



ایران تکان خورد رسانه نه

تحلیل محتوای ۲۰ روزنامه و ۴ خبرگزاری در ماجرای بنزین

انجمن صنفی روزنامه‌نگاران
استان تهران

به نام خداوند جان و خرد



یافته‌های چند خطی

پیش از اینکه این تحقیق را آغاز کنیم با برداشت‌های اولیه بر این باور بودیم که پوشش خبری ناآرامی‌های پس از افزایش قیمت بنزین در رسانه‌ها بسیار حداقلی و عملکرد آنها کاملاً منفعلانه بوده و حتی تحت‌تاثیر قطع شدن اینترنت قرار گرفته است؛ برداشت و رویکردی که در تحلیل‌های اولیه در فضای رسانه‌ای کشور نیز به گوش می‌رسید. گردآوری داده‌ها و کدگذاری آنها نشان داد رسانه‌ها در پوشش حوادث و رویدادهای آبان ۹۸ از نظر عملکرد کلی، منفعل نبوده‌اند و فراوانی مطالب در تعدادی از آنها آنچنان زیاد بود که فرایند کدگذاری را بر خلاف پیش‌بینی‌های اولیه زمان‌بندی اجرای پروژه، طولانی‌تر کرد اما اینکه می‌گوییم عملکرد رسانه‌ها منفعلانه نبوده آیا به معنای این است که عملکرد مطلوبی داشته‌اند؟ به نظر نمی‌رسد پاسخ این پرسش مثبت باشد. نکته‌های چندخطی زیر را که در واقع اهم یافته‌های ماست، بخوانید:

✓ صدای مسلط در رسانه‌ها در فرایند پوشش خبری موضوع این تحقیق، صدای نهادهای رسمی بوده است و در مقابل صدای نهادهای غیررسمی مانند انجمن‌ها و تشکل‌ها، اصناف، احزاب و کارشناسان به عنوان صدای فرعی با شدت کم و بسیار پراکنده به گوش می‌رسد. در میان جریان‌های سیاسی، صدای اصولگرایان مسلط بوده و صدای اصلاح‌طلبان با شدتی به مراتب کمتر در مجموع رسانه‌ها انعکاس داشته و آنچه بوده عمدتاً از طریق اصلاح‌طلبان حاضر در مجلس و شورا به گوش رسیده است.

✓ یافته‌ها به طور روشن تایید می‌کند، روزنامه‌نگاری در پوشش رسانه‌ای وقایع آبان ۹۸ منتظر اعلام نظر نهادهای رسمی مانده و از تحلیل و تبیین ابعاد مختلف موضوع، اتخاذ استراتژی رسانه‌ای مناسب، تولید و انتشار روایت‌های اختصاصی و نیز نزدیک‌شدن به موضوع در میدان، ناتوان بوده است. سرگردانی در نحوه مواجهه رسانه‌ای با وقایع آبان ۹۸ در رویکرد محتوایی رسانه‌ها آشکار است.

✓ در عملکرد رسانه‌هایی که برای تولید و پوشش خبری، تلاش‌هایی کرده‌اند هم شرایط چندان مطلوبی دیده نمی‌شود و در شیوه انعکاس و صورت‌بندی مطالب، انتخاب تیترها و استفاده از عکس، محافظه‌کاری بر آنها غالب است و پرسشگری کم‌سو و بی‌رمق.

✓ توجه به ابعاد اجتماعی افزایش قیمت بنزین، در عملکرد رسانه‌ها، صدایی بسیار ضعیف و نارسا داشته و تحت‌تاثیر ابعاد بیشتر سیاسی و کمتر اقتصادی به حاشیه رانده شده است و جز در شمار اندکی از مطالب برخی رسانه‌ها دیده نمی‌شود. برای مثال یکی از مقوله‌های مورد بررسی در کدنامه این تحقیق، توجه به ناآرامی‌ها از زاویه «فقر و فرودستان» بود، اما فراوانی به دست آمده در مجموع مطالب بسیار کم بود بنابراین یافته‌ها معنادار تشخیص داده نشد و ارائه اطلاعات این بخش ذیل یک مقوله مجزا ممکن نشد. همین‌گونه است انعکاس مطالبات مردم؛ با وجود اینکه شماری از تحلیلگران کوشیده‌اند در نوشتار و گفتار صدایی برای انعکاس این مطالبات باشند اما در نهایت، صورت‌بندی گویا و مشخصی از این مطالبات را در مجموع محتوای مورد بررسی، شناسایی نمی‌توان کرد.

✓ یافته‌ها گویای ضعف شدید روزنامه‌ها در تولید محتوای اختصاصی است. روزنامه‌ها در جریان این حوادث، در واقع انتشاردهنده ثانویه خبرهای کلامی، بیانیه‌ها و اطلاعیه‌ها و مطالبی مانند آنها بوده‌اند که توسط روابط عمومی‌ها و خبرگزاری‌ها تولید و با کمترین تغییر در ساختار محتوایی و حتی تیتر، به همان شکل در صفحاتشان منتشر شده است.

✓ یافته‌ها نشان می‌دهد اعزام خبرنگار و عکاس به میدان از موضوعات فراموش شده و کاستی‌های حرفه‌ای مشترک در عملکرد رسانه‌هاست. نشانه روشن این ادعا را در فراوانی بسیار کم گزارش‌های میدانی و نیز وضعیت نگران‌کننده عکس در یافته‌های این تحقیق می‌توان سراغ گرفت. این وضعیت در حالی است که در گذشته و در حوادث دیگر عکاسان در بسیاری از موارد پیش از گزارشگران در میدان حاضر بودند اما در ماجرای اخیر، از غایبان اصلی صحنه به شمار می‌روند؛ بنابراین تصویر شفاف وقایع نه در متن و نه در عکس به درستی ثبت نشده است.

✓ در شماری از روزنامه‌ها به ویژه روزنامه‌های اصلاح‌طلب به طور معناداری نام و امضای نویسندگان مطالب، در مطالب مورد بررسی درج نشده است. این یافته دست کم در برداشت‌های اولیه نشان می‌دهد روزنامه‌نگاران شاغل در این روزنامه‌ها به دلایلی که اکنون برای ما روشن نیست، انگیزه کمتری برای انتشار نامشان در پوشش خبری این رویدادها داشته‌اند.

✓ روزنامه‌ها در پوشش خبری حوادث و رویدادها_ مشخصاً در ده روز مورد بررسی در این تحقیق_ بین حوادث تهران و استان‌ها، چون گذشته نگاهشان به تهران بوده است و اتفاقات در استان‌ها و شهرهای کوچک به رغم گستردگی وقایع و حوادث، پوشش مناسب و درخوری در روزنامه‌ها نداشته است اما در خبرگزاری‌ها توجه به وقایع استان‌ها و دیگر نقاط کشور با فراوانی و توجه بالاتری دیده می‌شود.

حرف اول

گزارش پیش رو، یافته‌های تحقیقی را ارائه می‌کند که با روش **تحلیل محتوا** انجام شده و طی آن عملکرد ۲۰ روزنامه سراسری و ۴ خبرگزاری در پوشش خبری حوادث و اعتراضات پس از افزایش قیمت بنزین در کشور در آبان ۹۸ بررسی شده است. تحلیل محتوا از روش‌های اسنادی است که به بررسی نظام‌مند، عینی و کمی پیام‌های ارتباطی می‌پردازد. مقوله‌های مورد بررسی در این تحقیق با حجم نمونه ۲۶۱۷ مطلب با موضوع اصلی سهمیه‌بندی و افزایش قیمت بنزین و رویدادهای وابسته به آن در روزنامه‌های مورد بررسی، **تمام‌شماری** شده و در بررسی عملکرد خبرگزاری‌ها روش **نمونه‌گیری سیستماتیک** (بر اساس ساعت) ملاک عمل بوده و یافته‌ها پس از کدگذاری، با استفاده از نرم‌افزار SPSS استخراج شده است. بازه زمانی مورد بررسی ۱۰ روز بوده است و از ۲۵ آبان ۱۳۹۸ یعنی اولین روز کاری پس از افزایش قیمت بنزین تا پایان روز پنجم آذر ماه همین سال یعنی یک روز پس از برگزاری راهپیمایی مردم تهران را شامل می‌شود. یافته‌های این تحقیق در سه بخش ارائه شده است:

- ۱ پوشش رسانه‌ای اعتراضات: یک تصویر کلی
- ۲ رویکرد رسانه‌ها: اعتراض، اغتشاش و صدای مردم
- ۳ حرف آخر: پرسش‌های تازه

به سفارش انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران

تهیه‌کننده و پژوهشگر شیده لالمی

گروه همکاران ناصر پوررضا، مهدی نوروز، مطهره خردمندان

- این گزارش در سه بخش و ۴۵ اسلاید ارائه شده است.

پرسش‌های اصلی



- ۱ رویکرد رسانه‌ها به وقایع پیامد افزایش قیمت بنزین چه بوده؟
- ۲ صدای مسلط در بازتاب رسانه‌ای چه بوده است؟ صدای نهادهای رسمی (شامل دولت و دیگر بخش‌های حکومت)؟ صدای غیررسمی (شامل صدای مردم، نهادهای مدنی و کارشناسان؟)
- ۳ رسانه‌ها اعتراضات پس از افزایش قیمت بنزین را چقدر به رسمیت شناخته‌اند؟
- ۴ جهت‌گیری رسانه‌ها به خود مقوله افزایش قیمت بنزین چه بوده است؟ از این تصمیم سران سه قوه چقدر حمایت کرده‌اند و چقدر انتقاد؟
- ۵ رسانه‌ها در پوشش رسانه‌ای اعتراضات و حوادث پس از آن چقدر «نزدیک» به حوادث بوده‌اند؟



پوشش رسانه‌ای اعتراضات

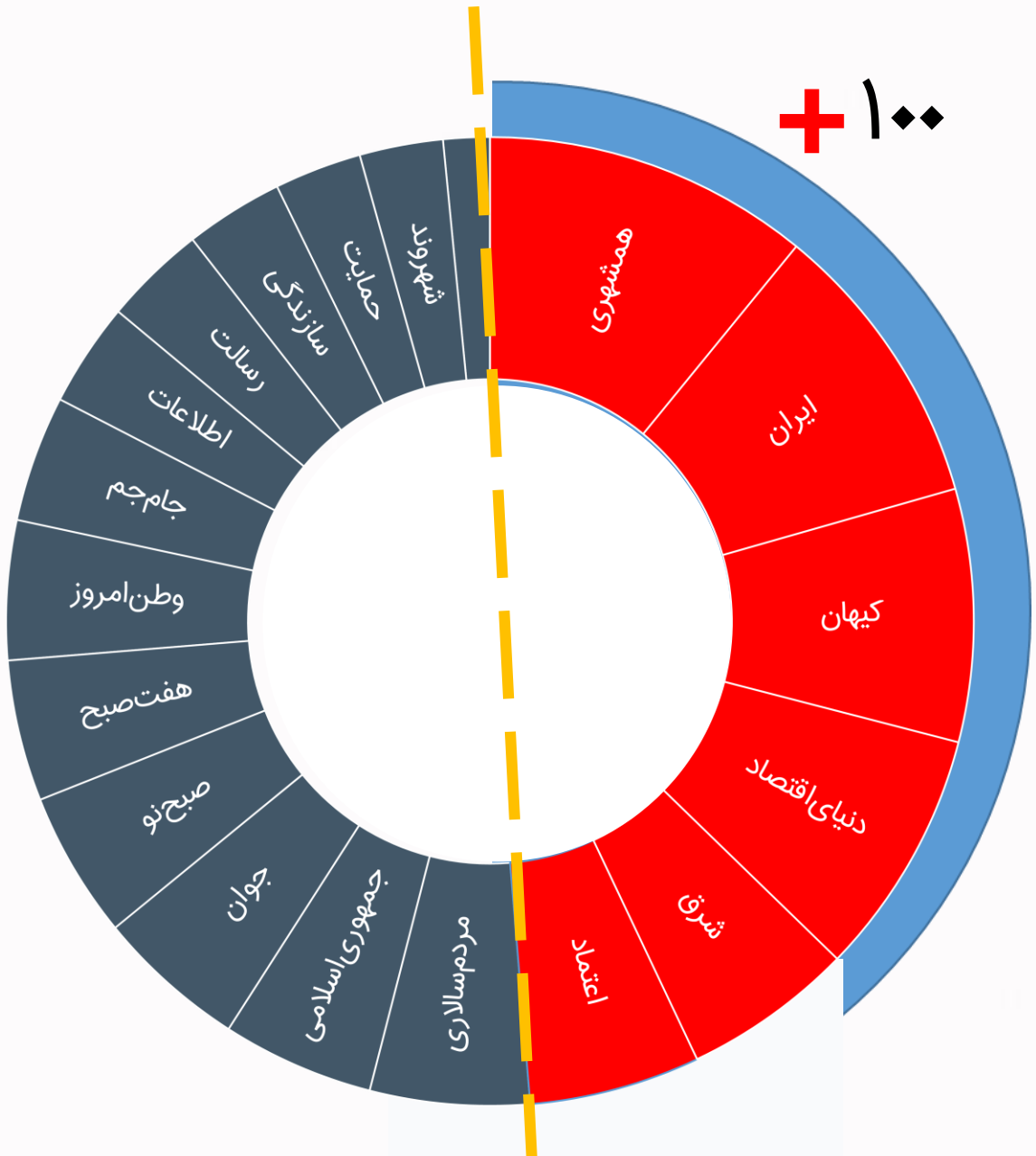
یک تصویر کلی

جدول فراوانی تک‌مطلب درباره بنزین، منتشر شده در روزنامه‌ها

روزنامه	فراوانی	درصد
همشهری	۱۷۶	۱۰,۹
ایران	۱۵۶	۹,۷
کیهان	۱۳۶	۸,۴
دنیای اقتصاد	۱۳۳	۸,۲
اعتماد	۹۲	۵,۷
شرق	۹۲	۵,۷
مردم‌سالاری	۸۶	۵,۳
جمهوری اسلامی	۸۲	۵,۱
جوان	۸۱	۵,۰
صبح‌نو	۷۹	۴,۹
هفت‌صبح	۷۶	۴,۷
وطن‌امروز	۷۵	۴,۶
جام‌جم	۶۸	۴,۲
اطلاعات	۵۶	۳,۵
رسالت	۵۵	۳,۴
سازندگی	۵۳	۳,۳
حمایت	۴۷	۲,۹
شهروند	۴۵	۲,۸
فرهیختگان	۲۵	۱,۵
جمع کل	۱۶۱۳	۱۰۰,۰

*یافته‌ها بر اساس تمام‌شماری

در مجموع روزنامه‌های مورد بررسی روزنامه **همشهری** با فراوانی ۱۷۶ مطلب بیشترین تعداد مطالب را با موضوع بنزین و رویدادهای وابسته به آن منتشر کرده و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های **ایران**، **کیهان** و **دنیای اقتصاد** با فراوانی بیش از یکصد مطلب قرار دارند. کمترین تعداد مطالب در روزنامه‌های **حمایت**، **شهروند** و **فرهیختگان** مشاهده شده است.

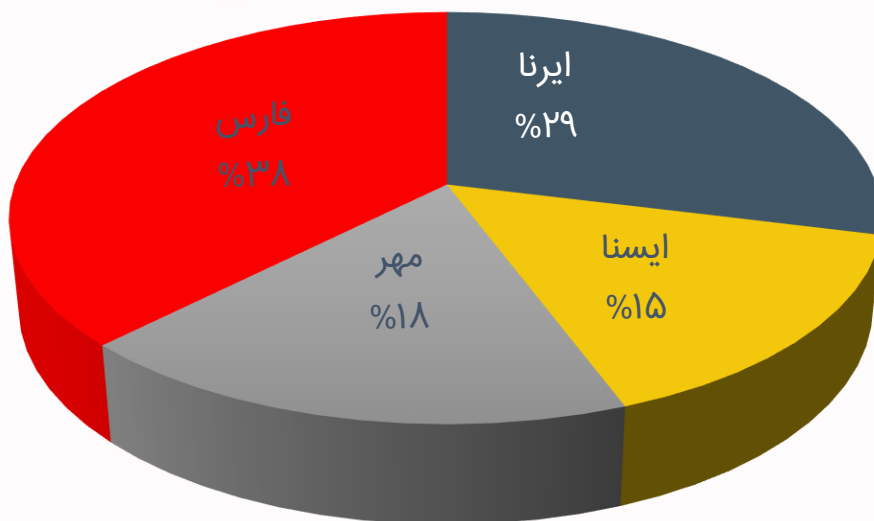


یافته‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد روزنامه‌های **همشهری**، **ایران**، **کیهان**، **دنیای اقتصاد**، **شرق** و **اعتماد** تقریباً نیمی از کل مطالبی که در ۱۰ روز مورد بررسی با موضوع بنزین اعتراضات و سایر حوادث پیرامون آن در کل روزنامه‌ها منتشر شده را پوشش داده‌اند.

جدول فراوانی تک‌مطلب منتشر شده درباره بنزین در خبرگزاری‌ها

خبرگزاری	فراوانی	درصد
فارس	۳۷۷	۳۷,۵
ایرنا	۲۹۰	۲۸,۹
مهر	۱۸۲	۱۸,۱
ایسنا	۱۵۵	۱۵,۴
جمع کل	۱۰۰۴	۱۰۰,۰

*یافته‌ها بر اساس نمونه‌گیری سیستماتیک

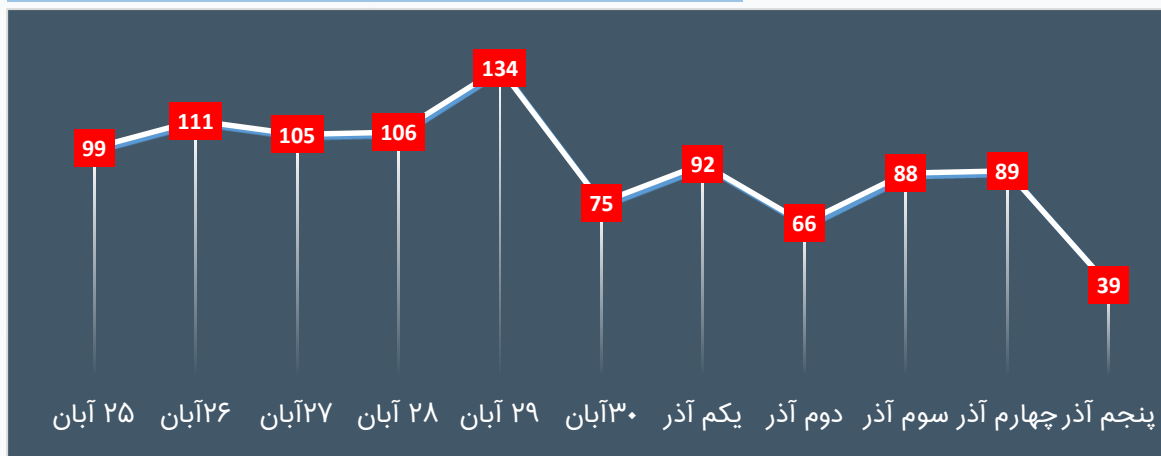


یافته‌های این تحقیق درباره عملکرد خبرگزاری‌ها در پوشش اخبار و رویدادهای مربوط به بنزین نشان می‌دهد خبرگزاری **فارس** از نظر تعداد بیشترین تعداد اخبار را پوشش داده و پس از آن به ترتیب خبرگزاری‌های **ایرنا، مهر و ایسنا** قرار گرفته‌اند.

