



روزنامه‌ها و انتخابات مجلس پنجم

اکرم دیداری

عملکرد، خط مشی و هدف دولت‌ها در معرض قضاوت و ارزیابی مردم قرار می‌گیرد و مفسران، مخالفان و همچنین توده‌های مردم، هریک به زعم و سهم خود به اظهارنظر می‌پردازند و از جمع‌بندی و یا تضارب افکار، یک نظر کلی و واحد حاصل می‌شود و حتی، گاهی می‌بینیم که مردم در اماکن عمومی، به بحث درباره مطالبی که روزنامه‌ها از وقایع روز نقل می‌کنند و یا «چگونگی» و «چرایی» مسأله‌ای را عنوان می‌کنند، می‌پردازند.

با تمام این اوصاف، دست‌اندرکاران و وسایل ارتباط جمعی - به‌خصوص قلم‌زنان مطبوعات - با توجه به دیدگاه‌ها و خط‌مشی‌های فکری خود و همچنین به نسبت تصویری که از اهمیت و ارزش وقایع روز دارند، به پوشش و انعکاس وقایع مختلف می‌پردازند و از این طریق، توجه و حساسیت مردم را به خبرهایی که تیتیر می‌کنند و یا مسائلی که روی آنها انگشت می‌گذارند، جلب می‌کنند.

البته، در میان انبوه خبرها و گزارش‌هایی که در روزنامه‌ها به چاپ می‌رسد، مطالبی که به نحوی از انحا به دولت، حکومت و صاحبان قدرت مربوط می‌شود، هم برای خود روزنامه‌نگاران و دست‌اندرکاران مطبوعات و هم برای عامه مردم، از جایگاه خاصی برخوردار است. در میان نهادهای سیاسی هر کشوری نیز، مجلس یا پارلمان آن کشور از

اداره و جهت دادن به افکار عمومی از طریق مطبوعات، اگرچه ممکن است برای توده عظیمی از مخاطبان در حاله‌ای از ابهام قرار گرفته باشد، اما بر هیچ‌یک از روزنامه‌نگاران و دست‌اندرکاران این حرفه پوشیده نیست.

روزنامه‌ها، بسین توده مردم و رهبران سیاسی و دست‌اندرکاران حکومتی جامعه، ارتباط برقرار می‌کنند و به دلیل آنکه فرصت کافی برای نوشتن مقاله و تفسیرهای خود دارند، عموماً بحث‌های دقیق، عمیق و گسترده‌ای درباره مسائل اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... مطرح می‌کنند و از طریق چاپ گزارش‌های گوناگون و نقد و تفسیرهای مختلف، بحث‌های به اصطلاح «داغ» را به محافل و مجامع می‌کشانند و در نهایت، افکار عمومی را به سوی خود جلب می‌کنند.

مطبوعات، همچنین بیشترین نقش آگاه‌کنندگی سیاستمداران و دست‌اندرکاران حکومتی از افکار عمومی جامعه را دارند. به‌طوری که با چاپ خواسته‌ها، نیازها، مشکلات و حتی شکایت‌های مردم نسبت به عملکرد دستگاه‌ها و نهادهای کشور، باعث می‌شوند که دست‌اندرکاران و مسؤولان مربوطه از چگونگی عقاید عمومی مطلع شوند و سیاست‌های خود را بر پایه نظرات مردم بنیان کنند.

به عبارت دیگر، از طریق مطبوعات

اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که عمده‌ترین حضور مردم در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌های هر کشوری، در مجلس آن کشور مشاهده می‌شود. در واقع در مجلس، افرادی به نمایندگی از سوی قشرها و جمعیت‌های گوناگون یک جامعه در کنار هم جمع می‌شوند تا با وضع قوانین و نظارت بر اجرای قانون، از حقوق مردم پاسداری کنند.

مردم برای شناخت نامزدهای نمایندگی مجلس، صرف‌نظر از صحبت‌هایی که در خانه، محل کار و در اماکن عمومی با سایر مردم انجام می‌دهند، به مطبوعات - که دستشان برای انتقاد، نسبت به رادیو و تلویزیون بازتر است - روی می‌آورند و برای انتخاب اصلح نمایندگان مجلس از مطبوعات بهره می‌گیرند.

تحقیقی که پیش‌روی شماست در همین زمینه انجام شده و به منظور آگاهی از میزان توجه روزنامه‌های صبح و عصر تهران به انعکاس مطالب مربوط به پنجمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی که در ۱۸ اسفندماه ۱۳۷۴ برگزار شد، به بررسی روزنامه‌های ابرار، اخبار، اطلاعات، ایران، جمهوری اسلامی، رسالت، سلام، کیهان و همشهری پرداخته است. در این تحقیق، کلیه مطالب مربوط به انتخابات پنجمین مجلس شورای اسلامی اعم از خبر، گزارش، یادداشت و سرمقاله، مصاحبه، مقاله‌ها، ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن و آگهی‌های مربوط به جناح‌های سیاسی کشور و تبلیغات کاندیداهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی از تهران و شهرستان که در روزنامه‌های اشاره شده به چاپ رسیده است، به روش اندازه‌گیری برحسب سانتی‌متر مربع از تاریخ ۱۱ اسفند (اعلام رسمی نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی و اعلام شروع تبلیغات) تا ۱۶ اسفند (پایان تبلیغات) بررسی شده‌اند. به عبارتی از هر روزنامه ۶ نسخه مورد بررسی قرار گرفته است. (به جز روزنامه سلام که به علت عدم انتشار در روز ۱۶ اسفند، ۵ نسخه از آن مورد بررسی قرار گرفت) که نتایج آن را در زیر می‌خوانید:

مقایسه حجم متوسط مطالب مندرج در روزنامه‌ها پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی

در بین ۹ روزنامه مورد بررسی، به‌طور متوسط روزنامه اطلاعات با اختصاص ۵۶/۳۸

درصد از سطح زیرچاپ خود بیشتر از سایر روزنامه‌ها درباره انتخابات مطلب داشته است که این البته شامل آگهی نیز می‌شود. بعد از آن به ترتیب روزنامه‌های اخبار (۴۹/۳۰ درصد)، ابرار (۴۵/۳۴ درصد)، سلام (۴۳/۵۴ درصد)، جمهوری اسلامی (۴۱/۴۰ درصد)، رسالت (۳۸/۹۶ درصد)، کیهان (۲۷/۴۷ درصد)، ایران (۹/۸۸ درصد) و همشهری (۷/۹۶ درصد) از سطح زیر چاپی خود را به این امر اختصاص داده‌اند. (جدول شماره ۱).

به عبارت دیگر، روزنامه اطلاعات در مدت زمان مورد بررسی، حدود ۶۳ صفحه خود را به انتخابات مجلس شورای اسلامی اختصاص داده است و بعد از آن روزنامه‌های رسالت ۴۸ صفحه، جمهوری اسلامی ۴۳ صفحه، اخبار ۴۳ صفحه، ابرار ۳۲/۵ صفحه، سلام ۲۸ صفحه، کیهان ۲۷/۵ صفحه، ایران ۹/۵ صفحه و همشهری ۸ صفحه مطلب در این خصوص منتشر کرده‌اند.

حال اگر از سطح زیر چاپ یک صفحه از ۹ روزنامه نامبرده، میانگین بگیریم قطع $۵۲ \times ۳۷/۵$ - یعنی ۱۹۵۰ سانتی‌متر مربع - به دست می‌آید. از طرفی، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که حجم تمامی مطالب مربوط به انتخابات پنجمین مجلس شورای اسلامی که در ۹ روزنامه مورد بررسی به چاپ رسیده است، $۶۲۲۴۹۴/۲۷$ سانتی‌متر مربع است و با تقسیم حجم کلیه مطالب مربوط به انتخابات بر میانگین سطح زیرچاپی روزنامه‌ها، درمی‌یابیم تعداد صفحه‌های اختصاص داده شده به انتخابات ۳۲۰ صفحه بوده است. در مجموع، می‌توان گفت که یک روزنامه فرضی مخصوص انتخابات پنجمین مجلس شورای اسلامی با همکاری دست‌اندرکاران ۹ روزنامه مورد بررسی با قطع زیرچاپی $۵۲ \times ۳۷/۵$ و تقریباً روزانه در ۵۳ صفحه به مدت شش روز از تاریخ ۱۰ اسفند تا ۱۶ اسفند ۷۴ منتشر شده است.

حال اگر تمامی مطالب مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی، که به انتخابات مجلس شورای اسلامی مربوط است را معادل ۱۰۰ فرض کنیم، سهم هریک از مقوله‌های خبر، گزارش، یادداشت، مصاحبه، مقاله، ارتباطات مردم و آگهی‌ها به شرح زیر خواهد بود:

آگهی‌های مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه‌ها
۶۴/۰۴ درصد از کل مطالب مربوط به

انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها، به چاپ آگهی‌های مربوط به جناح‌های سیاسی کشور و تبلیغات نامزدهای نمایندگی مجلس (کاندیداهای تهران و شهرستان) اختصاص داده شده است. به‌طوری که ۸۱/۰۲ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی که در روزنامه ابرار به چاپ رسیده است، به چاپ آگهی‌های مربوط به جناح‌های سیاسی و تبلیغات کاندیداها اختصاص داده شده است.

بعد از آن، به ترتیب روزنامه اخبار (۷۵/۷۳ درصد)، جمهوری اسلامی (۶۹/۴ درصد)، رسالت (۶۶/۰۲ درصد)، سلام (۶۵/۲۳ درصد)، اطلاعات (۶۲/۴۷ درصد)، کیهان (۳۴/۹۹ درصد)، ایران (۲۹/۲۴ درصد) و همشهری (۲۰ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی را که به چاپ

■ تنها ۳/۴۱ درصد از کل مطالب

مربوط به انتخابات به تهیه گزارش و نظرخواهی از مردم و ۱۰/۲۶ درصد از کل مطالب مربوط به انجام مصاحبه با چهره‌های سیاسی بوده است.

■ با تقسیم حجم کلیه مطالب مربوط

به انتخابات بر میانگین سطح

زیرچاپی روزنامه‌ها، درمی‌یابیم

تعداد صفحه‌های اختصاص داده

شده به انتخابات ۳۲۰ صفحه در ۹

روزنامه بوده است.

رسانیده‌اند؛ به آگهی جناح‌های سیاسی و تبلیغات کاندیداهای مجلس شورای اسلامی اختصاص داده‌اند. (جدول شماره ۲).

از جمله جناح‌های سیاسی که در زمان برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی فعال بودند می‌توان: جامعه روحانیت مبارز تهران، جمعی از کارگزاران سازندگی، ائتلاف خط امام و جمعیت دفاع از ارزش‌های انقلاب اسلامی را نام برد که سهم هریک از روزنامه‌ها در چاپ آگهی‌های مربوط به جناح‌های نامبرده به شرح زیر است:

- ۱۱/۸۷ درصد از کل آگهی‌های مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی گروه «جمعی از

جدول شماره ۱. سطح زیرچاپ اختصاص یافته به مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه‌ها

| روزنامه‌ها | سطح زیرچاپ مطالب انتخابات مجلس شورای اسلامی | سطح زیرچاپ کلیه مطالب مندرج در روزنامه‌ها | درصد حجم مطالب مربوط به انتخابات مجلس در روزنامه‌ها |
|---------------|---|---|---|
| اطلاعات | ۱۳۴۴۵۸/۴۱ | ۲۳۸۴۸۶ | ۵۶/۳۸ |
| اخبار | ۸۸۸۲۷/۲۷ | ۱۸۰۱۸۰ | ۴۹/۳۰ |
| ایرار | ۶۸۳۹۳/۳۵ | ۱۵۰۸۵۲/۴ | ۲۵/۳۴ |
| سلام | ۵۹۳۷۶/۱ | ۱۴۳۸۰/۸ | ۲۳/۵۴ |
| جمهوری اسلامی | ۹۲۸۴۴/۹۱ | ۲۴۲۵۲/۱۶ | ۴۱/۲۰ |
| رسالت | ۹۴۴۲۲/۲۹ | ۲۳۱۶۴ | ۳۸/۹۶ |
| کیهان | ۶۰۸۳۵/۵۲ | ۲۲۱۴۸۰ | ۲۷/۴۷ |
| ایران | ۱۳۶۰۲/۶۴ | ۱۳۷۶۷۵/۵۲ | ۹/۸۸ |
| همشهری | ۱۱۴۱۳/۳۸ | ۱۳۳۴۱۲ | ۷/۹۶ |

و روزنامه (کیهان ۰/۱۷ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات را به چاپ آگهی ائتلاف خط امام اختصاص داده‌اند. این در حالی است که در دو روزنامه ایرار و رسالت، آگهی مربوط به ائتلاف خط امام به چشم نمی‌خورد.

- ۴۵/۲ درصد از کل آگهی‌های مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی «جمعیت دفاع از ارزش‌های انقلاب اسلامی» اختصاص داده شده است. به طوری که ۱۳/۷۹ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه ایران به این مقوله اختصاص داده شده است. و بعد از آن روزنامه همشهری با (۸/۳۵ درصد)، کیهان (۵/۰۳ درصد)، جمهوری اسلامی (۲/۸۹ درصد)، ایرار (۲/۷۸ درصد)، رسالت (۲/۳۰ درصد) و اطلاعات با (۱/۹۵ درصد) قرار دارند. این در حالی است که دو روزنامه سلام و اخبار، فاقد آگهی جمعیت دفاع از ارزش‌های انقلاب اسلامی بوده‌اند.

همچنین در کنار آگهی‌های مربوط به جناح‌های سیاسی، تبلیغات کاندیداهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی به چشم می‌خورد که این مقوله در سه بخش بررسی شده است:

۱. تبلیغات کاندیداهایی که اسامی آنها در لیست یکی از جناح‌های جامعه روحانیت مبارز، گروه جمعی از کارگزاران سازندگی، ائتلاف خط امام و جمعیت دفاع از ارزش‌های انقلاب وجود دارد.
۲. تبلیغات کاندیداهایی که به صورت مستقل و منفرد کاندیدای نمایندگی مجلس شورای اسلامی شده‌اند.

جدول شماره ۲. تفکیک مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه‌ها

| روزنامه‌ها | ایرار | | اخبار | | اطلاعات | | ایران | | جمهوری اسلامی | | رسالت | | سلام | | کیهان | | همشهری | |
|-------------------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|---------|----------------------|---------|----------------------|-------|
| | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد | حجم به سانی متر مربع | درصد |
| خبر | ۱۰۰/۲۱۱ | ۱۳/۴۲ | ۱۱۱۱۲/۲۴ | ۱۳/۶۱ | ۱۵۸۰۳/۱۱ | ۱۱/۷۶ | ۳۸۸۱/۲ | ۱۵/۶۱ | ۱۷۴۲۶۹ | ۱۸/۳۶ | ۱۱۴۲۳ | ۲۲/۶۸ | ۷۸۵/۸ | ۳۳/۰۷ | ۱۶۱۲۷/۱۶ | ۲۶/۵۱ | ۵۵۱/۱۶۵ | ۵۵/۲۸ |
| گزارش | ۱۷۱/۷۶ | ۰/۲۵ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۳۶۷ | ۱۵/۳۳ | ۱۶۰/۱۸ | ۱/۵۱ | ۶۸۱۰/۱۰ | ۵/۰۸ | ۰ | ۱۵۳۳/۲۵ | ۱۵/۶۷ | ۳۷۱۹/۸۸ | ۳۳/۷۹ | |
| مصاحبه | ۳۶۶/۱۸۱ | ۵/۰ | ۷۱۱۵/۶ | ۸/۰ | ۳۰۱۳۳/۲۶ | ۲/۶۳ | ۱۵۹۰/۸۲ | ۱۱/۶۹ | ۱۵۳/۱ | ۱/۶۵ | ۲۵۲۵/۸ | ۲/۶۶ | ۷۸۸/۱۵ | ۱۲/۳۲ | ۹۸۱۷/۵۱ | ۱۶/۱۶ | ۰ | |
| سرمقاله و یادداشت | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۲۵۱۷/۲۷ | ۱/۵۱ | ۱/۸۷ | ۱/۸۷ | ۲۲/۱ | ۱/۶۵ | ۳۳۶/۱۸ | ۲/۶۳ | ۲۴۰/۹۹ | ۳/۵۶ | ۳۷۹/۶۶ | ۶/۱۵ | ۸۱۶/۶۶ | ۷/۸۶ |
| مقالات | ۰ | ۰ | ۱۱۸۵ | ۱/۳ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| ارتباطات مردم | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ |
| آگهی‌ها | ۵۵۹۱/۱۶۷ | ۸۱/۰ | ۶۷۷۵/۷ | ۷۵/۲ | ۸۳۶۲۳ | ۶۲/۶۷ | ۳۱۷/۲ | ۲/۲۶ | ۶۱۶/۰ | ۰/۱۸ | ۱۳۳۲/۱۸ | ۱/۶۵ | ۶۱۶/۰ | ۲/۶۳ | ۳۱۶/۱۶ | ۳/۵۶ | ۳۳۶۲/۳۱ | ۳۳/۰۷ |
| جمع | ۶۸۳۳/۳۵ | ۱۰۰ | ۸۸۱۷/۲۷ | ۱۰۰ | ۱۳۴۴۵۸ | ۱۰۰ | ۱۳۶۰۲/۶۴ | ۱۰۰ | ۱۳۷۶۷۵ | ۱۰۰ | ۲۳۳۴۱۲ | ۱۰۰ | ۱۳۳۴۱۲ | ۱۰۰ | ۱۳۳۴۱۲ | ۱۰۰ | ۱۳۳۴۱۲ | ۱۰۰ |

۳. تبلیغات کاندیداهای شهرستان.

سهم هریک از روزنامه‌ها در چاپ آگهی‌های مربوط به کاندیداها به شرح زیر است:

- ۱۳/۵۹ درصد از کل آگهی‌های مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی کاندیداهای جناحی اختصاص داده شده است. به طوری که ۲۳/۴۳ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه اخبار به این مقوله اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه ایرار (۹/۸۵ درصد)، سلام (۱۸/۰۵ درصد)، رسالت (۱۶/۷۶ درصد)،

اسلامی را که به چاپ رسانیده‌اند؛ آگهی کاندیداهای مستقل به چشم می‌خورد. این در حالی است که دو روزنامه ایران و همشهری فاقد آگهی کاندیداهای مستقل بوده‌اند.

- ۹/۸۱ درصد از کل آگهی‌های مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی «کاندیداهای شهرستان» (جناحی یا مستقل) اختصاص داده شده است. ۱۵/۸۹ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه جمهوری اسلامی به این مقوله اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه رسالت (۱۴/۷۳ درصد)، ایرار (۱۲/۵۱ درصد)،

توسط خبرنگار روزنامه و یا از طریق شرکت در مصاحبه‌های مطبوعاتی تهیه شده است) که مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی بوده، مورد بررسی قرار گرفته است. براساس این تحقیق ۱۷/۳۹ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به انعکاس اخبار مربوطه اختصاص داده شده است. به طوری که ۴۸/۳۸ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه همشهری به این امر اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه ایران (۲۸/۵۴ درصد)، کیهان (۲۶/۵۱ درصد)،

جدول شماره ۳- تفکیک آگهی‌های چاپ شده مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی در روزنامه‌ها

| روزنامه‌ها آگهی‌ها | ایراز | | اخبار | | اطلاعات | | ایران | | جمهوری اسلامی | | رسالت | | سلام | | کیهان | | همشهری | |
|---------------------------------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|--------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|---------|----------------------------|--------|--------|----|
| | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | حجم به سنتی متر مربع | درصد | | |
| جامعه‌روحانیت مبارز | ۴۵۰۶/۸۵ | ۱۳/۸۰ | ۱۰۸۲۸/۴ | ۱۲/۱۸ | ۴۵۳۶/۴ | ۷/۰۹ | ۸۷۷ | ۶/۲۵ | ۹۶۵۲/۰۹ | ۱۰/۲۰ | ۱۴۵۳۱/۲۲ | ۱۵/۲۵ | ۰ | ۶۶۵۸۵ | ۱۰/۹۲ | ۰ | ۰ | |
| کارگزاران سازندگی | ۱۳۳۲۱/۶۱ | ۱۹/۶۴ | ۱۲۰۰۴/۳۸ | ۱۵/۸۲ | ۹۶۳۰/۲۷ | ۷/۱۴ | ۷/۱۸ | ۹۷۶/۵۴ | ۱۲۷۶۲/۵۸ | ۱۳/۷۵ | ۹۰۲۲/۸۹ | ۹/۵۲ | ۰ | ۲۹۲۸/۴ | ۸/۱۰ | ۹۷۷/۹۹ | ۸/۵۷ | |
| اتلاف خط امام | ۰ | ۰ | ۲۳۷۴/۸۷ | ۲/۸۲ | ۰ | ۰ | ۲۲۷/۱ | ۱/۸۲ | ۵۹۲۲/۱۹ | ۶/۲۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۶۹۲۲/۵ | ۰/۱۷ | ۳۵۱/۰۷ | ۳/۰۸ | |
| جمعیت دفاع از ارزشهای انقلاب | ۱۹۰۲/۴۱ | ۲/۸۸ | ۰ | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۸۷۵/۶۶ | ۱/۸۹ | ۲۶۸۱/۵۶ | ۳/۸۹ | ۲۱۷۸/۰۴ | ۲/۳۰ | ۰ | ۳۰۶۱/۲ | ۵/۰۲ | ۴۵۲/۲۲ | ۸/۳۵ | |
| کاندیداهای جناحی | ۱۲۵۷/۶۱ | ۱۹/۸۵ | ۲۰۸۲۳/۱۷ | ۲۴/۳۳ | ۱۴۵۴/۸۷ | ۱۰/۸۲ | ۰ | ۰ | ۸۶۱۹/۲۶ | ۹/۲۸ | ۱۵۸۷۵/۸۲ | ۱۹/۷۶ | ۰ | ۷۳۲/۲۲ | ۱/۲۰ | ۰ | ۰ | |
| کاندیداهای مستقل | ۸۲۴/۷۳ | ۱۳/۲۴ | ۱۲۵۲۸/۸۱ | ۱۴/۱۰ | ۳۲۷۲/۸۱ | ۳/۵۱ | ۰ | ۰ | ۱۰۰۱۵/۵۲ | ۱/۰۷ | ۶۹۷۲/۸۸ | ۷/۳۶ | ۰ | ۱۰۸۷/۸ | ۱/۷۸ | ۰ | ۰ | |
| کاندیداهای شهرستان | ۸۵۶/۲۵ | ۱۲/۵۱ | ۶۶۸/۷ | ۵/۲۸ | ۱۲۶۳/۳۳ | ۱/۲۰ | ۰ | ۰ | ۱۳۷۵/۲۶ | ۱/۵۸ | ۱۳۷۵/۲۶ | ۱/۵۸ | ۰ | ۲۷۱۸/۲۲ | ۳/۳۲ | ۷/۷۶ | ۰ | |
| جمع | ۵۵۲۱۹/۶۷ | ۸۱/۰۲ | ۶۷۱۷۵/۷۷ | ۷۵/۷۲ | ۸۳۹۳۲/۳۲ | ۶۲/۴۷ | ۳۹۷۶/۳ | ۱۹/۱۲ | ۶۲۴۲۲/۷۸ | ۶۹/۲ | ۶۲۵۵۲/۸۲ | ۶۶/۰۲ | ۳۸۷۸/۳۶ | ۶۵/۲۲ | ۲۱۲۸۶/۴۶ | ۲۳/۹۹ | ۲۱۸۲/۸ | ۲۰ |

اطلاعات (۱۰/۸۲ درصد)، جمهوری اسلامی (۹/۲۸ درصد) و کیهان (۱۰/۲۰ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی به چاپ رسانیده‌اند. شامل آگهی کاندیداهای جناحی بوده است. این در حالی است که روزنامه ایران و همشهری فاقد این آگهی بوده‌اند.

۱۳/۳۸ درصد از کل آگهی‌های مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی «کاندیداهای مستقل» اختصاص داده شده است. به طوری که ۲۵/۱۰ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه اطلاعات به این مقوله اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه سلام (۱۸/۲ درصد)، اخبار (۱۴/۱۰ درصد)، ایرار (۱۲/۳۴ درصد)، جمهوری اسلامی (۱۰/۷۹ درصد)، رسالت (۷/۳۶ درصد) و کیهان با (۱۰/۷۹ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای

اطلاعات (۹/۴۰ درصد)، کیهان (۷/۷۶ درصد)، اخبار (۵/۲۸ درصد) و سلام (۳/۳۲ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی، آگهی کاندیداهای شهرستان را به چاپ رسانیده‌اند. این در حالی است که دو روزنامه همشهری و ایران فاقد آگهی کاندیداهای شهرستان بوده‌اند. (جدول شماره ۳).

رسالت (۲۲/۶۸ درصد)، جمهوری اسلامی (۱۸/۳۶ درصد)، اخبار (۱۳/۴۱ درصد)، ایرار (۱۳/۲۲ درصد)، سلام (۱۳/۰۷ درصد) و اطلاعات با (۱۱/۷۶ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی، اخبار مربوط به انتخابات را به چاپ رسانیده‌اند. (جدول شماره ۲).

حجم مصاحبه‌های چاپ شده

مصاحبه یکی از شیوه‌های کسب خبر و در عین حال یکی از برترین فنون روزنامه‌نگاری محسوب می‌شود که برای دستیابی به اطلاعات بیشتر از خبر و روشن شدن علل و چگونگی وقوع یک رویداد یا آگاهی از نظرات و دیدگاه‌های افراد و شخصیت‌های برجسته و صاحب‌نظر در امور سیاسی، فرهنگی، علمی، اقتصادی و ... صورت می‌گیرد. ممکن است مصاحبه‌های اختصاصی به شکل حضوری به گونه‌ای که خبرنگار روزنامه مستقیماً با فرد

حجم اخبار چاپ شده

خبر گزارش عینی بدون بررسی و شکافتن علل وقایع و رویدادهایی است که حاوی یک یا چند ارزش خبری اعم از شهرت، تازگی، دربرگیری، استثنا و شگفتی، تضاد و برخورد و ... بوده و تحت تأثیر عوامل درون سازمانی و برون سازمانی شکل گرفته باشد. در این تحقیق کلیه مطالبی که حاوی این ویژگی‌ها بود و خبر محسوب می‌شوند چه اخبار تلکسی (اخبار خبرگزاریها) و چه اخبار تولیدی (اخباری که

مصاحبه شونده گفت‌وگو کند، انجام شود اما گاهی اوقات روزنامه‌ها پیرامون یک موضوع سوالات مطرح شده خود را در صفحه‌ای از روزنامه چاپ می‌کنند و از خوانندگان و شخصیت‌های صاحب‌نظر خواستار پاسخگویی به سوالات می‌شوند که مصاحبه کتبی نام دارد. در تحقیق حاضر کلیه گفت‌وگوهای اختصاصی و حضوری خبرنگاران روزنامه‌ها با شخصیت‌های برجسته سیاسی، فرهنگی که پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی صورت گرفته است و همچنین پاسخ‌های چاپ شده کاندیداهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی و افراد و شخصیت‌های سیاسی به سوالات منتشره در روزنامه‌های پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی (مصاحبه‌های کتبی) مورد بررسی قرار گرفته است. براساس این تحقیق ۱۰/۲۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به «مصاحبه‌های حضوری و کتبی» با برخی از نامزدهای نمایندگی مجلس و شخصیت‌های سیاسی، اجتماعی اختصاص داده شده است. به طوری که ۲۲/۶۳ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه اطلاعات به این مقوله اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه کیهان (۱۶/۱۴ درصد)، سلام (۱۲/۳۲ درصد)، ایران (۱۱/۶۹ درصد)، اخبار (۸/۰۱ درصد)، ابرار (۵/۵۰ درصد)، رسالت (۲/۶۶ درصد) و جمهوری اسلامی با (۱/۶۵ درصد) در رده‌های

بعدی قرار دارند. این در حالی است که روزنامه همشهری فاقد مصاحبه در زمینه انتخابات مجلس شورای اسلامی بوده است. (جدول شماره ۲).

گفتنی است ۲۲/۰۲ درصد از کل مصاحبه‌های چاپ شده در روزنامه اطلاعات و ۱۳/۰۸ درصد از کل مصاحبه‌های چاپ شده در روزنامه کیهان از نوع مصاحبه کتبی بوده است. صرف‌نظر از مصاحبه‌های کتبی، می‌توان گفت که روزنامه سلام بیشترین توجه را به مصاحبه‌های غیرکتبی نشان داده است.

حجم گزارش‌های چاپ شده

گزارش یکی از مجراهای عمده ارتباط مطبوعات با مردم است که علاوه بر ارائه خبر حاروی گفت‌وگو با مردم یا شخصیت‌های صاحب‌نظر و کارشناس همراه با تجزیه و تحلیل و ارائه اطلاعات آماری و بیان جزئیات است که هر نشریه‌ای به فراخور وضعیت، جایگاه و اهداف اجتماعی خود اقدام به تهیه گزارش در زمینه‌های مختلف می‌کند. در این تحقیق کلیه گزارش‌ها و نظرخواهی‌ها و گفت‌وگوهایی که با مردم پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی صورت گرفته، مورد بررسی قرار گرفته است. براساس این تحقیق ۳/۴۱ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به انعکاس گزارش در خصوص انتخابات مجلس شورای اسلامی اختصاص داده شده است. به طوری که ۲۳/۷۹ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه همشهری به این امر اختصاص داده شده است و بعد از آن، روزنامه ایران (۱۹/۶۳ درصد)، کیهان (۱۵/۶۷ درصد)، رسالت (۵/۰۸ درصد)، جمهوری اسلامی (۱/۵۱ درصد) و ابرار (۰/۲۵ درصد) قرار دارند. (جدول شماره ۲).

حجم سرمقاله‌ها و یادداشت روزهای چاپ شده

مهمترین و مورد استفاده‌ترین نوع مقاله در مطبوعات سرمقاله است. هر روزنامه یا مجله با سرمقاله آغاز می‌شود و کمتر نشریه‌ای را می‌توان یافت که سرمقاله در آن جایی نداشته باشد. معمولاً نگارش سرمقاله در نشریات برعهده روزنامه‌نگارانی است که قادر هستند افکار و نظرات نشریه را درباره مسایل مختلف در ستون ویژه سرمقاله منعکس کنند و هدف از

نوشتن سرمقاله استدلال درباره یک موضوع، یک رویداد یا مسأله و یا صرفاً ابراز عقیده و نظر درباره رویدادی خاص است که معمولاً در روزنامه‌ها جا و ستون ثابت و بدون تغییر دارد و از آنجایی که سرمقاله برای روزنامه با هر رسانه دیگری بار حقوقی دارد و ایجاد مسؤلیت می‌کند با مشخص کردن آن با سرکلیشه «سرمقاله»، «سخن روز» یا «سراغاز» از سایر مقاله‌ها متمایز می‌شود. همچنین یادداشت و نظر که معمولاً نوع دیگری از مقاله‌های خبری - تحلیلی مطبوعات بشمار می‌آید که الزاماً نظر و دیدگاه فکری نشریه نیست و معمولاً همراه اسم است که پیرامون مسایل و موضوعات مختلف درج می‌شود. در این تحقیق کلیه سرمقاله‌ها و یادداشت‌های روز مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی که پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی نگارش شده است، مورد بررسی قرار گرفته است. براساس این تحقیق ۲/۶۸ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ یادداشت روز و سرمقاله در این خصوص اختصاص داده شده است. به طوری که در ۷/۸۴ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه همشهری این مقوله به چشم می‌خورد و بعد از آن روزنامه کیهان (۶/۱۵ درصد)، سلام (۴/۰۵ درصد)، رسالت (۳/۵۶ درصد)، جمهوری اسلامی (۲/۴۳ درصد)، اطلاعات (۱/۸۷ درصد)، ایران (۱/۶۵ درصد)، و اخبار (۱/۵۱ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی را به این مقوله اختصاص داده‌اند. این در حالی است که روزنامه ابرار در مدت زمان مورد بررسی سرمقاله یا یادداشت روز در خصوص انتخابات مجلس شورای اسلامی چاپ نکرده است. (جدول شماره ۲).

حجم مقاله‌های چاپ شده

در علم روزنامه‌نگاری از مقاله به عنوان حساس‌ترین رکن نام برده می‌شود و جایگاه خاصی در مطبوعات دارد. صرف‌نظر از مقالات خبری که شامل سرمقاله، یادداشت و تفسیر می‌باشد، مقاله‌های علمی، تحقیقی، آماری و مستند در نشریات صفحه ویژه‌ای به خود اختصاص داده‌اند که در جهت توسعه عقیده، فکر و نظر با استفاده از روش‌های صحیح نویسندگی و رعایت نظم منطقی و ایجاز

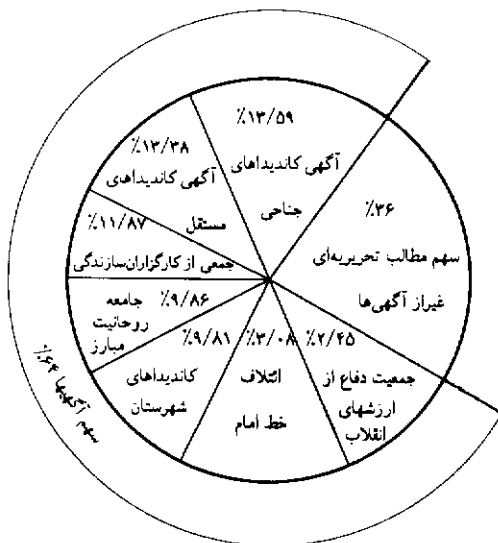


نگارش می‌شود.

در این تحقیق کلیه مقالات غیرخبری که پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی نگارش شده است مورد بررسی قرار گرفته است. براساس این تحقیق ۱/۸۷ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ مقاله در این‌باره اختصاص داده شده است. به‌طوری‌که در ۸/۹۸ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه ایران این مقوله به چشم می‌خورد و بعد از آن، روزنامه جمهوری اسلامی (۶/۶۴ درصد)، سلام (۲/۳۰ درصد)، اخبار (۱/۳۳) و اطلاعات (۱/۲۷ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی را به درج مقاله‌هایی در این زمینه اختصاص داده است. لازم به ذکر است روزنامه همشهری، رسالت، ابرار و کیهان در مدت زمان مورد بررسی، هیچ مقاله‌ای در خصوص انتخابات مجلس شورای اسلامی چاپ نکرده‌اند (جدول شماره ۲).

ارتباطات مردمی

منظور از «ارتباطات مردمی» کلیه پیام‌های تلفنی و نامه‌هایی است که خوانندگان روزنامه‌ها و مردم پیرامون موضوعات مختلف روز یا مشکلات خود به روزنامه‌ها ارسال می‌کنند. در این تحقیق کلیه نامه‌ها و پیام‌های تلفنی خوانندگان پیرامون انتخابات مجلس شورای اسلامی که در روزنامه‌های نامبرده به



■ ۶۴ درصد از کل مطالب مندرج در روزنامه‌ها مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی به چاپ آگهی جناح‌های سیاسی و تبلیغات نامزدهای نمایندگی مجلس اختصاص داده شده است.

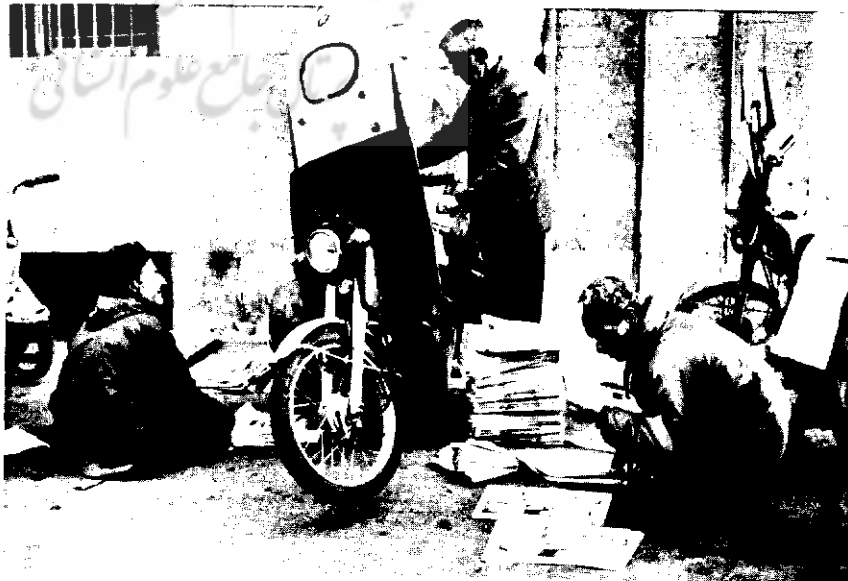
چاپ رسیده است، بررسی شده است. براساس این تحقیق ۰/۳۵ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها به چاپ نامه‌ها و تلفن‌های مردم در این خصوص، اختصاص داده شده است. به‌طوری‌که در ۳/۰۳ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه سلام تلفن و نامه‌های مردم چاپ شده است و بعد از آن روزنامه کیهان (۰/۵۴ درصد)، ایران (۰/۲۷ درصد) و جمهوری اسلامی با (۰/۰۲ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی به این مقوله پرداخته‌اند. این در حالی است که در روزنامه‌های ابرار، اطلاعات، اخبار،

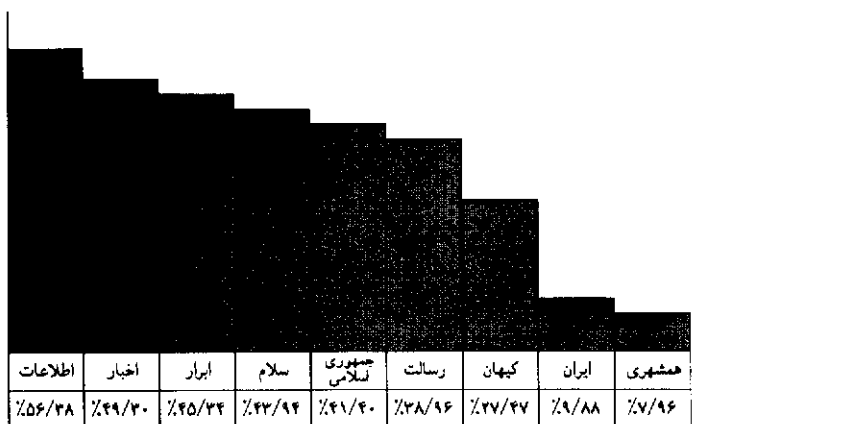
رسالت و همشهری نامه‌ها و تلفن‌های مردم در خصوص انتخابات مجلس شورای اسلامی چاپ نشده است. (جدول شماره ۲).

نتایج تحقیق

این تحقیق نشان می‌دهد که تنها ۳۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مجلس شورای اسلامی که در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ رسیده است، مربوط به مطالب تحریری اعم از خبر، گزارش، مصاحبه، سرمقاله و یادداشت روز، مقاله‌ها و ارتباطات مردمی است. همچنین در میان مطالب تحریری، تنها ۳/۴۱ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات به تهیه گزارش و نظرخواهی از مردم و ۱۰/۲۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات به انجام مصاحبه با چهره‌های سیاسی بوده است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که در زمینه





نمودار مقایسه‌ای سطح زیر چاپ مطالب مربوط به انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی مندرج در روزنامه‌ها

■ در بین ۹ روزنامه مورد بررسی، به طور متوسط روزنامه اطلاعات با اختصاص ۵۶/۳۸ درصد از سطح زیر چاپ خود، بیشترین توجه را به انعکاس مطالب مختلف پیرامون انتخابات پنجمین دوره مجلس شورای اسلامی داشته است. ■ حجم تمامی مطالب مربوط به انتخابات پنجم مجلس شورای اسلامی که در ۹ روزنامه مورد بررسی به چاپ رسیده است، ۶۲۴۴۹۴/۲۷ سانتی متر مربع است.

انعکاس و مطرح کردن تلفن‌ها و نامه‌های مردم در خصوص انتخابات مجلس شورای اسلامی، روزنامه سلام بیشترین توجه را داشته است و این در حالی است که در روزنامه‌های ابرار، اخبار، رسالت، هشمه‌ری و اطلاعات نامه یا تلفن مردم درباره انتخابات به چشم نمی‌خورد. همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ۶۴ درصد کل مطالب مربوط به انتخابات مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی‌های جناح‌های سیاسی و تبلیغات نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی اختصاص داده شده است. از آنجا که روزنامه‌های ما، از نظر مالی در وضعیت نامطلوبی بسر می‌برند، برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی بهترین فرصت را در اختیار آنها قرار داد تا با چاپ آگهی، بنیه مالی خود را تقویت کنند. اما باید دید که قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی در این باره چه می‌گوید.

در ماده ۵۸ قانون انتخابات مجلس شورای اسلامی درباره تبلیغات روزنامه‌ها برای نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی آمده است: «انجام هرگونه فعالیت تبلیغاتی از تاریخ اعلام رسمی اسامی نامزدها له یا علیه نامزدهای نمایندگی مجلس از رادیو و تلویزیون و میز خطابه نماز جمعه و یا هر وسیله دیگری که جنبه رسمی و دولتی دارد و فعالیت کارمندان در ساعات کاری و همچنین استفاده از وسایل و سایر امکانات وزارتخانه‌ها و ادارات، شرکت‌های دولتی و مؤسسات وابسته به آنها و نهادها و مؤسساتی که از بودجه عمومی (به هر مقدار) استفاده می‌کنند و همچنین در اختیار گذاشتن وسایل و امکانات مزبور، ممنوع بوده و مرتکب، مجرم شناخته می‌شود.» گفتنی

است براساس این ماده برخی از مسؤولان از جمله وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، به ممنوعیت روزنامه‌های ایران، هشمه‌ری، کیهان و اطلاعات از درج آگهی تبلیغاتی نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی اشاره کرده‌اند.^۲ و برخی نیز تنها روزنامه ایران و هشمه‌ری را به جهت استفاده از بودجه عمومی دولت مشمول ماده ۵۸ قانون انتخابات می‌دانند و معتقدند که روزنامه کیهان و اطلاعات نه «دولتی» هستند و نه «عمومی».^۳ حال، به نتایج این تحقیق که از زمان اعلام رسمی اسامی نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی تا پایان وقت تبلیغات انجام شده است نگاه کنید: آگهی جناح‌های سیاسی اعم از جامعه روحانیت مبارز تهران، جمعی از کارگزاران سازندگی، ائتلاف خط امام و جمعیت دفاع از ارزش‌های اسلامی - با اندکی تفاوت در اندازه - در روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، ایران و هشمه‌ری به چاپ رسیده است. همچنین در کنار چاپ آگهی‌های جناح‌های سیاسی، تبلیغات نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی در روزنامه‌های کیهان و اطلاعات نیز به چشم می‌خورد. این در حالی است که دو روزنامه ایران و هشمه‌ری، تبلیغات نامزدهای نمایندگی مجلس شورای اسلامی را چاپ نکرده‌اند.

بحث در مورد نقاط مثبت و منفی ماده ۵۸ قانون انتخابات و اینکه آیا روی سخن ماده ۵۸، قانون انتخابات با روزنامه‌های کیهان، اطلاعات، ایران و هشمه‌ری است یا نه، نیاز به تفسیر و تحلیل کارشناسانه دارد. اما انتظاری که از مجلس شورای اسلامی می‌رود این است که تفسیر دقیق و واضح و کارشناسانه از این ماده قانونی را ارائه دهد تا در دوره‌های بعدی انتخابات مجلس شورای اسلامی، تکلیف روزنامه‌ها در خصوص درج آگهی نامزدهای مورد نظرشان، به دور از هرگونه ابهام مشخص شود. □

منابع:

۱. قدرت مطبوعات در تحریک، تهییج یا سکون افکار عمومی، مجله رسانه، ویژه‌نامه آموزشی (۱).
۲. «خارج از متن»، کیهان، ۱۸ بهمن ۱۳۷۴، ص ۲.
۳. «رئیس کمیسیون شوراها و امور داخلی مجلس شورای اسلامی: اظهارات اخیر وزیر ارشاد...»، کیهان ۱۹ بهمن ۱۳۷۴، ص ۳.