

## گفتمان اخبار و سرمقاله های مبارزات انتخاباتی مجلس نهم

سید رضا نقیب السادات<sup>۱</sup>

حمیده اسدی<sup>۲</sup>

### چکیده

رسانه‌ها به عنوان حلقه اتصال میان سیاستمداران و مردم، تأثیر زیادی در القای ایدئولوژیها و نگرشهای مختلف به مخاطبانشان دارند و در این میان، مطبوعات به‌رغم این که ادعای بی‌طرفی می‌کنند، باز هم گرایش به یک خط‌مشی سیاسی و ایدئولوژی خاص در بین سطرهای مختلف صفحاتشان مشخص است. در این پژوهش با استفاده از روش تحلیل انتقادی گفتمان و رویکرد فرکلاف، با تکیه بر نظریه‌های هنجاری رسانه‌ها، ایدئولوژی خبر(گلاسکو) و چارچوب‌سازی نظام گفتمانی دو روزنامه شرق و رسالت در روزهای مجاز تبلیغات نامزدها در انتخابات مجلس نهم بررسی شده است. متون مورد نظر با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند و پس از استخراج اطلاعات و مطابقت آنها با زمینه‌های سیاسی- اجتماعی، این نتایج به دست آمد: روزنامه رسالت عموماً همان دیدگاه حامیان سیاسی و اقتصادی خود را مطرح کرده است و با بهره‌گیری از بینامتنیت صریح و سازنده گفتمان ایدئولوژیک خود را شکل داده و خط غالب و تفکر حاکم بر گفتمان آن، قائل به ما و دیگری است. همچنین با استفاده از برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی حوزه محدود ما و وسیع دیگری‌اش را شکل داده است و با توجه به رویه در پیش گرفته در جریان انتخابات، رسانه‌ای اقتدارگراست. به نظر می‌رسد روزنامه شرق در جریان این انتخابات دچار خودسانسوری شده و سرمقاله انتخاباتی منتشر نکرده است. این روزنامه در بیان دیدگاههای خود از بینامتنیت صریح و سازنده استفاده کرده است. چارچوب مورد نظر شرق منفعل نشان دادن مردم در این انتخابات به خاطر انبوه مشکلات است. این روزنامه دیدگاه جناح مخالف خود را نیز پوشش داده و با توجه به رویه در پیش گرفته شده می‌توان گفت که از تئوری مسئولیت اجتماعی تبعیت می‌کند.

کلمات کلیدی: تحلیل انتقادی گفتمان، بینامتنیت، برجسته‌سازی، حاشیه‌رانی، انتخابات

<sup>۱</sup> استادیار گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی : .....

<sup>۲</sup> کارشناس ارشد ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی : .....

## مقدمه

وسایل ارتباط جمعی از جمله مطبوعات از نهادهای پیچیده و قدرتمند نظام اجتماعی و سیاسی جهان مدرن محسوب می‌شوند. نظامی که توانسته است دموکراسی را به‌عنوان یک الگوی ارزشی، مشروعیت بخشد اما در بهترین حالت این وسایل فقط ابزارهایی هستند که به‌طور گسترده توسط نیروهای قدرت اجتماعی مثل دولت، احزاب، سازمانها و سایر تشکیلات معطوف به قدرت سیاسی یا اجتماعی به کار گرفته می‌شوند. با توجه به چنین روندی، بحث قدرت و رسانه یکی از مباحث مهم در مطالعات مربوط به کارکردهای رسانه به‌ویژه کارکردهای سیاسی رسانه‌هاست. در هر جامعه‌ای رسانه‌ها به طریقی با ساختار قدرت سیاسی و اقتصادی مرتبط هستند و کنترل و مالکیت (ساختار) رسانه‌ها بر محتوی و خروجی آنها تأثیر می‌گذارد و اثرات رسانه‌ها را معین و مشخص می‌سازد. (دفلور و دنیس، ۱۳۸۳: ۲۷)

"ون‌دایک" نیز معتقد است گروهها و نهادهای مسلط از طریق دسترسی به ابزارهای گفتمان و ارتباط جمعی و کنترل آنها چنان بر ساختارهای متن و گفت‌وگو تأثیر می‌گذارند که دانش، نگرش، هنجار، ارزش و ایدئولوژی دریافت‌کنندگان پیام، به صورت غیرمستقیم در جهت منافع گروههای مسلط تحت تأثیر قرار می‌گیرد. از نگاه وی بخش عمده قدرت مدرن در جوامع دموکراتیک برانگیزاننده و نافذ است، نه تحمیلی و از راه استفاده از زور. (.....) .. (۱۹۹۳:۲۲۳)

درواقع رسانه‌ها با دستکاری افکار عمومی، اهداف اجتماعی و سیاسی مختلفی از جمله پیشبرد منافع حزبی و گروهی یا دولتی را دنبال کرده و در خدمت تخریب دیگری و تأیید ما به کار می‌روند. محتوی و ساختار عناوین خبری به صورت نظام‌مندی به نفع ما تمام می‌شود و مشکلاتی برای دیگری ایجاد می‌کنند. سبک واژگان، معانی بیان و افکارها و سایر شگردهای معنایی راهبردی نیز چنین کارکردی دارند. رسانه‌ها اعمال منفی دیگری را برجسته می‌کنند در حالی که اعمال منفی ما را به وسیله حسن تعبیر، تعدیل کردن و سایر راهبردهای پرهیز از تصویر منفی از خود کم‌اهمیت جلوه داده دهند. (همان: ۲۲۶)

مطبوعات هم با برقراری ارتباط بین توده مردم، رهبران سیاسی، دست‌اندرکاران حکومتی، به دلیل آن که فرصت کافی برای نوشتن مقاله و تفسیرهای خود دارند عموماً بحثهای دقیق، عمیق و گسترده‌ای را درباره مسائل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... مطرح می‌کنند. از طریق چاپ گزارش‌های گوناگون، نقد و تفسیرهای مختلف و نوشتن سرمقاله‌های متنوع، توجه افکار

عمومی را به سمت موردنظر خود هدایت می‌کنند و همچنین ایدئولوژی خاص خود را در نگارش اخبار لحاظ می‌کنند. از طریق مطبوعات، خطمشی و هدف دولت‌ها در معرض قضاوت و ارزیابی مردم قرار می‌گیرند و مفسران، مخالفان و همچنین توده‌های مردم هریک به زعم خود به اظهارنظر می‌پردازند و از جمع‌بندی یا تضارب افکار، یک نظر کلی و واحد، حاصل می‌شود. با تمام این اوصاف، دست‌اندرکاران وسایل ارتباط جمعی به ویژه نویسندگان مطبوعات با توجه به دیدگاهها و خطمشی‌های فکری خود و همچنین به نسبت تصویری که از وقایع روز دارند به پوشش و انعکاس وقایع مختلف می‌پردازند و از این طریق توجه مردم را به خبرهایی که ارسال می‌کنند معطوف می‌دارند. (خانیک، ۱۳۸۱: ۴۳)

پس آنچه برخی از متون، به خصوص متون سیاسی و اجتماعی رسانه‌ها را شکل می‌بخشد، ایدئولوژی‌ها و جهان بینی‌های حاکم بر آنهاست. این فرضیه در مورد رسانه‌های ایران نیز صادق است. به عبارت دیگر، هیچ نشریه یا بنگاه سخن‌پراکنی وجود ندارد که اخبار و اطلاعات محض را به مردم ارائه نماید، بلکه همگی جهت‌دار و به نوعی دارای بار ایدئولوژیکی و تفسیری هستند.

گفتمان‌های مختلف از جمله گفتمان‌های رسانه‌ای با القای معانی جدید در گذر زمان و تحمیل نگرش‌ها، قضاوت‌ها و بالأخره تصمیم‌گیری‌ها، مسیر را مطابق با آنچه که طراحان گفتمان تدارک دیده‌اند، تعیین می‌کنند و بازنمودهای ایدئولوژیک را کم کم به صورت عقل سلیم غیرایدئولوژیک در می‌آورند. به دلیل حاکمیت چنین رویه‌ای است که "فوکو" می‌گوید: "قواعد بازی زبان را نباید در متن گفتمان جست و جو کرد بلکه باید آن را در کارکردهای نهادی یافت که تولید کننده گفتمان مزبور است یعنی یک بیمارستان معتبر، یک نشریه علمی و نظایر آن" (آقاگل‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۴۱)

در این شرایط، تحلیل‌گر انتقادی می‌کوشد تا پرده از صورت ظاهر متون زبانی به کمک فنون موجود در این رویکرد بردارد و آنچه را که در پشت واژه‌ها، جمله‌ها، و در نهایت متن زبانی (این‌جا، متون مطبوعات) از نگاه مردم مخفی مانده است برای آنها آشکار کند و آنچه را که طبیعی جلوه داده‌اند، طبیعی‌زدایی نماید تا مردم با درک حقایق، در مورد سرنوشت خویش تصمیم‌گیری نمایند. چون با آشکار شدن حقایق برای مردم، امکان بهتر اندیشیدن، تصمیم‌گیری صحیح‌تر و قضاوت منصفانه‌تر فراهم می‌شود.

## طرح مسئله

عملکرد ایدئولوژیک رسانه‌ها در زمان‌های خاص نمود بیشتری پیدا می‌کنند. یکی از این زمان‌های خاص، زمان انتخابات است. انتخابات عالی‌ترین کنش معطوف به قدرت سیاسی است و مبارزه انتخاباتی نمونه عالی کسب قدرت است. مبارزه انتخاباتی در کشور در حال به اصطلاح گذار که در آن ثبات سیاسی دست‌خوش بی‌ثباتی است، به قول "هانتینگتون" نظریه‌پرداز و سیاستمدار امریکایی همواره از نوع شگفت‌انگیزترین و گیج‌کننده‌ترین کنشهاست. (کلانتری، ۱۳۸۴: ۳۲)

در این میان، انتخابات مجلس که با هدف انتخاب نمایندگان از سوی مردم، به منظور تصمیم‌گیری در مورد مسائل کلان و حیاتی کشور برگزار می‌شود، از اهمیتی خاص برخوردار است.

نهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی در شرایط اجتماعی، سیاسی و اقتصادی ویژه‌ای برگزار شد که همین شرایط خاص، بر اهمیت این انتخابات را افزود. این انتخابات که در آن نامزدهایی از احزاب و گروه‌های سیاسی مختلف حضور داشتند، مقدمه‌ای برای شکل‌گیری مجلس نهم بود. این مجلس از یک سو با آخرین سال دوره دوم ریاست جمهوری کنونی همزمان است و از سوی دیگر با رئیس‌جمهور جدید مواجه خواهد شد لذا نقش تعیین‌کننده‌ای در انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۱۳۹۲ دارد که فقط یک سال پس از آغاز به کار آن برگزار خواهد شد، بنابراین جریان‌های سیاسی کشور و نخبگان به انتخابات مجلس نهم نگاهی خاص داشتند.

از سوی دیگر این انتخابات، اولین انتخابات پس از اجرای قانون هدف‌مندی یارانه‌ها بود و ادامه سال‌های برنامه پنجم توسعه در این مجلس سپری می‌شود. یعنی سه سال آخر این برنامه، که به نوعی جمع‌بندی این برنامه محسوب می‌شود. تحقق نهایی این برنامه وابسته به تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های صورت گرفته در این مجلس است. این مجلس زمانی تشکیل می‌شود که ما وارد نیمه دوم چشم‌انداز بیست‌ساله می‌شویم که تحقق این چشم‌انداز نیز متأثر از تصمیماتی است که در خانه ملت (مجلس) اتخاذ می‌شود.

باتوجه به اینکه در ساختار سیاسی ایران، دو گفتمان اصلاح طلب و اصولگرا وجود دارد و حیات گفتمانی هم از جهتی به میزان و چگونگی استفاده از رسانه‌های جمعی بستگی دارد، هرکدام از این جناح‌ها به منظور تبلیغ ایدئولوژی خود و اقناع دیگران، رسانه‌ای در اختیار دارند و در این میان مطبوعات به عنوان رسانه قشر نخبه جامعه و داشتن مخاطب فعال، از جایگاه

ویژه‌ای در میان رسانه‌های جمعی برخوردار بوده و به شدت مورد توجه رهبران سیاسی قرار دارند.

آنچه که شرحش رفت، انگیزه‌ای شد برای محقق تا تحلیل انتقادی گفتمان اخبار و سرمقاله‌های مربوط به مبارزات انتخاباتی مجلس نهم در روزنامه‌های وابسته به دو جناح مطرح شده را، مورد توجه قرار دهد. به همین منظور روزنامه شرق که دارای مالکیت خصوصی فاقد پایگاه سیاسی است و به عنوان حامی گفتمان اصلاح‌طلبی عمل می‌کند، به همراه روزنامه رسالت که دارای مالکیت خصوصی گره خورده با سیاست و انعکاس‌دهنده آرای گفتمان اصولگرایی است، انتخاب شد و تلاش شد که نحوه بازتاب سیاست، استفاده متفاوت این روزنامه‌ها از زبان و عوامل پیدا و پنهان شکل‌گیری ابراز ایدئولوژی در آنها نشان داده شود.

### اهداف تحقیق

محقق در این مقاله به دنبال شناخت نظام گفتمانی روزنامه‌های شرق و رسالت در زمینه مبارزات انتخاباتی مجلس نهم و نقش پایگاه قدرت مالکان آنها در جریان قدرت حاکم بر جامعه است و در کنار پرداختن به این مهم اهداف فرعی زیر را نیز دنبال می‌کند:

شناخت نوع روابط بینامتنی استفاده شده در اخبار و سرمقاله‌های روزنامه‌های شرق و رسالت در انتخابات مجلس نهم - شناخت نوع گفتمان مسلط - شناخت مفاهیم برجسته شده - شناخت مفاهیم به حاشیه‌رانده شده - شناخت مفاهیم چارچوب بندی شده - شناخت جهتگیریهای صورت گرفته و نیز شناخت تاکتیکهای خبری به کار رفته در اخبار مورد بررسی روزنامه‌های شرق و رسالت در انتخابات مجلس نهم.

### ادبیات نظری

از جمله نظریاتی که در این پژوهش از آن استفاده خواهد شد نظریه گروه رسانه ای گلاسکو است. نظریه‌های مارکسیستی ساختارگرا به پژوهشهای تجربی ای منجر شد که مهمترین مورد آن، پژوهش گروه رسانه ای گلاسکوی انگلیس از اواسط ۱۹۷۰ تا اواسط ۱۹۹۰ م. است. نخستین مطالعات گروه رسانه‌ای گلاسکو، بر روی گزارشهای خبری تلویزیون متمرکز شد. تحلیل متون و تصاویر متعدد رسانه ای با الهام از عقاید بارت درباره سطوح ضمنی و آشکار دلالت نشان می‌دهد که اخبار یک محصول بی‌طرفانه نیست بلکه تولید اجتماعی پیام‌هایی

است که مفروضات فرهنگی مسلط جامعه را انتقال و اشاعه می‌دهند. (۶۵..۲۰۰۷... .. ۶۶)

یافته‌های تحقیق این گروه نشان می‌دهد که بازنمایی رسانه‌ای جهت‌دار در حمایت از علائق و منافع ایدئولوژیکی مسلط، گناه تمام مشکلات اقتصادی و صنعتی را به گردن نیروی کار آن می‌اندازد. در حالی که در بازنمایی‌های خبری به ظاهر بی طرفانه، کارگران به طور مستقیم مورد استفاده قرار نمی‌گیرند اما صحنه مشاجره و نزاع به گونه‌ای به تصویر کشیده می‌شود که کارگران احساساتی در کنار تصاویر منفی درگیری خشونت آمیز، در صف اعتصابیون قرار گرفته‌اند. یکی از جنبه‌های فعالیت رسانه‌ها به ویژه در کارکرد خبری، اتکا به ایده‌ای اتفاق نظر در جامعه است به این معنا که اکثریت اعضاء جامعه روی طیف گسترده‌ای از هنجارها، ارزش‌ها، عقاید و الگوهای معقول و قابل پذیرش رفتار، توافق دارند. رسانه‌های خبری از این قدرت برخوردارند که به مردم یادآوری کنند که در چارچوب نظم موجود به رویدادها و موضوعات بیندیشند. (مهدی-زاده، ۱۳۸۹: ۱۰۸)

از دیگر نظریات به کار رفته در این پژوهش، نظریه چارچوب سازی است. در قلمروی مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، چارچوب‌سازی به این معناست که رسانه‌ها نه تنها آینه‌ای برای انعکاس واقعیت بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. چارچوب سازی به رابطه میان متن و اطلاعات به گونه‌ای که معنای خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد، اشاره دارد. بر پایه این نظریه، رسانه‌ها توجه خود را در بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند (برجسته‌سازی) و سپس آنها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند. به بیان دیگر، رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند درباره چه فکر کنند و سپس چگونه فکر کردن را در چارچوبی که از پیش ساخته و پرداخته‌اند به آنها تحمیل می‌کنند. چارچوب سازی مبتنی بر این فرض است که نحوه توصیف یک موضوع و رویداد در گزارش‌های خبری بر درک آن موضوع و رویداد توسط مخاطب تاثیر می‌گذارد. (۱۱:۲۰۰۷... .. ۶۰)

بنا بر این کار رسانه‌ها تنها انتخاب رویداد و حوادثی خاص از میان رویدادهای زیاد نیست بلکه معنی دادن به آن نیز هست. رسانه‌ها ناگزیرند حوادث و رویدادها را برای مخاطبانشان مهم و با اهمیت نشان دهند. لازمه اینکار جا دادن خبر در متن یک روایت یا داستان است. (استریت، ۱۳۸۴: ۶۰)

"رابرت انتمن"، چارچوب‌سازی را چنین تعریف می‌کند: "چارچوب سازی انتخاب شماری از وجوه واقعیت برای پرتوافکنی به آنها و شماری دیگر برای در سایه قراردادن آنهاست، به نحوی که درکل داستانی منسجم و موجه درباره مشکلات، علل پیدایش آنها، مضامین اخلاقی آنها و راههای برطرف کردنشان به وجود آید. (انتمن، ۱۳۸۴: ۶۱)

### پیشینه تحقیق

ازجمله تحقیقاتی که با استفاده از روش تحلیل‌گفتمان درخارج از ایران انجام گرفته، گفتمان نژادپرستی و مطبوعات استکه تئون. ای. ون‌دایک از پیشکسوتان تحلیل‌گفتمان انجام داده است. ون‌دایک بحث خود در تحلیل‌گفتمان را با موضوع نژادپرستی در مطبوعات آغاز کرده و آنرا به عنوان یک پژوهش تحقیقاتی طی ۱۰ سال مورد مطالعه قرار داده و نتایج تحقیقات خود را در چند مقاله مجزا و یک کتاب با عنوان نژادپرستی و مطبوعات منتشر کرده است.

### روش شناسی

روش پژوهشی استفاده شده در این مقاله، تحلیل‌انتقادی‌گفتمان مبتنی بر رویکرد فرکلاف است. این روش از روشهای کیفی (توصیفی) است. تحلیل‌انتقادی‌گفتمان نوعی پژوهش‌گفتمانی است که در درجه اول به مسئله سواستفاده، نگاه "انتقادی" دارد. همچنان که به بررسی قدرت، سلطه، نابرابری و بازتولید و مقاومت در برابر قدرت در متون می‌پردازد. این دیدگاه با گرایشی سازه‌گرایانه، به ساخته‌شدن هویتها در چارچوب زبان، کشف خصایص ایدئولوژیک و سیاسی کاربست‌های زبان و بازتولید روابط قدرت توجه دارد. این روش‌نگاهی تحلیلی هم در سطح خرد و هم در سطح کلان با تکیه بر تحلیل متن و پژوهشی تجربی در حیطه زبان‌شناسی و جامعه‌شناسی است. (فاضلی، ۱۳۸۳: ۸۸)

نورمن فرکلاف از ابتدای شکل‌گیری تحلیل‌انتقادی‌گفتمان از چهره‌های فعال و شاخص آن بوده است و در مقایسه با دیگر تحلیل‌گرایان انتقادی‌گفتمان، منسجم‌ترین، جامع‌ترین و پرترفدارترین نظریه را تدوین کرده است. او رویکردش را مطالعه انتقادی زبان می‌نامد و هدفش را این چنین بیان می‌کند:

"هدف کاربردی‌تر کمک به افزایش هوشیاری نسبت به زبان و قدرت و به‌ویژه نسبت به این‌که چگونه زبان در سلطه بعضی‌ها بر بعضی دیگر نقش دارد، است. با درنظر گرفتن توجه من به ایدئولوژی این بدان معناست که به مردم کمک کنیم تا بفهمند تا چه اندازه زبانشان مبتنی بر

مفروضات عقل سلیم نیست و این که چگونه این مفروضات مبتنی بر عقل سلیم از نظر ایدئولوژیک به وسیله روابط قدرت شکل گرفته اند." (فرکلاف، ۱۳۷۹: ۷)

فرکلاف ارائه دهنده الگویی سه لایه‌ای برای تحلیل انتقادی گفتمان است که در آن گفتمان نوعی کردار اجتماعی پنداشته می‌شود. براساس این الگو، هر نمونه کاربرد زبان یک رویداد ارتباطی است که این سه جنبه را در بر می‌گیرد: متن، کردار گفتمانی، کردار اجتماعی. تحلیل متن در واقع تحلیل ساخت‌های زبانی و ویژگی‌های صوری متن است. از نظر او تحلیل شامل تحلیل زبانی در قالب واژگان، دستور، نظام آوایی و انسجام در سطح بالاتر از جمله است. تحلیل زبانی هم ویژگی‌های واژگانی - دستوری و هم ویژگی‌های معنایی را در بر می‌گیرد. (۱۹۹۵:۵۶ ... ..)

وی تحلیل متن را شامل دوگونه تحلیل می‌داند که مکمل یکدیگرند: تحلیل زبان‌شناختی و تحلیل بینامتنی. او بر این باور است که تحلیل زبان‌شناختی دامنه‌ای بسیار گسترده دارد که علاوه بر سطوح متعارف آن، مسائل را فراتر از جمله نیز در متن بررسی می‌کند، مسائلی مانند انسجام بین جمله‌ای و جنبه‌های گوناگون ساختار متون که مورد بررسی تحلیل‌گران گفتمان و تحلیل‌گران مکالمه قرار می‌گیرد. تحلیل زبان‌شناختی نشان می‌دهد که چگونه متن از نظام‌های زبانی به صورت گزینش‌گرایانه بهره می‌برد. حال آن که تحلیل بینامتنی نشان می‌دهد که متون چگونه از نظم‌های گفتمانی به نحوی گزینش‌گرایانه استفاده می‌کند یعنی ترکیب خاصی از روش‌های قراردادی شده که در شرایط خاص اجتماعی در دسترس تولیدکنندگان و مفسران متون قرار می‌گیرند. (همان: ۵۹). فرکلاف گفتمان را مجموعه‌ای از سه عنصر متن، کردار گفتمانی و کردار اجتماعی (تولید، توزیع و مصرف متن) می‌داند و تحلیل یک گفتمان خاص، تحلیل هر یک از این سه بعد و روابط بین آنها می‌داند. فرضیه او این است که پیوندی معنادار میان ویژگی‌های خاص متون، شیوه‌هایی که متون با یکدیگر پیوند می‌یابند و تعبیر می‌شوند و ماهیت عمل اجتماعی وجود دارد. در الگوی سه لایه‌ای فرکلاف، تحلیل زبانی هم در سطح متن و هم در سطح کردار گفتمانی انجام می‌شود. تحلیل زبانی در سطح کردار گفتمانی همان تحلیل بینامتنی است. به اعتقاد فرکلاف تحلیل بینامتنی بر مرز میان متن و کردار گفتمانی در این چهارچوب تحلیلی متمرکز است. تحلیل بینامتنی از زاویه کردار گفتمانی به متن می‌نگرد و در پی آثار کردار گفتمانی بر متن است. (ابطحی، ۱۳۸۵: ۹۹)



## جامعه آماری .

جامعه آماری تحقیق نیز کلیه اخبار و سرمقاله‌هایی است که طی دوره قانونی تبلیغات انتخاباتی یعنی از تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۴ تا ۱۳۹۰/۱۲/۱۱ در روزنامه‌های شرق و رسالت منتشر شده بود. محقق برای انتخاب نمونه‌های مورد نظر خود از شیوه نمونه‌گیری غیر احتمالی با تکنیک هدفمند استفاده کرده است. در نمونه‌های هدفمند (نمونه‌های قضاوتی)، پژوهشگر واحدهای نمونه‌گیری را به صورت ذهنی و با هدف قبلی انتخاب می‌کند. در این پژوهش، نمونه‌گیری براساس مطالعه تمامی متون - اخبار و سرمقاله‌ها - هر یک از روزنامه‌ها و گزینش از میان آنها براساس محورهای تعیین شده در فرم تحلیل‌گفتمان که به طور خاص برای این تحقیق، تهیه و طراحی شده بود، صورت گرفت به طوری که از نظر محقق، متن منتخب جنبه نمونه و معرف داشته و بیش‌ترین نقش را در بازنمود گفتمان حاکم ایفا می‌کند.

## واحد تحلیل

واحد تحلیل در این پژوهش سرمقاله‌ها و اخباری است که بر اساس شیوه نمونه‌گیری شرح داده شده انتخاب شدند. این سرمقاله‌ها و اخبار مربوط به روزهای تبلیغات قانونی نامزدها یعنی از تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۴ تا ۱۳۹۰/۱۲/۱۱ هستند. رسالت در این بازه زمانی ۶ سرمقاله با موضوع انتخابات منتشر کرده بود و شرق سرمقاله انتخاباتی نداشت اما به شیوه غیرمستقیم خط‌مشی و ایدئولوژی خود را در ساختار و نحوه چینش مطالب و عکس‌ها و اولویت‌دهی به آنها لحاظ کرده بود. مسائل و مشکلات اقتصادی، اختلاف میان دولت و مجلس بر سر حوزه اختیارات رئیس-جمهوری، تحولات صورت گرفته در کشورهای عربی از مواردی بودند که شرق با توجه به ایدئولوژی خود به آنها پرداخته بود. از میان مجموعه اخبار انتخاباتی انتشار یافته در هر کدام از این روزنامه‌ها، یک خبر در هر تاریخ (یعنی ۷ خبر از هر روزنامه) گزینش و تحلیل شد. در مورد سرمقاله‌های روزنامه رسالت به همین منوال عمل شد. با توجه به عدم انتشار سرمقاله انتخاباتی در روزنامه شرق، کل مطالب مندرج در این روزنامه مطالعه شد و طبق نظر محقق و با توجه به روند پژوهشی در پیش گرفته شده، بخشهای منتخب مورد بررسی قرار گرفتند. ملاک گزینش اخبار و سرمقاله‌ها و سایر مطالب، تعداد مقوله‌های موجود در هر متن بود. به عبارت دیگر محقق با مطالعه تمامی اخبار، سرمقاله‌ها و مد نظر قرار دادن تعداد مقوله‌های موجود در آنها، اقدام به گزینش نمود.

## تحلیل انتقادی گفتمان اخبار و سرمقاله‌ها

بررسی اجمالی اخبار و سرمقاله‌های روزنامه‌های رسالت در جریان مبارزات انتخاباتی مجلس نهم، نشان می‌دهد که این روزنامه یا توجه به نوع مالکیت و مدیریت آن، در نظام‌گفتمانی‌ای که پیرامون این انتخابات شکل داده، با سرلوحه قرار دادن خط‌مشی حمایت از سیاست‌های رسمی کشور عموماً همان دیدگاه حامیان سیاسی و اقتصادی خود را مطرح کرده و در صدد مشروعیت بخشی به دیدگاه آنان برآمده است. این روزنامه کوشیده تا یک اجماع عقیدتی در جامعه حاکم کند و در جهت حفظ قدرت حامیان خود عمل کند. نویسندگان سرمقاله‌ها با طرح مباحث احساسی، ایجاد فضای هیجانی و هم‌چنین ایدئولوژیک کردن فضای سیاسی کشور و مطلق اندیشی، جهان ذهنی خود و صاحبان روزنامه را به تصویر کشیده و کوشیده‌اند آن را به مخاطب القا کنند.

با توجه به این‌که این روزنامه در جهت انعکاس دیدگاه‌های حزب مؤتلفه و جامعه روحانیت مبارز قلم می‌زند و این دو نهاد سیاسی و دینی هم در جناح اصولگرایی فعالیت می‌کنند، گفتمان مسلط در اخبار و سرمقاله‌های رسالت گفتمان اصولگرایی است. در تمامی سرمقاله‌ها به شکل مستقیم و غیر مستقیم بر دال مرکزی این گفتمان یعنی "ولایت فقیه" تأکید شده است و در موارد متعددی نیز اشاره به دال‌های پیرامونی این گفتمان صورت گرفته است. به عنوان مثال در نخستین سرمقاله رسالت، صالح اسکندری؛ نویسنده سرمقاله ضمن تلاش برای پیوستن تمامی اصولگراها به ائتلاف بزرگ اصولگرایان بر پشتوانه‌های دینی و سیاسی جبهه متحد اصولگرایی به ویژه آیت الله مهدوی‌کنی تأکید می‌کند و آن را برگ برنده این جبهه می‌داند. یکی دیگر از دال‌های گفتمان اصولگرایی "توسعه اقتصادی" است. این روزنامه ضمن تأکید بر این دال و حتی اشاره مستقیم به ضرورت خصوصی سازی به عنوان یکی از اصول مورد تأکید جبهه متحد اصولگرایی و به تبع آن حزب مؤتلفه تلاش کرده فضای خوب و مساعدی از اوضاع اقتصادی کشور، به کمک بینامتنیت ترسیم کند.

رسالت به کمک واژگان منفی‌ای مثل "گرد و غبار فتنه"، "تضاد"، "تخاصم"، "ضدیت با نظام"، "غافل"، "بی بصیرت" دیگری اصلاح طلبی را به حاشیه می‌راند و می‌نویسد: "دشمن در فتنه ۸۸ با تنظیم دز رقابت، تفاوت را به تضاد و تضاد را به تخصص تبدیل کرد"، "نامزدها باید مواظب باشند آن کلاهی که سر شکست خوردگان انتخابات ۸۸ رفت سر آنها نرود."

این روزنامه همچنین به کمک واژگان مثبت، حسن تعبیر و اغراق در بیان ویژگی‌های مثبت جبهه متحد اصولگرایی و با تأکید بر حامیان دینی و سیاسی جبهه متحد اصولگرایی یعنی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم و جامعه روحانیت مبارز هویتی دینی، اسلامی و مکتبی برای ما می‌سازد. رسالت برای شکل‌دهی به این هویت از ارجاع‌های تاریخی و مقایسه صدر اسلام و روزهای آغازین انقلاب با روزهای انتخابات مجلس نهم بهره می‌گیرد و از این مقایسه‌ها به نفع جبهه متحد اصولگرایی نتیجه‌گیری کرده و پیروزی را از آن این جبهه می‌داند. واژگانی نظیر "عقلانیت سیاسی"، "دشمن شناسی واقعی"، "آرمانهای انقلاب اسلامی"، "گفتمان خدمت به مردم"، "عدالت و پیشرفت کشور"، "خرد جمعی"، "احساس خطر مقدس"، "نیروهای شناخته شده انقلاب" و تأکید بر افراد و نهادهایی مثل "خانواده بزرگ اصولگرایان"، "حزب مؤتلفه"، "مقام معظم رهبری"، "امام راحل" و بهره‌گیری از حسن تعبیرهای به کار رفته در جملاتی مثل "امروز اصولگرایان در یک پیچ تاریخی قرار دارند که لحظه شناسی و بصیرت در تصمیم‌گیری می‌تواند بر سرنوشت کشور در ۴ سال آینده بسیار مؤثر باشد"؛ نمونه‌هایی از برجسته‌سازی‌های صورت گرفته در مورد گروه هاست.

رسالت در نگارش سرمقاله‌ها کاملاً جهت‌دار عمل کرده و با مطلق‌اندیشی به بیان دیدگاه‌ها و عقاید ایدئولوژیک خود پرداخته است و در نگارش مطالب ایدئولوژیک هم وقوع جهت‌گیری قطعی و حتمی است. مثلاً رسالت در سرمقاله خود با عنوان "درباره انتخابات" در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۸ خود نوشته "... باید پاسخ سؤال دیگری روشن شود و آن هدف یا اهداف برگزاری انتخابات است؟ همچنان که همواره امام و مقام معظم رهبری تأکید فرموده‌اند و بر آن اتفاق نظر دارند." عبارت "همگی بر آن اتفاق نظر دارند" نشان‌گر جهت‌گیری و رفتار ایدئولوژیک نویسنده و صاحبان روزنامه است و موارد متعدد دیگر.

پوشش خبری روزنامه رسالت درباره انتخابات مجلس نهم پوششی گسترده و وسیع است. این روزنامه طی روزهای تبلیغات مجاز کاندیداها در بیشتر شماره‌های خود به جز یک ستون تمامی نیم صفحه اول و بخشی از نیم صفحه دوم خود را به موضوع انتخابات اختصاص داده است. رسالت از همان روزهای نخستین شروع تبلیغات در هر شماره سه پرتره از نامزدهای جبهه متحد اصولگرایی به همراه بخشی از سخنان آنها چاپ کرده است و تیر یک این روزنامه در تمامی روزهای تبلیغات نیز مربوط به انتخابات است. رسالت علاوه بر سرمقاله انتخاباتی در قالب یادداشت، مصاحبه و ستون‌هایی با عناوین مختلف مثل نگاه، روزنه و زمزمه پیرامون انتخابات قلم زده است. تعداد پرتره نامزدها در صفحه اول روزنامه با نزدیک شدن به زمان انتخابات از ۳

به ۵ افزایش می‌یابد. پس تأثیر مالکیت و در نتیجه ایدئولوژی حاکم بر رسانه نه تنها در سرمقاله‌ها بلکه در تمامی بخشهای روزنامه از جمله اخبار خود را نشان می‌دهد. رسالت به منظور حمایت از گفتمان غالب اصولگرایی در فضای سیاسی کشور اقدام به چارچوب‌بندی، برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی مفاهیم مورد نظر خود کرده است. بیشتر اخبار منتشر شده در روزنامه رسالت متن سخنرانی نامزدهای جبهه متحد اصولگرایی است مثلاً صحبت‌های نامزدها در همایش‌ها و گردهمایی‌ها و یا سخنرانی‌های آنها در ستادها و حوزه‌های انتخاباتی‌اشان به شکل اخبار بلند و کوتاه پوشش داده شده است و در این میان مواردی از اظهارنظرهای شخصیت‌های مذهبی، سیاسی و ... ذکر شده است.

نگاهی کلی به محتوای روزنامه رسالت و مقایسه آنچه که در سرمقاله‌ها و اخبار به آنها اشاره شد، نشان می‌دهد که نوعی هم‌پوشانی و تک صدایی در پیام‌ها دیده می‌شود. به عبارت دیگر در متن اخبار همانند سرمقاله‌ها، تفکرات ایدئولوژیک سخنران‌ها به تصویر کشیده شده که ناشی از تفکرات ایدئولوژیک گردانندگان روزنامه است. تاکتیک‌های خبری به کار رفته در پوشش اخبار نیز متعدد است. تکرار و تأکید، استفاده از عاطفه‌گیرندگان پیام، تلاش برای سازگاری مواضع فرستنده و گیرنده پیام، استفاده از نیک شمردن و بد جلوه دادن و دست‌چین کردن پیام که بیشتر در سخنان رهبران و شخصیت‌های سیاسی صورت می‌گیرد، ارائه نظر به عنوان واقعیت، اثبات بخشی از سخنان و تعمیم از جمله این تاکتیک‌ها هستند مثلاً در همین جمله "واقعیت این است... یک شاخص اقتصادی ملاک قرار گرفته و بهبود نسبی آن به کل اقتصاد تعمیم داده شده است."

نگاهی اجمالی به اخبار و سرمقاله‌های روزنامه شرق در جریان مبارزات انتخاباتی مجلس نهم نشان می‌دهد که این روزنامه با توجه به مالکیت و مدیریت آن دارای گفتمان اصلاح‌طلبی است و در نظام‌گفتمانی‌ای که پیرامون این انتخابات شکل داده در جهت نقد سیاست‌های رسمی حاکم در کشور عمل کرده و کوشیده است با توسل به شیوه‌های غیر مستقیم نظم حاکم را به چالش بکشد. با توجه به اینکه این روزنامه سرمقاله انتخاباتی ندارد، قبل از پرداختن به پاسخ سؤال‌های مورد نظر این تحقیق، نگاهی کلی به ساختار و محتوای شرق در روزهای تبلیغات مجاز کاندیداها ضروری به نظر می‌رسد.

عکس صفحه اول این روزنامه نیز عکسی از پیمان معادی بازیگر فیلم جدایی نادر از سیمین است. (این فیلم به کارگردانی اصغر فرهادی در دو رشته بهترین فیلم زبان خارجی و بهترین

فیلمنامه غیر اقتباسی در هشتاد و چهارمین دوره جوائز آکادمی اسکار نامزد دریافت این جایزه شده بود) اولویت‌دهی به آکادمی اسکار پیش رو در مقابل انتخابات مجلس اتفاقی به نظر نمی‌رسد.

روی کار آمدن دولت نهم و دهم با طرح شعار توسعه اقتصادی و ایجاد عدالت در جامعه، اندیشه بهبود اوضاع اقتصادی را در اذهان عده‌ای از مردم شکل داد، اما گذشت زمان نشان داد که بسیاری از طرح‌های اقتصادی دولت ناکارآمد بوده و در عمل با شکست مواجه شده است. نگاهی به تیترها و مطالب مطرح شده در روزنامه شرق در روزهای تبلیغات نشان می‌دهد که شرق با تمرکز بر روی مشکلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به مقابله با نظم حاکم در جامعه پرداخته است. مثلاً کاریکاتور شرق در اولین روز تبلیغات سبد کالایی به شکل قفس است و درون این سبد اقلام ضروری مثل نان و گوشت قرار دارد و فردی در کنار سبد ایستاده و تلاش می‌کند تا دستش را به محتویات سبد برساند. عنوان کاریکاتور این جمله است: "دولت به کارمندان سبد کالا می‌دهد."

شرق همچنین در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۶ خبری از زبان رئیس سازمان بازرسی کل کشور با این تیتراژ: "پرونده‌های زیادی مانند پرونده فساد اخیر در دستور کار ماست" مطرح کرده و می‌نویسد: "ممکن است اختلاس سه هزار میلیاردی به عنوان رکورد شکن ترین اختلاس تاریخ ایران رقبایی پیدا کند" همچنین در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۷ شرق در صفحه اقتصادی خود خبری را از زبان وزیر اقتصاد نگاشته و این‌گونه تیتراژ زده است: "اقتصاد ایران جزو ۲۰ اقتصاد برتر دنیاست" اما در همین صفحه تیتراژ سایر اخبار اقتصادی به گونه‌ای گزینش شده که ادعای وزیر را نقض می‌کند.

شرق در پوشش اخبار سیاسی هم به مسائل برآمده از دل اختلافات و تضادها پرداخته است. یکی از این موارد اختلاف میان دولت و مجلس بر سر حوزه اختیارات رئیس جمهوری بود. نویسنده سرمقاله شرق در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۷ با عنوان "یک انحلال، یک تأسیس" به مسئله حدود و اختیارات رئیس جمهوری در قانون اساسی و تشریح اصل ۱۱۳ قانون اساسی و مواد و تبصره‌های آن پرداخته است و در پایان به طور ضمنی ضرورت اصلاح قانون اساسی را گوشزد می‌کند.

خبر سیاسی دیگری که شرق در اولین روز تبلیغات پوشش داده اختلافات میان دولت و مجلس است. این روزنامه در صفحه سیاست خود ابتدا به بخشی از سخنان علی مطهری در یکی از نشست‌های خبری‌اش اشاره کرده و این‌گونه تیتیر زده است: "انتقادات من از دولت به دلایلی مثل قانون‌گریزی است". یعنی اشاره ضمنی به اختلافات میان دولت و مجلس. در زیر همین خبر نیز با تیتیر "مجلس در رأس امور است مربوط به گذشته است" و تشریح اظهارات میرتاج الدینی؛ معاون رئیس جمهوری به بخش اصلی این اختلافات از زبان یکی از اعضای قوه مجریه اشاره کرده است. باز هم در زیر این خبر از زبان احمد توکلی یکی از نماینده‌های مجلس این‌گونه تیتیر زده شده است: "اظهارات میرتاج الدینی آغاز جنجال جدید است".

در زمینه سیاست خارجی نیز شرق در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۶ عکس صفحه یک خود را پیرامون این تیتیر انتخاب کرده است: "در نشست رایزنی ۷۰ کشور مطرح شد درخواست آتش بس فوری در سوریه" که در شرح عکس نیز افراد حاضر در عکس معرفی شده‌اند: "عبدالله بن زاید آل نهیان؛ وزیر امور خارجه امارات در حال رایزنی با همتای ترکیه‌ای اش احمد داوود اوغلو". در متن خبر هم به این موارد اشاره شده است "دبیر کل اتحادیه عرب دیروز در جلسه افتتاحیه اجلاس دوستان سوریه طی سخنانی بار دیگر از شورای امنیت سازمان ملل خواست با دخالت خود آتش بس فوری اعلام کند". احمد داوود اوغلو هم "خواستار راهی برای آنچه که "جلوگیری از فجایع بیشتر می‌خواند" در سوریه شد". هیلاری کلینتون وزیر خارجه آمریکا هم در این اجلاس "از کشورهایی که هم‌چنان از اسد حمایت می‌کنند یا سلاح در اختیارش می‌گذارند، خواست فوراً این کار را به دلیل نجات جان شهروندان متوقف کنند".

خبر دیگری که شرق در شماره‌های مختلف به آن پرداخته خبر مربوط به تعیین رئیس دانشگاه آزاد بود. مثلاً در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۷ در صفحه جامعه خود این دو خبر را پوشش داده است: "حداد عادل: تکلیف دانشگاه آزاد در روزهای آینده مشخص می‌شود" و "سخنگوی کمیسیون آموزش و تحقیقات مجلس: شورای انقلاب فرهنگی نباید در تعیین رئیس دانشگاه آزاد دخالت کند".

شرق با اصرار بر پیگیری این خبر طی چند روز، در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۹ تقریباً تمام صفحه جامعه خود را به برکناری جاسبی و روی کار آمدن دانشجو به همراه ۴ عکس از این رویداد اختصاص می‌دهد. تیتیر خبر "سونامی دانشجو" است. عکس اول صحنه حضور جاسبی در جلسه را نشان می‌دهد، در عکس دوم برادران دانشجو در دو طرف جاسبی نشست‌اند و در حال

صحبت با او هستند. عکس سوم جاسبی را با چهره‌ای متفکر نشان می‌دهد و در عکس چهارم جاسبی به صورت نیم خیز در حال بلند شدن از روی صندلی است و برادران دانشجوی او را با لبخند تماشا می‌کنند.

عکس و تیتراژ یک شرق در همین تاریخ نیز به دریافت جایزه اسکار اصغر فرهادی اختصاص دارد. عکس تقریباً تمام نیم صفحه اول و بخشی از نیم صفحه دوم را فرا گرفته و در سایر فضاها نیز پیام تبریک افراد مختلف پیرامون این رویداد چاپ شده است. جمشید انصاری؛ نماینده فراکسیون اصلاح‌طلبان مجلس در این باره گفته: "سخنان اصغر فرهادی در مراسم دریافت اسکار زبان حال مردم ایران بود." بخشی از سخنان فرهادی که در شرق پوشش داده شده بود این جملات هستند: "آن‌ها (مردم ایران) خوشحال هستند به خاطر آنکه در زمان صحبت از اربع جنگ و تبادل جملات تهدیدآمیز و حملات سیاست‌مداران به یکدیگر، نام کشورشان به واسطه فرهنگ باشکوهش به میان می‌آید. یک فرهنگ باستانی و غنی که در غبار سنگین سیاست پنهان است."

شرق، با پوشش مناظره میان کاندیداهای اصولگرایی طرفدار دولت و منتقد دولت و برجسته کردن اختلاف‌های موجود در دیدگاه‌های آنها، آرای خود را از زبان کاندیدای اصولگرایی بیان می‌کند که پیرامون برخی مسائل دارای نقاط مشترکی با اصلاح‌طلبان است: علی مطهری نامزد جبهه صدای ملت منتقد دولت که گاهی متفاوت با سایر اصولگرایان عمل می‌کرد.

شرق در خبری که از ملاقات آیت الله هاشمی رفسنجانی با رئیس و اعضای شورای هماهنگی جبهه اصلاحات در تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۴ منتشر کرده با بیان مشکلات حاکم بر جامعه از زبان آیت الله هاشمی رفسنجانی به نقد عملکرد دولت می‌پردازد. در این خبر آمده است: "آیت الله هاشمی رفسنجانی با تأکید بر لزوم دستیابی به راه حل‌های سازنده برای برون‌رفت از برخی مشکلات، تجدید نظر در برخی روش‌ها و مدیریت داخلی و نیز عدم دشمن تراشی در خارج از کشور را خواستار شد" و "متأسفانه امروز مبارزه ندیده‌ها، مبارز شده‌اند، جبهه نرفته‌ها و جنگ ندیده‌ها تحلیل‌گر دوران دفاع مقدس شده‌اند و سرد و گرم نچشیده‌های انقلاب و مبارزه ندیده‌ها که تازه به دوران رسیده‌اند گذشته‌ها را زیر سؤال می‌برند"

با این تفاسیر، چارچوب مورد نظر شرق در جریان این انتخابات و مفاهیمی که با توجه به این چارچوب مطرح شده، در جهت منفعل نشان دادن مردم در انتخابات به خاطر رویارویی آنها با

انبوه مشکلات است. در واقع شرق موضوع انتخابات مجلس نهم را در حاشیه قرار داده و با پرداختن به موضوع‌های دیگری مثل جایزه اسکار اصغر فرهادی موضع انتقادی خود را به تصویر کشیده و انتخابات اخیر را در زمره رویدادهای کم‌اهمیت گنجانده است.

شرق نیز همچون هر رسانه دیگری از جهت‌گیری به دور نبوده است. این روزنامه با توجه به ایدئولوژی حاکم بر گفتمان‌ش نقاط ضعف دولت، مشکلات موجود در کشور و اختلاف نظر میان اصولگرایان را گزینش کرده و به آنها پرداخته است. البته شرق رسانه‌ای تک صدا نبوده و کاملاً عقیدتی و ایدئولوژیک عمل نکرده است مثلاً ضمن حمایت از علی مطهری خبر شکایت بسیج دانشگاه شریف از وی را نیز پوشش می‌دهد (۱۳۹۰/۱۲/۱۰).

با توجه به اینکه شرق و رسالت دو گفتمان کاملاً متفاوت را در جریان انتخابات مجلس نهم به تصویر کشیده‌اند، امکان تطبیق اخبار (در نظر گرفتن رویدادی واحد و مقایسه نحوه پوشش آن در این دو روزنامه) وجود نداشت، تنها در خبر مربوط به سخنان خطیب نماز جمعه تهران این امکان برای محقق فراهم شد:

روزنامه شرق	روزنامه رسالت
تیترا	تیترا
سید احمد خاتمی: کسی حق ندارد در رأس امور بودن مجلس را خنثی کند .	آیت الله سید احمد خاتمی: مردم باشکوه‌تر از انتخابات قبلی پاسخ دشمن را می‌دهند .
رفتارهای نادرست کاندیداها (شوه دهی و خرید رأی) .	شر مطلق بودن استکبار به سرکردگی آمریکا و خیر مطلق بودن ایران .
استفاده ابزاری برخی از کاندیداها از نام امام و رهبری .	شکست قطعی دشمنان .
اختلافات میان دولت و حکومت .	حضور پر شور مردم در انتخابات .

با توجه به محدودیتی که به آن اشاره شد، برای درک بهتر وجود اختلاف‌های ایدئولوژیک در این دو روزنامه به مفاهیمی که به خاطر همین تمایز به شکلی متفاوت چارچوب‌بندی شده‌اند اشاره می‌شود:

شرق	رسالت
بهار عربی یا جنبش دموکراسی خواهی (۱۳۹۰/۱۲/۷) - تیترا خبر: حماس و ایران) .	بیداری اسلامی به تأسی از مردم سالاری دینی حاکم در ایران (۱۳۹۰/۱۲/۷) - تیترا خبر: حضور پرشور در انتخابات افتخار دیگری را رقم می‌زد) .



<p>اتحادیه عرب نیز امروز به بازویی برای آمریکا تبدیل شده و سیاستهای آمریکا را در منطقه دنبال می کند. آمریکاییها و اعضای اتحادیه عرب اوضاع بحرین و جنایتهای آل خلیفه به کمک آل سعود را نادیده می گیرند اما در قضیه سوریه خود را مدام نگران این مردم این کشور قلمداد می کنند. (۱۳۹۰/۱۲/۱۰) - تیترا خبر: امتحان بزرگ امروز ملت ایران انتخابات است .</p>	<p>دبیرکل اتحادیه عرب دیروز در جلسه افتتاحیه کنفرانس "دوستان سوریه" طی سخنانی بار دیگر از شورای امنیت سازمان ملل خواست تا با دخالت خود آتش بس فوری اعلام کند... آخرین خبرهای دیروز حاکی از آن بود که سعود الفیصل هنگامی که در سخنانش بر مسئله کمکهای انسان دوستانه تأکید می کرد اعلام کرد این مسئله کافی نیست و از کنفرانس خارج شد. (۱۳۹۰/۱۲/۶) - تیترا خبر: درخواست آتش بس فوری در سوریه) -</p>
<p>جمهوری اسلامی طی ۳۳ سال نشان داده هر موقع تحت فشار سیاسی اقتصادی قرار دارد می تواند با برگزاری یک انتخابات قوی با مشارکت گسترده مردم خود را از این فشارها خارج کند و حتی در موضع فعال قرار گیرد. امروز شرایط داخلی و خارجی به گونه‌ای است که می‌توان کشور را در آستانه یک فتح الفتوح ارزیابی کرد. (۱۳۹۰/۱۲/۱۱) - تیترا خبر: مشارکت گسترده در انتخابات؛ راه اصلی دور زدن تحریمها) .</p>	<p>امروز مردم ما از بیکاری، گرانی و اوضاع تأسف بار رشوه در ادارات رنج می برند. وقتی من نماینده وضعیت گرانی را می بینم چگونه باید به مردم امید دهم که در انتخابات به صحنه بیایند. وضعیت اقتصادی عرصه را بر مردم تنگ کرده است. (سید رضا اکرمی؛ عضو جامعه روحانیت مبارز ۱۳۹۰/۱۲/۷) - تیترا خبر: دولت در حوزه اقتصاد سردرگم است) .</p>

بنابراین ایدئولوژی حاکم بر هر رسانه سبب می‌شود، یک رویداد مشابه با کنش‌گری یکسان به شکلی متفاوت پوشش داده شود.

### نتیجه‌گیری

قبل از ارائه نتیجه‌های به دست آمده با توجه به روش کیفی در پیش گرفته شده و سؤال اصلی این پژوهش، پرداختن به تاریخچه این دو روزنامه و شرایط گفتمان انتخابات مجلس نهم ضروری به نظر می‌رسد.

روزنامه رسالت منعکس‌کننده آرای طیفی از اصولگرایان است که بخش بزرگی از اعضای این طیف را حزب مؤتلفه تشکیل می‌دهد. اعضای این حزب به عنوان اصولگرایان سنتی در عرصه سیاست جایگاه برجسته‌ای دارند و بسیاری از آنها جزء عناصر مؤثر بازار و نهادهای اقتصادی مهم مثل صندوقهای قرض‌الحسنه نیز هستند. این روزنامه طی روزهای قانونی تبلیغات در اخبار خود سخنرانی برخی از نامزدهای جبهه متحد اصولگرایی را پوشش داده است.

روزنامه شرق، روزنامه اصلاح‌طلبی است که با پیش‌زمینه‌ای از فعالیت روزنامه‌نگاران اصلاح-طلب در دهه ۷۰ و به سردبیری محمد قوچانی منتشر گردید. این روزنامه به دلیل داشتن مشی

انتقادی نسبت به سیاستهای رسمی کشور چند بار توقیف شد. پوشش دادن سخنان وکیل زهرا کاظمی در جریان دادگاه و خبر نامه اعتراضی نمایندگان مجلس ششم به مقام رهبری پس از رد صلاحیت گسترده آنها از مواردی هستند که توقیف این روزنامه را به همراه داشتند. آخرین مورد، انتشار کاریکاتوری با عنوان "چشم‌بندان" بود که محمد رحمانیان و احمد غلامی به ترتیب مدیرمسئول و سردبیر این روزنامه در جریان این کاریکاتور توقیف بودند.

این روزنامه در جریان انتخابات مجلس نهم، سرمقاله انتخاباتی نداشت و در مورد اخبار انتخاباتی خود کوشیده بود تا از اختلاف نظرهایی که به آنها اشاره شد بهره بگیرد و به طور ضمنی آرا و نظرات گفتمان اصلاح طلبی را از طریق پرداختن به موضوعهای مورد اختلاف میان اصولگرایان، منعکس کند.

به طور کلی وجوه گفتمان رسالت (اصولگرایی) عبارتند از:

- مبارزه و مقابله با ظالم و همدردی با مظلوم
- صدور انقلاب و آگاهی بخشیدن به ملت‌های مظلوم و مسلمان برای مبارزه با ظالمان .
- عدالتخواهی و ترویج مناسبات ساده زیستی .
- رهایی از استکبار، طاغوت و استعمار .
- آخرت گرایی و پشت پا زدن به دنیا .
- اتخاذ رسالت جهانی در دفاع از مظلومان و مستضعفان جهان و جنگ با کفر جهانی .
- شر مطلق بودن استکبار به سرکردگی امریکا و غرب و خیر مطلق بودن جمهوری اسلامی ایران به عنوان وارث حکومت ائمه .
- ترویج اقتصاد بازار آزاد و خصوصی سازی و کاهش تصدی‌گری دولت .

در اینجا اشاره‌ای هرچند کوتاه به تعبیر فوکو از قدرت ضروری به نظر می‌رسد. فوکو معتقد است مطبوعات در جامعه در حال اعمال قدرت هستند و قدرت شبکه‌ای است که همه در آن گرفتارند و آنچه که مطبوعات در جامعه مطرح می‌سازند، عملاً نوعی اعمال قدرت است که از

طرف صاحبان و دست اندرکاران آنها به منصفه ظهور رسیده است. از این منظر نشریات از هر جناحی که باشند در حال اعمال قدرت و تثبیت روابط خاصند. آنها حتی جایی که از قدرت رسمی به دورند به تولید سرمایه فرهنگی و در نتیجه تغییر سلیقه و ذائقه افراد مشغول هستند که در زمان خود می‌توانند به بازتولید بافت سیاسی، اجتماعی و دانش زمینه‌ای مورد نظر بینجامد. (فوکو)

### منابع فارسی

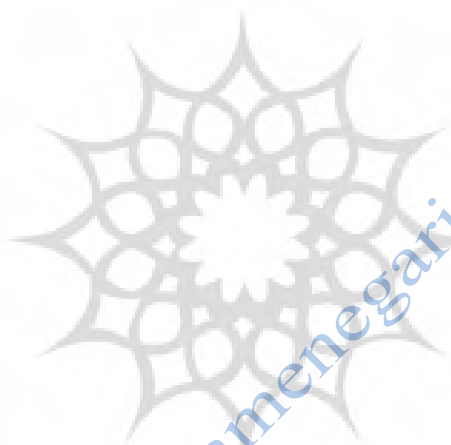
- آقاگل‌زاده، فردوس (۱۳۸۵). تحلیل گفتمان انتقادی؛ تکوین تحلیل گفتمان در زبان - شناسی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
- خانیکی، هادی (۱۳۸۱). قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات. تهران: طرح نو.
- دفلور، ملوین لارنس (و) دنیس، اورت. ای (۱۳۸۳). شناخت ارتباطات جمعی. ترجمه سیروس مرادی. تهران: دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
- سلطانی، علی اصغر (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان و زبان. تهران: نی
- استریت، جان (۱۳۸۴). رسانه‌های فراگیر، سیاست و دموکراسی. ترجمه حبیب‌اله فقیهی نژاد. تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران
- فرکلاف، نورمن (۱۳۷۹). تحلیل انتقادی گفتمان. ترجمه فاطمه شایسته پیران و دیگران. تهران: مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۹). نظریه‌های رسانه؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری

### مقاله

- فاضلی، محمد (۱۳۸۳). تحلیل گفتمان. پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی. شماره ۱۵
- انتمن، رابرت. ام (۱۳۷۲). شکل‌گیری پوشش اخبار بین‌المللی آمریکا؛ تضادها در نقل اخبار سانحه هواپیمای کره و ایران. فصلنامه پژوهش و سنجش. سال اول، شماره اول.

منابع انگلیسی

- ..... ۱۹۹۵ .....
- ..... ۲۰۰۷ .....
- ..... ۱۹۹۹ .....
- ..... ۹۹... ۱ .....



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

<http://www.rooznamenegarielectronic.ir/>