خبرگزاری فارس از دومین روز پس از آغاز اعتراضات و در پی آن ناآرامی‌ها، پوشش خبری گسترده‌ای از وقایع جاری با **اولویت خبری** رویدادهای استان‌ها داشته و عملکرد این خبرگزاری تا آخرین روز مورد بررسی از نظر **تعداد تولید مطلب** (که عمدتاً مبتنی بر تولید خبر بوده)، **سرعت انتشار و جغرافیای خبر**، تفاوت معناداری با سایر خبرگزاری‌ها مورد بررسی در این تحقیق را نشان می‌دهد.

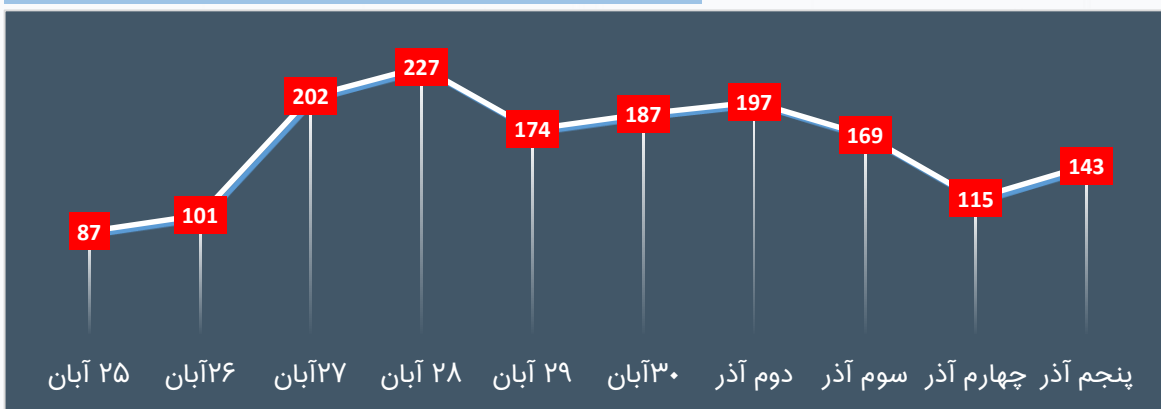
حجم پوشش به تفکیک روزها

منحنی فراوانی پوشش خبری خبرگزاری‌ها به تفکیک روزها



*یافته‌ها بر اساس نمونه‌گیری سیستماتیک

منحنی فراوانی پوشش خبری روزنامه‌ها به تفکیک روزها



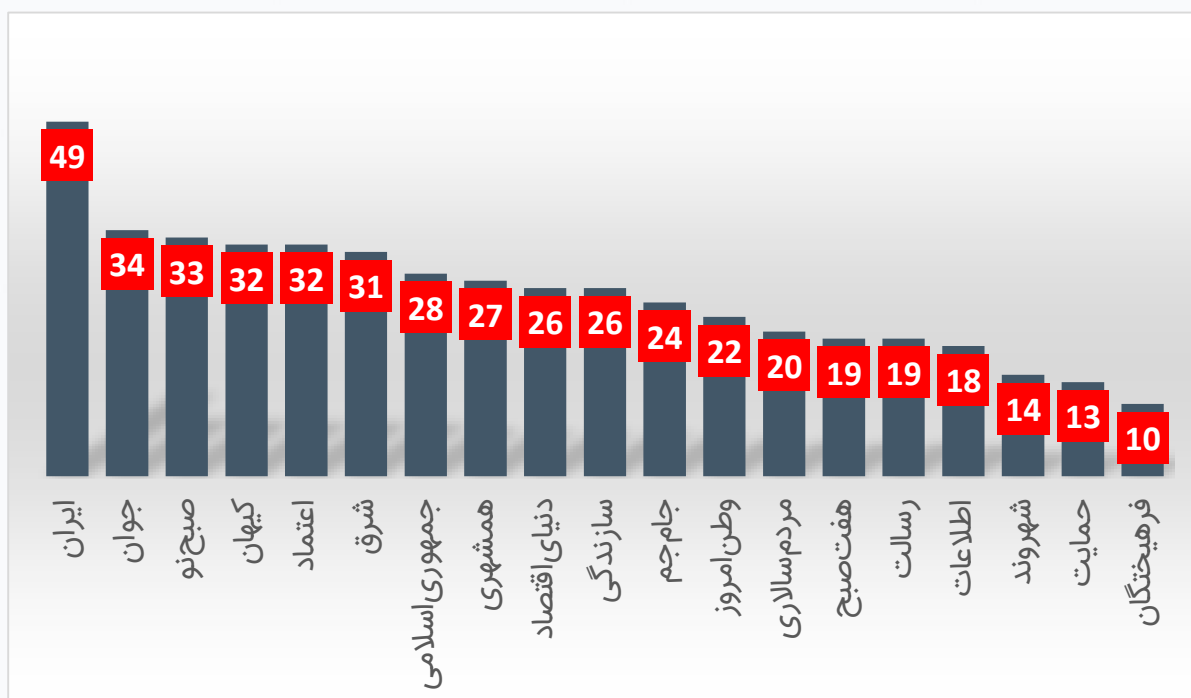
*یافته‌ها بر اساس تمام‌شماری

منحنی پوشش خبری افزایش قیمت بنزین و حوادث مرتبط با آن در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها تقریباً **خط سیر مشابهی** دارد. با این تفاوت که پس از چهارم آذر و برگزاری راهپیمایی تهران فراوانی اخبار مربوط به بنزین و حوادث مرتبط با آن در خبرگزاری‌ها رو به کاهش می‌گذارد اما در روزنامه‌ها این منحنی افزایشی می‌شود و اگر بازه زمانی گردآوری داده‌ها را افزایش بدهیم _ این را کنترل کرده‌ایم اما یافته‌های روزهای بعد در اینجا ارائه نشده است _ خط سیر این منحنی با کمی تغییرات همین مسیر را طی می‌کند. در واقع از این زمان به بعد روزنامه‌ها تحلیل درباره موضوع و بررسی ابعاد مختلف آن را آغاز کرده‌اند و خبرگزاری‌ها به پوشش خبری عادی خود بازگشته‌اند.

جدول فراوانی تیترا یک در روزنامه‌ها با موضوع بنزین و حوادث مرتبط با آن

درصد	فراوانی	نام
۱۰,۳	۴۹	ایران
۷,۱	۳۴	جوان
۶,۹	۳۳	صبح‌نو
۶,۷	۳۲	کیهان
۶,۷	۳۲	اعتماد
۶,۵	۳۱	شرق
۵,۹	۲۸	جمهوری اسلامی
۵,۷	۲۷	همشهری
۵,۵	۲۶	دنیای اقتصاد
۵,۵	۲۶	سازندگی
۵,۰	۲۴	جام‌جم
۴,۶	۲۲	وطن امروز
۴,۲	۲۰	مردم‌سالاری
۴,۰	۱۹	هفت‌صبح
۴,۰	۱۹	رسالت
۳,۸	۱۸	اطلاعات
۲,۹	۱۴	شهروند
۲,۷	۱۳	حمایت
۲,۱	۱۰	فرهیختگان
۱۰۰,۰	۴۴۷	جمع کل

در مجموع روزنامه‌های مورد بررسی روزنامه‌های ایران، جوان و صبح‌نو بیشترین تعداد تیترا یک را به موضوع بنزین و رویدادهای وابسته به آن اختصاص داده‌اند و کمترین تعداد تیترا یک با موضوع بنزین و حوادث مرتبط با آن در روزنامه‌های شهروند، حمایت و فرهیختگان مشاهده شده است.

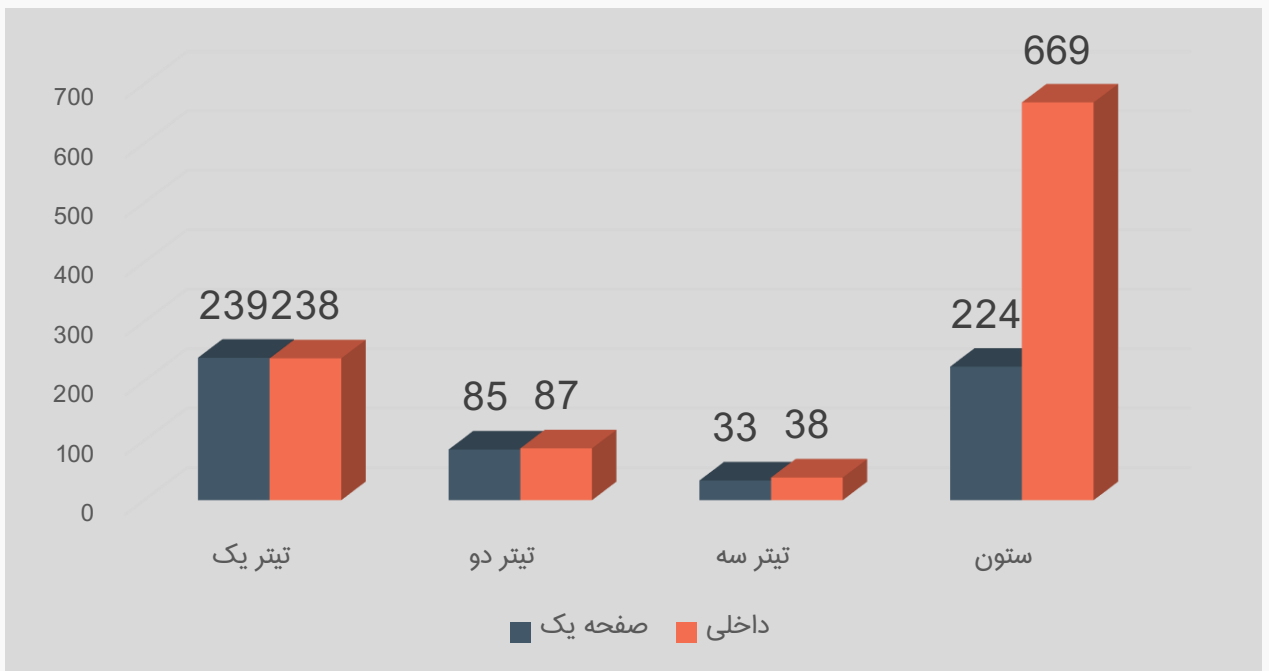


کدام صفحه؟

نکته مهم در ارتباط با تیترهای انتخابی برای موضوعات به ویژه در صفحه یک، استفاده فراوان رسانه‌ها از تیترهای نقلی و تعداد بسیار محدود تیترهای استنباطی است. این دست‌فرمان به ویژه در روزنامه‌ها نشان‌دهنده **محافظه‌کاری** آنهاست.



جانمایی مطالب بنزین به تفکیک تیتر در صفحه یک و صفحات داخلی



منابع مورد ارجاع در روزنامه‌ها

منبع	فراوانی	درصد
روزنامه*	۱۱۴۸	۷۱٪
ایسنا	۱۱۹	۷٪
سایر	۹۵	۵٪
فارس	۵۸	۳٪
ایرنا	۵۴	۳٪
مهر	۳۳	۲٪
روابط عمومی‌های دولتی	۲۷	۱٪
تسنیم	۲۶	۱٪
ایلنا	۲۰	۱٪
شبکه‌های اجتماعی	۱۷	۱٪
روابط عمومی نهادهای نظامی	۱۶	۰٪
جمع کل	۱۶۱۳	۱۰۰٪

*بخش عمده این مطالب برگرفته از منابع دیگر است که به نام روزنامه و بدون ذکر منبع منتشر شده است

با توجه به اینکه تعداد مطالب بدون منبع بسیار زیاد بوده است، اظهار نظر دقیق درباره اینکه کدام منابع خبری در دروازه‌بانی روزنامه‌ها بیشتر مورد توجه بوده‌اند به طور دقیق ممکن نیست اما بر اساس یافته‌ها می‌توان گفت به نظر می‌رسد **خبرگزاری ایسنا** در تعداد مطالبی که منبع آنها درج شده با ۱۱۹ مطلب و ۷ درصد کل ارجاعات منبع، بیشتر مورد توجه روزنامه‌ها بوده است.

۷۰٪

مطالب بدون منبع

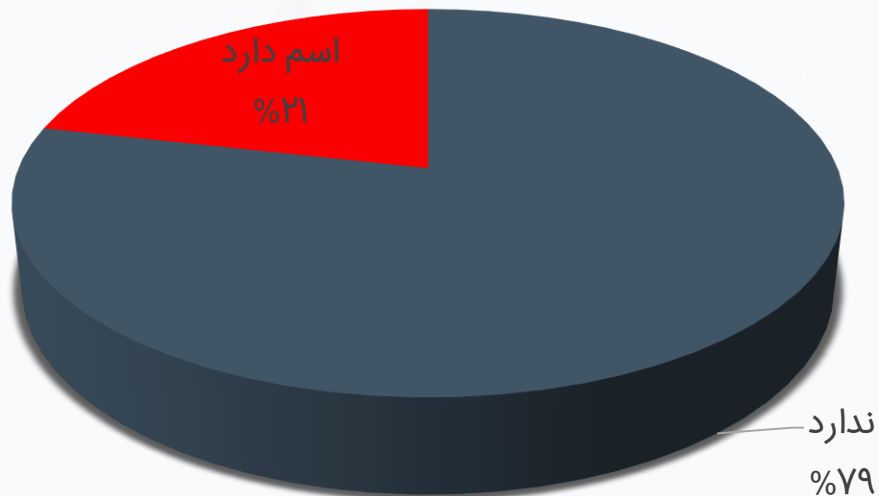
۳۰٪

مطالب تولیدی

از میان مطالبی که درباره بنزین، اعتراضات و حوادث مربوط به آن در روزنامه‌ها منتشر شده‌اند، ۷۱ درصد بدون ذکر نام هیچ منبعی منتشر شده‌اند. بخشی از این مطالب بیانیه‌ها و اطلاعیه‌های سازمان‌های عمومی، دولتی و نهادهای نظامی را هم شامل می‌شود اما منبع اصلی انتخاب منتشرکننده خبر در آنها مشخص نشده است. از میان ۷۱ درصد مطلب بدون منبع، ۷۰ درصد صرفاً گزینشی از اخبار منتشرشده در رسانه‌های دیگر بوده‌اند و تنها ۳۰ درصد تولیدی بوده‌اند. به این ترتیب اکثریت روزنامه‌ها (به جز چند روزنامه) در جریان پوشش خبری رویدادهای بنزین، پیرو محتوای تولیدی خبرگزاری‌ها و روابط عمومی‌ها بوده‌اند و فرایند حاکم بر محتوای منتشره در مطبوعات، **پوشش رویدادها به جای تولید، بدون ارزش افزوده تحلیلی یا تکمیلی** بوده است و تولید محتوا در مطبوعات به طور کلی، در وقایع پس از افزایش قیمت بنزین در کشور، با ابعاد سیاسی- اجتماعی فراگیر به شدت ضعیف ارزیابی می‌شود.

درج امضای نویسنده در روزنامه‌ها

درصد	فراوانی	امضا
۷۹	۱۲۶۷	ندارد
۲۱/۰	۳۴۶	اسم دارد
۱۰۰/۰	۱۶۱۳	جمع کل



درج امضای نویسنده به تفکیک روزنامه‌های اصلاح طلب و اصولگرا

جمع کل	امضا		روزنامه
	دارد	ندارد	
۶۴۸	۲۲۵	۴۲۳	اصولگرا
۹۶۵	۱۲۱	۸۴۴	اصلاح طلب
۱۶۱۳	۳۴۶	۱۲۶۷	

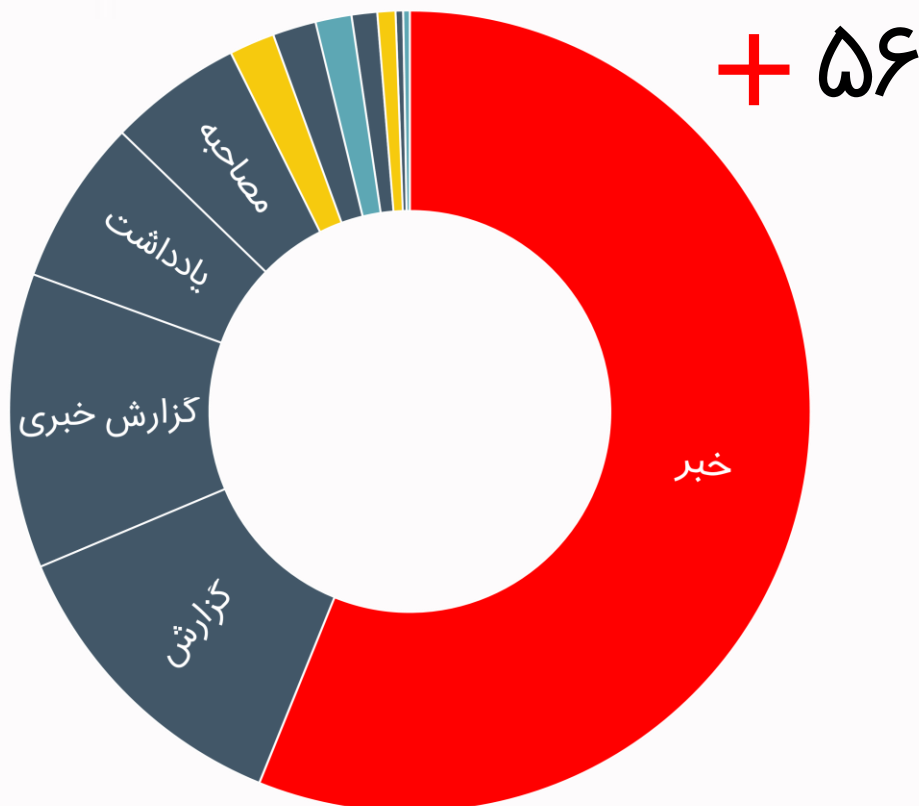
بخش عمده مطالبی که در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها درباره بنزین منتشر شده بدون ذکر نام یا به اصطلاح **امضای نویسنده** بوده و تنها ۱۴ درصد مطالب از نظر نویسنده اعلام هویت داشته است. از نظر درج امضا در میان روزنامه‌های اصولگرا و اصلاح طلب تفاوت معناداری وجود دارد: در روزنامه‌های اصولگرا تعداد بیشتری از گزارش‌ها با نام خبرنگاران منتشر شده در حالی که در روزنامه‌های اصلاح طلب بخش عمده گزارش‌ها بدون نام منتشر شده است و آن دسته از مطالبی که با امضا منتشر شده هم بیشتر شامل یادداشت‌ها و تحلیل‌های کارشناسان است. این یافته‌ها نشان می‌دهد خبرنگاران شاغل در روزنامه‌های اصلاح طلب به دلایلی که برای ما در این تحقیق روشن نیست، انگیزه کمتری برای درج نامشان داشته‌اند.

