

## **Analyzing the Role of Iranian Media's Political Affiliation on Representation of Their Performance in the Early Stages of the Corona Disease**

**Seyedeh Zahra Ojagh:** Associate Professor, Department of Science and Technology Communication, Cultural Studies and Communication Research Institute, Institute of Humanities and Cultural Studies (corresponding author), Tehran, Iran. **email:** [z.ojagh@ihcf.ac.ir](mailto:z.ojagh@ihcf.ac.ir)

One of the common ideas for crisis communication is that the media consensus on the role of the government causes people to sympathize with the government and helps the government to control the crisis. In order to investigate the functioning of the media at the beginning of the crisis, the present article studies the role of political affiliation of Iranian news agencies in the representation of the government during the crisis of the Covid-19 Pandemic in the first seven months of the outbreak of this disease. For this purpose, a conceptual framework based on three models of the relationship between government and media, i.e. hegemony, propaganda, and Indexing has been set. Also, the qualitative approach and the inductive framework analysis method were used to analyze 794 news items that were selected from two news agencies affiliated with the reformists, namely IRNA and ILNA, and two news agencies affiliated with fundamentalists, namely Fars and Mehr. The findings, while showing the decreasing trend of production of corona virus related news in the studied period, show that the three news agencies, IRNA, Mehr and Fars, have used the frame of "the threatening but controllable corona virus with the prevention and support of the government". All news agencies have used the frame of "criticizing the government, but unlike other news agencies, ILNA has never used the framework of supporting the government. The results show that during the first Covid-19 wave, all news agencies acted based on the hegemonic model and they have agreed on important issues such as the manageability of the corona virus and the conditions caused by pandemic. But during the second wave, we see a lack of agreement between news agencies. So that Mehr News Agency has chosen the hegemonic approach and other news agencies have chosen the indexing approach.

**Keywords:** News Agencies, Political affiliation, Framing, Hegemonic, Propaganda, Indexing.

---

**How to cite this paper:** Ojagh, Zahra. "Analyzing the Role of Iranian Media's Political Affiliation on Representation of Their Performance in the Early Stages of the Corona Disease". *Rasaneh*. 34, 133 (1402): 5-28. [In persian]

## تحلیل نقش وابستگی سیاسی رسانه‌های ایرانی بر بازنمایی عملکرد آنها در شرایط آغازین شیوع ویروس کرونا

نوشته

سیده زهرا اجاق\*

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۲

### چکیده

یکی از ایده‌های رایج برای ارتباطات بحران این است که اجماع رسانه‌ها بر نقش دولت موجب همدلی مردم با دولت شده و به دولت در پیشبرد کنترل بحران کمک می‌کند. با توجه به نقش کلیدی این موضوع در شرایط آغاز بحران، مقاله حاضر نقش وابستگی سیاسی خبرگزاری‌های ایرانی را در بازنمایی عملکرد دولت در شرایط بحران همه‌گیری کووید ۱۹، طی هفت ماهه نخست شیوع این بیماری مطالعه می‌کند. برای این منظور چارچوب مفهومی مبتنی بر سه مدل رابطه دولت و رسانه یعنی هژمونی، پروپاگاندا، و مشخص‌سازی تنظیم شده است. همچنین رویکرد کیفی و روش تحلیل چارچوب استقرایی برای تحلیل ۷۹۴ خبر استفاده شده که از دو خبرگزاری نزدیک به اصلاح‌طلبان یعنی ایرنا و ایلنا، و دو خبرگزاری وابسته به اصول‌گرایان یعنی فارس و مهر انتخاب شده‌اند. یافته‌ها ضمن نشان دادن روند کاهشی تولید اخبار مرتبط با ویروس کرونا در بازه مورد مطالعه، نشان می‌دهند که سه خبرگزاری ایرنا، مهر و فارس از چارچوب «کرونا تهدیدآمیز اما مهارپذیر با پیشگیری و حمایت دولت» استفاده کرده‌اند. همه خبرگزاری‌ها، چارچوب «انتقاد از دولت» را به کار گرفته‌اند، ولی ایلنا برخلاف سایر خبرگزاری‌ها هرگز از چارچوب حمایت از دولت استفاده نکرده است. نتایج نشان می‌دهند که در خیز اول ویروس کرونا، همه خبرگزاری‌ها مبتنی بر مدل هژمونیک عمل کرده‌اند و روی موضوع‌های مهمی چون مدیریت‌پذیر بودن ویروس کرونا و شرایط ناشی از همه‌گیری آن با هم توافق داشته‌اند. اما طی خیز دوم، شاهد عدم توافق بین خبرگزاری‌ها هستیم، به طوری که خبرگزاری مهر رویکرد هژمونیک و سایر خبرگزاری‌ها رویکرد مشخص‌سازی را برگزیده‌اند.

کلیدواژه: خبرگزاری‌ها، وابستگی سیاسی، چارچوب‌بندی، هژمونی، پروپاگاندا، مشخص‌سازی.

\* دانشجویار گروه ارتباطات علم و فناوری، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)، تهران، ایران. [Z.ojagh@ihcf.ac.ir](mailto:Z.ojagh@ihcf.ac.ir)

نحوه استناد به این مقاله: اجاق، سیده زهرا. "تحلیل نقش وابستگی سیاسی رسانه‌های ایرانی بر بازنمایی عملکرد آنها در شرایط آغازین شیوع ویروس کرونا". رسانه. ۳۴، ۱۳۳ (۱۴۰۲): ۵-۲۸.

## مقدمه و بیان مسئله

نحوه مدیریت بحران توسط تصمیم‌گیران به نحوه چارچوب‌بندی بحران بستگی دارد. احزاب و گروه‌های سیاسی روایت‌های متفاوتی از مشکل ارائه می‌دهند و بر اساس آن، مسئله را تعریف و راه حل را مشخص می‌کنند. یک موضوع مرتبط با سلامت مردم، می‌تواند مسئله امنیتی، اقتصادی، حقوق بشری با ملاحظه‌های اخلاقی خاص چارچوب‌بندی شود. وقوع بحران‌ها، شرایط دشواری را برای حکومت‌ها ایجاد می‌کنند. نحوه مدیریت بحران، شیوه انتقال اطلاعات به مردم، سابقه بحران و ... عواملی هستند که در شرایط بحرانی بر تغییر تصویر حاکمیت در اذهان عمومی تأثیرگذارند. نکته مهم در شرایط بحرانی برای حکومت‌ها، دستیابی به نقطه تعادل در بازنمایی است؛ زیرا کوچک انگاشتن مسئله موجب آمادگی ناکافی و مرگ فراوان می‌شود و غلو کردن در آن، موجب اختلالات اجتماعی و اقتصادی و ترس‌گسترده می‌شود. در مورد کووید ۱۹ دولت‌هایی که شدت بیماری را کوچک انگاشته از سیاست‌های نرم‌تری استفاده کرده‌اند، بیشترین آمار ابتلا را در جهان داشته‌اند (منچین<sup>۱</sup> و دیگران، ۲۰۲۰).

به طور طبیعی گزارشگری درباره همه‌گیری، زمینه‌های غیرپزشکی را هم در بر می‌گیرد. رسانه‌ها هنگام فعالیت در چارچوب دولت‌ها و اجرای سیاست‌های تحریریه با توجه به ایدئولوژی‌های خود، فعالیت‌های مقامات، واکنش‌های شهروندان و نهادهای مختلف به همه‌گیری اشاره می‌کردند (بارش<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۱۱).

به نظر می‌رسد که سوگیری ایدئولوژیک رسانه‌ای با ذهنی‌سازی<sup>۳</sup> روایت کووید ۱۹ مرتبط است. ممکن است فرض شود که محتوای ویروس کرونا باید مبتنی بر واقعیت و از نظر احساسی خنثی باشد تا دانش قابل اعتمادی ارائه دهد و منجر به تشدید بالقوه استرس یا ترس نشود، اما در عالم واقع، شرایط رسانه‌ها متفاوت است و آن‌ها سازمان‌هایی با قواعد مشخص هستند که در بافتارهای سیاسی - اجتماعی فعالیت می‌کنند.

با توجه به فقدان حضور احزاب جدی در ایران، رسانه‌ها از جمله خبرگزاری‌ها در جهت جبران این خلأ نیز فعالیت دارند. از این رو، رسانه‌ها علاوه بر ایجاد نوع خاصی از آگاهی، در ایجاد رضایت عمومی نیز نقش مهمی دارند که در شرایط بحرانی این موضع رسانه‌ها، اهمیت بیشتری می‌یابد. در مورد ایران تجربه نشان می‌دهد که نگاه رسانه‌های وابسته به طیف اصلاح طلب یا جناح چپ به وضعیت، به نسبت انتقادی است، اما نوع و میزان انتقادی بودن آن‌ها به وابستگی سیاسی‌شان به دولت بستگی دارد. رسانه‌های محافظه‌کار یا وابسته به جناح اصول‌گرا یا راست نیز همیشه حامی و مدافع شرایط نیستند، بلکه وابستگی جناحی دولت، می‌تواند آن‌ها را از مدافعان سرسخت به منتقدان اساسی تبدیل کند.

1. Manchein
2. Baresch
3. Subjectivisation

وابستگی رسانه‌ها به دولت و حکومت و نحوه واکنش آن‌ها موجب توجه به نقش پروپاگاندايي آن‌ها می‌شود. نحوه عملکرد این رسانه‌ها، تصویر دولت و حاکمیت در روابط بحران همه‌گیری کووید ۱۹ را برمی‌سازد. حمایت یا انتقاد رسانه‌ها از دولت در شرایط بحران، در نحوه مدیریت بحران تأثیرگذار است. مقاله حاضر به میانجی چارچوب‌های شناسایی شده در خبرگزاری‌ها در بازه مهم آغاز رسمی همه‌گیری کرونا تا ماه هشتم بیماری، رابطه رسانه‌ها و دولت را تحلیل می‌کند.

