

می‌توان گفت که در مدت هفت روز تبلیغات رسمی، یک روزنامه فرضی مخصوص انتخابات با همکاری دست‌اندرکاران ۱۰ روزنامه مورد بررسی با قطع چاپی ۴۹/۵×۳۶/۵ و تقریباً روزانه در ۴۶ صفحه منتشر شده است.

تحقیق حاضر به منظور آگاهی از میزان توجه روزنامه‌های کثیرالانتشار تهران به انعکاس مطالب مربوط به انتخابات هفتمین دوره ریاست‌جمهوری خصوصاً مطالب مربوط به کاندیداهای مورد تأیید شورای نگهبان آقایان خاتمی، زواره‌ای، ری‌شهری و ناطق نوری به بررسی روزنامه‌های ابرار، اخبار، جمهوری اسلامی، کاروکارگر (روزنامه‌هایی که مستقیماً

تحلیل محتوای مطالب روزنامه‌های کثیرالانتشار تهران پیرامون انتخابات

هفتمین دوره ریاست‌جمهوری تحقیق از: اکرم دیداری

دیدگاه‌ها و برنامه‌های کاندیداها مندرج در روزنامه‌ها و آگهی‌های مربوط به کاندیداها. * (لازم به ذکر است کلیه روزنامه‌ها بدون ویژه‌نامه‌هایی که ضمیمه آنها بوده بررسی شده‌اند).

● مقایسه حجم متوسط مطالب مندرج در روزنامه‌ها پیرامون انتخابات ریاست‌جمهوری

روزنامه‌های ابرار، اخبار، اطلاعات، ایران، جمهوری اسلامی، رسالت، سلام، کاروکارگر، کیهان و همشهری در مدت تبلیغات رسمی کاندیداها (۷۶/۲/۲۵ تا ۷۶/۲/۳۱) جمعاً ۴۱۴ هزار و ۹۲۶ سانتی‌متر مربع مطلب اعم از آگهی و مطالب تحریری (خبر، گزارش، مصاحبه، یادداشت، پیامهای تلفنی و نامه مردم، مقاله و طنز) درباره انتخابات ریاست‌جمهوری چاپ کردند. به عبارت دیگر به‌طور متوسط روزنامه رسالت با اختصاص ۵۸/۷۹ درصد از سطح زیر چاپ خود بیشتر از سایر روزنامه‌ها درباره انتخابات مطلب داشته است که این البته شامل آگهی نیز می‌شود. بعد از آن به ترتیب روزنامه‌های سلام (۵۶/۷۰ درصد)، اخبار (۴۹/۰۵ درصد)، ابرار (۳۸ درصد)، جمهوری اسلامی (۳۰/۵۴ درصد)، کاروکارگر (۱۹/۳۹ درصد)، اطلاعات (۱۳/۶۴ درصد)، کیهان (۱۲/۱۹ درصد)، ایران (۸/۹۴ درصد) و همشهری (۸/۰۸ درصد) از سطح زیر چاپ خود را به این امر اختصاص داده‌اند. حال اگر از سطح زیر چاپ یک صفحه از ۱۰ روزنامه مورد بررسی میانگین بگیریم قطع ۴۹/۵×۳۶/۵ - یعنی ۱۸۰۶/۷۵ سانتی‌متر مربع - به‌دست می‌آید. از طرفی نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که حجم تمامی

از سوی هیچ‌یک از جناح‌های فعال سیاسی کشور شامل جامعه روحانیت مبارز تهران، مجمع روحانیون مبارز، جمعی از کارگزاران سازندگی، گروه‌های ائتلاف خط امام و جمعیت دفاع از ارزش‌های انقلاب اسلامی حمایت نمی‌شوند) اطلاعات، ایران، کیهان و همشهری (روزنامه‌هایی که به نوعی دولتی و عمومی محسوب می‌شوند)، سلام (که به روزنامه مورد حمایت گروه‌های ائتلاف خط امام و مجمع روحانیون مبارز، معروف است) و رسالت (که به روزنامه مورد حمایت جامعه روحانیت مبارز تهران و تشکل‌های اسلامی همسو، معروف است) پرداخته است.

این تحقیق به روش تحلیل محتوا با اندازه‌گیری برحسب سانتی‌متر مربع از تاریخ ۲۵ اردیبهشت ۷۶ (زمان اعلام رسمی اسامی نامزدهای ریاست‌جمهوری و شروع تبلیغات انتخاباتی) تا ۳۱ اردیبهشت ۷۶ (پایان تبلیغات) در دو بخش زیر انجام شده است:

الف) بررسی کلیه مطالب مربوط به انتخابات هفتمین دوره ریاست‌جمهوری اعم از خبر، گزارش، یادداشت و سرمقاله، مصاحبه، مقاله، ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن آگهی‌های انتخاباتی و طنز و کاریکاتور.

ب) بررسی کلیه مطالب انتخاباتی مربوط به چهار نامزد ریاست‌جمهوری (صرف‌نظر از سایر مطالبی که پیرامون انتخابات چاپ شده و به نامزدها مرتبط نیست) شامل اخبار سخنرانی‌های کاندیداها، اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از کاندیداها، اعلام حمایت اقشار مختلف روحانیت اعم از حضرات آیات عظام و حجج اسلام از نامزدها، اخبار سخنرانی‌های حمایت‌کنندگان از کاندیداها، تلفن‌ها و نامه‌های مردم در مورد کاندیداها،

انتخابات هفتمین دوره ریاست‌جمهوری با نامزدی آقایان سیدمحمد خاتمی، سیدرضا زواره‌ای، محمدمحمد نیک (ری‌شهری) و علی‌اکبر ناطق‌نوری، دوم خردادماه ۷۶ با مشارکت گسترده آحاد مردم برگزار شد. در این دوره از انتخابات ریاست‌جمهوری جمعاً ۲۹ میلیون و ۷۶ هزار و ۶۱ نفر از اقشار مختلف مردم به پای صندوق‌های رأی رفتند و به نامزد موردنظر خود رأی دادند. از ۲۸ میلیون و ۸۳۵ هزار و ۹۵ رأی قابل شمارش (به جز رأی سفید) آقای سیدمحمد خاتمی ۲۰ میلیون و ۷۸ هزار و ۱۷۸ رأی، آقای ناطق نوری ۷ میلیون و ۲۴۲ هزار و ۸۵۹ رأی، آقای زواره‌ای ۷۷۱ هزار و ۴۶۰ رأی و آقای ری‌شهری ۷۴۲ هزار و ۵۹۸ رأی را به خود اختصاص دادند و بدین ترتیب آقای خاتمی که کاندیدای مورد حمایت «جمعی از کارگزاران سازندگی»، «ائتلاف گروه‌های خط امام» و «مجمع روحانیون مبارز» بود، با کسب ۶۹/۶۳ درصد کل آرا به‌عنوان پنجمین رئیس‌جمهوری ایران برگزیده شد.

رویداد دوم خرداد نه تنها به یادماندنی‌ترین رویداد سیاسی کشور از نظر مشارکت و حضور گسترده اقشار مختلف مردم می‌باشد بلکه برای دست‌اندرکاران مطبوعات و اهل قلم نیز از آن جهت که فرصتی را برای مطبوعات فراهم ساخت تا قدرت خود در عرصه سیاست و هدایت افکار عمومی و تأثیرگذاری بر مخاطب را به منصفه ظهور رسانده و در این موقعیت میزان این قدرت و تأثیرگذاری بر مخاطب را بیازمایند، از حساس‌ترین و درعین‌حال بدیادماندنی‌ترین فعالیت‌های روزنامه‌نگاری در دوران ۱۹ ساله پس از پیروزی انقلاب اسلامی محسوب می‌شود.