سبک محتوا

سبک مطالب در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها

سبک	فروانی	درصد
خبر	۱۴۶۹	۵۶٫۱
گزارش	۳۲۸	۱۲٫۵
گزارش خبری	۳۱۱	۱۱٫۹
یادداشت	۱۷۵	۶٫۷
مصاحبه	۱۴۱	۵٫۴
سرمقاله	۴۸	۱٫۸
تحلیل	۴۶	۱٫۸
اطلاعیه و بیانیه	۳۸	۱٫۵
گزارش میدانی	۲۷	۱٫۰
طرح و کاریکاتور	۱۹	۰٫۷
ویدئو	۸	۰٫۳
اینفوگرافیک	۷	۰٫۳
کل	۲۶۱۷	۱۰۰٫۰

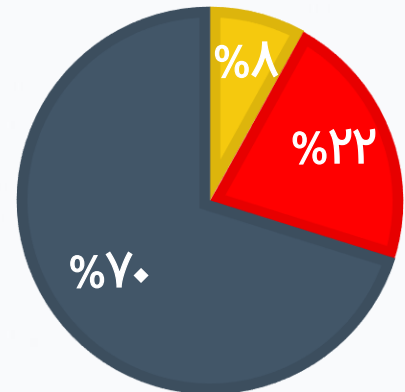
بیش از **۵۶ درصد** مطالبی که با موضوع بنزین و حوادث مربوط به آن منتشر شده در قالب خبر بوده یعنی چیزی بیش از نیمی از کل مطالب، حدود ۱۲ درصد در قالب گزارش خبری و کمی بیش از ۱۲ درصد در قالب گزارش سهم گزارش میدانی در کل رسانه‌ها تنها حدود ۱ درصد است که با توجه به ابعاد گسترده اعتراضات، **سهم یک درصدی گزارش‌های میدانی** نشان‌دهنده جاماندن رسانه‌ها از میدان، فقدان روایت‌های اختصاصی و پوشش حداقلی رویدادها با استناد به خبرهای دریافتی از منابع خبری دیگر است.



موضوعات؛ در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها

درصد	فراوانی	موضوع
۲۹	۷۶۵	افزایش نرخ بنزین
۱۴	۳۶۳	اغتشاش و آشوب
۱۳	۳۳۱	جلوگیری از تورم و کنترل قیمت‌ها
۸	۲۲۰	اعتراض مردم
۸	۲۰۷	راهپیمایی
۷	۱۸۵	دخالت کشورهای خارجی
۷	۱۷۳	قطعی اینترنت و اینترنت ملی
۵	۱۳۴	طرح معیشتی
۳	۷۲	شیوه اطلاع رسانی دولت
۳	۶۸	بازداشت‌شدگان
۲	۵۹	سایر
۱	۴۰	تخریب بانک‌ها و فروشگاه‌ها
۱۰۰,۰	۲۶۱۷	جمع کل

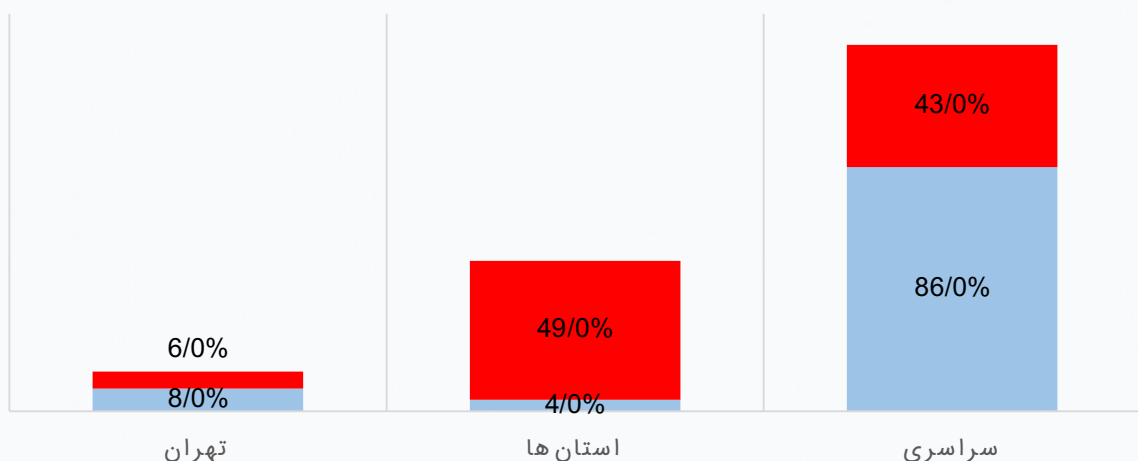
قلمرو موضوع در کل



■ سراسری ■ استان‌ها ■ تهران

در جدول بالا برجسته‌سازی موضوعات به ترتیب فراوانی آمده است. در مقوله‌بندی موضوعات دیگری از جمله کشته‌شدگان حوادث نیز بررسی شده بود اما به دلیل فراوانی محدود، یافته‌های به دست آمده معنادار تشخیص داده نشد و با ستون سایر ادغام شد. نکته مهم در پوشش خبری حوادث اینکه در کل سهم رویدادهای استان‌ها ۲/۷ برابر بیشتر از سهم پوشش خبری حوادث تهران بوده است. در این زمینه مشخصاً عملکرد خبرگزاری‌ها موثر بوده است و اکثریت **روزنامه‌ها**، این بار هم با وجود پراکندگی و گستردگی حوادث در کشور، رویدادهای **تهران را بیشتر در مرکز توجه** قرار داده‌اند. (نگاه کنید به درصد‌های نمودار پایین در همین صفحه)

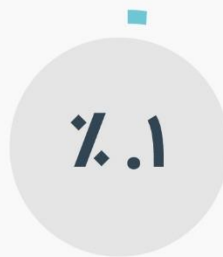
■ خبرگزاری‌ها ■ روزنامه‌ها



موضوع عکس



معترضان



نیروهای نظامی



عکس‌های آرشیوی



تخریب اموال عمومی



شخصیت‌ها



راهپیمایی



رویکرد رسانه‌ها

اعتراض، اغتشاش و صدای مردم

درباره یافته‌های این بخش

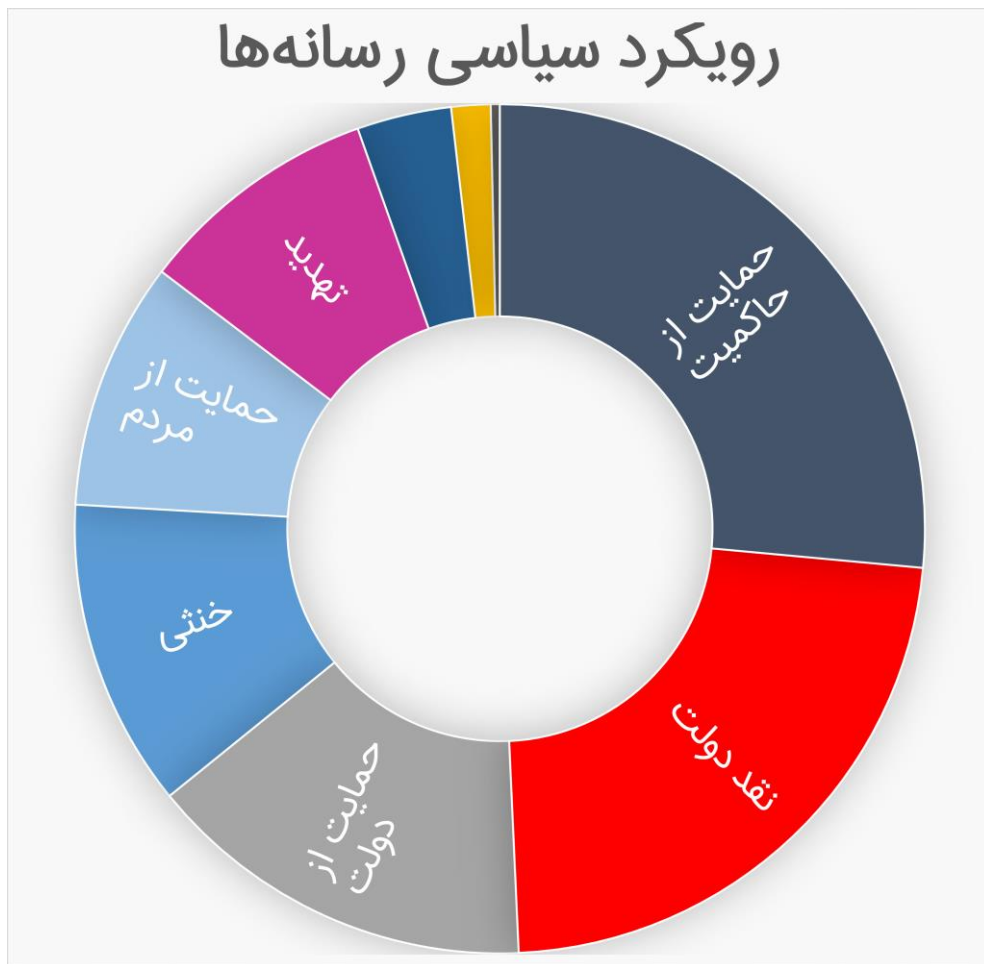
بخشی از فرایند کدگذاری و بررسی داده‌ها در این تحقیق به چگونگی برجسته‌سازی محتوایی رسانه‌ها_ در واقع رویکرد سیاسی‌شان به موضوع_ اختصاص پیدا کرد.

در جریان حوادث و رویدادهای پس از سهمیه‌بندی و افزایش قیمت بنزین دو رویکرد اصلی در ادبیات خبرسازان (گویندگان حقیقی و حقوقی خبر شامل مسئولان، کارشناسان، فعالان سیاسی، نهادها و ...) و محتوای رسانه‌ها (محتوای خبری، تحلیلی و ...) متمایز بوده است: ۱- آشوب و تخریب ۲- اعتراض.

ما تلاش کردیم علاوه بر اندازه‌گیری موضوعات اعتراض و آشوب در موضوعات اصلی که پیشتر در بخش یافته‌های موضوع در بخش اول این گزارش ارائه شد، خط اصلی رسانه‌ها را با توجه به برجسته‌سازی سیاسی این دو رویکرد نیز بررسی کنیم. این بررسی فراتر از موضوع اصلی شامل بررسی فحوای اصلی کلام با توجه به یکی از این دو رویکرد و به بیان ساده‌تر **بررسی گزاره سیاسی حاکم بر محتوا** بوده است. طبیعتاً بخشی از مطالب شامل هیچ یک از این دو رویکرد نبوده‌اند و از نمونه مورد بررسی در این بخش خارج شده‌اند، اما در بخشی که مشخصاً به انعکاس آنچه در این ده روز در خیابان‌های کشور گذشته اختصاص یافته بود، رویکرد اصلی رسانه‌ها و شیوه بازنمایی‌شان از این رویدادها به تفکیک ادبیات سیاسی آشوب یا اعتراض بررسی و یافته‌ها ارائه شده است.

در ادامه این بخش یافته‌های مهم درباره عملکرد رسانه‌هایی که از نظر عملکردی، فراوانی آماری بیشتری داشته‌اند و آمار مطالب آنها یا رویکرد رسانه‌ای‌شان برای استخراج یافته‌ها به صورت تفکیکی معنادار بوده ارائه شده است.

رویکرد سیاسی رسانه‌ها

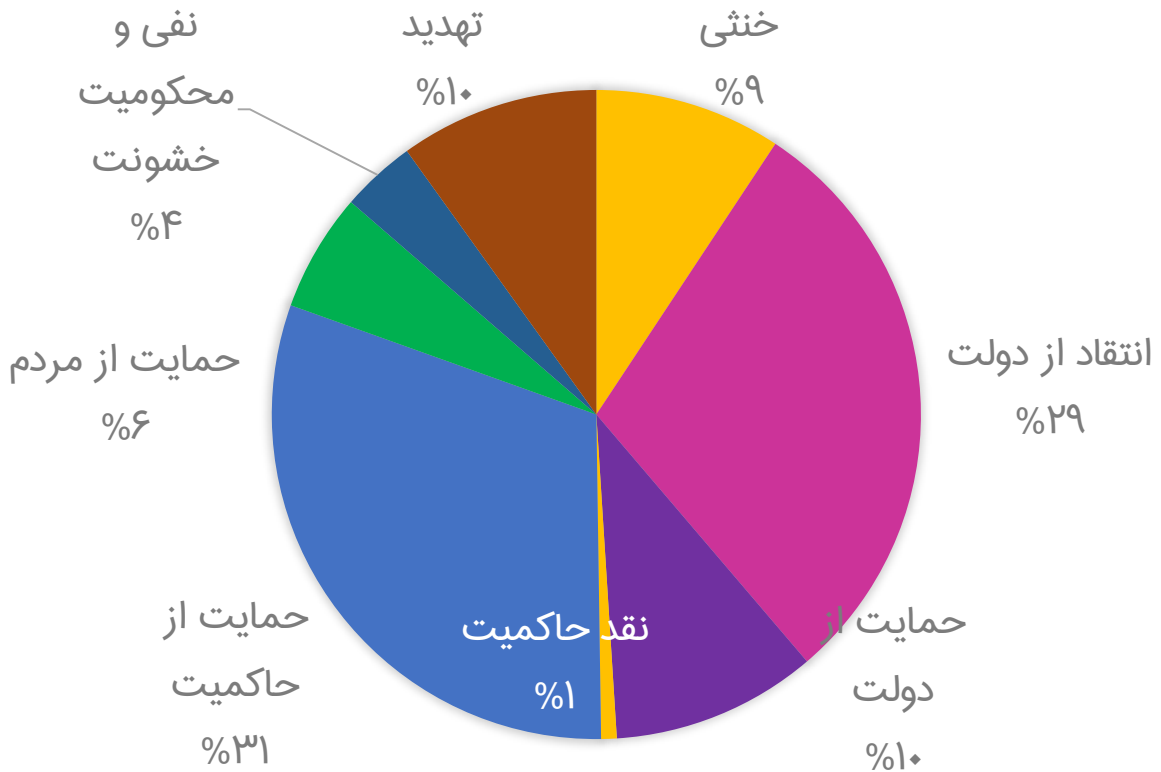


رویکرد سیاسی محتوای منتشره با موضوع بنزین و حوادث آن در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها

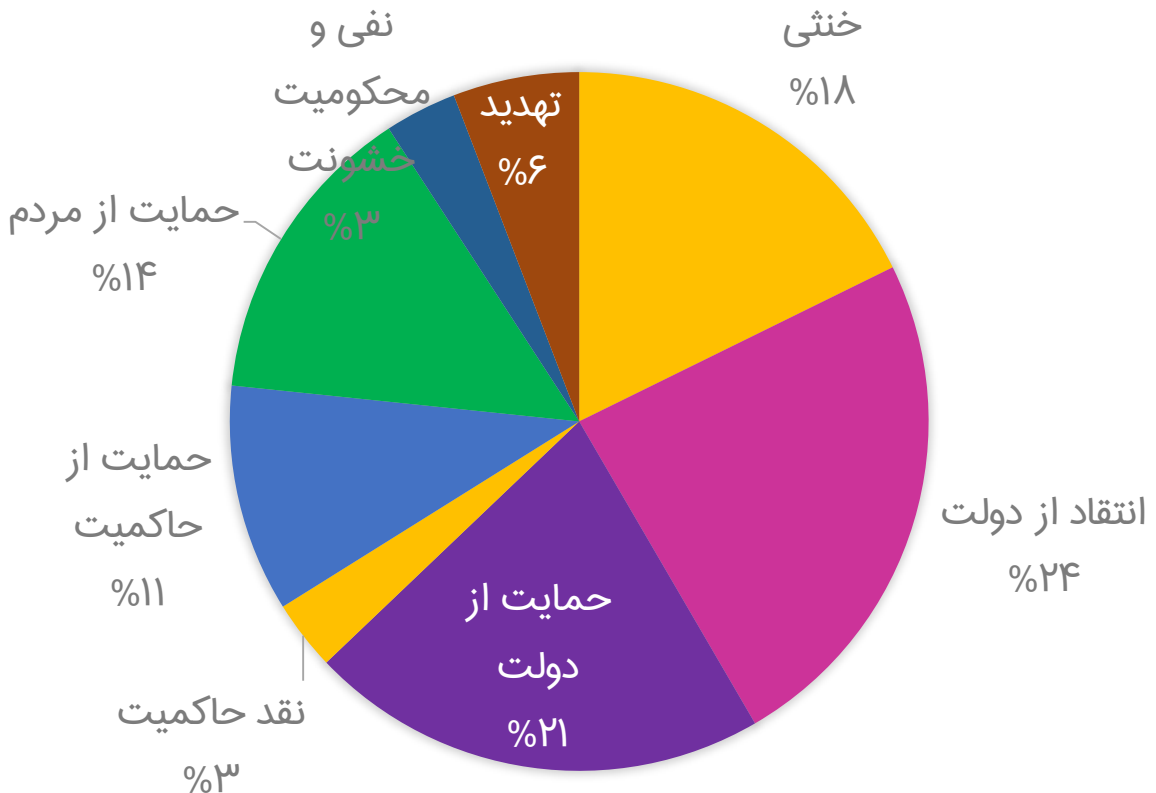
درصد	فراوانی	رویکرد
۲۶	۶۹۲	حمایت از حاکمیت
۲۳	۵۹۷	انتقاد از دولت
۱۵	۳۸۹	حمایت از دولت
۱۲	۳۰۷	خنثی
۹	۲۴۷	حمایت از مردم
۹	۲۴۱	تهدید
۴	۹۴	نفی و محکومیت خشونت
۲	۴۸	سایر
۱۰۰	۲۶۱۷	جمع

رویکرد روزنامه‌ها

اصولگرا



اصلاح طلب

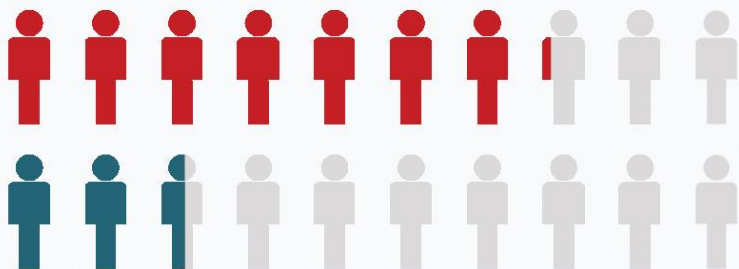


آشوب یا اعتراض

در حوادث مربوط به افزایش قیمت بنزین در آبان ۹۸ دو رویکرد اصلی محتوای رسانه‌ها را تحت تاثیر قرار داد: رویکردی که واکنش مردم را «اعتراضات مردمی» می‌دانست و رویکرد دومی که در بررسی واکنش مردم بر «آشوب‌گری» تاکید داشت.

از میان مطالب مورد بررسی، ۴۲ درصد به ناآرامی‌های پس از افزایش قیمت بنزین پرداخته‌اند.

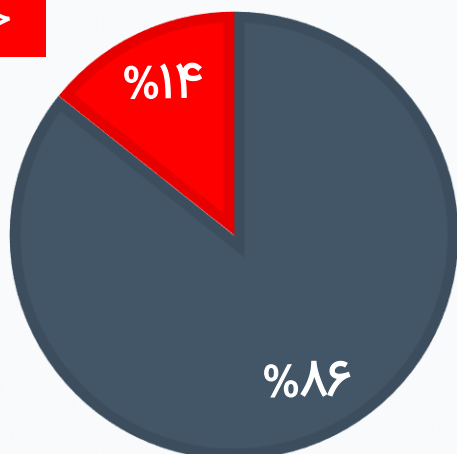
یافته‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد از مجموع مطالب مورد بررسی که به ناآرامی‌ها پرداخته‌اند ۷۳ درصد با رویکرد مسلط آشوب و تخریب منتشر شده و در مقابل در ۲۶ درصد مطالب منتشره، وقایع آبان از زاویه اعتراضات مردمی مورد توجه قرار گرفته است. در واقع رویکرد مبتنی بر خط آشوب و تخریب در برابر اعتراضات مردمی تقریباً ۳ برابر بیشتر در محتوای رسانه‌ها انعکاس داشته است (عدد دقیق ۲/۸) به این ترتیب صدای اعتراضات مردم و مطالبات آنها تحت تاثیر صدای مسلط آشوب و تخریب، خاموش شده یا ضعیف به گوش رسیده است.



آشوب و تخریب ۷۳٪

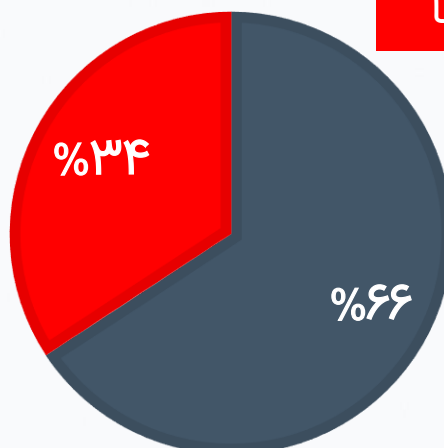
اعتراضات مردمی ۲۶٪

خبرگزاری‌ها

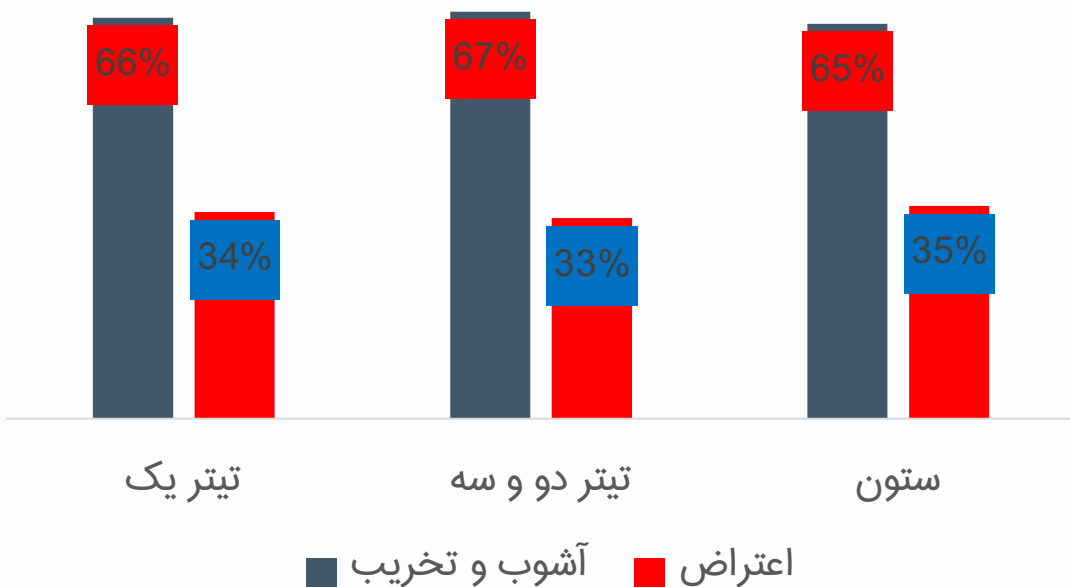
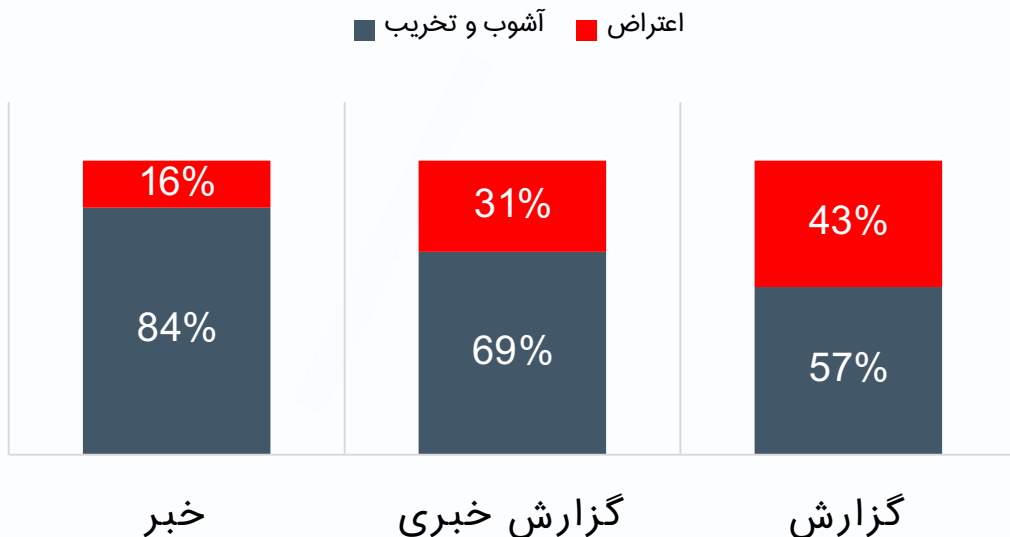


■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

روزنامه‌ها

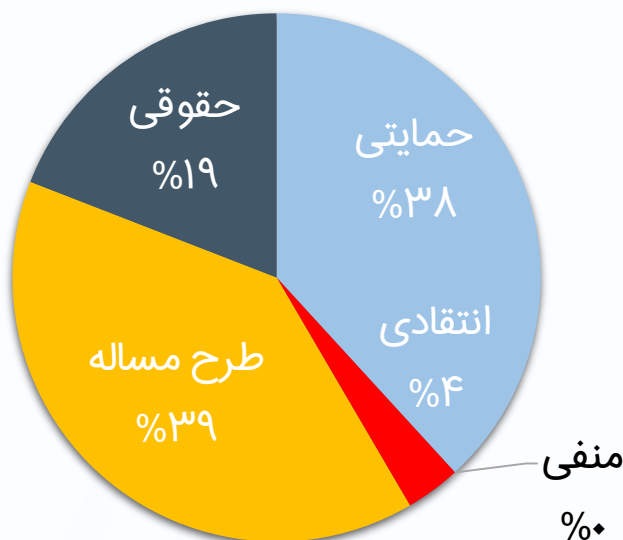


آشوب یا اعتراض



نحوه مواجهه با اعتراضات

حق اعتراض



رسانه‌هایی که به مساله حق اعتراض مردم پرداخته‌اند

اعتماد
ایران
همشهری
مردمسالاری
اطلاعات
شرق
هفت‌صبح
صبح‌نو
دنیای اقتصاد
کیهان
سازندگی
رسالت

ایسنا
ایرنا

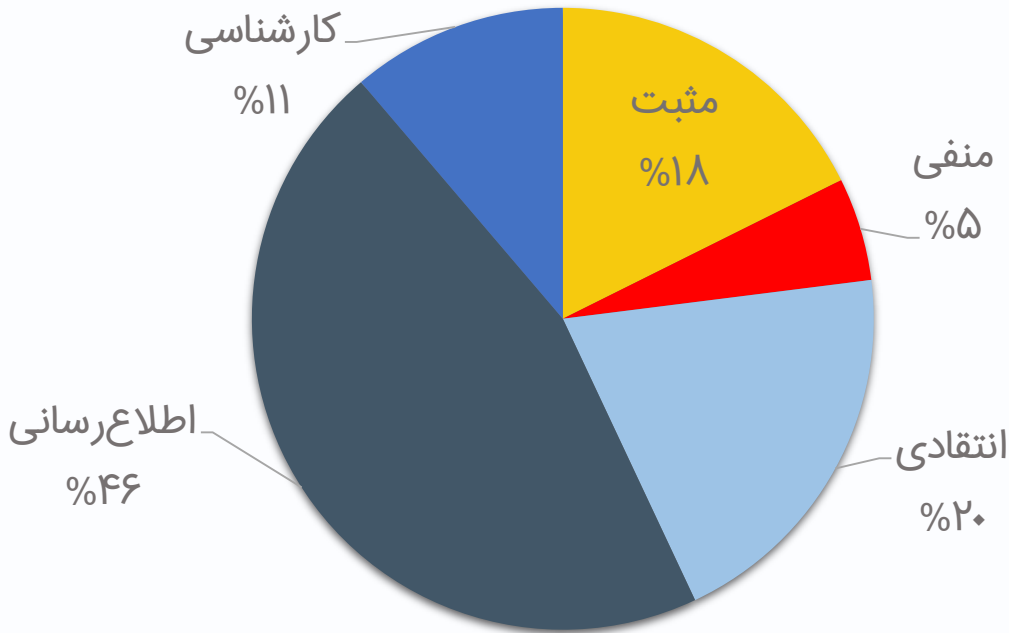
ممکن است پرسید، نحوه مواجهه با اعتراضات در رسانه‌ها چگونه بوده است؟ این موضوع مشخصاً با مفهوم «حق اعتراض» انعکاس داده شده است اما در بیشتر رسانه‌ها موضوع مغفول مانده است. ۱۹ درصد محتوا به بررسی ابعاد حقوقی حق اعتراض اختصاص یافته است. در ۳۹ درصد مطالب صرفاً طرح مساله شده و صورت‌بندی موضوع دچار محافظه‌کاری است و از این فراتر نرفته است. ۴ درصد به شیوه اعتراضات انتقاد کرده‌اند در عین اینکه حق اعتراض را برای مردم به رسمیت شناخته‌اند و گفته‌اند باید به این موضوع توجه شود. ۳۸ درصد با رویکرد حمایتی گفته‌اند باید از حق اعتراض مردم و طرح مطالبات آنها در چهارچوب قانون حمایت کرد و موانعی را در این زمینه کاهش داد و صدای اعتراضات را شنید. اسامی رسانه‌هایی که مشخصاً در این زمینه مجموعه مطالبی را (که از نظر آماری معنادار بودند) در ۱۰ روز مورد بررسی منتشر کرده‌اند، به ترتیب (از زیاد به کم با توجه به میزان تولید محتوا- اعتماد بیشترین مطلب) را در همین صفحه می‌بینید.

به دلیل فراوانی پایین موضوع (زیر ۱۰۰ مطلب) از ارائه آمار خودداری شده است.