### پیشینه پژوهش

مطالعه وضعیت یا عملکرد حکومت‌ها و چگونگی بازنمایی آن در رسانه‌ها طی همه‌گیری کووید ۱۹ موضوع مورد توجه پژوهشگران بوده است. در خصوص ایران، بلندنیر<sup>۱</sup> و همکارانش راهبردهای کاهش بحران کووید ۱۹ را در ایران طی دوره اولیه شیوع (۱۹ فوریه) با نخستین مورد تأییدشده تا آوریل ۲۰۲۰، بدون توجه به نقش رسانه‌ها، بررسی کرده‌اند. آنها چالش‌های اجتماعی اقتصادی را که حاکمیت در این دوره داشته گزارش کرده‌اند. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که برنامه‌های سیاسی اتخاذشده توسط جمهوری اسلامی ایران در کاهش شیوع نقش داشته‌اند، ولی تنگنای مالی موجب شده تا ایران با منابع محدود نظام بهداشتی مواجه شود. بنابراین ایران نتوانسته پاسخگویی کافی برای مدیریت شیوع ویروس داشته باشد.

حقگو و سلیمانی (۱۴۰۰) در مطالعه دیگری سرمایه اجتماعی دولت را بر اساس عملکرد رسانه‌های دولتی در یک هفته اول بحران همه‌گیری کرونا ارزیابی کرده‌اند. این پژوهش نشان داده که سه رسانه خبرگزاری صداوسیما، فارس و ایرنا مواضع متفاوتی را در زمینه تقویت مشارکت عمومی داشته‌اند. به طوری که ایرنا عملکرد ضعیف‌تری داشته است. در بحث میزان اعتماد به عملکرد دولت یازدهم در کنترل و مهار بحران کرونا نیز خبرگزاری ایرنا و خبرگزاری صداوسیما، عملکرد بهتری در قیاس با خبرگزاری فارس داشته‌اند. این وضعیت متأثر از گرایش سیاسی رسانه‌ها به عنوان متغیر مداخله‌گر است. پیشنهاد این نویسندگان، اتخاذ موضع کمابیش واحد رسانه‌هاست.

یکی از رویکردهایی که نقش رسانه‌ها را در دوره عالم‌گیری کووید ۱۹ مطالعه کرده به مدیریت قدرت نرم مربوط است. عباسی خوشکار (۱۳۹۸) در مقاله خود نحوه استفاده چین از ابزارهای قدرت نرم را برای مدیریت نرم‌افزاری بیماری کرونا مستند کرده است. این ابزارها در داخل کشور چین، رسانه‌ها و در سطح خارجی، دیپلماسی رسانه‌ای و دیپلماسی سلامت بوده است.

موازو و موزس<sup>۱</sup> (۲۰۲۲) چارچوب‌بندی تصمیم حکومت نیجریه را به قرنطینه از ۳۰ مارس تا ۴ می ۲۰۲۰ در دو روزنامه مهم این کشور تحلیل کرده‌اند. این مطالعه نشان می‌دهد که در طول نخستین قرنطینه در نیجریه، رسانه‌های چاپی فضای زیادی برای پوشش برنامه‌های پیشگیرانه کووید ۱۹ و راه‌حل‌های تسکین‌دهنده و موقتی آن اختصاص داده‌اند و مدد رسان دولت بوده‌اند. سیمونس<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) پژوهشی را در سوئد انجام داده است. او با اشاره به اهمیت شیوه‌های انتقال دادن راهبردهای کاهش اثرات ویروس کووید ۱۹ در ایجاد اعتبار و مشروعیت برای کنشگران مرتبط، اقدام‌های حکومت سوئد را، برای چارچوب‌بندی راهبرد همه‌گیری در رسانه‌های جمعی بین‌المللی به عنوان نمونه موفق «مدل سوئدی» تحلیل می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که در ابتدا، دو چارچوب اصلی در سطح راهبرد دولت عبارت بودند از قرنطینه و مصونیت‌گله‌ای. در ادامه، راهبرد قرنطینه به چارچوب هژمونیک تبدیل شد. اما ناسازگاری‌های موجود در چارچوب‌ها، انگیزه بسیار بیشتری را برای اتخاذ رویکرد انتقادی و مستقل‌تر رسانه‌ها در چارچوب‌بندی اخبار مربوط به راهبرد ویروس کووید ۱۹ در اختیار گذاشت. هنگامی که سیاست و راهبرد دولت سوئد از سایر کشورها از جمله انگلستان فاصله گرفت، تغییر در پوشش آغاز شد. در نتیجه، سیاست مدیریت بحران بین‌نخبگان سیاسی، ناهمگرا شد و سیاست مدیریت بحران فضای خصمانه و انتقادی بیشتری ایجاد کرد.

همچنین در ایتالیا، رسانه موجب بروز اثر جمع شدن دور پرچم<sup>۳</sup> شد؛ زیرا علیرغم عملکرد ضعیف حکومت ایتالیا، محبوبیت آن نزد مردم افزایش داشت. رسانه‌ها بر نقش حکومت و نیاز به اجماع عمومی در کووید ۱۹ بیش از عملکرد عینی خط مشی سلامت تأکید کردند، و با این رویکرد توانستند توجه عمومی را به پیام‌ها و رضایت عمومی نسبت به دولت کسب کند (جو و چانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۲۰).

با توجه به سردرگمی حکومت‌ها و دولت‌ها در مواجهه با بیماری کرونا، سازمان همکاری اقتصادی و توسعه<sup>۵</sup> واکنش سیاسی حاکمان کشورهای عضو این سازمان را در ۱۵ ماه نخست همه‌گیری مستند کرده است. نتایج این مستندسازی حاکی از آن است که بیشتر حکومت‌ها به نتایج یکسانی رسیده و در حلقه مدیریت مخاطره (آمادگی، مدیریت بحران، بازخورد و بازیافت) اقدام‌های مشابهی را انجام داده‌اند. این ارزیابی نشان می‌دهد:

۱. آمادگی در برابر همه‌گیری عموماً ناکافی بود، به‌ویژه در روش‌های هزینه‌های زیاد انسانی و مالی مرتبط با بحران‌های جهانی سلامت مشابه عالم‌گیری کووید ۱۹؛

1. Mu'azu & Moses

2. Simons

3. Rallying round the flag effect

4. Jo & Chang

5. Organisation of Economic Co-Operation and Development (OECD)

۲. حکومت‌ها برای کاهش اثرات اقتصادی و مالی عالم‌گیری، کنش‌های فوری و یکپارچه‌ای انجام دادند، ولی باید هزینه‌های بودجه‌ای بلندمدت این اقدام‌ها با دقت رصد شوند؛  
۳. اعتماد نیازمند شفافیت است، نه تنها توسط ارتباطات بحران مستمر و هدفمند، بلکه و مهم‌تر، با درگیر کردن ذینفعان و مردم در تصمیم‌سازی مرتبط با مخاطره.

یکی از پیامدهای سیاسی همه‌گیری ویروس کرونا تغییر رتبه تأیید رهبران سیاسی در کشورهای مختلف بود؛ به طوری که در ایتالیا رتبه تأیید رهبران سیاسی، علیرغم نرخ بالای بیماری و مرگ، بسیار زیاد شد، رتبه تأیید رئیس‌جمهور آمریکا تقریباً ثابت ماند و رتبه تأیید نخست‌وزیر ژاپن، کاهش جزئی یافت. در کره جنوبی، نه تنها رتبه تأیید رئیس‌جمهور افزایش یافت، بلکه موجب پیروزی حزب حاکم در انتخابات مجلس<sup>۱</sup> شد. پژوهش جو و چانگ نشان می‌دهد که چارچوب‌بندی اخبار رسانه‌ها در پیروزی این حزب نقش داشته است. دو چارچوب اصلی مورد استفاده عبارت بودند از:

الف. در روزنامه‌های محافظه‌کار تأکید بر آلوده بودن چینی‌ها به ویروس و تحریم ورود مردم چین به کره جنوبی، که پس از مدتی فروکش کرده است؛  
ب. برتری عملکرد کره، در مقایسه با کشورهای اروپایی و آمریکا، در قرنطینه بود که به محبوبیت رهبران سیاسی حاکم افزود.

این مقاله تأکید دارد که حمایت از دولت در بحران‌های سلامتی نقش بسزایی در حل مسئله دارد و تحلیل چارچوب برای رصد تغییرهای حمایت از دولت در طول این بحران‌ها ضرورت دارد. این مطالعه با استفاده از مدل‌سازی ساختاری موضوع<sup>۲</sup> نشان می‌دهد که چارچوب‌بندی گسترده<sup>۳</sup>، که اجرای قرنطینه را در کره و سایر کشورها با هم مقایسه می‌کند، تغییر مثبتی در نگرش مردم نسبت به حکومت ایجاد کرد و موجب پیروزی سیاسی حزب حاکم در انتخابات قانون‌گذاری شد.

بر اساس این مطالعه‌ها می‌توان گفت که وابستگی سیاسی رسانه‌ها بر شیوه بازنمایی عملکرد دولت‌ها در بازه همه‌گیری کووید ۱۹ اثر داشته است. مطالعه حاضر، چگونگی این اثرگذاری را در خبرگزاری‌های ایرانی مطالعه می‌کند. از نظر روش‌شناسی، مطالعه حاضر با تحلیل تعداد زیادی خبر و استفاده از رویکرد تحلیل چارچوب، واجد نوآوری است و در سطح نظری، تمرکز خود را بر رسانه‌ها گذاشته و بر اساس شیوه بازنمایی، ماهیت رابطه رسانه‌های ایرانی با دولت را، در شرایط بحران نشان می‌دهد.

1. Legislative election
2. Structural Topic Model
3. Expanded framing

## چارچوب مفهومی

رابطه رسانه‌ها و قدرت عادی به نظر می‌رسد، اما بدیهی بودن این رابطه در روشنای این فرض قرار دارد که قدرت باید توسط عموم پذیرفته شود و این پذیرش جنبه نگرشی و شناختی دارد. رسانه‌ها در ایجاد پذیرش برای اعمال قدرت یا سلطه به نفع گروه خاص، اقدام به راززدایی از اندیشه و ایدئولوژی خاص آن و اسطوره‌زدایی از عرف عام آن می‌کنند؛ با تولید و بازتولید اشکال جدیدی از تجربه و آگاهی، به قدرت‌یابی یا افزایش قدرت گروه مورد نظر خود کمک می‌کنند. برای این منظور رسانه‌ها، حجم زیادی از اطلاعات را به سوی مخاطبان روانه می‌سازند که در شرایط بحرانی موجب سردرگمی و بروز رفتارهای خاصی می‌شود و می‌توان آن را خشونت اطلاعاتی<sup>۱</sup> نامید. در واقع، پیام‌هایی که برای تضعیف و پیچیده‌سازی فهم گروه‌های رقیب منتشر می‌سازند، اطلاعات خشن، و اطلاعات نرم شامل پیام‌هایی هستند که دیدگاه و موضع خودشان را تقویت می‌کنند. اما رسانه‌ها همیشه در شرایط عادی فعالیت نمی‌کنند، شیوه عملکرد آن‌ها در مواقع بحرانی می‌تواند انسجام اجتماعی و اعتماد عمومی را تحت تاثیر قرار دهد.

طبق نظر بوین<sup>۲</sup> و دیگران (۲۰۰۵) بحران وقتی ایجاد می‌شود که سه وضعیت همزمان وجود داشته باشند:

۱. **تهدید ارزش‌ها:** یعنی زیست بشر، مالکیت، اقتصاد، یکپارچگی و غیره درگیر مسئله می‌شوند؛
۲. **عنصر عدم قطعیت:** یعنی نقص اطلاعات موثق و سرعت زیاد رویدادها، توانایی پیش‌بینی آنچه را که رخ خواهد داد، دشوار می‌کند؛
۳. **فشار زمانی:** یعنی هرچه بحران بیشتر طول بکشد، خسارت بیشتری رخ می‌دهد.

در این شرایط، تصمیم رسانه‌ها به همراهی و حمایت از دولت یا عدم همراهی با آن، بر درک مخاطب از عامل پیدایش، امتداد و مدیریت بحران اثر دارد و چارچوب‌بندی محتوای مرتبط با بحران، نشانه موضع رابطه‌ای رسانه با دولت است. برای درک پیوند دولت با رسانه سه رویکرد اصلی وجود دارد: پروپاگاندا، هژمونی، و مشخص‌سازی<sup>۳</sup>. همه رویکردها رسانه‌ها را در خدمت حکومت می‌بینند، هرچند رسانه‌ها گاهی تلاش می‌کنند تا اندازه‌ای استقلال یا خودمختاری در پوشش موضوع‌ها داشته باشند.

رابطه هژمونی بین دولت و رسانه بدین معناست که مقامات رسمی حکومت، اطلاعات را درون مرزهای ایدئولوژیکی محدودی در دسترس عموم قرار می‌دهند به نحوی که هر نوع

---

1. Informational aggression  
2. Boin  
3. Indexing Approach

تأمل و بررسی دموکراتیک و اثرگذاری را تمام‌شده و ناممکن می‌سازد. هرچند در مواردی، رهبران سیاسی با هم در کشمکش‌اند، اما نخبگان تمایل دارند که روی نکته‌ها و موضوع‌های حساس و مهم با هم توافق داشته باشند و این وضعیت، مانع جریان اطلاعات مستقل می‌شود و در یکدستی و هم‌شکلی پیام همسازی و انسجام<sup>۱</sup> ایجاد می‌کند. بدین ترتیب رسانه‌ها بخشی از فرایندی هستند که جهان‌بینی سازگار با ساختار قدرت موجود را در جامعه بازتولید می‌کنند (هالین<sup>۲</sup>، ۱۹۹۴: ۱۰).

اما مشخص‌سازی بر عدم توافق بین نخبگان تمرکز دارد، جایی که رسانه نشانه‌ای است که بیشتر، اختلاف نخبگان را نشان می‌دهد. رسانه‌ها تمایلی ندارند که تحلیل انتقادی از تصمیم‌های سیاسی را ارائه دهند، مگر اینکه ابتدا کنشگران داخل حکومت این کار را انجام دهند. هرمن و چامسکی (۱۳۷۷) با اخذ دیدگاه اقتصاد سیاسی در سال ۱۹۸۸ مدل پروپاگاندا را ارائه کرده‌اند. این مدل را می‌توان توضیح تکمیلی بر مدل هژمونی دانست که در توضیح رابطه رسانه‌ها و حاکمیت نشان می‌دهد دولت‌ها چگونه از رسانه‌ها برای حفظ نظم هژمونیک استفاده می‌کنند. در این مدل، مالکیت، تبلیغات، اتکای شدید به منابع رسمی برای اطلاعات، فلک<sup>۳</sup> (پاسخ منفی به یک بیانیه و برنامه رسانه‌ای)، و ایدئولوژی به نخبگان کمک می‌کنند تا اخبار را مدیریت کرده و مخالفان را به حاشیه برانند و از این طریق به دولت و سایر گروه‌های نخبه اجازه می‌دهد بر گفتمان عمومی مسلط شوند و ساختار قدرت موجود در جامعه را بازتولید کنند.

در رویکرد مشخص‌سازی، اختلاف نظر نخبگان، محور است (بنت<sup>۴</sup>، ۱۹۹۰؛ انتمن<sup>۵</sup>، ۱۹۹۱). این رویکرد استدلال می‌کند که وقتی بین نخبگان در مورد یک موضوع خاص اتفاق نظر وجود دارد، پوشش رسانه‌ای از سیاست‌های دولت حمایت و آن‌ها را ترویج می‌کند. ولی در مواردی که بین نخبگان اجماع و در دولت اتفاق نظر وجود نداشته باشد، رسانه‌ها آزادند تا طیفی از دیدگاه‌هایی را که این افراد ارائه می‌کنند، پوشش دهند که به نوعی نقش رسانه‌ها را به عنوان پروپاگانداکننده صرف کمرنگ می‌کند (بنت، ۱۹۹۰: ۱۰۳). به این معنا که گستره نظرات رسانه‌ها در زمان تضاد در دولت تنها بازتابی از دامنه آن تعارض است و حداقل در رسانه‌های جریان اصلی فراتر از آن نخواهد رفت (رابرتسون<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴: ۴۵۸). به عبارت دیگر، رسانه‌هایی که چنین عملکردی دارند در محدوده خاصی به معارضة می‌پردازند و مستقل عمل نمی‌کنند (یوکسل<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳).

1. Consistency
2. Hallin
3. Flak
4. Bennett
5. Entman
6. Robertson
7. Yuksel



حکومت‌ها و مقامات رسمی به امید کسب قدرت و نفوذ سیاسی، پیام‌هایشان را در رسانه‌ها به چرخش درمی‌آورند. اما قدرت آنها از یک سو به میزان تأییدی بستگی دارد که سایر منابع از جمله رسانه‌ها از آنها دارند و از سوی دیگر به نحوه چارچوب‌بندی، نحوه و زمان ارائه اطلاعات، یعنی چیزی که انتمن (۲۰۰۳) راهبرد می‌نامد، وابسته است. کیلگو و هارلو<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) نوشته‌اند که سلسله‌مراتب کشمکش اجتماعی، تحمیل ساختارهای قدرت عمیق‌تر و نیروهای اجتماعی را بازتاب می‌دهد که بر رویه‌های اتاق خبر، رفتارها و پوشش اثر می‌گذارند و تمایل به تقویت روابط قدرت موجود دارند. بدین ترتیب، رسانه‌ها از طریق چارچوب‌بندی، نحوه واکنش خود را به شرایط بحرانی برملا می‌کنند.

## روش‌شناسی پژوهش

چارچوب‌ها با بازسازی روش دیدن موضوع‌های مورد توجه، کارکرد دگرگون‌کننده دارند و موجب می‌شوند حقایق مربوط به یک موقعیت معین، در اثر برجستگی کمتر یا بیشتر و گاهی نادیده گرفتن، به شکل خاصی دیده شوند (اجاق، ۱۳۹۹: ۴۷-۴۸). به این ترتیب، آنها می‌توانند مدل‌های ذهنی مخاطبان را درباره رویدادها تثبیت کنند یا تغییر دهند.

رسانه‌ها بر اساس وابستگی سیاسی‌شان، مخاطبان وفاداری دارند و مدل ذهنی آنها از چارچوب‌های رسانه اثر می‌پذیرد. شوفل (۲۰۰۴) نشان داده که تکرار چارچوب می‌تواند به تغییر پیوندهای شناختی در ذهن مخاطب منجر شود. البته این اثرگذاری منوط به این است که چارچوب جدید، برای ارزش‌های هسته‌ای مخاطبان مفید باشد (اجاق، ۱۳۹۹: ۴۹).

اثرگذاری نحوه چارچوب‌بندی در روزهای آغازین بحران، جدی‌تر است. این موضوع، به دلیل اهمیت واکنش سریع به رویداد بحران‌زا (مارسن<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰) در مدیریت بحران است. به عبارت دیگر، شناخت و درکی که مخاطبان از منشأ بحران و شیوه مدیریت آن در ابتدای وقوع بحران می‌یابند هم بر ارزیابی آنها از مدیریت‌پذیر بودن بحران و هم بر سطح اعتماد و انسجام اجتماعی اثر می‌گذارد. لذا، این پژوهش با توجه به بازه زمانی گسترده همه‌گیری، بر هفت ماه نخست تمرکز دارد.

در این مطالعه، چارچوب‌ها با رویکرد استقرایی استخراج می‌شوند. روش کار به این شکل است که پژوهشگر متون منتخب را می‌خواند و عقیده سازمان‌دهنده مرکزی یا خط داستانی را کشف می‌کند که به وقایع ارائه‌شده در خبر معنا می‌دهد. برای این منظور، ابتدا کدگذاری باز انجام می‌شود. با توجه به موضوع تحقیق و جایگاه اجرایی دولت در کشور، توصیفی که متن از وضعیت و روند بیماری ارائه می‌کند، اقدام‌هایی که در این دوره صورت گرفته و موضع خبر

1. Kilgo & Harlow  
2. Maraen

نسبت به اقدام‌هایی که دولت در این دوره انجام داده، به صورت کدهای باز نوشته می‌شوند. یعنی کلمه‌ها یا عبارت‌هایی که به نظر می‌رسد مفهوم مشخصی را درباره‌ی سه مفهوم بالا انتقال می‌دهند، تعیین می‌شوند. مثلاً رئیس‌جمهور، دولت، کشف واکسن، احتکار ماسک، ضد عفونی شهر نمونه‌هایی از کدهای باز هستند. سپس مفاهیم کلی که از کدهای باز قابل احصا هستند، تعیین می‌شوند و بدین ترتیب محور روایت‌گری خبر یا همان چارچوب مشخص می‌شود. با توجه به نقش تعلق حزبی و سیاسی در نحوه‌ی چارچوب‌بندی، جامعه‌ی نمونه شامل همه‌ی اخبار مربوط به کووید ۱۹ است که در تارنمای خبرگزاری‌های فارس، مهر، ایلنا و ایرنا از اول اسفند ۱۳۹۸ تا پایان شهریور ۱۳۹۹ منتشر شده‌اند. توضیح آنکه با وجود ظهور خرده‌گفتمان‌های متنوع پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، گروه اصلی اداره‌کننده و هدایتگر انقلاب یا اسلام‌گرایان فقهانی، گفتمانی را با مرکزیت ولایت فقیه و تکیه بر فقه و فقه‌اشکل داد که در سال‌های آغازین انقلاب تبدیل به گفتمان مسلط شد و در دهه‌های ۶۰ و ۸۰ بر همه‌ی جریان‌های فکری غلبه داشتند. از دهه‌ی هشتاد به بعد، با توجه به رویکرد سیاسی و فکری آنها، به این جریان «اصول‌گرا» گفته شد.

در دهه‌ی سوم انقلاب، مجموعه‌ی حوادث داخلی و خارجی موجب روی کار آمدن دولت محمد خاتمی و گفتمان «اصلاح‌طلبی» شد (عابدی اردکانی و عظیمی، ۱۳۹۱) که اکنون به عنوان جریان اصلاح‌طلبی شناخته می‌شوند. این دو جریان سیاسی را می‌توان جریان‌های غالب سیاسی در ایران دانست.

معیار انتخاب خبرگزاری‌ها در این مطالعه، شاخص بودن و شهرت آن‌ها در وابستگی یا نزدیکی سیاسی‌شان به این دو جریان است.

الف. خبرگزاری فارس و مهر به عنوان خبرگزاری‌های شاخص اصول‌گرا (پایگاه تبیینی و تحلیلی جریان‌شناسی، ۱۳۹۴)؛  
ب. خبرگزاری ایلنا و ایرنا به عنوان خبرگزاری‌های شاخص دولت وقت در زمان مطالعه (اصلاح‌طلب / اعتدال‌گرا).

خبرگزاری ایلنا تحت حمایت خانه‌ی کارگر جمهوری اسلامی و با حمایت سیدمحمد خاتمی تأسیس شد و پس از روی کار آمدن دولت احمدی‌نژاد و قطع حمایت دولت از این خبرگزاری با جریان اصول‌گرا فاصله‌ی بیشتری گرفت. بیشتر وقت‌ها خود را مستقل و منتقد معرفی می‌کند، ولی بین دو جریان اصلاح‌طلب و اصول‌گرا به اولی نزدیکتر است.

در مورد خبرگزاری ایرنا با توجه به وابسته بودن به هر دولت و انتصاب مدیرعامل آن از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یک تارنمای رسمی دولتی محسوب می‌شود که در هر دوره از منافع و مواضع دولت وقت دفاع می‌کند. (پایگاه تبیینی و تحلیلی جریان‌شناسی، ۱۳۹۴).

طی بازه مطالعه این پژوهش، حسن روحانی رئیس‌جمهور کشور ایران بوده که وابسته به حزب اعتدال و توسعه (اعتدال‌گرا) است، ولی از آنجایی که با حمایت کامل حزب اصلاح طلب به ریاست جمهوری دست یافت، نزدیک به حزب اصلاح طلب خوانده می‌شود.

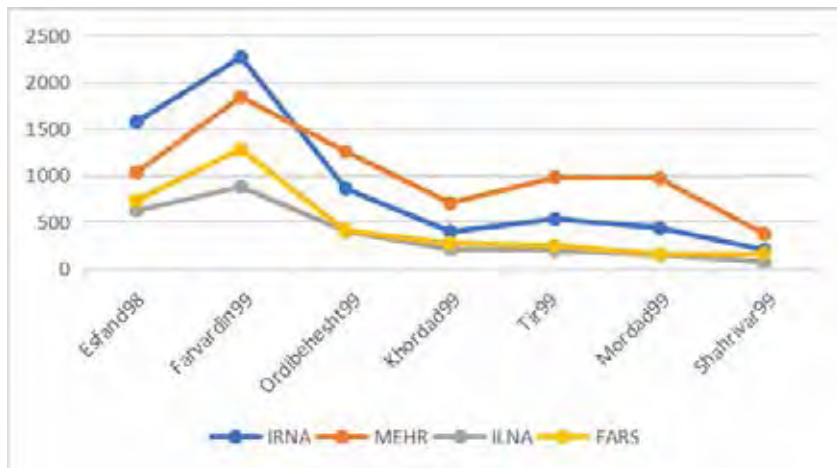
برای قرار گرفتن خبر در جامعه نمونه لازم است که مستقیم به بیماری کرونا و ویروس کووید ۱۹ مربوط باشد. در پژوهش حاضر نمونه‌ها در یک ماه ساختار یافته به صورت تصادفی انتخاب شد. سپس تعداد اخبار منتشر شده در هر روز، با دو کلیدواژه کووید ۱۹ و کرونا شناسایی شد. در مجموع طی روزهای مورد مطالعه تعداد ۱۹ هزار و ۱۱۷ خبر درباره بیماری کرونا در چهار خبرگزاری مورد بحث منتشر شده است. با توجه به مضمون کلی هر خبر و با در نظر گرفتن معیار اشباع، اخبار برای نمونه‌گیری انتخاب شدند. یعنی تا جایی که کدها شروع به تکرار می‌کنند، نمونه‌گیری انجام شد. پس از اتمام کدگذاری مشخص شد که حجم جامعه نمونه تعداد ۷۹۴ خبر است.

با توجه به اینکه یک پژوهشگر داده‌ها را کدگذاری کرده است، برای دستیابی به نتایج معتبر، ۳۰ درصد از نمونه‌ها دوبار کدگذاری شدند. این نمونه‌ها به طور تصادفی و بر مبنای تعداد نمونه‌های شناسایی شده برای هر تارنما انتخاب شد. پیشنهاد کرونپندورف (کمپل و دیگران، ۲۰۱۳) برای ارزیابی اعتبار بین کدگذاران، انتخاب ده درصد از کل متون است. اما چون کدگذار تنها یک نفر است، بهتر دانست که نمونه‌های بیشتری دوبار کدگذاری شوند. پس از انجام کدگذاری، ضریب کاپا اندازه‌گیری شد تا اعتبار تحقیق تعیین شود (اکانر و جوف، ۲۰۲۰). در پژوهش حاضر، رقم ضریب کاپا ۰/۹۲۱ به دست آمد که طبق گفته اکانر و جوف حکایت از توافق کامل دارد.

### یافته‌های پژوهش

از نظر برجسته‌سازی در ماه اسفند خبرگزاری ایرنا بیشترین و خبرگزاری ایلنا کمترین میزان اخبار را منتشر کرده‌اند. در بین دو خبرگزاری اصول‌گرا نیز در ماه اسفند تعداد اخبار منتشر شده در خبرگزاری مهر بیش از فارس است. این روند تا نیمه ماه فروردین ادامه دارد، ولی از نیمه ماه فروردین، که با پایان خیز اول شیوع کرونا مقارن است، خبرگزاری مهر بیشترین میزان اخبار مرتبط با این بیماری را منتشر می‌کند و تا پایان بازه این مطالعه همین جایگاه را دارد. به عبارت دیگر، در خیز دوم، که از ۱۴ خرداد آغاز می‌شود، خبرگزاری مهر فعال‌تر بوده و اخبار مربوط به کووید ۱۹ را برجسته‌تر کرده است (نمودار ۱).

1. Campbell
2. O'Connor & Joffe



نمودار ۱. روند برجسته‌سازی اخبار کووید ۱۹ در چهار خبرگزاری منتخب از اول اسفند ۱۳۹۸ تا ۳۱ شهریور ۱۳۹۹

در این مدت، تعداد اخبار منتشره در ایرنا، فارس و ایلنا به ترتیب کاهش می‌یابد. روند تعداد خبری که دو خبرگزاری فارس و ایلنا از اردیبهشت تا شهریور ۹۹ پوشش داده‌اند، تقریباً یکسان است و این دو با هم همپوشانی دارند. در یک نگاه کلی، همه خبرگزاری‌ها بیشترین تعداد خبر را در فروردین، یعنی میانه خیز اول، منتشر کرده‌اند و تا ماه خرداد روند انتشار اخبار همه‌شان نزولی است. همزمان با خیز دوم شیوع ویروس کرونا، در خرداد ۱۳۹۹، روند نزولی در دو خبرگزاری ایلنا و مهر همچنان ادامه دارد، ولی افزایش کمی در تعداد اخبار دو خبرگزاری ایرنا و مهر مشاهده می‌شود که پس از پایان خیز در اواخر مرداد، این روند رو به کاهش می‌گذارد.

### چارچوب‌های شناسایی‌شده در خبرگزاری‌ها

#### خبرگزاری ایرنا

خبرگزاری ایرنا از سه چارچوب برای پوشش اخبار مربوط به ویروس کرونا استفاده کرده است: ۱. چارچوب حمایت از دولت: در خبرگزاری ایرنا بر نقش دولت، به معنی همه نهادها و سازمان‌های زیرمجموعه ریاست جمهوری مثل وزارت صمت، وزارت بهداشت، رئیس بانک مرکزی، در حل بحران همه‌گیری تأکید می‌کند. اخبار درباره تداوم توسعه و رشد اقتصادی با وجود کرونا (خرداد ۱۳۹۹)، حساسیت دولت نسبت به سلامت ملت (اسفند ۱۳۹۸)، وابستگی نظام سلامت به دولت عامل موفقیت کشور در مهار بیماری است (خرداد ۱۳۹۹)، کمک‌های دولت به حل بحران کرونا (اسفند ۱۳۹۸ تا خرداد ۱۳۹۹) نمونه‌های آن هستند. باید توجه داشت که این خبرگزاری اساساً ماهیت حمایت از عملکرد ریاست جمهوری را در هر دوره بر عهده دارد.

۲. چارچوب انتقاد از دولت: این خبرگزاری در توضیح مشکل بیماری و عملکرد دولت به انتقاد از عملکرد دولت هم پرداخته و موضوعاتی چون عدم آمادگی دولت برای مقابله با کرونا، فراموشی حاشیه‌نشینان و غیره را برجسته ساخته است. اما تعداد این انتقادات در مقایسه با حمایت‌هایی که از اقدام‌های دولت کرده، ناچیز است.

۳. چارچوب کرونای تهدیدآمیز اما مهارپذیر از راه پیشگیری و اقدامات دولت: در خبرگزاری ایرنا، همه‌گیری کووید ۱۹ تهدیدآمیز، ولی فرصت‌ساز بازنمایی شده است. طبق اخبار مشکلات مربوط به آماد و پشتیبانی (اسفند ۱۳۹۸ تا شهریور ۱۳۹۹)، آثار و پیامدهای بیماری (فروردین ۱۳۹۹، مرداد ۱۳۹۹) و ماهیت بیماری (اسفند ۱۳۹۸ تا شهریور ۱۳۹۹) شرایط تهدیدآمیزی را برای جامعه پدید آورده‌اند. اما پیامدهای منفی اقتصادی ناشی از بیماری برجستگی بیشتری دارند. در عین حال، این خبرگزاری به فرصت‌های محدودی که همه‌گیری ایجاد کرده نیز اشاره دارد؛ که می‌توان به مواردی چون ویروس کرونا عامل شکوفایی استعدادها (خرداد ۱۳۹۹)، رشد کارخانجات تولید مواد بهداشتی (اردیبهشت ۱۳۹۹)، یا سرعت بخشیدن به اقتصاد هوشمند (شهریور ۱۳۹۹) توجه کرد. البته ابعاد تهدیدآمیز مسئله، حدود ۱۸ برابر، بیش از فرصت‌های آن مورد توجه این خبرگزاری هستند.

برای چارچوب‌بندی بیماری، اخبار این خبرگزاری به راهکارها نیز توجه دارند. برجسته‌ترین راهکارهای مورد استفاده در چارچوب‌بندی، راهکارهای پیشگیری محور هستند که مواردی چون رعایت اصول بهداشتی از جمله بهداشت فردی، ماندن در خانه، ایجاد فاصله مانند دورکاری کارکنان، برگزاری مراسم با رعایت شیوه‌نامه‌ها مانند مراسم احیا و تعطیلی را در بر می‌گیرند. این اقدام‌هایی هستند که دولت درباره آن‌ها تصمیم‌گیری و سیاستگذاری می‌کند و این مفهوم را القا می‌کنند که بیماری قابل مهار و کنترل است.

دومین راهکار اصلی به اقدام‌های اقتصادی حمایتی دولت مربوط است، مانند واریز ۱۵ میلیارد تومان در وجه اورژانس کشور توسط دولت، یا تخصیص مبلغ برای تهیه بسته بهداشتی رایگان توسط نماینده ولی فقیه. دولت و نهادهای دولتی به عنوان عاملان این راهکارها، کار برنامه‌ریزی و مدیریت و نظارت، ارائه راهکارهای حمایتی - اقتصادی و در صورت لزوم، تنبیه ناقضان و مجرمان را عهده‌دارند.

### خبرگزاری ایلنا

اخبار در خبرگزاری ایلنا در دو چارچوب پوشش داده شده‌اند:

۱. چارچوب انتقاد از دولت: این خبرگزاری در خیز اول ویروس کرونا، اخباری را در چارچوب حمایت از دولت ارائه می‌دهد، مثلاً در شهریور ۱۳۹۹ به نقل از معاون کل وزارت بهداشت، کل کشور را قرمز اعلام می‌کند؛ یا "در حال حاضر آرامش خوبی در میان نظام سلامت و کادر

درمانی کشور حاکم است و دولت هم مطمئناً این توان را دارد که از لحاظ تجهیزات، امکانات و دارو آنها را پشتیبانی کند و این نیز موجب آرامش بیشتر خواهد بود". (فروردین ۱۳۹۹). ولی به سرعت رویه خود را تغییر می‌دهد؛ به طوری که کفه انتقادش از دولت سنگین می‌شود و مواردی چون ناکارآمدی دولت در اطلاع‌رسانی، بی‌توجهی دولت به ظرفیت‌های سلامت (اسفند ۱۳۹۹)، عدم تخصیص بسته حمایتی به کارگران به‌ویژه کارگران روزمزد و عدم استفاده از منابع در اختیار دولت (فروردین ۱۳۹۹) و غیره را برجسته می‌سازد. در مجموع، تعداد اخبار در نقد دولت پنج برابر، بیش از تعداد اخبار در حمایت از دولت است.

۲. چارچوب کرونای تهدیدآمیز اما مهارپذیر از راه پیشگیری: خبرگزاری ایلنا در تعریف وضعیت ناشی از همه‌گیری به مسائلی مختلف ناشی از شیوع همه‌گیری، مانند شبه علم، خستگی کادر درمان، مسائل اعتقادی، ادراکی و اخلاقی توجه کرده است؛ ولی مشکلات رفتاری مانند عدم رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی (خرداد تا شهریور ۱۳۹۹)، مشکلات اقتصادی مثل کاهش توان تاب‌آوری ایرانیان به دلیل تحریم‌ها (فروردین تا مرداد ۱۳۹۹) و کمبود تجهیزاتی چون وسایل حمل و نقل عمومی (فروردین و خرداد ۱۳۹۹)، ماسک (فروردین ۱۳۹۹)، کیت آزمایشگاهی (مرداد ۱۳۹۹) برجسته‌ترین ابعاد مسئله همه‌گیری کووید ۱۹ هستند. بدین ترتیب، ویروس کرونا از جوه گوناگون زندگی را تهدید می‌کند.

راهکارهای ارائه‌شده برای این تهدید نیز متعدد و شامل راهکارهای علمی، اقتصادی، تنبیهی، مدیریتی، فرهنگی، اطلاعاتی، و پیشگیری هستند. راهکارهای پیشگیری با توجه به حضور برجسته ترشان، راهکار اصلی این خبرگزاری هستند (جدول ۱).

جدول ۱. فراوانی راهکارهای ارائه‌شده در خبرگزاری ایلنا

نوع راهکار	فراوانی
علمی	۴
اقتصادی/حمایتی	۱۸
تنبیهی	۳
مدیریتی	۲۶
فرهنگی	۱۵
اطلاعات	۱۱
پیشگیری	۸۷
روحی-روانی	۳

## خبرگزاری مهر

خبرگزاری مهر از پنج چارچوب برای پوشش اخبار کووید ۱۹ استفاده کرده است:

۱. چارچوب کرونای تهدیدآمیز اما مهارپذیر از راه پیشگیری و حمایت دولت: در این خبرگزاری جنبه‌های منفی همه‌گیری بیشتر مطرح شده و جنبه‌های مثبت، تحت عنوان فرصت، کمتر هستند. خستگی کادر درمان که در خیز اول (فروردین ۱۳۹۹) مورد توجه است؛ مسائل اعتقادی مثل دوگانگی سلامت و عزا (مرداد و شهریور ۱۳۹۹)؛ کمبود تجهیزات مثل اقلام بهداشتی (اسفند ۱۳۹۸ تا شهریور ۱۳۹۹)، مشکلات اقتصادی مانند اثرات تحریم‌های آمریکا (اسفند ۱۳۹۸، فروردین و تیر ۱۳۹۹)، رفتاری همچون میزان بالای خرید ماسک (اسفند ۱۳۹۹)، و ارتباطات مثل جعل خبرها در اسفند ۱۳۹۸ و جوه مختلف مشکل همه‌گیری کووید ۱۹ را برمی‌سازند. اما وجه اقتصادی، وجه بارز مسائل ناشی از بیماری در خبرگزاری مهر طی بازه مورد مطالعه است. نمونه‌هایی مانند تحریم‌های آمریکا (اسفند ۱۳۹۸ و فروردین و تیر ۱۳۹۹)، عدم تعطیلی کارگران معادن و کمبود اعتبار صندوق بیمهٔ بیکاری برای تأمین حقوق کارگران بیکار شده (فروردین ۱۳۹۹)، فراموشی نیازمندان روستایی در توزیع بسته‌های حمایتی و دشوار شدن زندگی باربران به دلیل تعطیلی بازار (اردیبهشت ۱۳۹۹)، تعطیلی اصناف مانند خشکشویی‌ها (تیر ۱۳۹۹) همواره وجود دارند. البته بیشترین فراوانی به سه‌ماههٔ بهار و تیر ۱۳۹۹ مربوط هستند.

دقت در گزاره‌هایی که ارزیابی این خبرگزاری را از شرایط بازتاب می‌دهد، نشان‌دهندهٔ قابل مدیریت بودن بیماری است. راهکارهای بهداشتی (۱۰۵ بار) و راهکارهای اقتصادی (۳۴ بار) اصلی‌ترین راهکارهای مورد توجه این خبرگزاری هستند. راهکارهای بهداشتی، حدود سه برابر راهکارهای اقتصادی، تأکید شده‌اند و رعایت اصول بهداشتی و فاصله‌گذاری در اجتماع بیش از سایر موارد از جمله ماندن در خانه یا رعایت شیوه‌نامه‌هاست. رعایت اصول بهداشتی (۶۱ بار) دو برابر بیشتر از رعایت فاصله (۳۰ بار) بازنمایی شده است. راهکارهای اقتصادی مانند پرداخت تسهیلات به مشاغل آسیب‌دیده، توزیع ۴۰ هزار بستهٔ معیشتی به مناسبیت دههٔ ولایت، توزیع بسته‌های حمایتی همراه با اقلام بهداشتی میان خانواده‌های آسیب‌دیده، ارائهٔ خدمات پزشکی رایگان به حاشیه‌نشینان، برطرف کردن موانع و سرعت پرداخت تسهیلات، ارائهٔ اینترنت رایگان به صورت حمایتگری دولت ارائه شده‌اند.

۲. چارچوب حمایت از دولت: این خبرگزاری در اسفند، به نقل از نمایندهٔ سازمان جهانی بهداشت وضعیت ایران را در کنترل بیماری خوب اعلام کرد. در فروردین، دولت را در تأمین تجهیزات، امکانات و دارو توانا معرفی کرده و اردیبهشت‌ماه، در گزارشی اعلام کرده است که انسجام داخلی باعث کنترل کرونا شد. در خرداد و کمی قبل از آغاز خیز دوم کرونا در کشور نیز توفیقات دولت در کنترل بیماری را ستایش کرده است. این خبرگزاری

اقدام‌های دولت و فعالیت نهادهایی مثل سپاه و ستاد اجرایی فرمان امام را که خارج از دولت فعالیت می‌کنند، بیش از سایر گروه‌ها بازنمایی کرده است. به طوری که بیش از ۶۶ درصد اخبار تحلیل‌شده در خبرگزاری مهر در حمایت و تبلیغ فعالیت‌هایی است که نهادهای وابسته به دولت انجام داده‌اند.

این نحوه پوشش نشان می‌دهد که بر اساس راهبرد این خبرگزاری، دولت متولی اصلی مدیریت کروناست و از سوی دیگر نشان می‌دهد که تلاش‌های زیادی برای کنترل و مهار کرونا در حال انجام است. نقش نهادهای غیردولتی همچون سپاه، کمیته امداد و غیره بیش از ۱۶ درصد این محتوا را تشکیل داده‌اند و بیشتر فعالیت‌های آن‌ها به ضد عفونی معابر، و توزیع بسته‌های حمایتی و بهداشتی مربوط است. بر اساس این مطالب «بشتیبانی از دولت در شرایط همه‌گیری» را می‌توان یکی از چارچوب‌های پوشش اخبار کووید ۱۹ نام برد.

۳. چارچوب انتقاد از دولت: این خبرگزاری انتقادها نسبت به دولت را نیز پوشش داده است.

سخنان رئیس‌جمهور درباره استفاده از وسایل شخصی و تاکسی و اسنپ به جای وسایل نقلیه عمومی و بی‌توجهی مقامات دولتی و استانداران به شرایط معلمان حق‌التدریس (فروردین ۱۳۹۹)، بی‌تفاوتی ستاد استانی کردستان که عامل گسترش بیماری در این استان شده (تیر ۱۳۹۹)، محقق نشدن وعده‌های دولت در حمایت از اصناف (اردیبهشت و تیر ۱۳۹۹)، و بی‌تدبیری دولت برای معرفی وزیر اقتصاد که موجب فشار اقتصادی بیشتر به اقشار ضعیف شده (شهریور ۱۳۹۹) نمونه‌هایی از چارچوب انتقادی این خبرگزاری هستند. در یک نگاه کلی می‌توان فهمید، وجه بارز انتقادهایی که به دولت شده از منظر اقتصادی است و از نظر تواتر نیز تعداد متون حامی دولت با تعداد متون منتقد دولت برابر است (۶ بار). به عبارت دیگر، این چارچوب در برابر چارچوب حمایت از دولت، رنگ می‌بازد.

۴. چارچوب اعتمادبخشی: عناصر برجسته در چارچوب «اعتمادبخشی» عبارت‌اند از قدردانی از کادر پزشکی، نظارت و بازرسی، ضد عفونی مستمر، غربالگری مسافران و ضد عفونی خودروها در مبادی شهرها، تولید مواد بهداشتی، و توزیع بسته بهداشتی بین نیازمندان. این چارچوب شرایط را تحت نظارت، با محیط زیست سالم و وجود اقلام بهداشتی نشان می‌دهد و آرامش و اعتماد را ایجاد می‌کند. مانند مبارزه با احتکار و گران‌فروشی کالاها که هر چهار بار در اسفند مطرح شده، یا "نظارت بر اماکن عمومی، قهوه‌خانه‌ها و رستوران‌ها تشدید شود" (تیر ۱۳۹۹).

۵. چارچوب امیدبخشی: برای توصیف وضعیت موجود در کشور، اسفندماه و در راستای چارچوب «امیدبخشی» وضعیت شهر قم را عادی گزارش کرده، اما وضعیت شهر تهران را این‌طور توصیف کرده است: "در شرایطی که ویروس کرونا به اوج شیوع خود رسیده است شاهد حضور آزادانه و فعالیت بدون محدودیت زباله‌گردها، معتادین متجاهر و حتی کودکان



کار در چهارراه‌ها هستیم که این موضوع سلامت این عزیزان و سایر افراد جامعه را به خطر انداخته است" (خبرگزاری مهر، اسفند ۱۳۹۹). اما در مجموع، اخبار تحلیل شده نشان می‌دهد که در ماه اسفند، یعنی همزمان با خیز اول کرونا، اخبار در چارچوب «امیدبخشی» تولید شده‌اند برای نمونه "این ویروس شکست پذیر است" (فروردین ۱۳۹۹) و "قطعا این ویروس را در کشور مهار خواهیم کرد" (تیر ۱۳۹۹).

### خبرگزاری فارس

خبرگزاری فارس از سه چارچوب برای پوشش اخبار مربوط به ویروس کرونا استفاده کرده است: ۱. چارچوب کرونای تهدیدآمیز اما مهارپذیر از راه پیشگیری و حمایت دولت: در خبرگزاری فارس، بیماری از هشت جنبه، تهدید، و از سه جنبه، فرصت، بازنمایی شده است؛ فرصت معنوی "کرونا به مثابه فرصتی برای زدودن شرک" (اردیبهشت و خرداد ۱۳۹۹)، فرصت رشد اقتصادی "کرونا عامل رشد استارت‌آپ‌ها" (شهریور ۱۳۹۹)، و فرصت اتحاد و انسجام ملی "کرونا نشان‌دهنده توان فرهنگی و انسجام داخلی قوی" (خرداد ۱۳۹۹). خبرگزاری فارس در تیر ۱۳۹۹ به خستگی کادر درمان توجه دارد.

مسائل اعتقادی مانند بی‌توجهی مسئولان به توسل (اردیبهشت ۱۳۹۹)؛ مشکلات ادراکی همچون عدم اعتماد متخصصان به داروها و کیت‌های سرولوژی داخلی، و جدی نگرفتن ویروس توسط مردم در شهرهای مختلف (اسفند تا اردیبهشت ۱۳۹۹)؛ مسائل اخلاقی مانند کشف و فروش ماسک و ضدعفونی‌کننده‌های تقلبی و احتکار و سودجویی از فروش ماسک و کالاهای بهداشتی (اسفند ۱۳۹۸)؛ کمبود تجهیزاتی مثل پارچه ماسک (شهریور ۱۳۹۹)، نایابی و کمبود ماسک (از فروردین تا شهریور ۱۳۹۹)؛ مشکلات اقتصادی مانند آسیب کرونا به کسب‌وکارهای نوپا و سنتی (مرداد ۱۳۹۹) یا افزایش قیمت ماسک به دلیل حضور دلال‌ها، مسائل رفتاری شامل ناامنی روانی و اضطراب، تقاضای کاذب ماسک، و استفاده از الکل صنعتی یا تقلبی (اسفند ۱۳۹۸)، یا سهل‌انگاری در رعایت شیوه‌نامه‌ها (اردیبهشت و مرداد ۱۳۹۹)؛ و ارتباطاتی مانند انتشار شایعه (اسفند ۱۳۹۸ تا شهریور ۱۳۹۹) یا تشکیک در آمارها و انتشار اخبار زرد توسط بی‌بی‌سی (تیر ۱۳۹۹). اینها نشان می‌دهند که ویروس کرونا در خبرگزاری مهر به عنوان تهدید چارچوب‌بندی شده است.

همچنین خبرگزاری فارس راهکارهای مختلفی را برای غلبه بر این بیماری و مدیریت عالم‌گیری کووید ۱۹ معرفی کرده است؛ ولی بارزترین راهکارها از نوع پیشگیری و اقتصادی است. پرکاربردترین راهکار، پیشگیری است و راهکار این خبرگزاری برای مسائل اقتصادی ناشی از بیماری ویروس کرونا، راهکارهای حمایتی مانند ارائه تسهیلات یا کمک‌های مادی توسط دولت و به‌ویژه مردم است.

۲. **چارچوب انتقاد از دولت:** تأکید بیشتر خبرگزاری فارس بر دولت به عنوان کنشگر دست‌اندرکار شر است. این خبرگزاری با طرح عدم انسجام در ستاد ملی مبارزه با کرونا (فروردین ۱۳۹۹)، عدم برنامه‌ریزی در روند توزیع طرح تنظیم بازار (اردیبهشت ۱۳۹۹)، فراهم نبودن تسهیلات تولید ماسک توسط دولت (تیر ۱۳۹۹)، و در فروردین ۱۳۹۹ با انتشار انتقاد نماینده مجلس از دولت برای فراهم نبودن وسایل نقلیه عمومی، ناتوانی دولت در فراهم کردن امکان استفاده از بیمه بیکاری، عمل نکردن دولت به قول حمایت مالی از اصناف، سفید جلوه دادن استان سیستان و بلوچستان، و استان‌های جنوب کشور توسط رئیس‌جمهور، به انتقاد از دولت پرداخته است.

در عین حال، در اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ از سیاه‌نمایی دولت توسط گروه‌های سیاسی مختلف انتقاد کرده و با اشاره به وجود داروهای بیماران خاص، به‌جز اقلام تحریمی از دولت دفاع کرده است. اما انتقاد از دولت در خبرگزاری فارس وجه بارزی نسبت به دفاع از دولت دارد.

۳. **چارچوب اعتمادبخشی:** در خبرگزاری فارس، ایجاد اعتماد بیشتر با تأکید بر اقدام‌های بهداشتی مانند ضدعفونی مستمر اماکن مختلف شهری و کنترل مبادی ورودی (اسفند ۱۳۹۸ تا اردیبهشت ۱۳۹۹) صورت گرفته است؛ و در مجموع ۱۵ بار تولید شده است. همچنین از روش‌های قدردانی از کادر پزشکی (۲ بار)؛ اطمینان‌بخشی به مردم درباره اعمال نظارت مسئولان (۶ بار) مثل پلمپ واحدهای صنفی متخلف یا جریمه ناقضان شیوه‌نامه‌های بهداشتی (اسفند ۱۳۹۸ تا تیر ۱۳۹۹) نیز برای جلب اعتماد عموم استفاده شده است. قابل توجه است که بسامد این اخبار در ماه اسفند ۱۷ بار، در فصل بهار ۱۰ بار، و در فصل تابستان ۳ بار بوده است. گویا، اعتمادبخشی چارچوب مورد استفاده این خبرگزاری در ماه اسفند و خیز اول بیماری کرونا بوده است. اما در مجموع، چارچوب اصلی این خبرگزاری نبوده و در ادامه تغییر رویه داده است.

## نتیجه‌گیری

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که با تمرکز بر نحوه سامان دادن ارتباط رسانه با دولت در شرایط بحران، چهار خبرگزاری نمونه از چارچوب‌های به‌نسبت مشابهی استفاده کرده‌اند. نحوه عملکرد این خبرگزاری‌ها، با توجه به وابستگی سیاسی آن‌ها، در هفت ماه آغاز بیماری قابل تأمل به نظر می‌رسد. در یک نگاه کلی خبرگزاری‌های وابسته به جناح اصول‌گرا نسبت به خبرگزاری‌های اصلاح‌طلب از چارچوب‌های متنوع‌تری استفاده کرده‌اند. در خبرگزاری مهر از پنج چارچوب و در خبرگزاری فارس از سه چارچوب استفاده شده است. اما در بین خبرگزاری‌های وابسته به اصلاح‌طلبان، ایرنا از سه چارچوب و ایلنا از دو چارچوب استفاده کرده است.

متوسط تعداد اخبار مرتبط با بیماری منتشر شده در خبرگزاری‌ها، در خیز دوم نسبت به خیز اول، کاهش چشمگیری داشته است و در مجموع به یک چهارم رسیده است. خبرگزاری فارس، بیشترین میزان کاهش را داشته است، به طوری که میزان اخبار مربوط به همه‌گیری کرونا در آن، در خیز دوم به یک ششم کاهش یافته است. میزان کاهش در خبرگزاری ایرنا بیش از یک چهارم (۴/۴)، در ایلنا بیش از یک سوم (۳/۵)، و در خبرگزاری مهر که کمترین میزان کاهش را داشته به حدود یک دوم (۱/۸) رسیده است.

خبرگزاری مهر که به حزب اصول‌گرا نزدیک است و از نظر سیاسی با حزب دولت حاکم فاصله دارد - رئیس‌جمهور وقت اعتدال‌گرا و نزدیک به جریان اصلاح طلب است - بیش از سایر خبرگزاری‌ها از اقدام‌های دولت در شرایط همه‌گیری حمایت کرده است. سه خبرگزاری مهر، فارس و ایرنا، و شرایط کشور را در مواجهه با بیماری تهدیدآمیز، اما مهارپذیر خوانده‌اند و مهار مشکلات را، پیشگیری و اقدام‌های حمایت‌گرانه دولت معرفی کرده‌اند. اما خبرگزاری ایلنا، علیرغم اینکه ویروس و شرایط جامعه را تهدیدآمیز بازنمایی می‌کند، راه مهار بیماری را صرفاً پیشگیری می‌داند و برای دولت و اقدام‌های او اعتباری قائل نیست.

دو خبرگزاری ایرنا و مهر، از چارچوب حمایت از دولت استفاده زیادی کرده‌اند، اما هر دو خبرگزاری به انتقاد از دولت هم پرداخته‌اند. با وجود این، در خبرگزاری ایرنا، تعداد اخبار حمایت‌گرانه از دولت، خیلی بیشتر از اخبار انتقادی هستند. ولی در خبرگزاری فارس، تعداد اخبار حمایت‌گر و منتقد دولت برابرند. با این حال این خبرگزاری از دو چارچوب دیگر یعنی امیدبخشی و اعتمادبخشی هم استفاده کرده و توسط آن‌ها به حمایت از اقدام‌های دولت و اثرات مثبت اقدام‌های دولت پرداخته است.

از سوی دیگر، هم خبرگزاری ایلنا، که وابسته به اصلاح‌طلبان دانسته می‌شود، و هم خبرگزاری فارس، که به جناح اصول‌گرا وابستگی دارد، از چارچوب انتقاد از دولت برای سامان‌بخشی به اخبار مربوط به کرونا در بازه مورد مطالعه استفاده کرده‌اند. با این حال، اتمسفر انتقادی در خبرگزاری فارس، با کاربرد چارچوب اعتمادبخشی تلطیف شده است و این خبرگزاری برخی از اقدام‌های دولت را، برای ایجاد اعتماد در مخاطبان برای حل شدن مسئله در این چارچوب قرار داده است؛ ضمن اینکه از چارچوب کرونا‌ی تهدیدآمیز، اما مهارپذیر از راه پیشگیری و حمایت دولت هم بهره برده است. بدین ترتیب، منتقدانه‌ترین لحن نسبت به دولت در هفت ماهه اول بیماری به خبرگزاری ایلنا اختصاص دارد.

در کل، خبرگزاری‌ها با استفاده از چارچوب‌های حمایت از دولت، اعتمادبخشی، امیدبخشی، و کرونا‌ی مهارپذیر موجب راززدایی و اسطوره‌زدایی از عرف عام دربارهٔ کرونا شده‌اند. به این ترتیب که ویروس کرونا را کمتر غیرقابل پیش‌بینی و مهلک، و بیشتر قابل مدیریت، قابل کنترل، و مهارپذیر معرفی کرده‌اند.

نحوه استفاده خبرگزاری‌ها از چارچوب‌های حمایت از دولت و کرونای تهدیدآمیز اما مهارپذیر از راه پیشگیری و حمایت دولت قابل تأمل است. دقیق‌تر آنکه به غیر از خبرگزاری ایلنا، که همواره منتقد دولت است، سه خبرگزاری دیگر فقط در خیز اول کروناست که رویکرد به نسبت یکسان و مشابهی نسبت به وضعیت و اقدام‌های دولت دارند و با پایداری بیشتر کرونا در خیز دوم، خبرگزاری‌ها جهت‌گیری سیاسی خود را نسبت به دولت تغییر می‌دهند. در بین خبرگزاری‌های نزدیک به جریان اصلاح طلب، خبرگزاری ایرنا اگرچه چارچوب حمایت از دولت را در پوشش اخبار به کار می‌برد، ولی از نقد عملکرد دولت و بیان ضعف‌هایش ابایی ندارد. در خصوص ایلنا نیز می‌توان فاصله‌گیری شدید آن را از دولت، علاوه بر اختلاف و شکافی که طی دوره ریاست جمهوری حسن روحانی بین گروه حاکم و حزب اصلاح طلب حادث شد، ناشی از این دانست که این خبرگزاری خود را منتقد و مستقل برمی‌شمرد.

در میان خبرگزاری‌های اصول‌گرا، خبرگزاری فارس هم پس از خیز اول، فاصله خود را از دولت وقت حفظ و به وظیفه دولت برای حل مشکلات اقتصادی تأکید می‌کند. اما خبرگزاری اصول‌گرای مهر، در تمام طول بازه مطالعه، فاصله خود را با دولت کمتر می‌کند، هرچند به نقش مثبت و مفید گروه‌های جهادی و سپاه توجه دارد؛ ولی حمایت از دولت را به عنوان چارچوبی برای تولید محتوا انتخاب کرده است. به نظر می‌رسد که خبرگزاری مهر، موقعیت دولت در شرایط بیماری را، در بافتار کلی نظام و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران قرار داده و ضعف دولت در این برهه زمانی را معادل ضعف کلیت نظام جمهوری اسلامی ایران در نظر گرفته است و از این رو، چارچوب حمایت از دولت را ترجیح داده است.

نتایج این پژوهش با نتایج مطالعه بخت‌ور و مقصودی (۱۳۹۹) که طی سه ماهه نخست شیوع همه‌گیری در ایران، روزنامه‌های سه طیف اصلاح طلب، اصول‌گرا و میانه‌رو را تحلیل کرده‌اند، همسو است. نتایج آن‌ها نیز نشان می‌دهد که روزنامه‌های اصلاح طلب (شرق و مردم‌سالاری) بیش از روزنامه‌های اصول‌گرا (کیهان و رسالت) و میانه‌رو (ایران و اطلاعات) نسبت به دولت و عملکردهایش منتقد بوده‌اند.

طبق یافته‌های این تحقیق، در وضعیت هژمونیک خیز اول کرونا، خبرگزاری‌ها تمایل دارند که روی نکات و موضوع‌های حساس و مهم با هم توافق داشته باشند؛ یعنی مدیریت‌پذیر بودن ویروس کرونا و شرایط ناشی از همه‌گیری آن، و قابل حل بودن مشکلات اقتصادی. این وضعیت موجب یکدستی و هم‌شکلی پیام‌ها شده است. این موضع در فرم و ساخت خبر موجب همسازی و انسجام اخبار خبرگزاری‌ها شده است.

اما پس از خیز اول و طی خیز دوم، شاهد عدم توافق بین خبرگزاری‌ها هستیم؛ بدین معنی که آن‌ها در استفاده از چارچوب‌ها بازاندیشی و تجدید نظر می‌کنند، موضع انتقادی خود را با

دولت آشکار می‌سازند و تحلیل انتقادی نسبت به تصمیم‌های دولت دارند. این وضعیت نشان می‌دهد که در سه خبرگزاری ایرنا، ایلنا و فارس، ساختارهای قدرت و وابستگی‌های سیاسی رسانه، توانایی تأثیر بر رویه‌های اتاق خبر و پوشش را دارند. لذا این سه خبرگزاری رویکرد مشخص‌سازی به رابطه خود با دولت دارند. اما در خبرگزاری مهر، رویکرد حاکم، هژمونیک است، یعنی به جای پرداختن به کشمکش یا تعارض نظر گروه‌ها، بر توافق گروه‌ها و اهمیت اقدام‌های دولت در مدیریت بحران تمرکز کرده است. در این شرایط، نمی‌توان شاهد اثر جمع شدن دور پرچم در شرایط بحرانی بود. زیرا شیوه غالب خبرگزاری‌ها، که منبع اخبار سایر رسانه‌ها هستند، چندان مبتنی بر حمایت از دولت نیست.

این تحقیق صرفاً رابطه رسانه‌های مورد بحث و دولت را نشان می‌دهد و درباره اثرگذاری آن‌ها بر افکار عمومی ادعایی ندارد. در این خصوص، باید متوجه بود که در شرایط رسانه‌ای امروز و دسترسی عموم به رسانه‌های اجتماعی، همان‌طور که مردم از رسانه‌ها اطلاعات دریافت می‌کنند، کنشگران دیگر از جمله سیاستمداران نیز برای درک نظرات و نگرانی‌های شهروندان به رسانه‌ها تکیه می‌کنند؛ زیرا مردم با استفاده از محتوایی که تولید کرده‌اند، نظرات خود را ابراز می‌کنند. بنابراین نیروهای متعددی با درجات مختلف بر فهم از رویداد اثر دارند و رابطه رسانه و حکومت را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

## منابع

- اجاق، سیده زهرا. ۱۳۹۹. نظریه و روش تحلیل چارچوب. تهران: سمت.
- بخت‌ور، محمدرضا، و مجتبی مقصودی. "طیف سنجی رویکرد مطبوعات سیاسی در قبال عملکرد دولت در دوران شیوع بیماری کرونا در ایران". رسانه. ۳۱، ۲ (۱۳۹۹): ۳۱-۴۸.
- پایگاه تبیینی و تحلیلی جریان‌شناسی. ۱۳۹۴. "جریان‌شناسی برترین خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری ایران". <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- حقگو، جواد، و غلامعلی سلیمانی. "واکاوی عملکرد رسانه‌های دولتی ایران در بحران کرونا از منظر بایسته‌های سرمایه اجتماعی". مدیریت بحران. ۱۰، ویژه‌نامه کرونا. (۱۴۰۰): ۷۱-۸۴.
- عابدی اردکانی، محمد، و پروین عظیمی. "بررسی تطبیقی دیدگاه‌های جریان‌آوردگرا و اصلاح‌طلب نسبت به مشارکت سیاسی زنان در جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۶-۱۳۸۴)". پژوهش سیاست نظری. دوره جدید، ۱۲ (۱۳۹۱): ۹۳-۱۱۹.
- عباسی خوشکار، امیر. "گسترش جهانی ویروس کرونا و مدیریت قدرت نرم: بررسی موردی مدیریت چینی قدرت نرم". مطالعات قدرت نرم. ۹، ۲ (۱۳۹۸): ۱۱۹-۱۴۳.
- <https://doi.org/DOR.20.1001.1.23225580.1398.9.2.5.1>
- هرمن، ادوارد اس، و نوام چامسکی. ۱۳۷۷. فیلترهای خبری. ترجمه نژاد میرفخرایی، تهران: موسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران.

- Abbasi Khoshkar, Amir. "Global spread of coronavirus and soft power management A case study of Chinese soft power management". *Soft Power Studies*. 9, 2 (1398): 119-143. **[In Persian]**  
<https://doi.org/DOR:20.1001.1.23225580.1398.9.2.5.1>
- Abedi Ardakani, Mohammad, & Azimi, Parvin. "The Comparative Review of Reformist and Fundamentalist Currents toward Political Participation of Women in Islamic Republic of Iran (1997-2005)". *Research in Theoretical Politics*. New Period, 12 (1391): 93-119. **[In Persian]**
- Bakhtvar, Mohammadreza, & Maghsoudi, Mojtaba. "Spectrum analysis of the political print media about the performance of the government during the outbreak of Coronavirus in Iran". *Rasaneh*. 31, 2 (1399): 31-48. **[In Persian]**
- Baresch, B., Hsu, S., & Reese, S. D. "The power of framing : new challenges for researching the structure of meaning in news". In *Journalism's Futures*. (2011), The University of Texas. Austin.
- Bennett, W. L. "Toward a theory of press-state relations". *Journal of Communication*. 40, 2 (1990): 103-125. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1990.tb02265.x
- Blandinier, E., Habibi, Z., Kousi, T., & Sestito, P. "Initial COVID-19 Outbreak : An Epidemiological and Socioeconomic Case Review of Iran". *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17, 24 (2020). DOI: 10.3390/ijerph17249593
- Boin, A., 't Hart, P., Stern, E., & Sundelius, B. "The Politics of Crisis Management". *The Politics of Crisis Management*. (2005). <https://doi.org/10.1017/cbo9780511490880>
- Campbell, J. L., Quincy, C., Osserman, J., & Pedersen, O. K. "Coding In-depth Semistructured Interviews: Problems of Unitization and Intercoder Reliability and Agreement". *Sociological Methods and Research*. 42, 3 (2013): 294-320. <https://doi.org/10.1177/0049124113500475>
- Entman, R. B. "Framing US coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents". *Journal of Communication*. 41, 4 (1991): 6- 27.  
 Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02328.x>
- Haghgo, J., & Soleimani, G. "Analysis of the Performance of the Official Iranian Media in the Corona Crisis from the Perspective of Social Capital". *Emergency Management*. 10, Corona Special List. (1400): 71-84. **[In Persian]**
- Hallin, D. C. 1994. *We Keep American on Top of the World*. London & New York. Routledge.
- Herman, E. S., & Chomsky, N. 1377. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Translated by Teja Mirfakhraei. Tehran: IRNA Publication. **[In Persian]**
- Jo, W., & Chang, D. "Political Consequences of COVID-19 and Media Framing in South Korea". *Frontiers in Public Health*. 8 (2020). 1-10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2020.00425>
- Kilgo, D. K., & Harlow, S. Protests, Media Coverage, and a Hierarchy of Social Struggle. *International Journal of Press/Politics*. 24, 4 (2019): 508-530. <https://doi.org/10.1177/1940161219853517>
- Manchein, C., Brugnago, E. L., da Silva, R. M., Mendes, C. F. O., & Beims, M. W. "Strong correlations between power-law growth of COVID-19 in four continents and the inefficiency of soft quarantine strategies". *Chaos*. 30, 4 (2020): 1-9. <https://doi.org/10.1063/5.0009454>
- Marsen, S. "Navigating Crisis: The Role of Communication in Organizational Crisis". *International Journal of Business Communication*. 57, 2 (2020): 163-175.  
 DOI: [10.1177/2329488419882981](https://doi.org/10.1177/2329488419882981)
- Mu'azu, Y., & Moses, J. M. 2022. *Framing of the COVID-19 Pandemic during the Government's Imposed lockdown by the Daily Trust and the Punch newspapers*. January.
- O'Connor, C., & Joffe, H. "Intercoder Reliability in Qualitative Research: Debates and Practical Guidelines". *International Journal of Qualitative Methods*. 19 (2020): 1-13.  
<https://doi.org/10.1177/1609406919899220>
- OECD. "First lessons from government evaluations of COVID-19 responses: A synthesis". *Organisation for Economic Co-Operation and Development*, (2020): 1-45.  
<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/first-lessons-from-government-evaluations-of-covid-19-responses-a-synthesis-483507d6/>
- Ojagh, Zahra. 1399 *Media and Theory – Frame Analysis*. Tehran: Samandar. **[In Persian]**
- Robertson, J.W. "People's Watchdogs or Government Poodles? Scotland's National Broad sheets and the Second Iraq War". *European Journal of Communication*. 19, 4 (2004): 457- 482.  
 DOI: 10.1177/0267323104047666

Simons, G. "Swedish Government and Country Image during the International Media Coverage of the Coronavirus Pandemic Strategy: From Bold to Pariah". *Journalism and Media*. 1, 1 (2020): 41–58. <https://doi.org/10.3390/journalmedia1010004>

Website Explanatory and analytical Website for Social Flows. 1394. "Understanding Social Flows related to the best Iranian News Agencies and News Websites". [In Persian] <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>

Yüksel, Y. "An analysis of the media and government relationship". *Selçuk İletişim*. 8, 1 (2013): 57–70.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