جدول شماره ۱

روزنامه‌ها	مطالب تحریری	درصد	آگهی‌های انتخاباتی	درصد	جمع کل	درصد
ایران	۱۲۶۷۶/۹۷	۵/۴۱	۳۳۵۷۶/۳۵	۱۸/۰۴	۴۵۲۵۳/۳۲	۱۰/۹۱
اخبار	۱۵۹۰۳/۳۷	۶/۷۸	۳۳۷۶۰/۰۳	۱۸/۱۴	۴۸۶۶۳/۴	۱۱/۷۳
اطلاعات	۲۲۵۵۱/۹۵	۹/۶۲	.	.	۲۲۵۵۱/۹۵	۵/۴۴
ایران	۱۰۰۰۲/۳	۴/۲۷	.	.	۱۰۰۰۲/۳	۲/۴۱
جمهوری اسلامی	۱۶۲۴۳/۱۴	۶/۹۳	۳۴۲۵۷/۰۹	۱۸/۹۷	۵۰۵۰۰/۲۳	۱۲/۱۷
رسالت	۶۲۶۰۳/۸	۲۶/۷۱	۴۶۸۲۷/۹۶	۲۵/۹۴	۱۰۹۴۳۱/۷۶	۲۶/۳۷
سلام	۵۴۸۰۹/۵۶	۲۳/۳۹	۱۵۵۵۸/۹۶	۸/۶۲	۷۰۳۶۸/۵۲	۱۶/۹۶
کاروکارگر	۸۶۷۸/۶۶	۳/۷۰	۱۸۵۷۱/۷	۱۰/۲۹	۲۷۲۵۰/۳۶	۶/۵۷
کیهان	۲۱۷۶۶/۸۵	۹/۲۹	.	.	۲۱۷۶۶/۸۵	۵/۲۴
همشهری	۹۱۳۷/۵۲	۳/۹۰	.	.	۹۱۳۷/۵۲	۲/۲۰
جمع	۲۳۴۳۷۴/۱۲	۱۰۰	۱۸۰۵۵۲/۰۹	۱۰۰	۴۱۴۹۲۶/۲۱	۱۰۰
	%۵۶/۴۸		%۲۳/۵۲			

$۴۹/۵ \times ۳۶/۵ = ۱۸۰۶/۷۵ =$ قطع متوسط

کل صفحات مربوط به انتخابات ۲۲۹/۶۵ = ۱۸۰۶/۷۵ : ۴۱۴۹۲۶/۲۱ = ۲۳۰ صفحه در ایام فعالیت‌های انتخاباتی روزنامه‌های با سطح زیر چاپ هر صفحه ۴۹/۵ × ۳۶/۵ در ۲۳۰ صفحه در ایام فعالیت‌های انتخاباتی به چاپ رسیده است.

به خود اختصاص می‌دهد (۲۶/۷۱ درصد از کل مطالب تحریری مربوط به انتخابات ریاست جمهوری) و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های سلام (۲۳/۳۹ درصد)، اطلاعات (۹/۶۲ درصد)، کیهان (۹/۲۹ درصد)، جمهوری اسلامی (۶/۹۳ درصد)، اخبار (۶/۷۸ درصد)، ایران (۵/۴۱ درصد)، ایران (۴/۲۷ درصد)، همشهری (۳/۹۰ درصد) و کاروکارگر (۳/۷۰ درصد) قرار دارند. (جدول شماره ۱)

اگر مطالب تحریری مندرج در روزنامه‌ها را از نظر سبک نگارش به غیر، گزارش، مصاحبه، یادداشت و سرمقاله، مقاله، طنز و کاریکاتور و ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن تقسیم کنیم، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ۳۳/۲۲ درصد مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری به شکل خبر، ۷/۵۹ درصد به شکل گزارش، ۶/۷۷ درصد به صورت مصاحبه، ۴/۳۶ درصد یادداشت و سرمقاله، ۲/۶۳ درصد مقاله، ۱/۶۶ درصد ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن و ۰/۲۶ درصد به صورت طنز و کاریکاتور تحریر شده است. (جدول شماره ۲)

حجم گزارش‌های چاپ شده - نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ۷/۵۹ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری به تهیه گزارش پیرامون این موضوع اختصاص داده شده است. به طوری که ۲۹/۴۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری مندرج در روزنامه ایران به این امر اختصاص داده شده است و بعد از آن روزنامه اطلاعات (۲۹/۱۷ درصد)، کیهان (۱۹/۹۱ درصد)، جمهوری اسلامی (۸/۹۵ درصد)، اخبار (۸/۶۹ درصد)، سلام (۸/۱۲ درصد)، کاروکارگر (۶/۲۳ درصد) و رسالت با (۱/۳۲ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات مندرج در این روزنامه به این مقوله پرداخته‌اند. (جدول شماره ۲)

مطالب مربوط به انتخابات که در ۱۰ روزنامه مورد بررسی به چاپ رسیده است، ۴۱۴۹۲۶/۲۱ سانتی‌متر مربع است و با تقسیم حجم کلیه مطالب مربوط به انتخابات بر میانگین سطح زیر چاپی روزنامه‌ها در می‌یابیم تعداد صفحه‌های اختصاص داده شده به انتخابات ۲۳۰ صفحه بوده است. در مجموع می‌توان گفت که یک روزنامه فرضی مخصوص انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری با همکاری دست‌اندرکاران ۱۰ روزنامه مورد بررسی با قطع چاپی ۴۹/۵ × ۳۶/۵ و تقریباً روزانه در ۴۶ صفحه به مدت ۵ روز از تاریخ ۲۵ اردیبهشت تا ۳۱ اردیبهشت ۷۶ منتشر شده است.

مقایسه حجم آگهی‌های مربوط به انتخابات ریاست جمهوری در روزنامه‌ها ۲۳/۵۲ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری مندرج در روزنامه‌ها به چاپ آگهی‌های انتخاباتی اختصاص داده شده است.

حال اگر تمامی آگهی‌های مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی را معادل ۱۰۰ فرض کنیم، روزنامه رسالت بیشترین سهم را از نظر چاپ آگهی به خود اختصاص می‌دهد (۲۵/۹۴ درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی) و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های جمهوری اسلامی (۱۸/۹۷ درصد)، اخبار (۱۸/۱۴ درصد)، ایران (۱۸/۰۴ درصد)، کاروکارگر (۱۰/۲۹ درصد) و روزنامه سلام (۸/۶۲ درصد) قرار دارند. گفتمنی است در روزنامه‌های اطلاعات، ایران، کیهان و همشهری هیچ آگهی انتخاباتی به چاپ نرسیده است. (جدول شماره ۱)

مقایسه حجم مطالب تحریری مربوط به انتخابات ریاست جمهوری در روزنامه‌ها ۵۶/۴۸ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری مندرج در روزنامه‌ها به مطالب تحریری اعم از خبر، گزارش، یادداشت و سرمقاله، مصاحبه، مقاله، ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن و طنز و کاریکاتور اختصاص داده شده است.

حال اگر تمامی مطالب تحریری مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی را معادل ۱۰۰ فرض کنیم، روزنامه رسالت بیشترین سهم مطالب تحریری پیرامون انتخابات ریاست جمهوری را

* روزنامه همشهری و ابرار فاقد این مقوله بوده‌اند.

روزنامه همشهری با اختصاص (۳۲/۰۶ درصد)، اطلاعات (۲۳/۴۵ درصد)، اخبار (۱۱/۵۸ درصد)، ایران (۵/۵۲ درصد)، سلام (۴/۴۳ درصد) و رسالت (۳/۱۰ درصد) از کل مطالب مربوط به انتخابات به این مقوله، قرار دارند. (جدول شماره ۲)

* گفتنی است روزنامه‌های ابرار، جمهوری اسلامی و کاروکارگر در مدت مورد بررسی فاقد «مصاحبه» بوده‌اند.

— حجم یادداشت و سرمقاله‌های چاپ شده ۴/۳۶ درصد از کل مطالب مربوط به

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که بین متغیر میزان اعلام حمایت‌های مردمی-صنفی و تعداد آرای نامزدها، رابطه‌ای نه چندان قوی (درصد متوسط) وجود دارد.

جدول شماره ۲

اطلاعات		کیهان		رسالت		سلام		مجموعه روزنامه‌ها		روزنامه‌ها
درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	مطلب انتخاباتی
۰	۰	۰/۲	۲۲/۵	۰	۰	۳۹/۰۲	۲۷۴۵۹/۲۸	۷/۳۶	۳۰۵۳۵/۷۶	اخبار خاتمی
۰	۰	۰/۱۵	۳۲	۴۵/۸۲	۵۰۱۵۶/۰۷	۰	۰	۱۵/۱۶	۶۲۹۲۲/۵۶	اخبار ناطق‌نوری
۰	۰	۰/۱۳	۲۸/۵	۰	۰	۰	۰	-/۳۲	۱۳۳۶/۲۷	اخبار ری شهری
۰	۰	۰/۰۳	۷/۵	۰	۰	۰	۰	۰/۰۸	۳۲۲/۲	اخبار زواره‌ای
۲۹/۶۲	۶۶۸۰/۷۴	۲۶/۹۷	۵۸۶۹/۹۲	۲/۳۵	۳۶۶۷/۹۲	۶/۲۹	۴۲۹۵/۸۱	۱۰/۳۰	۴۲۷۱۲/۱۶	سایر اخبار انتخابات
۲۹/۱۷	۶۵۷۸/۰۲	۱۹/۹۱	۴۲۲۴/۵	۱/۲۲	۱۳۲۳/۲۷	۸/۱۲	۵۷۱۱/۸۵	۷/۵۹	۳۱۴۵۹/۸۲	گزارش
۲۳/۲۵	۵۲۸۸/۲۱	۲۲/۹۴	۷۱۷۰/۰۱	۳/۱۰	۲۳۸۸/۷۹	۲/۲۲	۳۱۱۵/۹۵	۶/۷۷	۲۸۰۸۱/۸۸	مصاحبه
۱۳/۷	۳۰۸۷/۵۲	۱۲/۲۴	۲۶۶۴/۲۶	۳/۶۱	۳۹۲۷/۵۴	۳/۷۸	۲۶۶۳/۱	۴/۳۶	۱۸۰۳۲/۳۶	یادداشت
۱/۷۶	۳۹۶	۰	۰	۰	۰	۹/۶۰	۶۷۵۶/۴۱	۲/۶۳	۱۰۹۱۰/۰۳	مقاله
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۹/۳۰	۱۳۵۷۸/۹۱	۷/۱۴	۲۶۴۳/۸	آگهی خاتمی
۰	۰	۰	۰	۳۸/۵۷	۴۲۲۰۶/۹	۰	۰	۲۹/۳۸	۱۲۱۹۱۲/۵۳	آگهی ناطق‌نوری
۰	۰	۰	۰	۱/۹۷	۲۱۶۲/۹۲	۰	۰	۱/۲۴	۵۹۶۳/۶۸	آگهی زواره‌ای
۰	۰	۰	۰	۲/۲۵	۲۴۵۸/۱۲	۲/۸۱	۱۹۸۰/۰۵	۵/۵۵	۲۲۰۲۲/۰۸	آگهی ری شهری
-/۰۹	۲۲/۵	۵/۴۱	۱۱۷۷/۶۵	۰	۰	۶/۵۵	۴۶۰۷/۱۶	۱/۶۶	۶۸۸۹/۱۱	پیام‌های تلفنی و نامه انتخابات
۳/۳۱	۴۹۸/۷۵	۲/۰۲	۳۳۸	۰	۰	۰	۰	-/۲۶	۱۰۹۹/۹۵	طنز و کاریکاتور
۱۰۰	۲۳۵۵۱/۹۵	۱۰۰	۲۱۷۶۶/۸۵	۱۰۰	۱۰۹۲۳۱/۷۶	۱۰۰	۷۰۳۶۸/۵۲	۱۰۰	۴۱۲۹۲۶/۲۱	جمع کل

کار و کارگر		جمهوری اسلامی		اخبار		ابرار		همشهری		ایران	
درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ
۲/۲۵	۱۱۵۸/۲۵	۰/۷۹	۳۹۸/۱۸	۱/۲۰	۵۸۲/۰۵	۰	۰	۷/۲۱	۶۵۹/۱	۲/۲۴	۲۲۴/۴
۱/۴۰	۳۸۱/۱۲	-/۶۰	۳۰۲/۷۲	۳/۱۴	۱۵۲۵/۷۲	۲۲/۰۶	۹۹۸۲/۶۱	۳/۵۷	۲۲۶/۳	۲/۱۶	۲۱۶
۱/۵۰	۴۰۹/۵۵	۰/۷۹	۳۹۷/۵۷	۰/۵۱	۲۲۹/۰۵	۰	۰	۱/۱۳	۱۰۳/۲	۱/۵۸	۱۵۸/۴
-/۲۲	۸۷/۵	۰	۰	-/۰۸	۳۶	۰	۰	۰	۰	۱/۹۱	۱۹۱/۲
۱۱/۳۵	۳۰۹۲/۲۴	۱۶/۸۶	۸۵۱۲/۳۱	۶/۷۸	۳۲۹۸/۵۷	۲/۱۲	۹۵۹/۳	۳۶/۹۹	۳۲۷۹/۶۹	۲۷/۵۳	۲۷۵۳/۶۴
۶/۲۳	۱۶۹۷/۰۳	۸/۹۵	۳۵۱۹/۸۹	۸/۶۹	۴۲۲۸/۷	۰	۰	۰	۰	۲۹/۲۶	۳۹۲۶/۳۸
۰	۰	۰	۰	۱۱/۵۸	۵۶۳۷/۵۸	۰	۰	۲۲/۰۶	۲۹۲۹/۵۱	۵/۵۲	۵۵۱/۶۳
۶/۷۹	۱۸۵۰/۹۶	۲/۰۴	۱۰۳۰/۶۶	۰/۷۱	۴۲۲/۷	۳/۸۳	۱۷۳۵/۰۶	۵/۹۰	۵۳۹/۱۵	۲/۳۰	۲۳۰/۴
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۱/۳۵	۱۰۳۷/۳۷	۲۷/۲	۲۷۲۰/۲۵
۲۶/۲۱	۷۱۹۷/۳۱	۸/۷۰	۲۳۹۳/۹۶	۹/۱۹	۴۴۷۳/۶۲	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۳۲/۳۸	۹۳۶۸/۷۴	۵۲/۸۶	۲۷۷۰۵/۹۳	۲۹/۳۲	۱۴۲۷۳/۹۲	۶۲/۶۶	۲۸۳۵۷/۰۴	۰	۰	۰	۰
۰	۰	۰	۰	۷/۸۱	۳۸۰۰/۷۴	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۷/۳۶	۲۰۰۵/۶۵	۴/۲۷	۲۱۵۷/۲	۲۰/۹۸	۱۰۲۱۱/۷۵	۹/۳۳	۴۲۱۹/۳۱	۰	۰	۰	۰
۰	۰	۲/۱۴	۱۰۸۱/۸	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱/۷۹	۱۶۳/۲	۰	۰
۱۰۰	۲۷۲۵۰/۲۶	۱۰۰	۵۰۵۰۰/۲۳	۱۰۰	۴۸۶۶۳/۲	۱۰۰	۳۵۲۵۲/۲۲	۱۰۰	۹۱۳۷/۵۲	۱۰۰	۱۰۰۰۲/۳

انتخابات مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ یادداشت و سرمقاله درباره انتخابات ریاست جمهوری اختصاص یافته است. به طوری که ۱۳/۷ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مندرج در روزنامه اطلاعات به چاپ یادداشت و سرمقاله در این باره اختصاص یافته است و پس از آن روزنامه‌های کیهان (۱۲/۲۴ درصد)، کاروکارگر (۶/۷۹ درصد)، همشهری (۵/۹۰ درصد)، ابرار (۳/۸۳ درصد)، سلام (۳/۷۸ درصد)، رسالت (۳/۶۱ درصد)، ایران (۲/۳۰ درصد)، جمهوری اسلامی (۲/۰۴ درصد) و اخبار (۰/۷۱ درصد) قرار دارند. (جدول شماره ۲)

— حجم مقاله‌های چاپ شده

۲/۶۳ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ مقاله اختصاص یافته است. به طوری که ۲۷/۲ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مندرج در روزنامه ایران به این مقوله اختصاص یافته و پس از آن روزنامه‌های همشهری (۱۱/۳۵ درصد)، سلام (۹/۶۰ درصد) و اطلاعات (۱/۷۶ درصد) قرار دارند. (جدول شماره ۲)

* گفتنی است در روزنامه‌های رسالت، کیهان، ابرار، اخبار، جمهوری اسلامی و کاروکارگر این مقوله دیده نشده است.

— ارتباطات مردم از طریق نامه و تلفن

۱/۶۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری به چاپ نامه و تلفن‌های مردم در این باره اختصاص یافته است. به طوری که ۶/۵۵ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات مندرج در روزنامه سلام به این امر اختصاص یافته است و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های کیهان (۵/۴۱ درصد) جمهوری اسلامی (۲/۱۴ درصد) و اطلاعات (۰/۰۹ درصد) قرار دارند.

* گفتنی است هیچ نامه یا تلفن مردم در روزنامه‌های رسالت، ایران، همشهری، ابرار، اخبار و کاروکارگر در مورد انتخابات ریاست جمهوری به چاپ نرسیده است. (جدول شماره ۲)

— طنز و کاریکاتور

۰/۲۶ درصد از کل مطالب مربوط به

انتخابات ریاست جمهوری مندرج در روزنامه‌ها به چاپ طنز و کاریکاتور در این باره اختصاص یافته است. به طوری که روزنامه اطلاعات با اختصاص ۲/۲۱ درصد از کل مطالب منتشره مربوط به انتخابات به طنز و کاریکاتور، در رتبه اول قرار می‌گیرد و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های کیهان (۲/۰۲ درصد) و همشهری (۱/۷۹ درصد) قرار دارند. گفتنی است طنز و کاریکاتور درباره انتخابات ریاست جمهوری در سایر روزنامه‌ها چاپ نشده است. (جدول شماره ۲)

• مقایسه حجم مطالب انتخاباتی مربوط به چهار کاندیدای ریاست جمهوری در روزنامه‌ها

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد ۲۹۰ هزار و ۲۶۳ سانی مترمربع از کل مطالب مربوط به انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری که در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ رسیده است (۱۴ هزار و ۹۲۶ سانی مترمربع) درباره چهار کاندیدای ریاست جمهوری آقایان خاتمی، ناطق‌نوری، زواره‌ای و ری‌شهری می‌باشد.

به عبارتی ۶۹/۹۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست جمهوری به چاپ آگهی و مطالب تحریری اعم از اخبار سخنرانی‌های کاندیداها، اعلام حمایت‌های مردم، اصناف، آیات عظام و حجج اسلام از کاندیداها، اخبار سخنرانی‌های حمایت‌کنندگان از کاندیداها، تلفن و نامه‌های مردم در مورد کاندیداها اختصاص داده شده است.

حال اگر تمامی مطالب مندرج در روزنامه‌های مورد بررسی که درباره ۴ کاندیدای ریاست جمهوری می‌باشد را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هر یک از نامزدها از نظر آگهی و مطالب تحریری (اخبار سخنرانی‌های نامزدها، اعلام حمایت‌های شخصیت‌های غیرروحانی و روحانیون از کاندیدا و...) به شرح زیر است:

۱. آقای ناطق‌نوری ۶۵/۱۴ درصد؛

۲. آقای خاتمی ۲۲/۳۲ درصد؛

۳. آقای ری‌شهری ۹/۸۶ درصد؛

۴. آقای زواره‌ای ۲/۶۸ درصد.

به عبارت دیگر، روزنامه‌های رسالت ۹۵/۲۳ درصد، ابرار ۹۰/۰۹ درصد، جمهوری اسلامی ۷۹/۲۲ درصد، کیهان ۴۹/۵۸ درصد، کاروکارگر ۴۷/۳۱ درصد، اخبار ۴۴/۹۴ درصد، همشهری ۲۹/۹۷ درصد، ایران ۲۵/۵۲ درصد و اطلاعات ۲۳/۶۵ درصد از کل مطالبی که در

مورد چهار نامزد منتشر کرده‌اند (اعم از آگهی و مطالب تحریری) را به چاپ مطالب مربوط به آقای ناطق‌نوری اختصاص داده‌اند. گفتنی است هیچ مطلب انتخاباتی از آقای ناطق‌نوری در روزنامه سلام به چاپ نرسیده است. (جدول شماره ۳)

روزنامه‌های سلام ۹۵/۶۰ درصد، همشهری ۶۰/۵۵ درصد، کاروکارگر ۴۰/۵۴ درصد، اطلاعات ۳۷/۲۲ درصد، ایران ۲۵/۷۷ درصد، اخبار ۱۴/۳۸ درصد، جمهوری اسلامی ۱۳/۵۵ درصد و کیهان ۰/۹۲ درصد از کل مطالبی که در مورد چهار نامزد

■ ۴۳/۵۲٪ از کل مطالب مربوط به

انتخابات ریاست جمهوری مندرج در

روزنامه‌ها به چاپ آگهی‌های

انتخاباتی اختصاص داده شده است.

■ اگر تمامی آگهی‌های مندرج در

روزنامه‌های مورد بررسی، معادل

۱۰۰ فرض شود، روزنامه رسالت

بیشترین سهم را از نظر چاپ آگهی

به خود اختصاص داده است (۲۵/۹۴

درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی).

ریاست جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ مطالب مربوط به آقای خاتمی اختصاص داده‌اند. گفتنی است هیچ مطلب انتخاباتی از آقای خاتمی در روزنامه‌های رسالت و ابرار به چاپ نرسیده است. (جدول شماره ۳)

روزنامه‌های کیهان ۴۹/۳۴ درصد، اخبار

۲۹/۷۶ درصد، ایران ۲۳/۸۹ درصد، اطلاعات

۲۳/۵۱ درصد، کاروکارگر ۱۱/۷۲ درصد، ابرار

۹/۹۱ درصد، همشهری ۹/۴۸ درصد،

جمهوری اسلامی ۷/۲۳ درصد، سلام

۴/۴۰ درصد و رسالت ۲/۵۳ درصد از کل

مطالبی را که در مورد چهار کاندیدای

ریاست جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ

مطالب مربوط به آقای ری‌شهری اختصاص

داده‌اند. (جدول شماره ۳)

روزنامه‌های ایران ۲۴/۸۲ درصد،

اطلاعات ۱۵/۶۲ درصد، اخبار ۱۰/۹۲ درصد،

رسالت ۲/۲۴ درصد، کاروکارگر ۰/۴۳ درصد و

کیهان ۰/۱۶ درصد از کل مطالبی را که در مورد

چهار کاندیدای ریاست جمهوری منتشر کرده‌اند

را به چاپ مطالب مربوط به آقای زواره‌ای

اختصاص داده‌اند. گفتنی است هیچ مطلب

انتخاباتی از آقای زواره‌ای در روزنامه‌های

جدول شماره ۳- سطح زیر چاپ آگهی و کلیه مطالب تحریری دربارهٔ کاندیداهای ریاست جمهوری

نام کاندیدها	تعداد آرای کسب شده	درصد آرا	مجموع روزنامه‌ها		سلام		رسالت		کیهان	
			سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد
آقای خاتمی	۲۰۰۷۸۱۷۸	۶۹/۶۳	۶۲۷۷۸/۸۳	۲۲/۳۲	۲۲۹۹۶/۳۵	۹۵/۶۰	۰	۰	۲۳/۵	۰/۹۲
آقای ناطق‌نوری	۷۲۴۲۸۵۹	۲۵/۱۲	۱۸۹۰۸۱/۳۹	۶۵/۱۲	۰	۰	۹۵/۲۳	۹۲۳۶۲/۹۷	۲۳/۲۵	۴۹/۵۸
آقای ری‌شهری	۷۲۴۵۹۸	۲/۵۸	۲۸۶۰۸/۷۵	۹/۸۶	۱۹۸۰/۰۵	۲/۲۰	۲۴۵۸/۱۲	۲/۵۳	۲۳۲۳/۳	۴۹/۳۴
آقای زواره‌ای	۷۷۱۲۶۰	۲/۶۷	۷۷۹۲/۵۳	۲/۶۸	۰	۰	۲۱۶۲/۹۴	۲/۲۴	۷/۵	۰/۱۶
جمع	۲۸۸۳۵۰۹۵	۱۰۰								
آرای سفید	۲۲۰۹۶۶									
جمع کل	۲۹۰۷۶۰۶۱	-								

اطلاعات		ایران		همشهری		ایرار		اخبار		جمهوری اسلامی		کار و کارگر	
سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد
۱۹۶۸/۳۶	۳۷/۲۲	۹۰۷/۱۵	۲۵/۷۷	۶۵۹/۱	۶۰/۵۵	۰	۰	۵۰۵۶/۶۷	۱۴/۳۸	۲۷۹۲/۱۴	۱۳/۵۵	۸۳۵۵/۵۶	۴۰/۵۴
۱۲۵۰/۸	۲۲/۶۵	۸۹۸/۵	۲۵/۵۲	۲۲۶/۳	۲۹/۱۷	۳۸۳۳۹/۶۵	۹۰/۰۹	۱۵۷۹۹/۶۲	۲۴/۹۴	۲۸۰۰۸/۶۶	۷۹/۲۲	۹۷۴۹/۸۷	۲۷/۳۱
۱۲۴۳/۱	۲۳/۵۱	۸۲۰/۹	۲۳/۸۹	۰	۰	۴۲۱۹/۳۱	۹/۹۱	۱۰۲۶۰/۸	۲۹/۷۶	۲۵۵۲/۷۷	۷/۲۳	۲۴۱۵/۲	۱۱/۷۲
۸۲۶/۱۵	۱۵/۶۲	۸۷۲/۷	۲۴/۸۲	۰	۰	۳۸۲۶/۷۲	۰	۱۰/۹۲	۰	۰	۰	۸۷/۵	-/۲۳
۵۲۸۸/۴۱	۱۰۰	۳۵۲۰/۲۵	۱۰۰	۱۰۸۸/۶	۱۰۰	۲۲۵۵۸/۹۶	۱۰۰	۳۵۱۵۲/۸۵	۱۰۰	۳۵۳۵۵/۵۷	۱۰۰	۲۰۶۰۸/۱۳	۱۰۰

سلام، همشهری، ایرار و جمهوری اسلامی به چاپ نرسیده است. (جدول شماره ۳)

● مقایسه حجم آگهی‌های انتخاباتی کاندیداهای ریاست جمهوری

۶۲/۲۰ درصد از کل مطالب منتشره در روزنامه‌های مورد بررسی درباره ۴ نامزد ریاست جمهوری (۱۸۰ هزار و ۵۵۲ سانتی‌مترمربع) به چاپ آگهی‌های انتخاباتی نامزدها اختصاص داده شده است. به طوری که اگر کل آگهی‌های انتخاباتی کاندیدها را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هر یک از کاندیدها به شرح زیر است:

۱. آقای ناطق‌نوری ۶۷/۵۲ درصد؛
۲. آقای خاتمی ۱۶/۴۲ درصد؛
۳. آقای ری‌شهری ۱۲/۷۶ درصد؛
۴. آقای زواره‌ای ۳/۳۰ درصد.

به عبارتی بیشترین آگهی آقای ناطق‌نوری به ترتیب در روزنامه‌های رسالت (۹۰/۱۳) درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی به چاپ رسیده در این روزنامه، ایرار (۸۷/۰۵) درصد، جمهوری اسلامی (۸۰/۸۷) درصد، کار و کارگر (۵۰/۴۵) درصد و اخبار (۴۳/۷۵) درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی به چاپ رسیده در این روزنامه به چشم می‌خورد. بیشترین آگهی آقای خاتمی به ترتیب در

نامزدها رابطه‌ای بسیار ضعیف و نزدیک به صفر وجود دارد. به طوری که آقای ناطق‌نوری با اختصاص ۶۷/۵۲ درصد از آگهی به خود، ۲۵/۱۲ درصد آرا مردم را کسب کرده است در حالی که آقای خاتمی با اختصاص ۱۶/۴۲ درصد از آگهی‌ها به خود، ۶۹/۶۳ درصد آرا مردم را کسب کرده است. در مورد کاندیداهای دیگر نیز همین مسأله صدق می‌کند. به طوری که میزان آگهی آقای ری‌شهری از آقای زواره‌ای بیشتر است اما آرای کسب‌شده آقای ری‌شهری از آقای زواره‌ای کمتر می‌باشد. (نمودار الف)

نامزدها	درصد آرا	درصد آگهی
آقای خاتمی	۶۹/۶۳	۱۶/۴۲
آقای ناطق‌نوری	۲۵/۱۲	۶۷/۵۲
آقای ری‌شهری	۲/۵۸	۱۲/۷۶
آقای زواره‌ای	۲/۶۷	۳/۳۰
جمع	۱۰۰	۱۰۰

● مقایسه مطالب تحریری انتخاباتی چهار کاندیدای ریاست جمهوری

۳۷/۸۰ درصد از کل مطالب منتشره در روزنامه‌های مورد بررسی درباره چهار نامزد ریاست جمهوری (۱۰۹ هزار و ۷۱۱ سانتی‌مترمربع) به چاپ مطالب تحریری درباره چهار کاندیدای ریاست جمهوری اختصاص داده شده است. این مطالب تحریری شامل

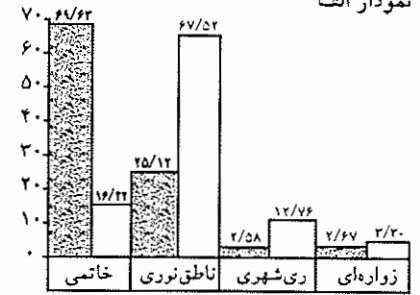
روزنامه‌های سلام (۸۷/۲۷) درصد، کار و کارگر (۳۸/۷۵) درصد، اخبار (۱۳/۶۶) درصد و جمهوری اسلامی (۱۲/۸۳) درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی به چاپ رسیده در این روزنامه) به چشم می‌خورد.

آگهی آقای ری‌شهری نیز به ترتیب در روزنامه‌های اخبار (۳۱/۱۷) درصد، ایرار (۱۲/۹۵) درصد، سلام (۱۲/۷۳) درصد، کار و کارگر (۱۰/۸۰) درصد، جمهوری اسلامی (۶/۳۰) درصد و رسالت (۵/۲۵) درصد از کل آگهی‌های انتخاباتی چاپ شده در این روزنامه) و آگهی آقای زواره‌ای نیز به ترتیب در روزنامه‌های اخبار (۱۱/۶۰) درصد و رسالت (۴/۶۲) درصد به چشم می‌خورد. (جدول شماره ۴)

فرضیه ۱: آیا بین مقدار آگهی کاندیدها و تعداد آرای که نامزدها کسب کرده‌اند رابطه و همبستگی وجود دارد؟

برای آزمون این فرضیه که آرای مردم تابع مقدار آگهی نامزدها بوده یا نبوده از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده و همبستگی بین درصدها، نامزدها و درصد آگهی‌ها را محاسبه کردیم.

بر مبنای نتایج به دست آمده ضریب همبستگی مذکور عدد ۰/۱+ است که ضریبی بسیار کوچک و ضعیف است. این عدد نشان می‌دهد که بین متغیر تعداد آرا و مقدار آگهی



درصد آرا
درصد آگهی

سخنرانی‌های نامزدها، اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از آنها، اعلام حمایت‌های روحانیان از کاندیداها، اخبار سخنرانی‌های حمایت‌کنندگان از کاندیداها، تلفن‌ها و نامه‌های مردم در مورد نامزدها و دیدگاه‌ها و برنامه‌های نامزدها مندرج در روزنامه‌ها می‌باشد.

● مقایسه حجم اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از نامزدها
نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که جمعاً

۱. آقای ناطق نوری ۶۵/۹۸ درصد؛
 ۲. آقای خاتمی ۳۳/۱۶ درصد؛
 ۳. آقای ری شهری ۰/۸۶ درصد؛
 ۴. آقای زواره‌ای ۰ درصد.
- (جدول شماره ۵)

فرضیه ۲: آیا بین مقدار اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از نامزدها و تعداد آرای که آنها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی وجود دارد؟

برای آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده و همبستگی بین درصد اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از نامزدها و درصد آرا آنها را محاسبه کردیم. بر مبنای نتایج به دست آمده ضریب همبستگی مذکور عدد ۰/۵+ است که ضریبی متوسط است. این عدد نشان می‌دهد که بین متغیر میزان اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی و تعداد آرای کاندیداها رابطه‌ای نه چندان قوی و ضعیف (در حد متوسط) وجود دارد.

روحانیان از چهار نامزد ریاست جمهوری را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هریک از کاندیداها به شرح زیر خواهد بود:

۱. آقای ناطق نوری ۷۳/۴۲ درصد؛
 ۲. آقای خاتمی ۲۶/۵۸ درصد؛
 ۳. آقای ری شهری ۰ درصد؛
 ۴. آقای زواره‌ای ۰ درصد.
- (جدول شماره ۶)

فرضیه ۳: آیا بین مقدار اعلام حمایت‌های روحانیان از نامزدها و تعداد آرای که آنها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی وجود دارد؟

با محاسبه ضریب همبستگی پیرسون برای این فرضیه عدد ۰/۴+ به دست آمد که ضریبی کوچک و ضعیف است.

● مقایسه حجم سخنرانی نامزدها
نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که جمعاً ۱۲ هزار و ۷۸۳ سانی مترمربع سخنرانی‌های

جدول شماره ۲- مقایسه سطح زیر چاپ آگهی کاندیداها ریاست جمهوری در روزنامه‌های مورد بررسی

نام کاندیداها	تعداد آرا	درصد آرا	مجموع روزنامه‌ها		سلام		رسالت		کیهان
			سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	
آقای خاتمی	۲۰۰۷۸۱۷۸	۶۹/۶۲	۲۶۶۲۳/۸	۱۶/۲۲	۱۳۵۷۸/۹۱	۸۷/۲۷	۰	۰	۰
آقای ناطق نوری	۷۲۴۲۸۵۹	۲۵/۱۲	۱۲۱۹۱۲/۵۲	۶۷/۵۲	۰	۰	۴۲۲۰۶/۹	۹۰/۱۳	۰
آقای ری شهری	۷۲۲۵۹۸	۲/۵۸	۲۳۰۳۲/۰۸	۱۲/۷۶	۱۹۸۰/۰۵	۱۲/۷۳	۲۲۵۸/۱۲	۵/۲۵	۰
آقای زواره‌ای	۷۷۱۲۶۰	۲/۶۷	۵۹۶۳/۶۸	۳/۲۰	۰	۰	۲۱۶۲/۹۲	۲/۶۲	۰
جمع	۲۸۸۲۵۰۱۵	۱۰۰							
آرای سفید	۲۴۰۹۶۶								
جمع کل	۲۹۰۷۶۰۶۱	-	۱۸۰۵۵۲/۰۹	۱۰۰	۱۵۵۵۸/۹۶	۱۰۰	۴۶۸۲۷/۹۶	۱۰۰	۰

اطلاعات	ایران		مسنهری		ایران		جمهوری اسلامی		کار و کارگر	
	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ	درصد	سطح زیر چاپ
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۲/۸۲	۴۳۹۳/۱۶	۲۸/۷۵	۷۱۹۷/۲۱
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۸۰/۸۷	۲۷۷۰۵/۹۲	۵۰/۲۵	۹۳۶۸/۷۲
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۶/۳۰	۲۱۵۷/۲	۱۰/۸۰	۲۰۰۵/۶۵
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱۱/۶۰	۳۸۰۰/۷۲	۰	۰
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۳۲۷۵۷/۰۹	۲۲۷۶۰/۰۲	۱۰۰	۱۸۵۷۱/۷

چهار نامزد ریاست جمهوری در روزنامه‌های مورد بررسی به چاپ رسیده است. اگر کل این سخنرانی‌ها را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هریک از چهار نامزد ریاست جمهوری به شرح ذیل خواهد بود:

۱. آقای خاتمی ۴۸/۶۸ درصد؛
۲. آقای ناطق نوری ۴۳/۲۱ درصد؛
۳. آقای ری شهری ۵/۵۹ درصد؛

● مقایسه حجم اعلام حمایت‌های روحانیان از نامزدها
نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که جمعاً ۱۱ هزار و ۶۹۲ سانی مترمربع اعلام حمایت اقشار مختلف روحانیت از نامزدهای ریاست جمهوری در مدت زمان بررسی روزنامه‌های کثیرالانتشار تهران به چاپ رسیده است. اگر کل مطالب اعلام حمایت‌های

۷۲ هزار و ۹۸۱ سانی مترمربع اعلام حمایت مردمی - صنفی (غیر از روحانیان) از چهار نامزد ریاست جمهوری در مدت زمان بررسی روزنامه‌های نامبرده به چاپ رسیده است. اگر کل مطالب اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از چهار نامزد ریاست جمهوری را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هریک از کاندیداها به شرح زیر خواهد بود:

۴. آقای زواره‌ای ۲/۵۹ درصد.

(جدول شماره ۷)

نامزدها	سطح زیر چاپ اعلام حمایت‌های مردمی - صنفی از نامزدها	درصد
آقای خاتمی	۲۴۵۳۵/۵۷	۲۳/۱۶
آقای ناطق‌نوری	۴۸۸۱۴/۴۲	۶۵/۹۸
آقای ری‌شهری	۶۳۱/۶۷	۰/۸۶
آقای زواره‌ای	.	.
جمع	۷۳۹۸۱/۶۶	۱۰۰

فرضیه ۴: آیا بین مقدار سخنرانی‌های نامزدها و تعداد آرای‌ها که نامزدها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی وجود دارد؟
با محاسبه ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر فوق، عدد $۰/۹+$ به دست آمد که عددی مثبت و بسیار بزرگ و نزدیک به ۱ است. این عدد نشان می‌دهد که بین میزان سخنرانی‌های نامزدها و تعداد آرای‌ها که کاندیدها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی بسیار قوی و مستقیم وجود دارد.

جدول شماره ۶

نامزدها	سطح زیر چاپ اعلام حمایت روحانیان	درصد
آقای خاتمی	۳۱۰۷/۶	۲۶/۵۸
آقای ناطق‌نوری	۸۵۸۴/۸۵	۷۳/۴۲
آقای ری‌شهری	.	.
آقای زواره‌ای	.	.
جمع	۱۱۶۹۲/۴۵	۱۰۰

● مقایسه حجم پیام‌های تلفنی مردم درباره نامزدهای ریاست‌جمهوری

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ۲هزار و ۵۴۲ سانی مترمربع پیام تلفنی مردم درباره چهار کاندیدای ریاست‌جمهوری در مدت زمان بررسی روزنامه‌های کثیرالانتشار به چاپ رسیده است. اگر کل پیام‌های تلفنی را معادل ۱۰۰ فرض کنیم ۵۴/۶۷ درصد آن (۱۳۹۰/۱۷) سانی مترمربع) پیام‌های تلفنی است که یک نگرش منفی را در مورد چهار کاندیدای ریاست‌جمهوری ارائه می‌دهد و در کل دارای نگرش منفی نسبت به کاندیداهای ریاست‌جمهوری است. همچنین ۴۵/۳۳ درصد پیام‌های تلفنی چاپ‌شده (۱۱۵۲/۶ سانی مترمربع) از جمله پیام‌هایی است که معنی مثبت را در مورد چهار کاندیدای ریاست‌جمهوری ارائه می‌دهد. (جدول شماره ۸)

جدول شماره ۷

نامزدها	سطح زیر چاپ سخنان نامزدها در روزنامه‌ها	درصد
آقای خاتمی	۶۲۲۲/۵۹	۴۸/۶۸
آقای ناطق‌نوری	۵۵۲۴/۲۹	۴۳/۲۱
آقای ری‌شهری	۷۱۴/۶	۵/۵۹
آقای زواره‌ای	۳۲۲/۴۱	۲/۵۲
جمع	۱۲۷۸۳/۸۹	۱۰۰

● مقایسه پیام‌های تلفنی مثبت در مورد چهار نامزد ریاست‌جمهوری

اگر کل پیام‌های تلفنی مثبت در مورد کاندیداهای ریاست‌جمهوری را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هریک از کاندیدها به شرح زیر است:
۱. آقای خاتمی ۹۶/۸۸ درصد؛
۲. آقای ناطق‌نوری ۳/۱۲ درصد؛
۳. آقای ری‌شهری ۰ درصد؛
۴. آقای زواره‌ای ۰ درصد.
(جدول شماره ۷)

فرضیه ۵: آیا بین مقدار پیام‌های تلفنی مثبت در مورد نامزدها و تعداد آرای‌ها که نامزدها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی وجود دارد؟
با محاسبه ضریب همبستگی پیرسون بین

■ روزنامه رسالت با اختصاص

۵۸/۷۹ درصد از سطح زیر چاپ خود بیشتر از سایر روزنامه‌ها درباره انتخابات مطلب و آگهی (مجموعاً) داشته است.

■ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین

میزان سخنرانی‌های نامزدها و تعداد آرای‌ها که کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی بسیار قوی و مستقیم وجود دارد.

دو متغیر فوق، عدد $۰/۹+$ تقریباً معادل ۱ به دست آمد که عددی مثبت و بسیار بزرگ است. این عدد نشان می‌دهد که بین پیام‌های تلفنی مثبت در مورد نامزدها و تعداد آرای‌ها که آنها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی بسیار قوی و کامل وجود دارد.

● مقایسه پیام‌های تلفنی منفی در مورد چهار نامزد ریاست‌جمهوری

اگر کل پیام‌های تلفنی منفی در مورد

نامزدهای ریاست‌جمهوری را معادل ۱۰۰ فرض کنیم سهم هریک از نامزدها به شرح زیر خواهد بود:

۱. آقای ناطق‌نوری ۶۰/۷۲ درصد؛
۲. آقای خاتمی ۳۹/۲۸ درصد؛
۳. آقای ری‌شهری ۰ درصد؛
۴. آقای زواره‌ای ۰ درصد.

(جدول شماره ۷)

فرضیه ۶: آیا بین مقدار پیام‌های تلفنی منفی در مورد نامزدها و تعداد آرای‌ها که آنها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی وجود دارد؟

با محاسبه ضریب همبستگی پیرسون بین دو متغیر فوق، عدد $۰/۶+$ به دست آمد. این عدد نشان می‌دهد که بین مقدار پیام‌های تلفنی منفی در مورد نامزدها و تعداد آرای‌ها که آنها کسب کرده‌اند رابطه‌ای نسبتاً قوی وجود دارد.

نتایج تحقیق

– روزنامه‌های سلام و رسالت بیش از ۵۰ درصد از سطح زیر چاپ خود را در مدت

جدول شماره ۸

نامزدها	سطح زیرچاپ تلفن‌های مثبت	درصد	سطح زیرچاپ تلفن‌های منفی	درصد	سطح زیرچاپ کل پیام‌ها	درصد
آقای خاتمی	۱۱۱۶/۶	۹۶/۸۸	۵۴۶	۳۹/۲	۱۶۶۲/۶	۶۵/۳۸
آقای ناطق‌نوری	۲۶	۳/۱۲	۸۴۴/۱۷	۶۰/۷۲	۸۸۰/۱۷	۳۴/۶۲
آقای ری شهری	۰	۰	۰	۰	۰	۰
آقای زواره‌ای	۰	۰	۰	۰	۰	۰
جمع	۱۱۵۲/۶	۱۰۰	۱۳۹۰/۱۷	۱۰۰	۲۵۴۲/۷۷	۱۰۰

■ ۵۴/۶۷ درصد پیام‌های تلفنی چاپ شده در روزنامه‌ها نگرشی منفی را در مورد نامزدهای ریاست‌جمهوری و ۴۵/۳۳ درصد آنها نگرش مثبتی را در مورد کاندیداها ارائه می‌دهند.

■ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین پیام‌های مثبت تلفنی در مورد نامزدها و تعداد آرای که آنان کسب کرده‌اند رابطه و همبستگی بسیار قوی و کاملی وجود دارد.

صنفي از نامزدها و تعداد آرای که آنها کسب کرده‌اند قوی‌تر از رابطه بین اعلام حمایت‌های روحانیون از کاندیداها و تعداد آرای که نامزدها کسب کرده‌اند، بوده است.

– از کل پیام‌های تلفنی مردم که در مورد نامزدهای ریاست‌جمهوری در روزنامه‌های مورد بررسی چاپ شده است، نزدیک به ۵۵ درصد آن پیام‌های تلفنی هستند که دارای معنی منفی نسبت به نامزدها می‌باشند و ۴۵ درصد آن پیام‌های تلفنی هستند که دارای معنی مثبت نسبت به نامزدها می‌باشند.

– از کل پیام‌های تلفنی مثبت در مورد نامزدهای ریاست‌جمهوری آقای خاتمی بیشترین سهم را داشته است (۹۶/۸۸ درصد) و پس از آن آقای ناطق‌نوری (۳/۱۲ درصد) قرار دارد.

در مورد آقای ری شهری و آقای زواره‌ای هیچ پیام تلفنی مثبت درج نشده است.

– از کل پیام‌های تلفنی منفی در مورد نامزدهای ریاست‌جمهوری، آقای ناطق‌نوری بیشترین سهم را داشته است (۶۰/۷۲ درصد) و پس از آن آقای خاتمی (۳۹/۲۸ درصد) قرار دارد. در مورد آقای ری شهری و آقای زواره‌ای هیچ پیام تلفنی منفی درج نشده است.

– تایید این تحقیق نشان می‌دهد که بین مقدار پیام‌های تلفنی مثبت در مورد کاندیداها و تعداد آرای که نامزدها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی قوی و کامل وجود دارد.

– نتایج این تحقیق همچنین نشان می‌دهد که بین مقدار پیام‌های تلفنی منفی در مورد نامزدها و تعداد آرای که آنها کسب کرده‌اند، رابطه و همبستگی نسبتاً قوی وجود دارد. □

مطالبی که در مورد چهار نامزد و ریاست‌جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ مطالب انتخاباتی آقای ری شهری اختصاص داده‌اند. به عبارت دیگر می‌توان گفت که روزنامه کیهان و اخبار منابع اصلی مطالب انتخاباتی آقای ری شهری بوده‌اند.

– روزنامه ایران بیش از ۲۴ درصد و روزنامه اطلاعات بیش از ۱۵ درصد از کل مطالبی که در مورد چهار نامزد ریاست‌جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ مطالب انتخاباتی آقای زواره‌ای اختصاص داده‌اند.

– آقای زواره‌ای در مقایسه با سایر نامزدها تنها فردی است که در ۴ روزنامه ابرار، جمهوری اسلامی، همشهری و سلام هیچ مطلب انتخاباتی ندارد.

– محاسبه ضریب همبستگی بین مقدار آگهی نامزدها و تعداد آرای کسب‌شده کاندیداها، نشان می‌دهد که بین مقدار آگهی نامزدها و تعداد آرای که آنها کسب کرده‌اند هیچ رابطه‌ای وجود ندارد. به عبارتی کم یا زیاد بودن آگهی‌های انتخاباتی نامزدها هیچ نقشی در میزان آرای به‌دست آمده آنان نداشته است.

– محاسبه ضریب همبستگی بین مقدار سخنرانی‌های نامزدها و تعداد آرای کسب‌شده آنها نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه‌ای بسیار قوی و کامل و مثبت وجود دارد. به عبارتی هرچه سخنرانی‌های نامزدها بیشتر بوده است، آرای کسب‌شده آن نامزد هم بیشتر شده است.

– همچنین نتایج این تحقیق نشان می‌دهد رابطه‌ای که بین اعلام حمایت‌های مردمی -

زمان تبلیغات رسمی کاندیداها به انعکاس مطالب مربوط به انتخابات هفتمین دوره ریاست‌جمهوری اختصاص داده‌اند.

– ۶۹/۹۶ درصد از کل مطالب مربوط به انتخابات ریاست‌جمهوری که در روزنامه‌های کثیرالانتشار مورد بررسی به چاپ رسیده است به چاپ مطالب انتخاباتی در مورد ۴ کاندیدای ریاست‌جمهوری اختصاص داده شده است.

– از میان چهار نامزد ریاست‌جمهوری آقای ناطق‌نوری بیشترین مطالب انتخاباتی را به خود اختصاص داده است و پس از آن به ترتیب آقای خاتمی، ری شهری و زواره‌ای قرار دارند.

– روزنامه رسالت و ابرار بیش از ۹۰ درصد از کل مطالبی که در مورد ۴ کاندیدای ریاست‌جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ مطالب انتخاباتی درباره آقای ناطق‌نوری اختصاص داده‌اند. به گونه‌ای که هیچ مطلب انتخاباتی از آقای خاتمی در روزنامه رسالت و ابرار چاپ نشده است.

به عبارت دیگر روزنامه رسالت و ابرار منابع اصلی مطالب انتخاباتی آقای ناطق‌نوری بوده‌اند.

– روزنامه سلام بیش از ۹۵ درصد و روزنامه همشهری بیش از ۶۰ درصد از کل مطالبی که در مورد چهار کاندیدای ریاست‌جمهوری منتشر کرده‌اند را به چاپ مطالب انتخاباتی آقای خاتمی اختصاص داده‌اند. به گونه‌ای که هیچ مطلب انتخاباتی از آقای ناطق‌نوری در روزنامه سلام چاپ نشده است.

در عین حال روزنامه همشهری به انعکاس مطالب انتخاباتی آقای ناطق‌نوری نیز در کنار مطالب انتخاباتی سایر نامزدها پرداخته است. به عبارت دیگر می‌توان گفت که روزنامه‌های سلام و همشهری منابع اصلی مطالب انتخاباتی آقای خاتمی بوده‌اند.

– روزنامه کیهان بیش از ۴۹ درصد و روزنامه اخبار نزدیک به ۳۰ درصد از کل