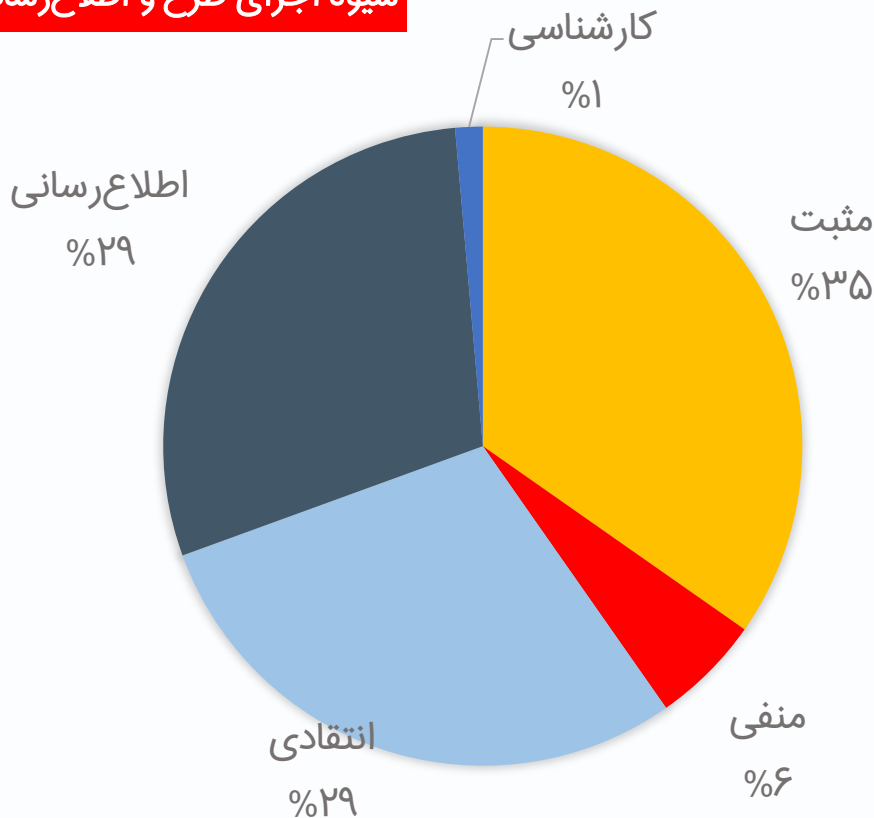
جهت‌گیری به موضوع

کل رسانه‌ها: روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها

افزایش نرخ بنزین



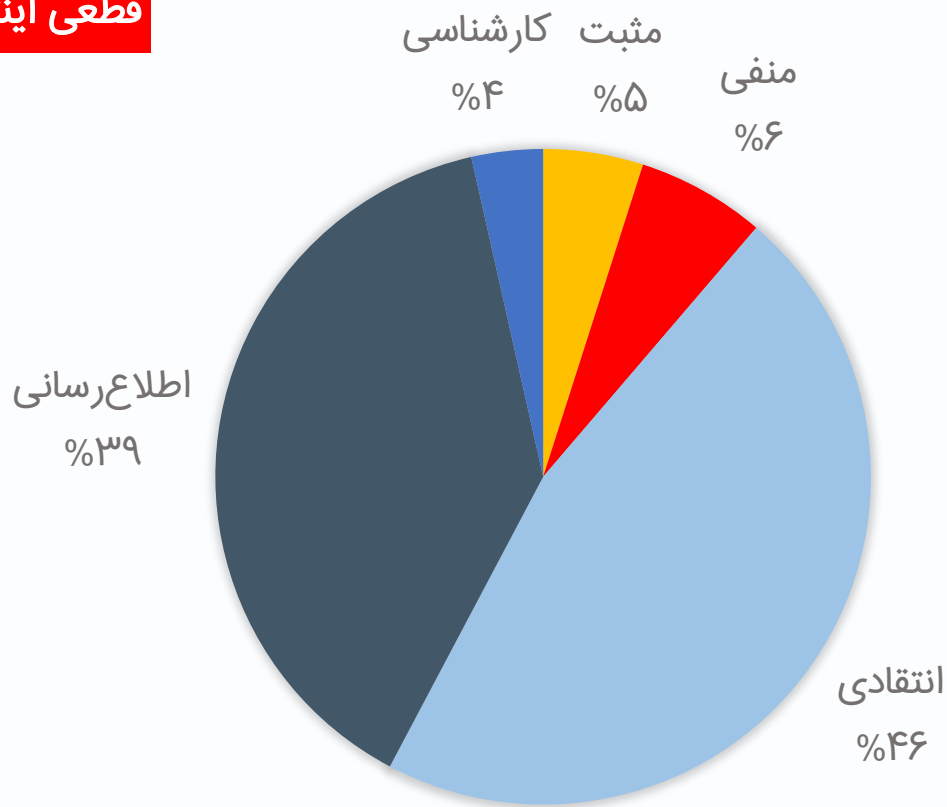
شیوه اجرای طرح و اطلاع‌رسانی دولت



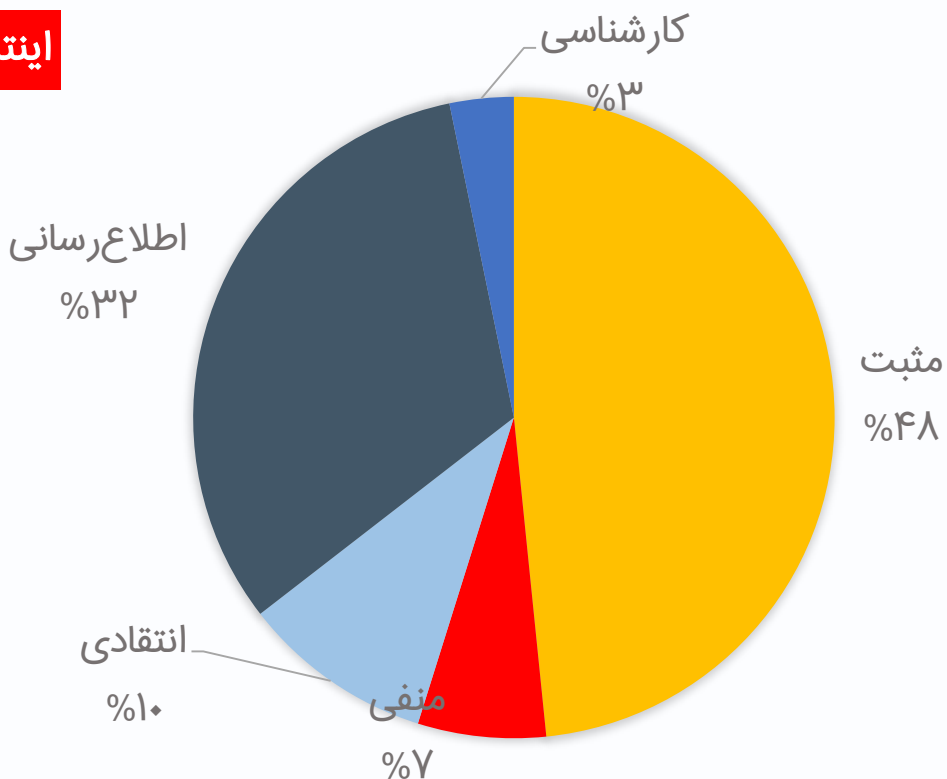
جهت‌گیری به موضوع

کل رسانه‌ها: روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها

قطعی اینترنت



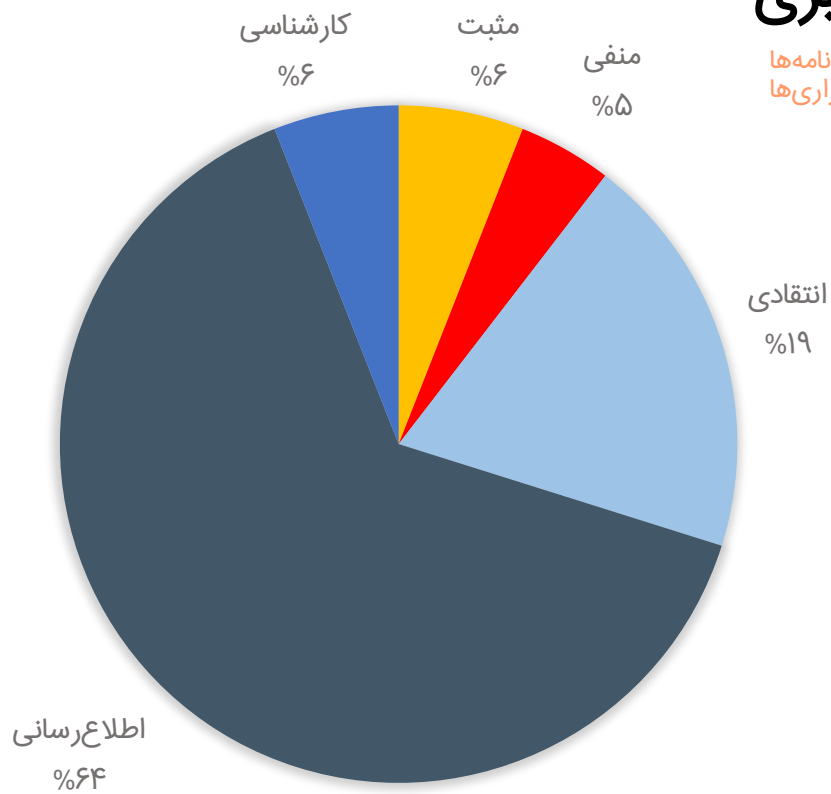
اینترنت ملی



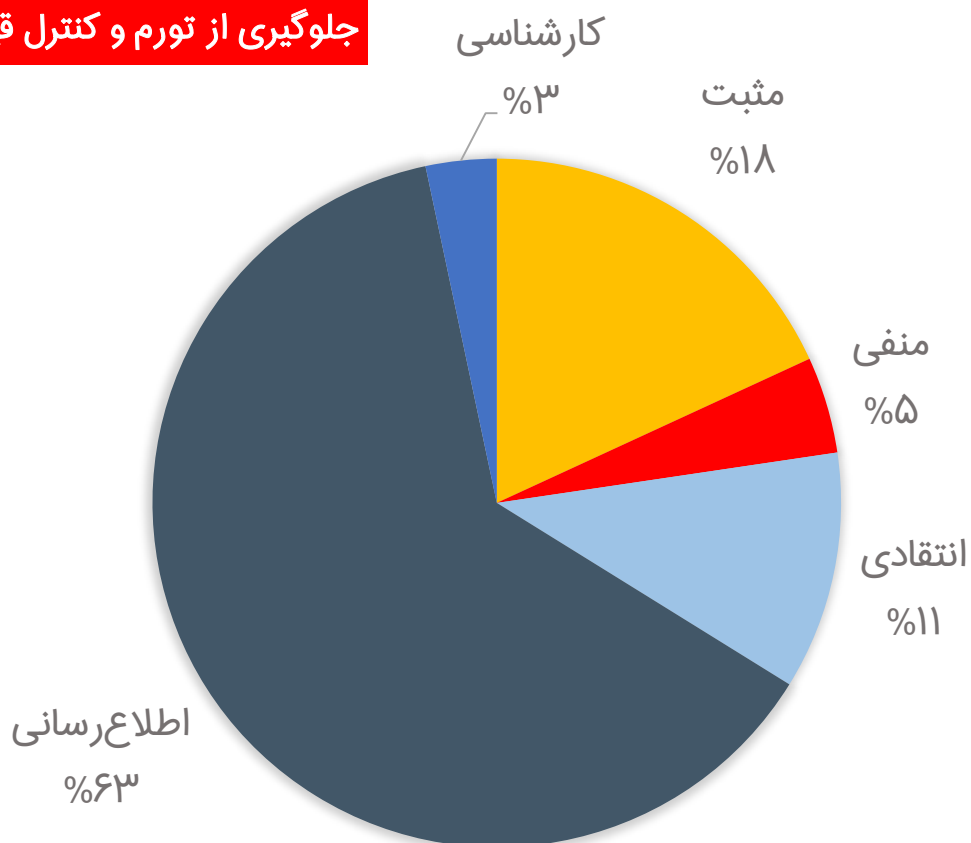
جهت گیری

کل رسانه‌ها: روزنامه‌ها
و خبرگزاری‌ها

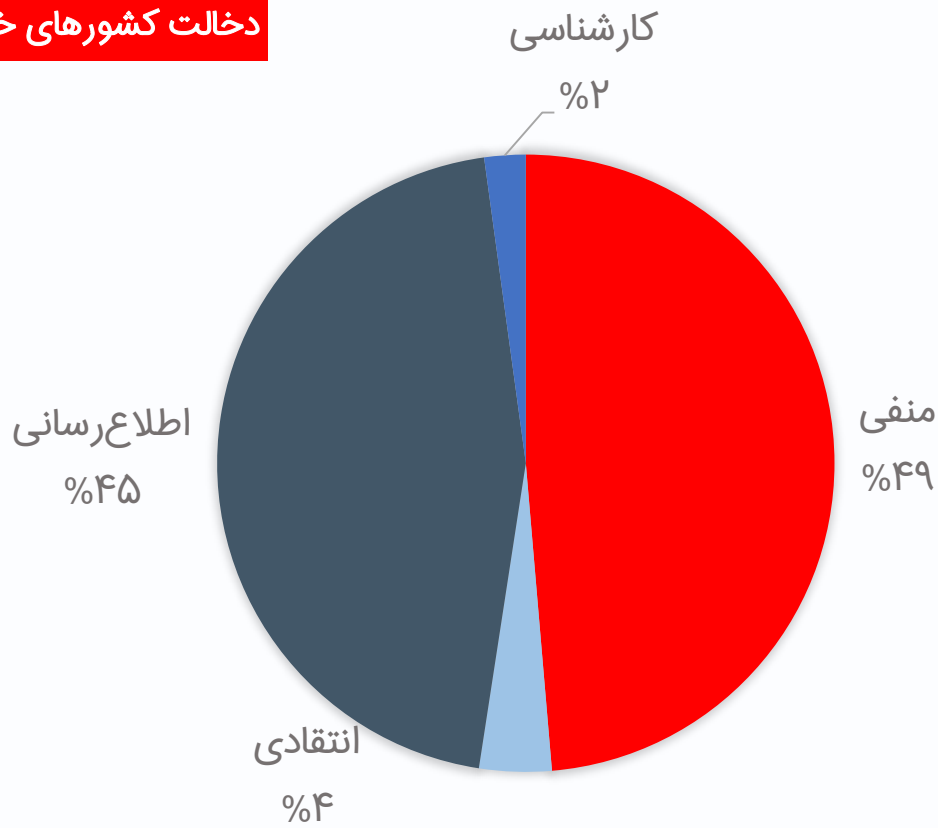
طرح معیشتی



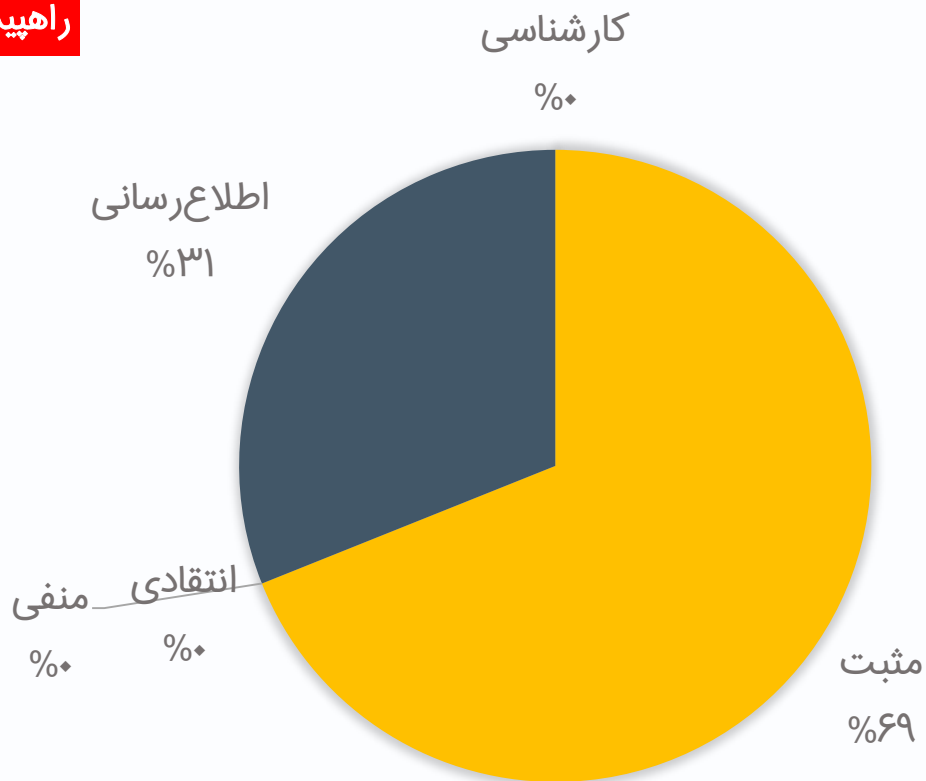
جلوگیری از تورم و کنترل قیمت‌ها



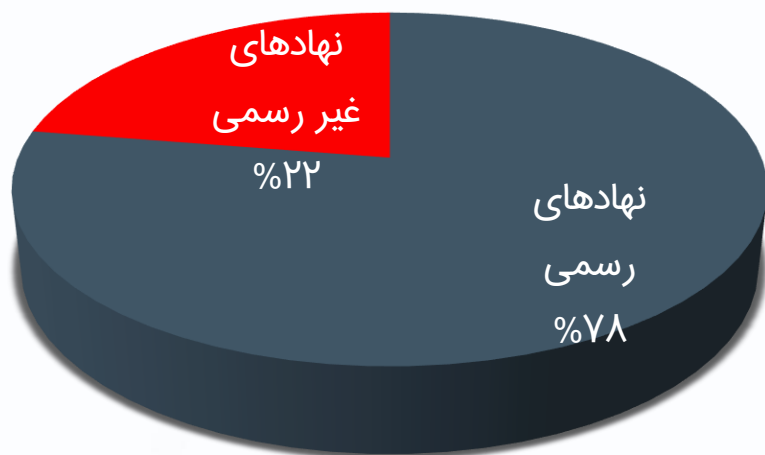
دخالت کشورهای خارجی



راهپیمایی

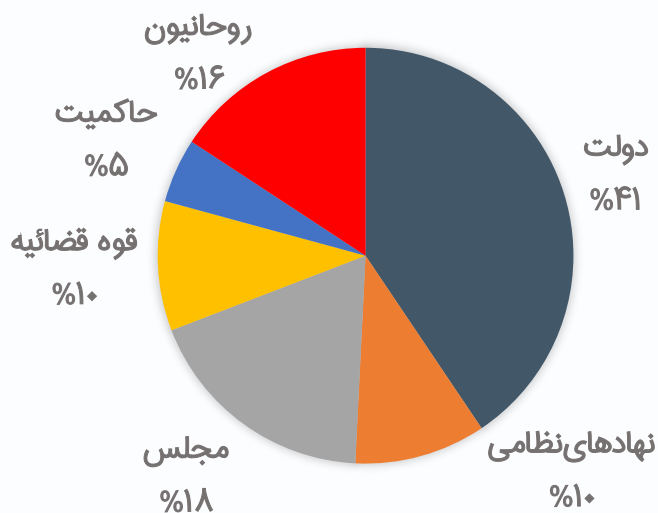
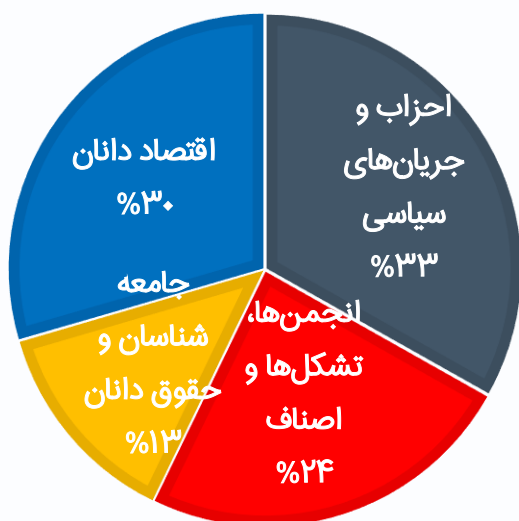


صدای چه کسانی بیشتر شنیده شد؟



نقل قول مستقیم نهادهای رسمی

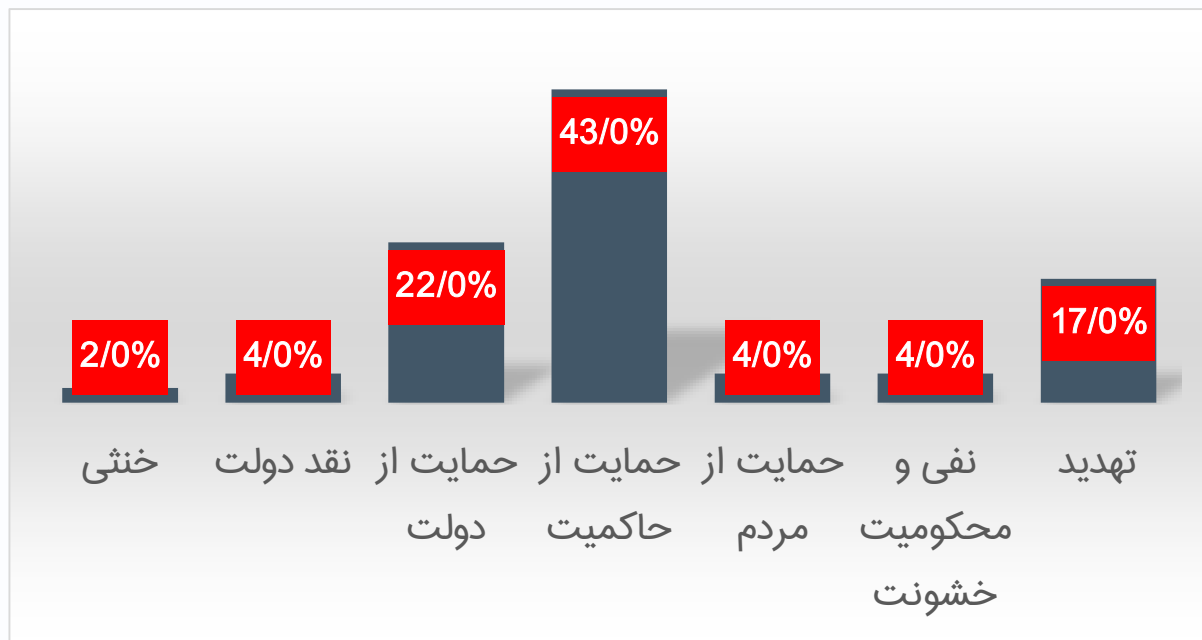
نقل قول مستقیم نهادهای غیررسمی



در بخش مربوط به بررسی نقل قول‌ها سهم واقعی صدای مردم از کل صداهایی که در رسانه‌ها انعکاس داده شده، عدد ۱ درصد را نشان می‌دهد. این یافته با یافته‌های دیگر این تحقیق در عملکرد ضعیف رسانه‌ها در تهیه و انتشار گزارش‌های میدانی از وقایع مربوط به بنزین که می‌توانست بستری برای بلندکردن صدای مطالبات مردم باشد، همخوانی دارد. (نقل قول مستقیم از مردم)

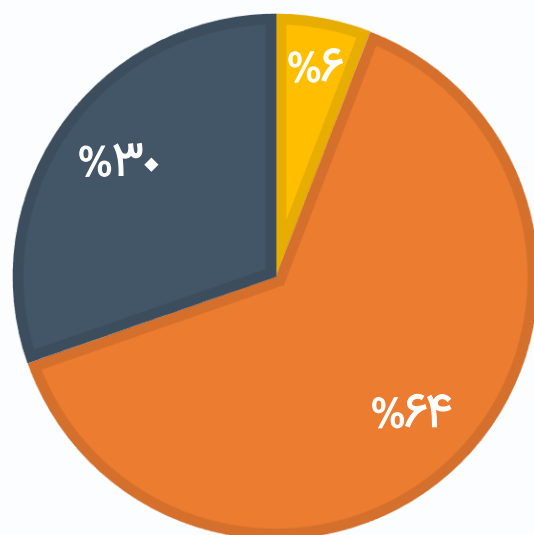
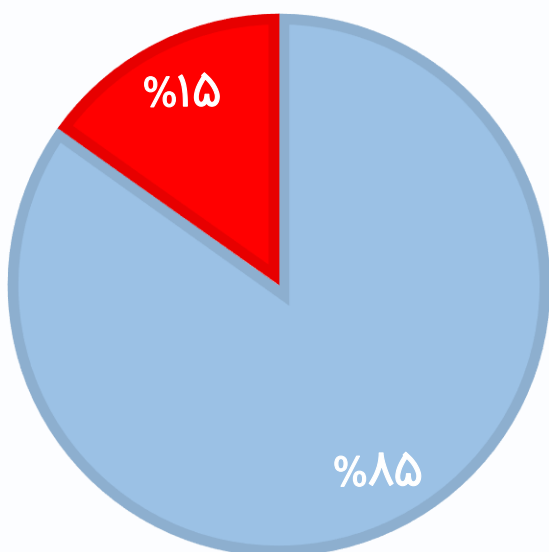
۱٪

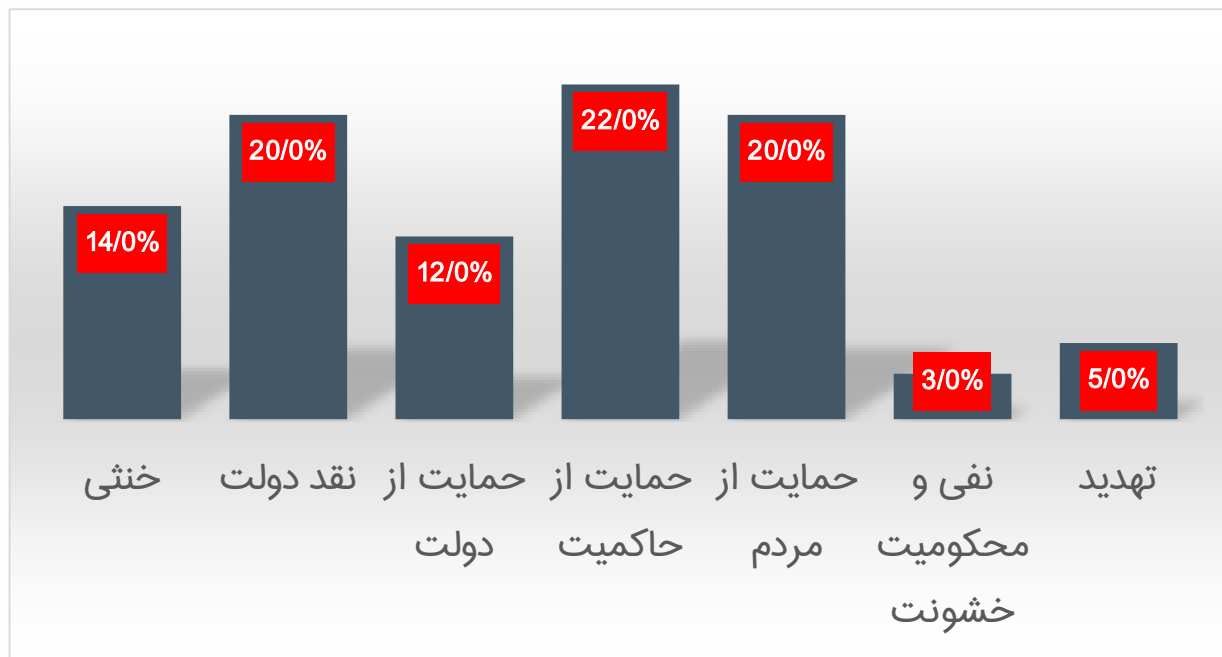
مردم



■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

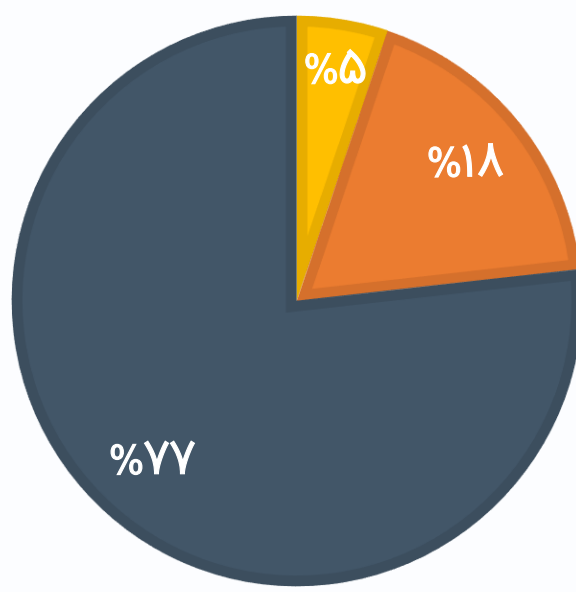
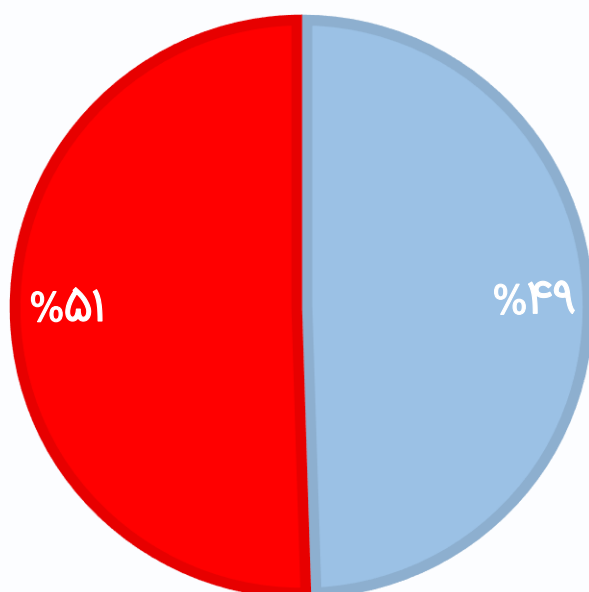
■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

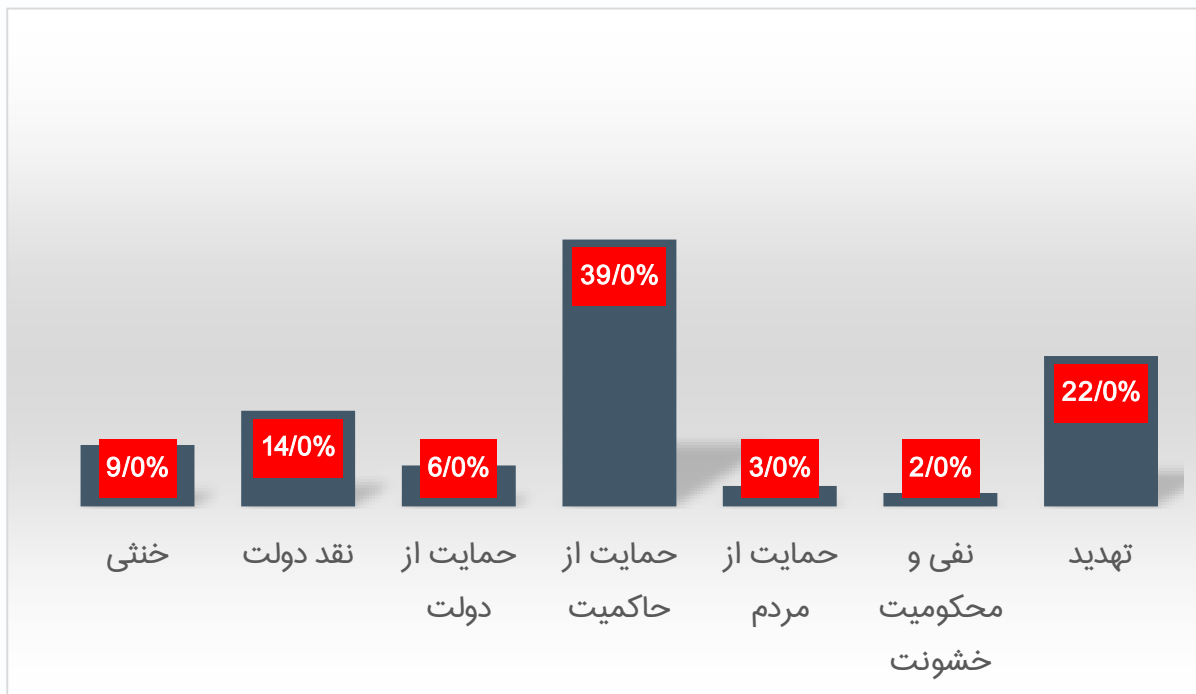




■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

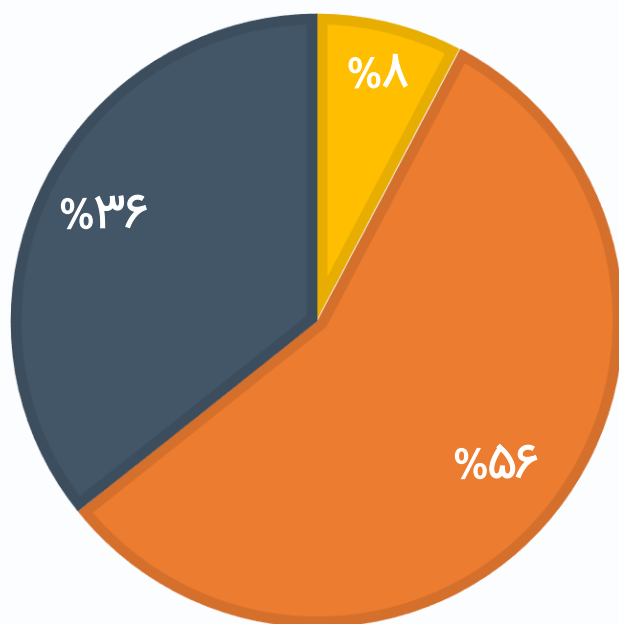
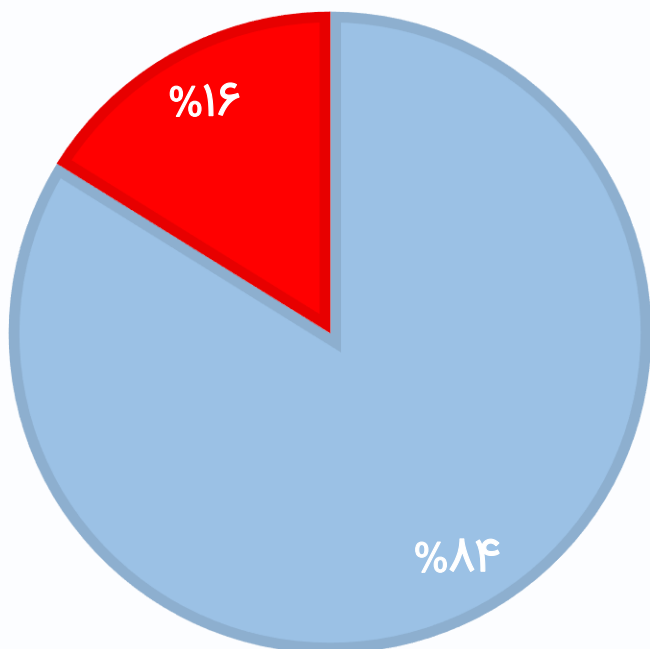
■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

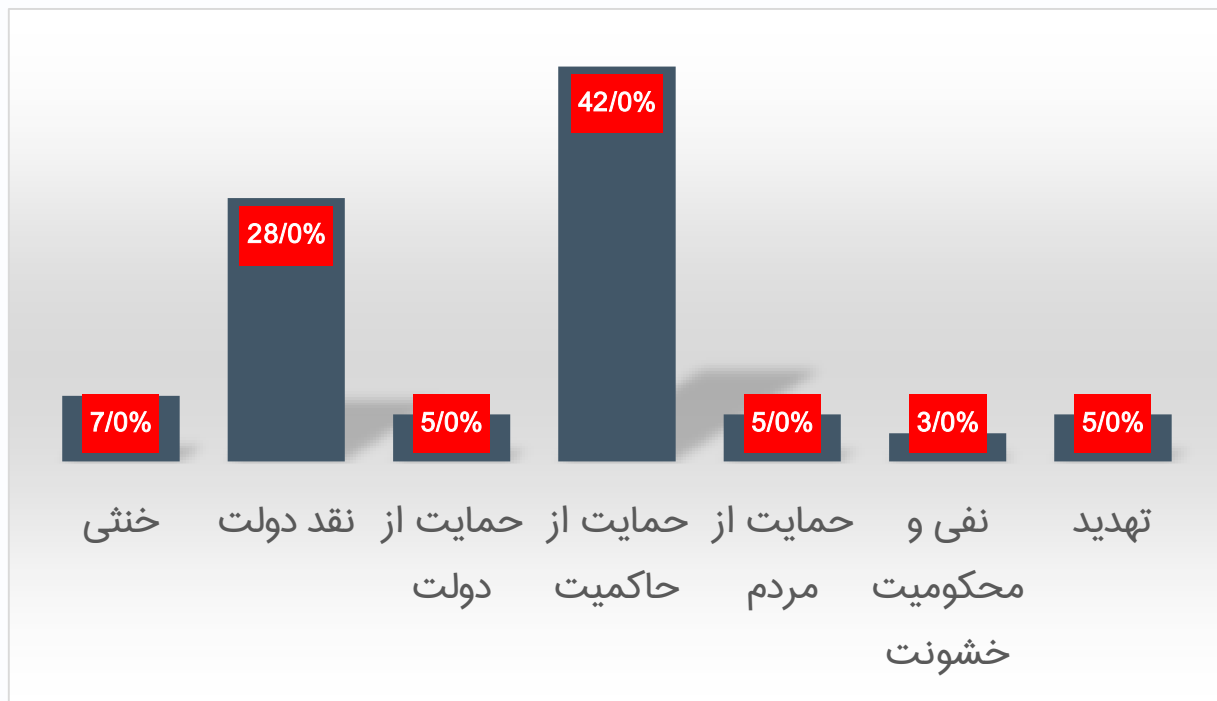




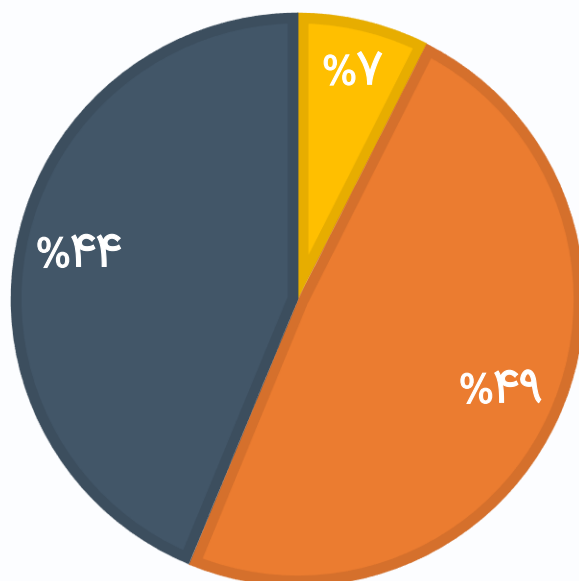
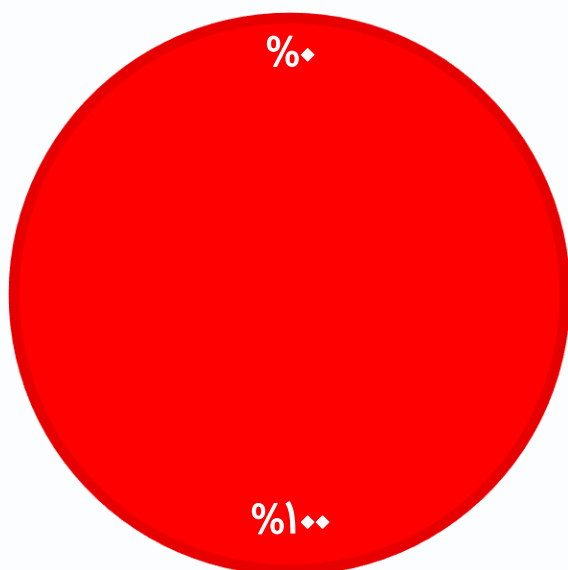
■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

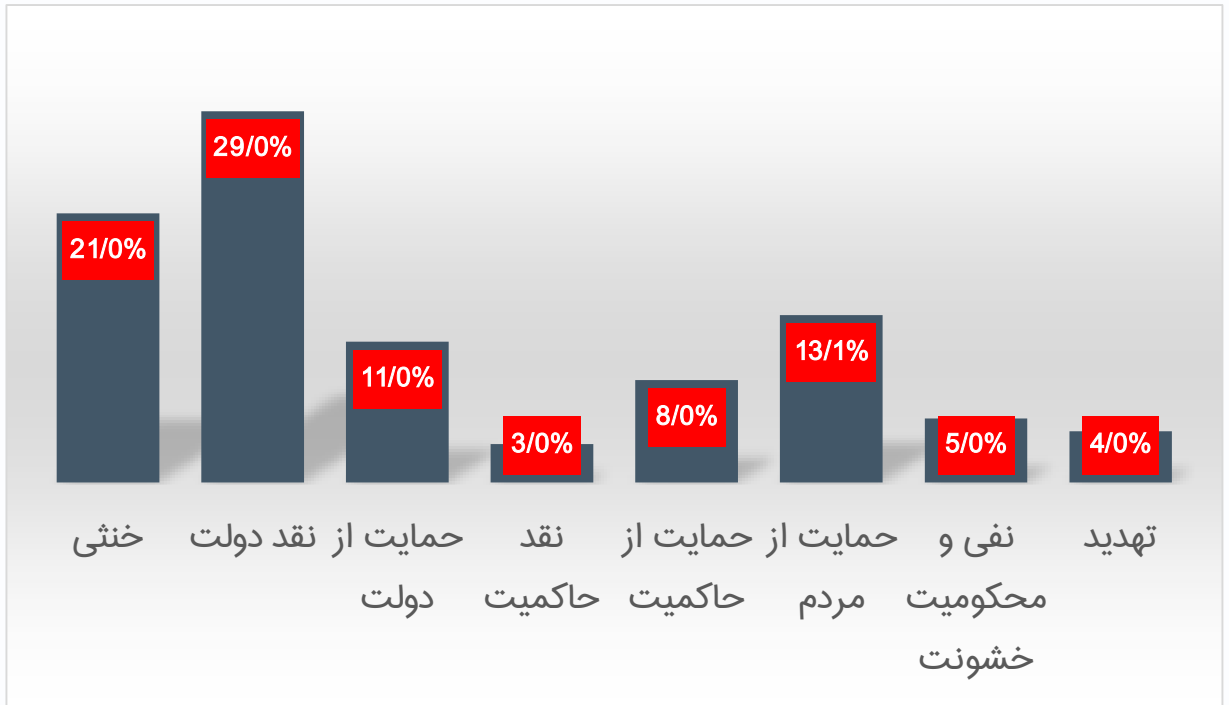
■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری





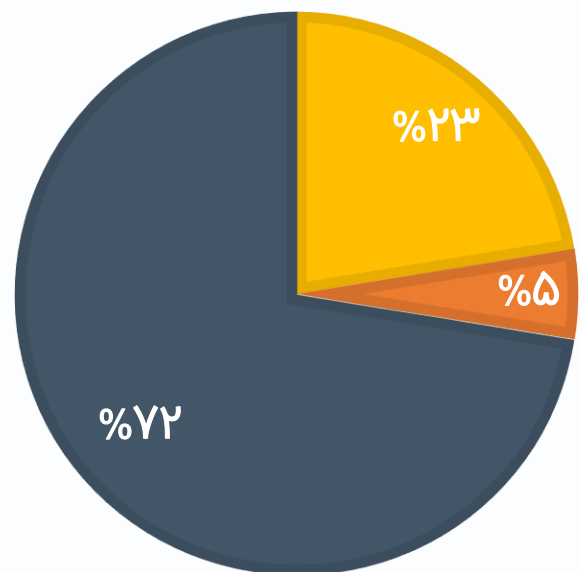
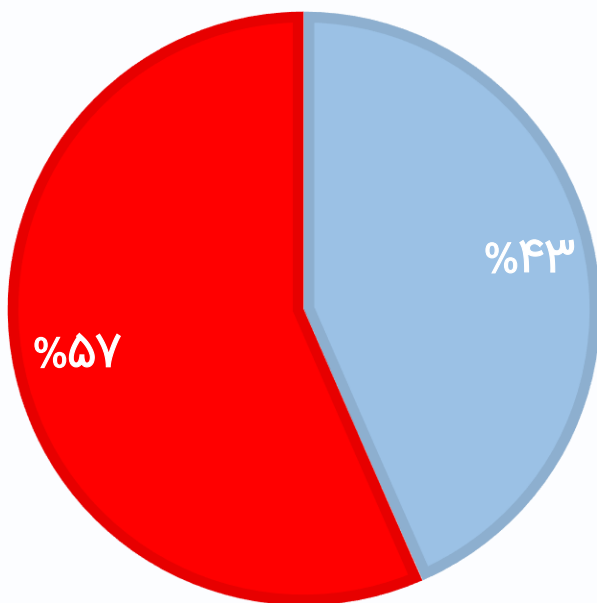
■ آشوب و تخریب ■ اعتراض ■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

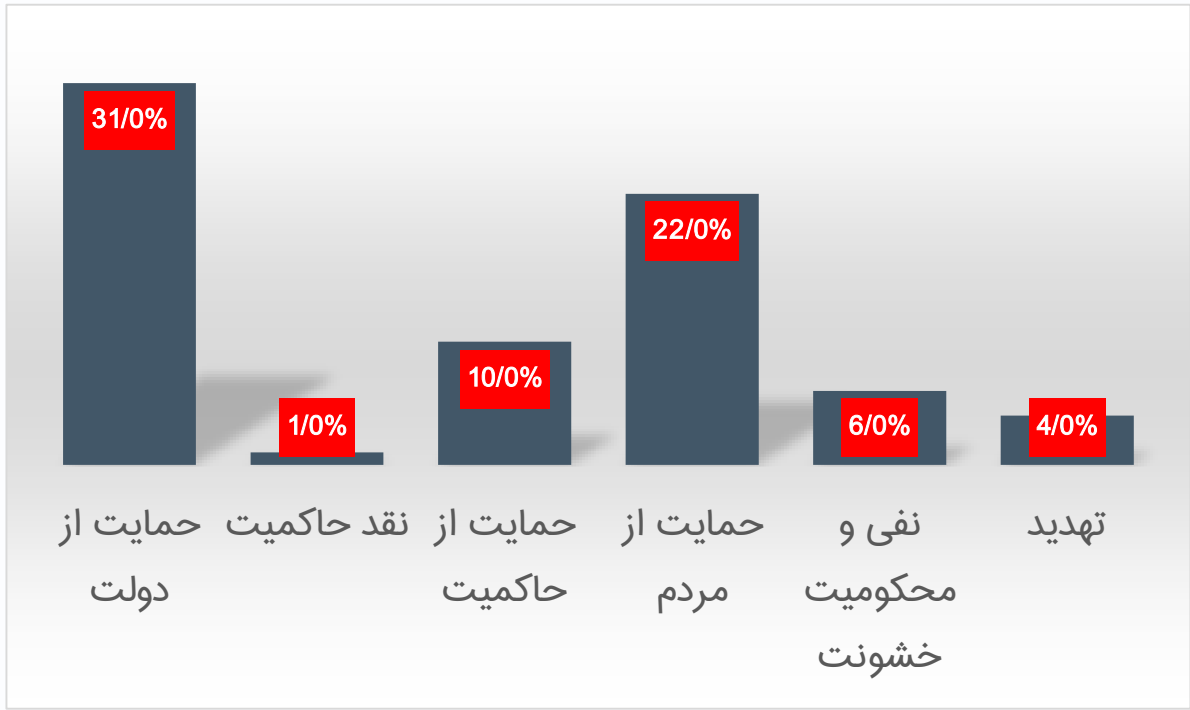




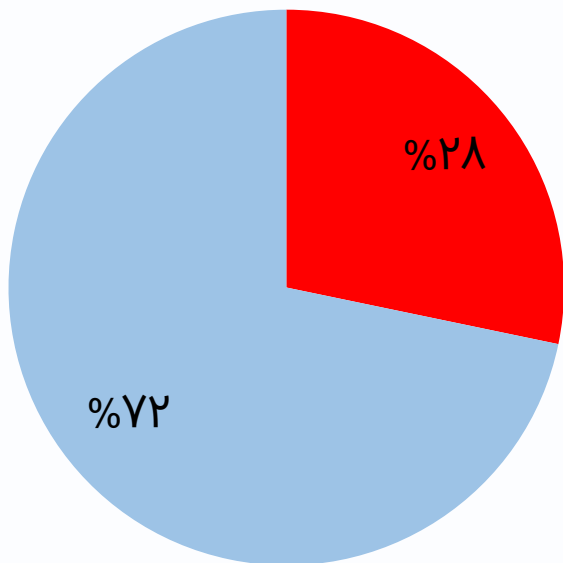
■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

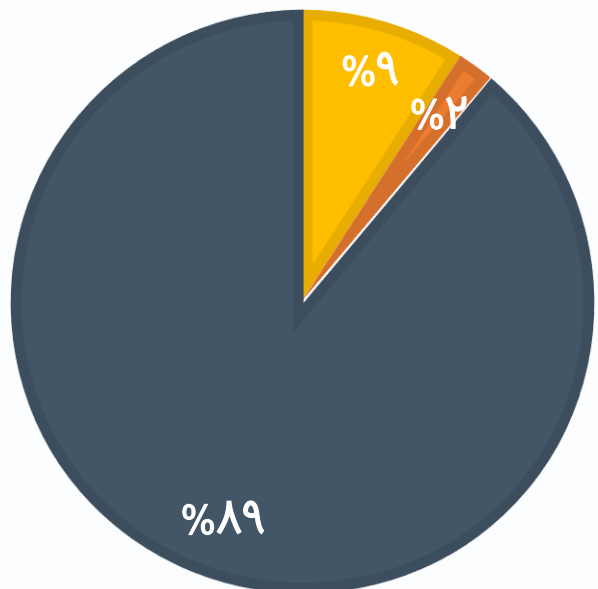


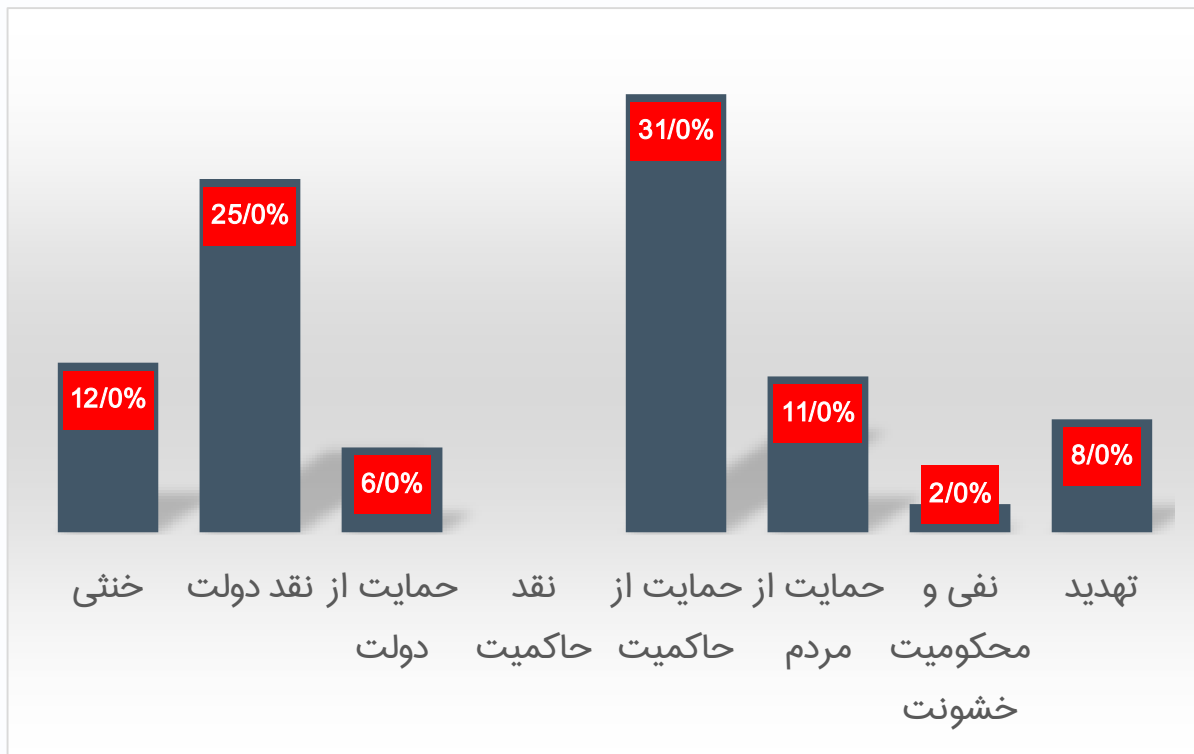


■ آشوب و تخریب ■ اعتراض



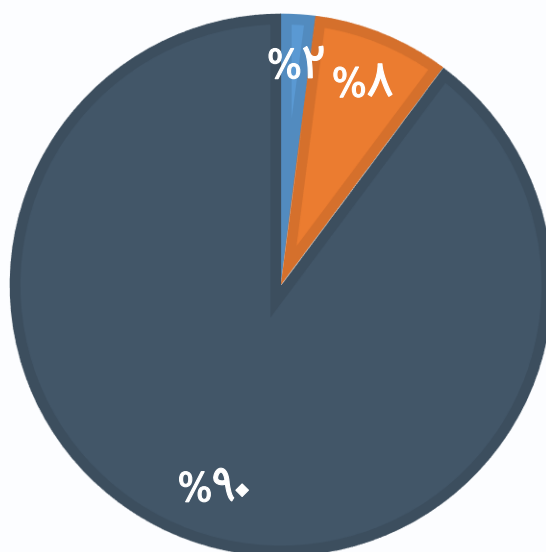
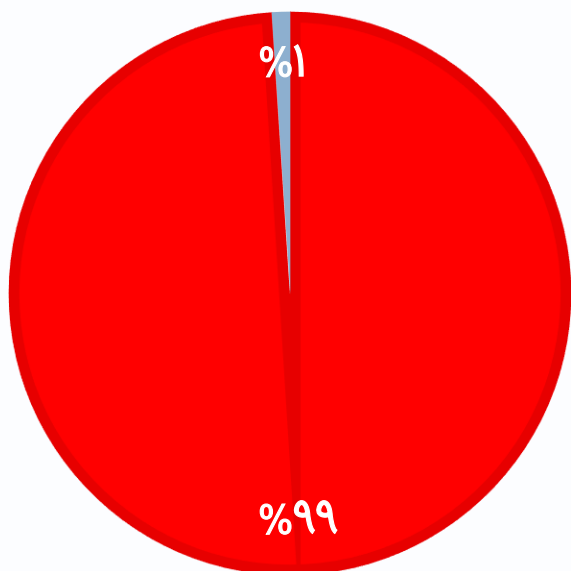
■ تهران ■ استانها ■ سراسری



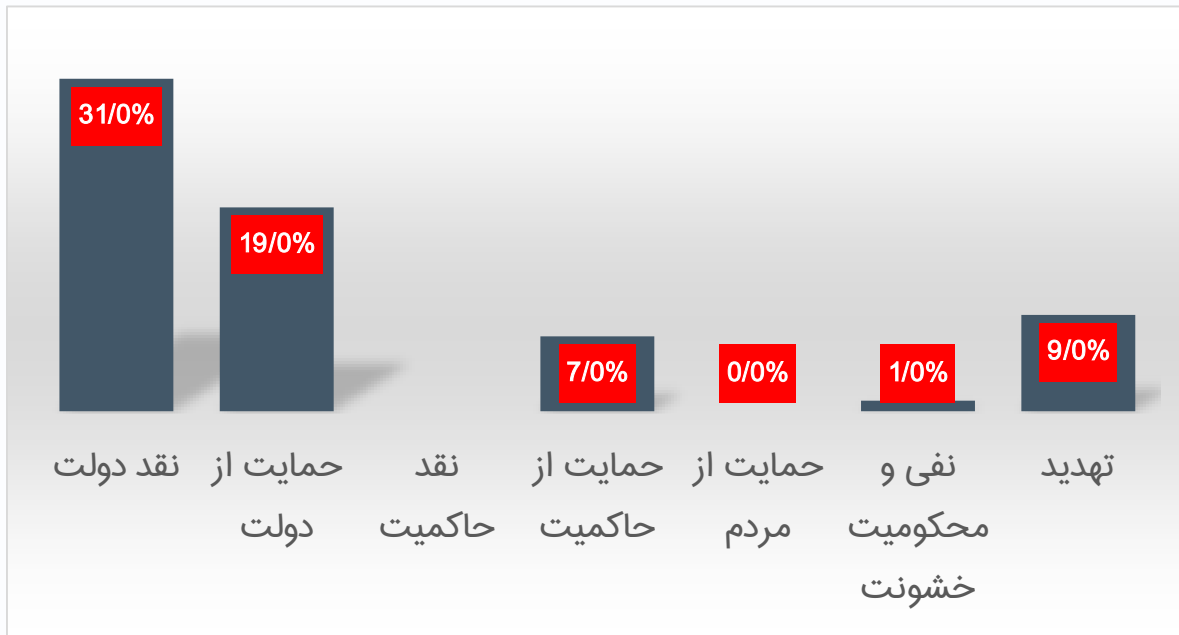


■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

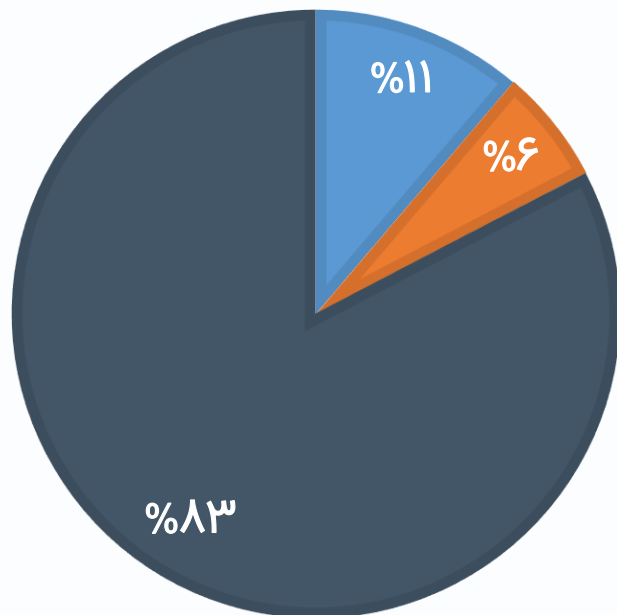
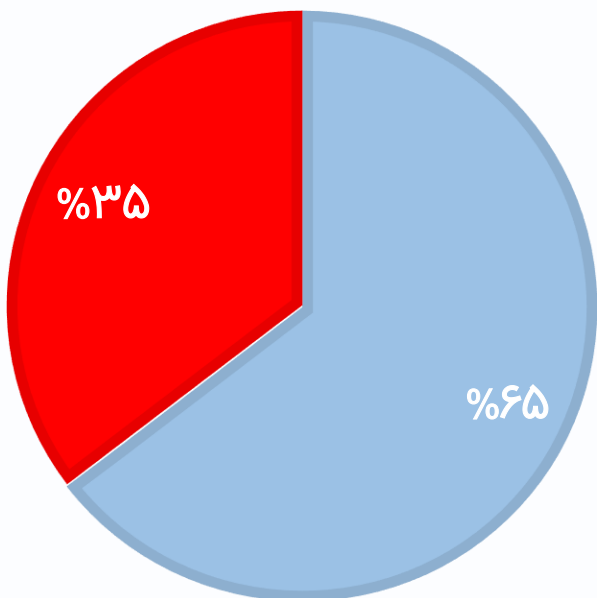


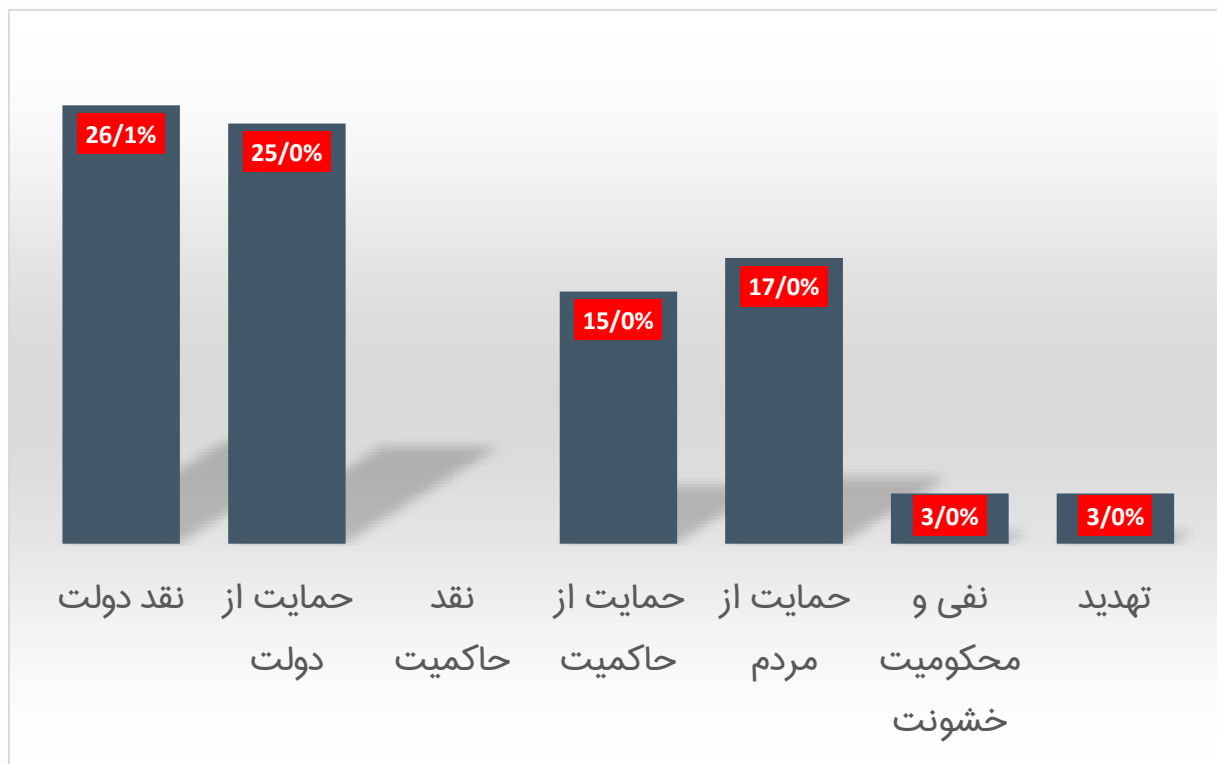
دنیای اقتصاد



■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

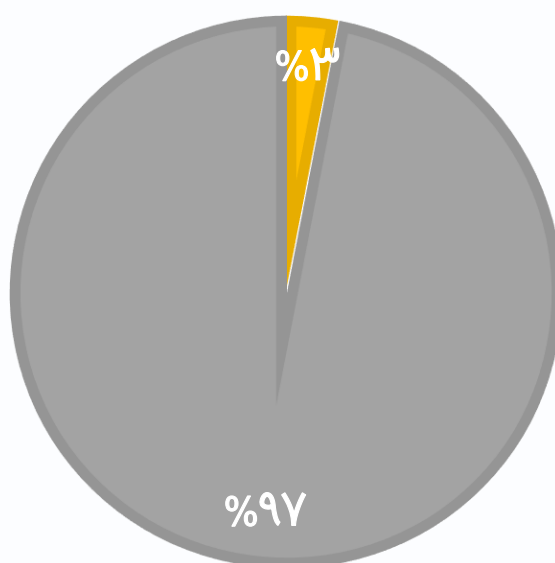
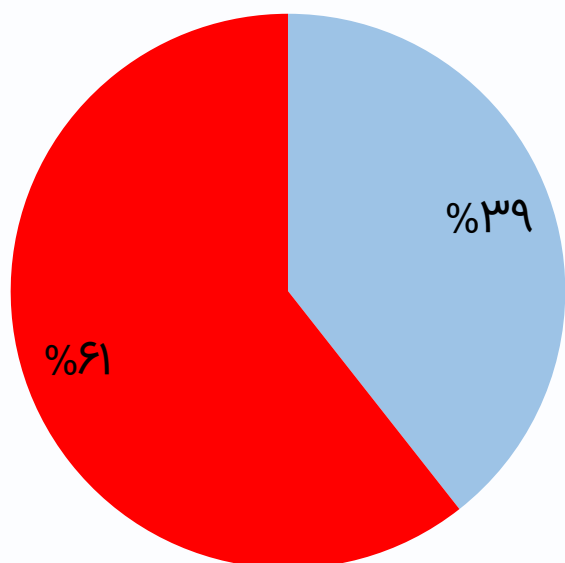
■ تهران ■ استانها ■ سراسری

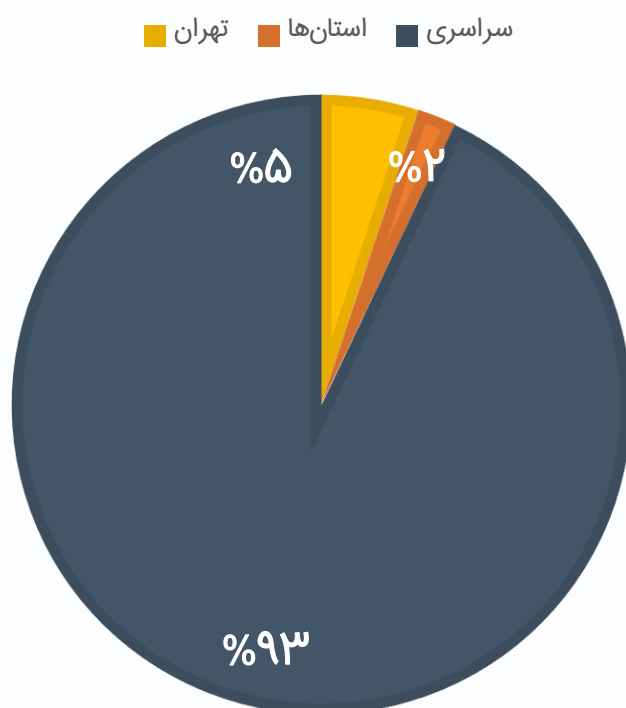
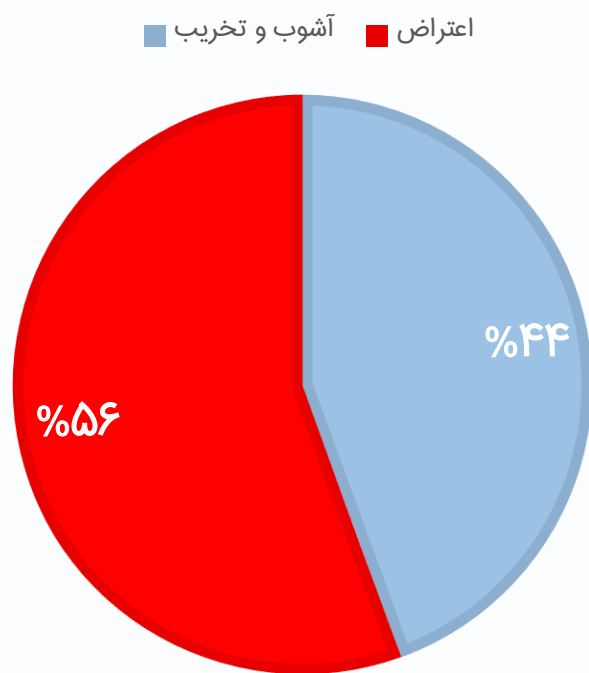
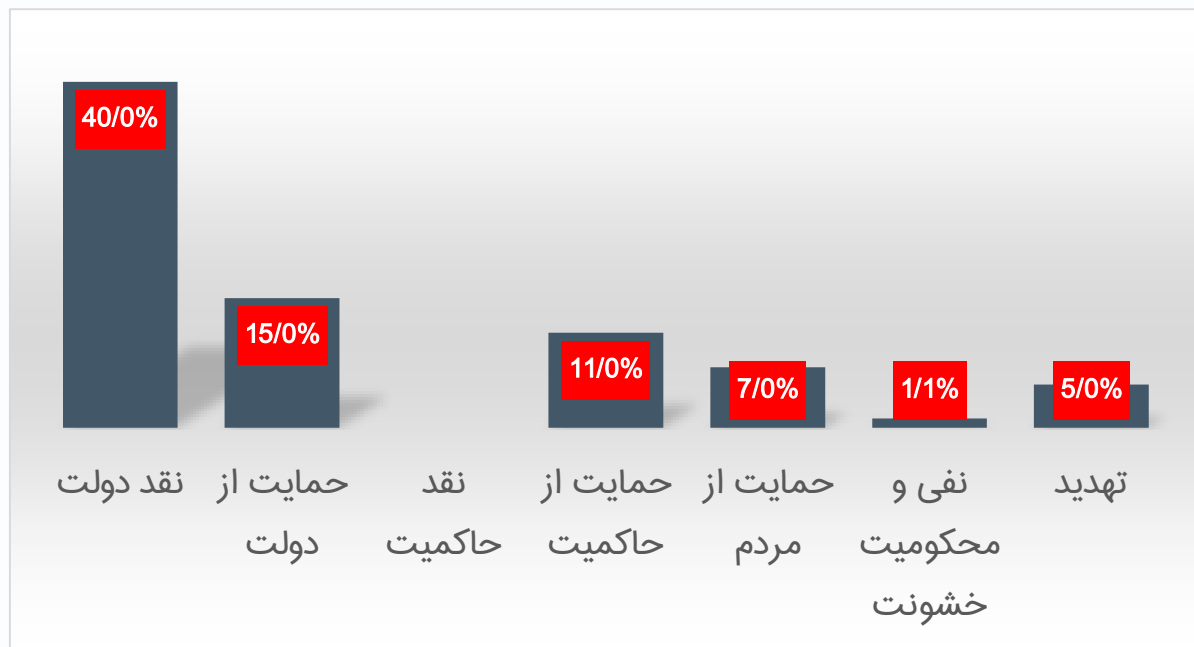


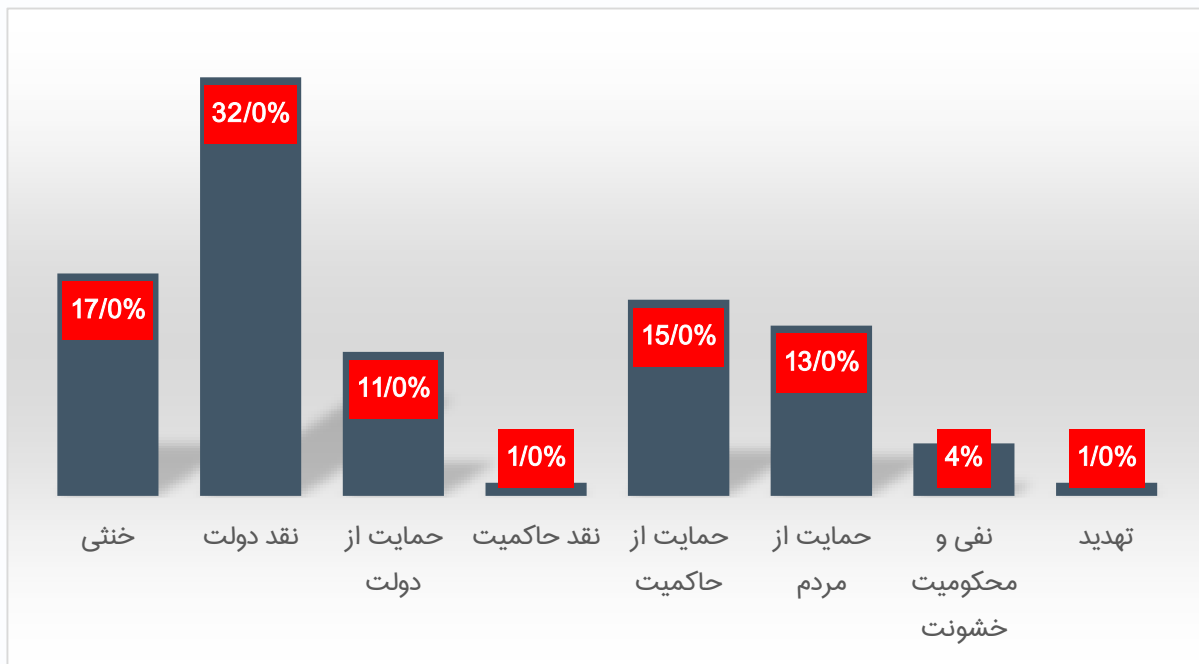


■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری

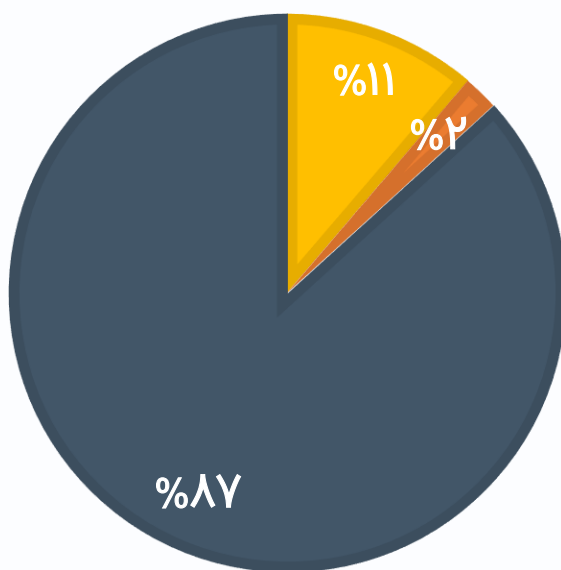
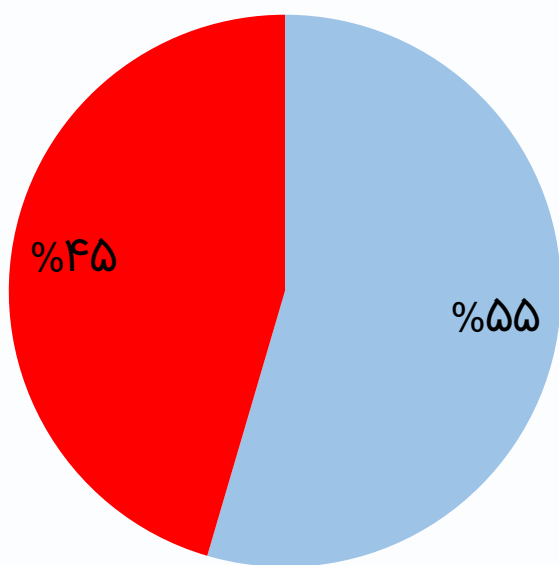


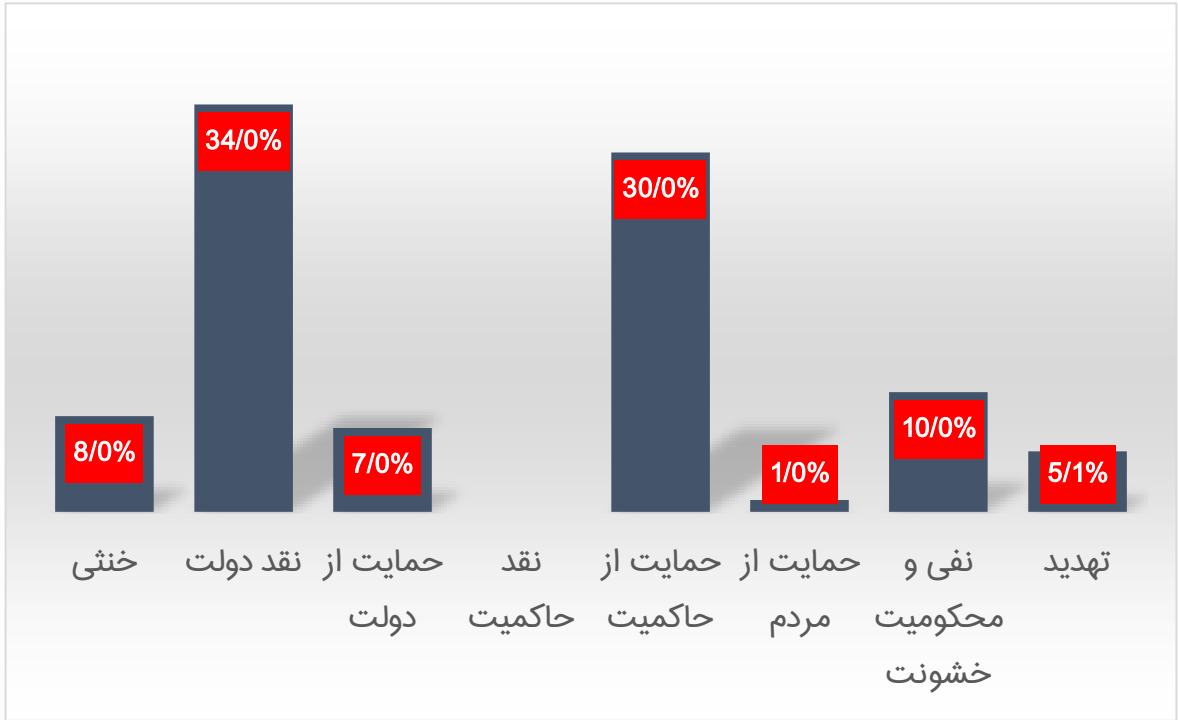




■ اعتراض ■ آشوب و تخریب

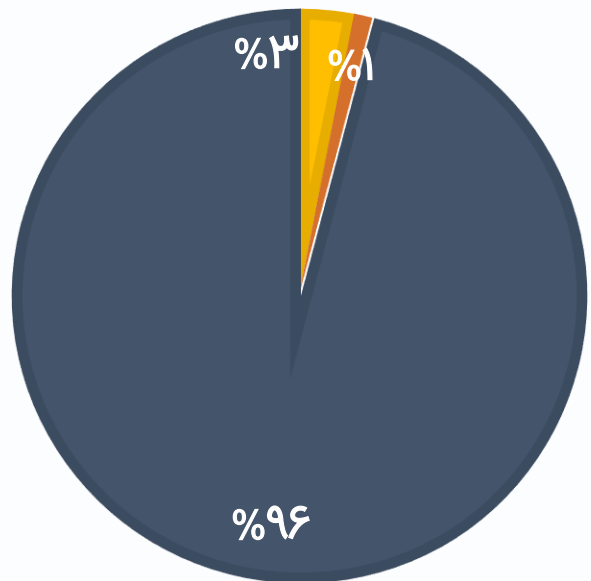
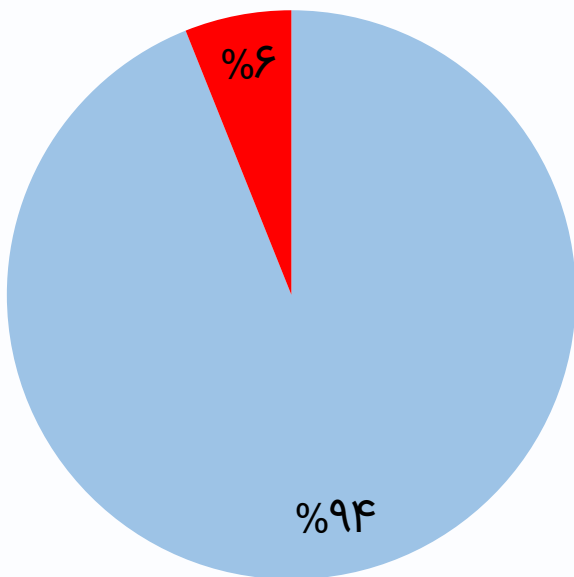
■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری





■ آشوب و تخریب ■ اعتراض

■ تهران ■ استان‌ها ■ سراسری



حرف آخر

پرسش‌های تازه

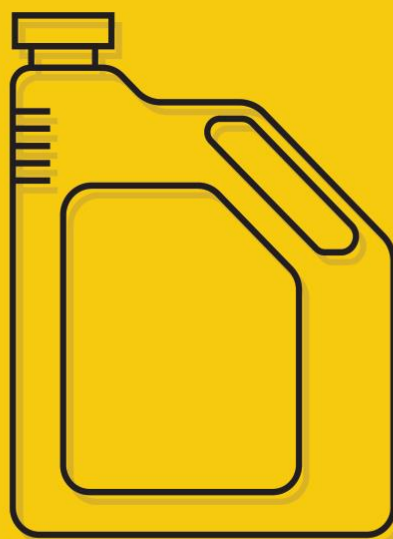
یافته‌های این تحقیق پرسش‌های تازه‌ای را ایجاد کرده است. از جمله اینکه چرا خبرنگاران و عکاسان در جریان وقایع آبان ۹۸ در میدان نبودند؟ چرا تعداد زیادی از مطالب بدون امضای روزنامه‌نگاران منتشر شده؟ چرا رسانه‌ها در مواجهه با وقایع آبان این چنین سرگردان و عمدتاً پیرو صدای نهادهای رسمی بوده‌اند؟ آیا توصیه‌های از بالا (درون‌سازمانی و برون‌سازمانی) به تحریریه‌ها فرمان ایست و انتظار داده یا روزنامه‌نگاران احساس بی‌تاثیری و بی‌انگیزگی کرده‌اند و نشسته‌اند؟ خودسانسوری و امکان انتشار مطلب چه تاثیری در این نتایج داشته است؟ این پرسش‌ها و مانند آنها به چراهایی می‌پردازند که پاسخ به این چراها با توجه به روش مورد استفاده در این تحقیق یعنی تحلیل محتوا_ که مشخصاً به چگونگی می‌پردازد_ ممکن نیست.

ما تلاش می‌کنیم در ادامه و با اجرای فاز دوم این تحقیق که شامل دو بخش انجام پیمایش در تحریریه‌ها (روزنامه‌نگاران و عکاسان) و مصاحبه عمیق با سردبیران (رسانه‌های حاضر در این تحقیق) خواهد بود، پاسخ‌هایی برای این پرسش‌ها بیابیم. یافته‌های تازه را در آینده با شما به اشتراک خواهیم گذاشت.

شیده لالمی

دی ماه ۱۳۹۸

پایان



انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران