داشته، منتقدترین روزنامه نسبت به او است.

این جدول حکایت از جهت‌گیری روزنامه‌ها نسبت به کاندیداها با توجه به پیش‌زمینه و خط‌مشی‌های نشریه دارد. بدین معنی که نشریات طرفدار به نوعی به ارگان احزاب تبدیل شده‌اند.

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۰۹

جدول ۴- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه حمایت

از کاندیداها و جریان انتخابات"

نام روزنامه نحوه حمایت	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
مستقیم	۲۸ ۱۱/۳٪ ۳۵/۴٪	۳۰ ۱۲/۱٪ ۲۵/۹٪	۱۰۲ ۴۱/۱٪ ۷۱/۳٪	۸۸ ۳۵/۵٪ ۵۰/۳٪	۲۴۸ ۱۰۰/۰٪ ۴۸/۳٪
غیرمستقیم	۱۳ ۱۷/۸٪ ۱۶/۵٪	۱۸ ۲۴/۷٪ ۱۵/۵٪	۱۲ ۱۶/۴٪ ۸/۴٪	۳۰ ۴۱/۱٪ ۱۷/۱٪	۷۳ ۱۰۰/۰٪ ۱۴/۲٪
مورد ندارد	۳۸ ۱۹/۸٪ ۴۸/۱٪	۶۸ ۳۵/۴٪ ۵۸/۶٪	۲۹ ۱۵/۱٪ ۲۰/۳٪	۵۷ ۲۹/۷٪ ۳۲/۶٪	۱۹۲ ۱۰۰/۰٪ ۳۷/۴٪
جمع ستونی	۷۹ ۱۵/۴٪ ۱۰۰/۰٪	۱۱۶ ۲۲/۶٪ ۱۰۰/۰٪	۱۴۳ ۲۷/۹٪ ۱۰۰/۰٪	۱۷۵ ۳۴/۱٪ ۱۰۰/۰٪	۵۱۳ ۱۰۰/۰٪ ۱۰۰/۰٪

$$X^2=64/15 \quad df=6 \quad P<0/01$$

با توجه به کای اسکوئر به دست آمده به میزان ۶۴/۱۵ در درجه آزادی ۶، با ۱ درصد خطا می‌توان گفت که بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر نحوه حمایت از کاندیدا تفاوت معنی دار وجود دارد.

در روزنامه باختر با ۷۱/۳ درصد، بیشترین و در روزنامه هشت صبح با ۲۵/۹ درصد، کمترین میزان حمایت مستقیم از کاندیداها دیده می‌شود.

در واقع، روزنامه باختر که طرفدار کرسی است، در بروز حمایت مستقیم خود از رئیس جمهور وقت، نگرانی ندارد و بیش از سایر روزنامه‌ها آشکارا حمایت خود از کرسی را به نمایش می‌گذارد.

جدول ۵- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه انتقاد از

کاندیدها و جریان انتخابات "

نام روزنامه نحوه انتقاد	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
مستقیم	۹	۵۳	۸۲	۸۲	۲۲۶
	۴/۰٪	۲۳/۵٪	۳۶/۳٪	۳۶/۳٪	۱۰۰/۰٪
غیرمستقیم	۱۴	۱۲	۲۹	۳۳	۸۸
	۱۵/۹٪	۱۳/۶٪	۳۳/۰٪	۳۷/۵٪	۱۰۰/۰٪
مورد ندارد	۵۶	۵۱	۳۲	۶۰	۱۹۹
	۲۸/۱٪	۲۵/۶٪	۱۶/۱٪	۳۰/۲٪	۱۰۰/۰٪
جمع ستونی	۷۹	۱۱۶	۱۴۳	۱۷۵	۵۱۳
	۱۵/۴٪	۲۲/۶٪	۲۷/۹٪	۳۴/۱٪	۱۰۰/۰٪
	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪

$$X^2=62/131$$

$$df=6$$

$$P<0/01$$

نتایج به دست آمده از آزمون کای اسکوئر، حاکی از وجود تفاوت معنی دار بین روزنامه‌ها از نظر نحوه انتقاد از کاندیدا با ۹۹ درصد اطمینان است.



بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۱۱

به طور کلی، مطالبی که در آنها انتقاد به صورت مستقیم مطرح شده، بیش از سه برابر مطالبی است که انتقاد به صورت غیر مستقیم مطرح شده است. این امر مؤید آزادی نسبی بیان در مطبوعات افغانستان است. در این میان، روزنامه باختر بیش از دیگر روزنامه‌ها دارای مطلب انتقادی بوده است.

جدول ۶ - بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نوع محتوای مطلب"

نام روزنامه نوع محتوای مطلب	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
رویدادمدار	۲۹ ۱۵/۸٪ ۳۶/۷٪	۳۶ ۱۹/۶٪ ۳۱/۰٪	۶۱ ۳۳/۲٪ ۴۲/۷٪	۵۸ ۳۱/۵٪ ۳۳/۱٪	۱۸۴ ۱۰۰/۰٪ ۳۵/۹٪
فرایند مدار	۵۰ ۱۵/۲٪ ۶۳/۳٪	۸۰ ۲۴/۳٪ ۶۹/۰٪	۸۲ ۲۴/۹٪ ۵۷/۳٪	۱۱۷ ۳۵/۶٪ ۶۶/۹٪	۳۲۹ ۱۰۰/۰٪ ۶۴/۱٪
جمع ستونی	۷۹ ۱۵/۴٪ ۱۰۰/۰٪	۱۱۶ ۲۲/۶٪ ۱۰۰/۰٪	۱۴۳ ۲۷/۹٪ ۱۰۰/۰٪	۱۷۵ ۳۴/۱٪ ۱۰۰/۰٪	۵۱۳ ۱۰۰/۰٪ ۱۰۰/۰٪

$$X^2=۴/۶۳۳ \quad df=۳ \quad P<۰/۰۱$$

براساس داده‌های جدول و با توجه به این نکته که احتمال خطا از ۵ درصد بیشتر است، باید گفت که بین روزنامه‌های مورد بررسی از نظر ارائه اخبار رویداد مدار و فرایند مدار، تفاوت معنی دار وجود ندارد. ستون جمع سطری نشان می‌دهد که در مجموع، اخبار فرایند مدار، حدود دو برابر اخبار رویداد مدار است؛ یعنی مطبوعات

افغانستان، در جریان مبارزات انتخاباتی، به فرایندها بیشتر از رویدادها توجه داشته‌اند. حجم بالای مطالب نوشته شده به سبک مقاله، سرمقاله و تفسیر نیز مؤید این مسأله است.

جدول ۷- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "نحوه برخورد

با کانیدا"

نام روزنامه نحوه انتقاد	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
محترمانه	۴۰	۴۵	۹۲	۱۱۰	۲۸۷
	۱۳/۹٪	۱۵/۷٪	۳۲/۱٪	۳۸/۳٪	۱۰۰/۰٪
	۵۰/۶٪	۳۸/۸٪	۶۴/۳٪	۶۲/۹٪	۵۵/۹٪
غیرمحترمانه	۳	۲۲	۲۵	۳۴	۸۴
	۳/۶٪	۲۶/۲٪	۲۹/۸٪	۴۰/۵٪	۱۰۰/۰٪
	۳/۸٪	۱۹/۰٪	۱۷/۵٪	۱۹/۴٪	۱۶/۴٪
بی طرف	۱۰	۱۷	۱۸	۱۱	۵۶
	۱۷/۹٪	۳۰/۴٪	۳۲/۱٪	۱۹/۶٪	۱۰۰/۰٪
	۱۲/۷٪	۱۴/۷٪	۱۲/۶٪	۶/۳٪	۱۰/۹٪
برخورد خاصی صورت نگرفته است	۲۶	۳۲	۸٪	۲۰	۸۶
	۳۰/۲٪	۳۷/۲٪	۹/۳٪	۲۳/۳٪	۱۰۰/۰٪
	۳۲/۹٪	۲۷/۶٪	۵/۶٪	۱۱/۴٪	۱۶/۸٪
جمع ستونی	۷۹	۱۱۶	۱۴۳	۱۷۵	۵۱۳
	۱۵/۴٪	۲۲/۶٪	۲۷/۹٪	۳۴/۱٪	۱۰۰/۰٪
	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪

$$X^2=58/517$$

$$df=9$$

$$P<0/01$$

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۱۳

با توجه به نتیجه کای اسکوتر به دست آمده به میزان ۵۸/۵۱۷ در درجه آزادی ۹، با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان نتیجه گرفت که روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر نحوه برخورد با کاندیداها تفاوت معنی داری با یکدیگر دارند.

داده‌ها نشان می‌دهد که در مجموع، رفتارهای احترام آمیز، بیش از چهار برابر رفتارهای غیرمحترمانه بوده است و از این نظر، روزنامه باختر که روزنامه طرفدار کرسی بوده، در رتبه اول قرار می‌گیرد و بعد از آن روزنامه ماندگار. روزنامه هشت صبح، کمتر از سایر روزنامه‌ها (۳۸/۸٪) رفتار محترمانه از خود نشان داده است. در رفتارهای غیرمحترمانه، روزنامه انیس، کم‌ترین درصد را به خود اختصاص داده است. پس می‌توان گفت که روزنامه‌های طرفدار کرسی، بیشترین رفتار محترمانه و کمترین رفتار غیرمحترمانه را نسبت به مطبوعات حامی عبدالله داشته‌اند و روزنامه‌های طرفدار عبدالله، بیش از روزنامه‌های طرفدار کرسی، به رفتارهای غیرمحترمانه متوسل شده‌اند.

جدول ۸- بررسی معنی داری تفاوت میان کاندیداها از نظر "برنامه غالب"

کاندیداها	حامد کرسی	عبدالله عبدالله	جمع سطری
برنامه غالب	۱۱	۴	۱۵
حقوق بشر	۷۳/۳٪	۲۶/۷٪	۱۰۰/۰٪
	۶/۳٪	۴/۳٪	۵/۶٪
عدالت، توسعه و رفاه اجتماعی	۳۸	۱۸	۵۶
	۶۷/۹٪	۳۲/۱٪	۱۰۰/۰٪
	۲۱/۸٪	۱۹/۱٪	۲۰/۹٪
توجه به زنان و توجه به جوانان	۱۴	۱۰	۲۴
	۵۸/۳٪	۴۱/۷٪	۱۰۰/۰٪
	۸/۰٪	۱۰/۶٪	۹/۰٪

۱۳	۴	۹	روابط خارجی
۱۰۰/۰٪	۳۰/۸٪	۶۹/۲٪	
۴/۹٪	۴/۳٪	۵/۲٪	
۲۲	۲	۲۰	مبارزه با فساد اداری
۱۰۰/۰٪	۹/۱٪	۹۰/۹٪	
۸/۲٪	۲/۱٪	۱۱/۵٪	
۷۰	۲۳	۴۷	دموکراسی و توجه به آرای مردم
۱۰۰/۰٪	۳۲/۹٪	۶۷/۱٪	
۲۶/۱٪	۲۴/۵٪	۲۷/۰٪	
۳۴	۹	۲۵	تداوم اصلاحات و توجه به سازندگی
۱۰۰/۰٪	۲۶/۵٪	۷۳/۵٪	
۱۲/۷٪	۹/۶٪	۱۴/۴٪	
۱۳	۶	۷	توجه به اقلیت‌های قومی
۱۰۰/۰٪	۴۶/۲٪	۵۳/۸٪	
۴/۹٪	۶/۴٪	۴/۰٪	
۱۹	۱۶	۳	ایجاد تغییرات
۱۰۰/۰٪	۸۴/۲٪	۱۵/۸٪	
۷/۱٪	۱۷/۰٪	۱/۷٪	
۲	۲	۰	سایر
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۰/۰٪	
۰/۷٪	۲/۱٪	۰/۰٪	
۲۶۸	۹۴	۱۷۴	جمع ستونی
۱۰۰/۰٪	۳۵/۱٪	۶۴/۹٪	
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	

$$X^2=۳۳/۵۶۷$$

$$df=۹$$

$$P< ۰/۰۱$$

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۱۵

نتیجه آزمون کای اسکوئر به دست آمده در جدول ۸ نشان می‌دهد که بین برنامه‌های اعلام شده از طرف کاندیداها با ۹۹ درصد اطمینان، تفاوت معنی‌دار وجود دارد. به این ترتیب که بیشترین محوری که هر دو کاندیدا حول آن سخن گفته‌اند محور «دموکراسی و توجه به آرای مردم» بوده که ۲۶/۱ درصد برنامه‌های هر دو کاندیدا را شامل می‌شده است.

اگر به دنبال اختلاف برنامه‌ها در جدول فوق بگردیم، معلوم می‌شود که "ایجاد تغییرات"، محوری بوده که عبدالله عبدالله، ده برابر کرزی به آن توجه کرده است. مبارزه با فساد اداری نیز پنج برابر بیش از عبدالله، توسط کرزی مطرح شده است که حاکی از شناخت اوضاع توسط رئیس جمهور وقت و شجاعت احتمالی بیان آن است. تداوم اصلاحات و توجه به سازندگی هم در برنامه های کرزی بیش از عبدالله بوده است.

جدول ۹- بررسی معنی داری تفاوت میان روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر "محور اصلی

مطلب انتخاباتی"

نام روزنامه	انیس	هشت صبح	باختر	ماندگار	جمع سطری
سلامت انتخابات	۱۲	۹	۱۳	۲۵	۵۹
	۲۰/۳٪	۱۵/۳٪	۲۲/۰٪	۴۲/۴٪	۱۰۰/۰٪
	۱۵/۲٪	۷/۸٪	۹/۱٪	۱۴/۳٪	۱۱/۵٪
مشارکت مردم	۱۳	۲۸	۳۱	۲۰	۹۲
	۱۴/۱٪	۳۰/۴٪	۳۳/۷٪	۲۱/۷٪	۱۰۰/۰٪
	۱۶/۵٪	۲۴/۱٪	۲۱/۷٪	۱۱/۴٪	۱۷/۹٪

۲۱	۱	۷	۱۱	۲	عدم دخالت نیروهای خارجی
۱۰۰/۰٪	۴/۸٪	۳۳/۳٪	۵۲/۴٪	۹/۵٪	
۴/۱٪	۰/۶٪	۴/۹٪	۹/۵٪	۲/۵٪	
۱۵	۴	۴	۴	۳	جلوگیری از تخلفات
۱۰۰/۰٪	۲۶/۷٪	۲۶/۷٪	۲۶/۷٪	۲۰/۰٪	
۲/۹٪	۲/۳٪	۲/۸٪	۳/۴٪	۳/۸٪	
۱۰	۳	۳	۳	۱	انتقاد از رسانه‌ها
۱۰۰/۰٪	۳۰/۰٪	۳۰/۰٪	۳۰/۰٪	۱۰/۰٪	
۱/۹٪	۱/۷٪	۲/۱٪	۲/۶٪	۱/۳٪	
۱۷	۷	۱	۵	۴	انتقاد از حضور زورمندان
۱۰۰/۰٪	۴۱/۲٪	۵/۹٪	۲۹/۴٪	۲۳/۵٪	
۳/۳٪	۴/۰٪	۰/۷٪	۴/۳٪	۵/۱٪	
۱۶	۱	۰	۳	۱۲	اصلاح قانون انتخابات
۱۰۰/۰٪	۶/۳٪	۰/۰٪	۱۸/۸٪	۷۵/۰٪	
۳/۱٪	۰/۶٪	۰/۰٪	۲/۶٪	۱۵/۲٪	
۱۵	۱	۰	۳	۳	تحریم انتخابات
۱۰۰/۰٪	۶/۷٪	۰/۰٪	۱۸/۸٪	۲۰/۰٪	
۲/۹٪	۰/۶٪	۰/۰٪	۲/۶٪	۳/۸٪	
۱۵	۱۱۳	۸۴	۴۲	۲۹	سایر
۱۰۰/۰٪	۴۲/۲٪	۳۱/۳٪	۱۵/۷٪	۱۰/۸٪	
۲/۹٪	۶۴/۶٪	۵۸/۷٪	۳۶/۳٪	۳۶/۷٪	
۵۱۳	۱۷۵	۱۴۳	۱۱۶	۷۹	جمع ستونی
۱۰۰/۰٪	۳۴/۱٪	۲۷/۹٪	۲۲/۶٪	۱۵/۴٪	
۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	۱۰۰/۰٪	

$$X^2=117/137$$

$$df=24$$

$$P<0/01$$

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۱۷

همانطور که از داده‌های جدول ۹ برمی‌آید و با توجه به نتیجه کای اسکوتر به دست آمده به میزان ۱۱۷/۳۷ و با درجه آزادی ۲۴ و احتمال ۱ درصد خطا می‌توان گفت که بین روزنامه‌های مورد بررسی، از نظر محور اصلی مطالب انتخاباتی تفاوت معنی‌دار وجود دارد.

بیشترین مطالب مربوط به "اصلاح قانون انتخابات" با ۷۵ درصد در روزنامه انیس منتشر شده است؛ به طوری که ۱۵/۲ درصد مطالب روزنامه انیس به این مقوله اختصاص یافته است و این در حالی است که بیشترین مطالب مربوط به "سلامت انتخابات" با ۴۲/۴ درصد، در روزنامه ماندگار طرفدار عبدالله به چاپ رسیده است. "انتقاد از رسانه‌ها" در مجموع با ۱/۹ درصد، کم اهمیت‌ترین موضوعی است که مطبوعات به آن پرداخته‌اند. این امر می‌تواند هم نشان‌دهنده عملکرد در ست رسانه‌ها باشد و هم ناشی از توقع پایین کاندیداها از مطبوعات. روزنامه انیس با ۱/۳ درصد، کمترین انتقاد را به رسانه‌ها داشته است.

## نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق نشان داد که پوشش خبری و نحوه انعکاس و قضاوت روزنامه‌های مورد بررسی از پدیده واحد انتخابات، با تأثیر گرفتن از گرایش‌های سیاسی، به نحو متفاوت بازتاب داشته است؛ به طوری که هر یک از روزنامه‌های مورد بررسی، با جانبداری نسبی از کاندیداهای مورد نظر خود، به نحوی تبدیل به ارگان تبلیغی آن کاندیدا شدند.

ذکر این نکته ضروری است که اگر چه روزنامه‌های مورد بررسی، به ارگان تبلیغاتی برای جناح‌های طرفدارشان تبدیل شده بودند، اما در نحوه انتقاد و برخورد، اصول و معیارهای حرفه‌ای روزنامه نگاری را مراعات کرده بودند و با رعایت اصل احترام به کاندیدای مقابل، در پی جنجال آفرینی و جوسازی نبودند. انتقادات و یا موضع‌گیری‌ها در مقابل جناح حاکم، بر مبنای اصول اخلاق حرفه‌ای روزنامه نگاری صورت می‌گرفت و دولت نیز براساس تعهدات خود در قبال آزادی بیان، در برابر این انتقادات

بدون جبهه‌گیری برخورد می‌کرد. این مساله می‌تواند اعتماد سیاسی مخاطبان را در پی داشته باشد.

یافته‌های این پژوهش همچنین حاکی از آن است که از نظر سبک، بیشترین مطالب انتخاباتی، به خبر اختصاص داشته است. دلیل عمده این موضوع را می‌توان در نحوه انجام کارزار انتخاباتی در کشور جستجو کرد. در افغانستان، کارزار انتخاباتی به گونه "گردهمایی‌ها" و "همایش‌های بزرگ مردمی" در حمایت از کاندیداها صورت می‌گیرد. بر این اساس، روزنامه‌های حامی کاندیداها از بازتاب خبر این نوع همایش به عنوان بولتن‌های تبلیغاتی در جهت اقناع مخاطبان بهره می‌گیرند. در این میان روزنامه انیس به عنوان روزنامه‌ای دولتی، نسبت به سایر روزنامه‌ها بیشتر به ارائه مطالب به سبک خبر پرداخته است. در «تحلیل و تفسیر»، روزنامه هشت صبح، از سایر روزنامه‌ها پیشی گرفته است. در این سبک، بیشتر از روش‌های استدلالی استفاده می‌شود که مفیدترین روش در تبلیغات و جلب اعتماد سیاسی است.

مطبوعات افغانستان در دوره مبارزات انتخاباتی تلاش کرده‌اند با معرفی فرایند انتخابات به عنوان پدیده‌ای نو در افغانستان و اهمیت آن در نظام مردم سالار مبتنی بر دموکراسی، مردم را برای مشارکت در سرنوشت خود تشویق و از دامن زدن به مسائل تنش‌زا و بحران‌ساز دوری کنند. از این رو، بیشتر مطالب انتخاباتی روزنامه‌های مورد بررسی در طی دوره مبارزات انتخاباتی این کشور، به نشر مطالب "فرایند مدار" پرداخته‌اند؛ به گونه‌ای که مطالب فرایند مدار نزدیک به دو برابر مطالب رویدادمدار در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ رسیده است که این خود، نکته قابل توجه و حایز اهمیتی است. که اثرات آن را در انتخابات بعدی می‌توان به نظاره نشست.

یافته‌ها نشان می‌دهد که یکی از ویژگی‌های خوب روزنامه‌های مورد بررسی، نگاه احترام آمیز آنها به کاندیداهاست. مطالب احترام آمیز حدوداً چهار برابر مطالب خشونت آمیز بوده است که نشان‌دهنده پای‌بندی به موازین اخلاق حرفه‌ای روزنامه نگاری در افغانستان است.



از نظر کاندیدای مطرح در مطلب، پژوهش نشان داد که حامد کرزی نسبت کاندیدای رقیب، عبدالله عبدالله، حدوداً دو برابر مطالب انتخاباتی را بیشتر به خود اختصاص داده است. البته باید یادآور شد که این مطالب، شامل موارد مثبت و منفی بوده است. این امر احتمالاً به دلیل شناختی است که از کرزی به دلیل سابقه و فعالیت سیاسی اش وجود داشته که به انتقاد یا تأیید عملکرد او منجر شده است.

در میان مطالب دارای جهت گیری، یافته‌ها نشان می‌دهد که روزنامه انیس، جهت گیری مثبتی نسبت به کرزی داشته و در مقایسه با سایر روزنامه‌ها حمایت بیشتری از وی به عمل آورده بود. در مورد عبدالله، روزنامه ماندگار همین وضعیت را دارا بوده است. روزنامه هشت صبح بیشترین مطالب انتخاباتی اش را با نگاه منفی نسبت به کرزی و روزنامه باخت، بیشترین مطالب انتخاباتی اش را با نگاه منفی نسبت به عبدالله چاپ کرده‌اند. این در حالی است که همین روزنامه‌ها با همین کاندیداها برخورد احترام آمیز داشته و با حفظ چارچوب‌های اصول حرفه‌ای روزنامه نگاری، بی طرفی‌شان را در بازتاب مطالب انتخاباتی نشان داده‌اند.

در مورد ارائه برنامه‌های انتخاباتی از سوی نامزدها تحقیقات نشان داده است نقش رهبران در تهییج افکار عمومی به انگیزش‌های روانی آنها بستگی دارد و در انتخابات، راهکارها و موضوعاتی که محور تبلیغات قرار می‌گیرند، با حساسیت‌های روانی مردم ارتباط دارند. عده‌ای از رهبران، عدالت، توسعه و رفاه اجتماعی و توجه به جوانان را به عنوان شعارهای اصلی خود قرار داده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که "توجه به آرای مردم" بیشترین اهمیت را داشته است. به نظر می‌رسد دغدغه اصلی کاندیداها قبل از هر چیز صیانت از آرای مردم بوده است. تداوم اصلاحات و سازندگی، مهم‌ترین برنامه‌های حامد کرزی و ایجاد تغییر در ساختار و نوع نظام و توجه به امور زنان و جوانان، در رأس برنامه‌های انتخاباتی عبدالله بوده است.

## منابع

- آشوری، داریوش. (۱۳۶۶)، *دانشنامه سیاسی*، تهران: انتشارات مروارید.
- امیرانتخابی و جواد حیران. (۱۳۸۸)، *نقش رسانه در مشارکت سیاسی شهروندان*، مجموعه مقالات رسانه و مشارکت سیاسی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- دهقان، علیرضا و دیگران. (۱۳۷۸)، *بررسی رابطه میان افکار عمومی و رسانه*، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه.
- رایف، دانیل و دیگران. (۱۳۸۱)، *تحلیل پیام‌های رسانه‌ای*، ترجمه: مهدخت بروجردی علوی، تهران: انتشارات سروش.
- رنی، استین. (۱۳۷۴)، *حکومت؛ آشنایی با علم سی است*، ترجمه: لیلا سازگار، تهران انتشارات مرکز دانشگاهی.
- شایگان، فریبا. (۱۳۸۶)، *بررسی رابطه دینداری و اعتماد سیاسی، رساله جهت اخذ دکترای جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی*.
- قاضی، ابوالفضل. (۱۳۷۵)، *حقوق اساسی و نهادهای سیاسی*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ ششم.
- گیدنز، آنتونی. (۱۳۷۸)، *راه سوم: بازسازی سوسیال دموکراسی*، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر شیرازه.
- مهدی زاده، سیدمحمد. (۱۳۸۹)، *نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.
- میزتال، باربارا. (۱۳۸۰)، *بررسی مفهوم اعتماد در میان جامعه‌شناسان کلاسیک*، ترجمه: ناصرالدین غراب، *نمایه پژوهش*، شماره ۱۸.
- نقیب‌السادات، رضا. (۱۳۸۴)، *راهنمای عملی آماده‌سازی طرح تحقیق در روش تحلیل محتوا*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و معارف.

بازتاب انتخابات دومین دوره ریاست جمهوری ... ۲۲۱

- ویندال، سون و دیگران. (۱۳۷۶)، کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا

دهقان، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

- Gabreil, O. w. (1995). *Political Efficacy & trust*, Oxford: Oxford University.

- Rober, G. B. (1986). *Key Variables In Social Investigation* Rutlege and Kegan Pual plc, p. 201.

- Zito Georgeu. (1975). *Methodology & Meaning Network*: Praeger Publisher, p 27.





پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی