

Content analysis of media violence

(Case study: press violence in the Iranian presidential election)

Mahmood Roozbahani*

Received: 2021/08/17

Afsane Mozaffari**

Accepted: 2021/11/25


Ali Delavar***

The establishment and development of the press in Iran has had many effects, among which press violence is one of its manifestations. The purpose of this study was to analyze the content of media violence (a case study of press violence in the Iranian presidential election). The statistical population of this study was Iran, Shargh, Kayhan and Vatan Emrooz newspapers and the statistical sample was articles containing violence in these newspapers. Quantitative content analysis and purposive sampling have been used in the research. The measurement tool was observation and study of the content, how to implement the coding of cases related to violence and the unit of analysis of "word" and "sentence". Findings showed that during the elections, the newspapers in question were different in four dimensions of audience, subject, type of accusation and form of violence

Keywords: I.R.Iran, Kayhan Press, Political participation, Presidential election, Press, Shargh Press, Vatan Emrooz Press, Violence.


* Ph.D student in Communication Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, I.R.Iran (Corresponding author).

Sardar1341@yahoo.com

 0000-0002-3768-1204


** Associate Professor of Communication Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, I.R.Iran.

a.mozzafari@srbiau.ac.ir

 0000-0003-3855-7552

*** Professor of Psychology and Educational Sciences, Allameh Tabatabaiee University, Tehran, I.R.Iran.

delavar@atu.ac.ir

 0000-0001-5922-3119

تحلیل محتوای خشونت رسانه‌ای

(مطالعه موردی: خشونت مطبوعاتی در انتخابات ریاست جمهوری ایران)^۱

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۵/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۴

مقاله برای بازنگری به مدت ۲۷ روز نزد نویسندگان بوده است.

محمود روزبهانی*

افسانه مظفری**

علی دلاور***


چکیده

تأسیس و توسعه مطبوعات در ایران آثار مثبت و منفی متعددی داشته است که در این میان «خشونت مطبوعاتی» از جمله پیامدهای منفی آن به‌شمار می‌آید. هدف از پژوهش حاضر، تحلیل محتوای خشونت مطبوعاتی در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران (به سال ۱۳۹۶) است. جامعه آماری این پژوهش روزنامه‌های ایران، شرق، کیهان و وطن امروز و نمونه آماری مطالب حاوی خشونت در این روزنامه‌ها است. در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کمی و نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است. ابزار اندازه‌گیری، مشاهده و مطالعه مطالب، نحوه اجرا کابندی موارد مرتبط با خشونت و واحد تحلیل «کلمه» و «جمله» بوده است. یافته‌های پژوهش نشان داد در ایام برگزاری انتخابات، روزنامه‌های مورد نظر در چهار بعد مخاطبان، موضوع، نوع اتهام و شکل انتشار خشونت از یکدیگر متمایز بوده‌اند.

واژگان کلیدی: انتخابات دوره دوازدهم ریاست جمهوری، تحلیل محتوا، جمهوری اسلامی ایران، خشونت، روزنامه ایران، روزنامه شرق، روزنامه کیهان، روزنامه وطن امروز، مشارکت سیاسی، مطبوعات.


* دانشجوی مقطع دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، تهران، جمهوری اسلامی ایران (نویسنده مسئول).

Sardar1341@yahoo.com

 0000-0002-3768-1204


** دانشیار، عضو هیئت علمی گروه علوم ارتباطات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

a.mozzafari@srbiau.ac.ir

 0000-0003-3855-7552

*** استاد، عضو هیئت علمی دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، جمهوری اسلامی ایران.

delavar@atu.ac.ir

 0000-0001-5922-3119

مقدمه

بیان مسئله: رسانه عاملی تأثیرگذار بر ذهن و نگرش انسان‌هاست و باعث تحولات بسیار در جوامع بشری شده است. «رسانه می‌تواند هم عامل ایجاد بحران باشد و هم آن را کنترل کند. رسانه‌هایی همچون رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه و اینترنت از انواع رسانه‌هایی هستند که انبوه انسان‌ها به آنها به‌صورت برابر و یکسان دسترسی دارند» (افخمی؛ تقی‌آبادی و عسگرانی، ۱۳۹۸، صص. ۳۲-۷). دسترسی یکسان و برابر به رسانه‌ها در کنار ایجاد تسهیلات برای عموم مردم در آگاه شدن از موضوعات و مسائل روز، این امکان را برای صاحبان رسانه فراهم می‌کند که جریان فکری خود را در جامعه عرضه و از این طریق منویات خود را به‌ویژه در بُعد سیاسی در جامعه پیاده کنند؛ همین امر زمینه و مجال بروز خشونت مطبوعاتی را فراهم می‌سازد. در این نوشتار مسئله اساسی شناخت و تحلیل پدیده خشونت مطبوعاتی است.

اهمیت: خشونت مطبوعاتی مقوله‌ای است که به‌اشکال گوناگون در مطبوعات نمایان می‌شود. در تمامی کشورها قوانین متعددی برای جلوگیری از هتک حرمت دیگران در رسانه‌ها به تصویب رسیده و از طرف دولت‌ها بر اجرای آن نظارت می‌شود. اما «دولت‌ها به‌طور فزاینده‌ای دریافته‌اند که کنترل و نظارت نزدیک به‌ویژه با گسترش ماهواره و انتقال کابلی و ظهور شبکه‌های رسانه‌ای جهانی و مالکیت فزاینده رسانه‌های تعاملی، مشکل شده است» (Anderson & Bushman, 2018, pp. 386-415). برای مثال در فصل چهارم قانون مطبوعات با عنوان «حدود مطبوعات» (آیین‌نامه اجرایی قانون مطبوعات، ماده ۶، ۱۳۹۵) برخی از موارد خشونت‌های مطبوعاتی به شکل کلی بیان شده که دربرگیرنده نشر مطالب شرک‌آمیز و یا مخالف با اصول و احکام اسلام، ترویج امور زشت و مواردی از این قبیل که توسط شریعت و قانون نهی شده‌اند، می‌باشد. لذا از یک‌سو با عنایت به اهمیت انتخابات به‌عنوان تجلی‌گاه مشارکت سیاسی و از سوی دیگر نقش رسانه و به‌طور خاص مطبوعات، در توسعه ادبیات سازنده سیاسی؛ پژوهش حاضر تلاش دارد ضمن بررسی روزنامه‌های منتخب به بررسی نقش خشونت مطبوعاتی در مشارکت سیاسی بپردازد.

ضرورت: در عرصه سیاست عملی، عموماً بحث حذف رقیب از اصول اولیه حزبی

به‌شمار می‌آید که در قانونی نانوشته به تصویب اندیشه‌گران واقع‌گرا رسیده و بر این اساس هر گروه در تلاش است با بزرگ‌نمایی عیوب حریف و نادیده گرفتن جنبه‌های مثبت او، اقدام به تخریب وی نماید. عدم شناخت و تحلیل «خشونت مطبوعاتی» می‌تواند به متشنج شدن فضای مطبوعاتی و آسیب دیدن فرایند توسعه در جامعه منتهی شود و همین امر نشان‌دهنده ضرورت کاربردی پژوهش حاضر است.

اهداف: هدف اصلی این پژوهش آسیب‌شناسی وضعیت رقابت‌های انتخاباتی از رهگذر تحلیل وضعیت خشونت مطبوعاتی و شناسایی مهمترین موارد آن در بازه زمانی انتخابات ریاست جمهوری ایران، در چهار روزنامه ایران، شرق، کیهان و وطن امروز است. در همین راستا، کمک به بهبود وضعیت و ارائه راهکارهایی برای حل این معضل، به‌عنوان اهداف فرعی مدنظر بوده‌اند.

فرضیه و سؤال‌ها: پژوهش حاضر فرضیه‌آزما نیست و تلاش دارد با تحلیل متون روزنامه‌های منتخب، به این سؤال اصلی پاسخ دهد که: وضعیت خشونت مطبوعاتی در انتخابات ریاست جمهوری ایران، چگونه است؟ در این راستا پرسش از چیستی خشونت مطبوعاتی و انواع رایج آن در مطبوعات ایران، به‌عنوان دو سؤال فرعی بررسی شده‌اند.

۱. پیشینه پژوهش

بحث خشونت مطبوعاتی در انتخابات کمتر در ادبیات سیاسی و تحلیلی ما مورد توجه بوده است. پیشینه تحقیقاتی اندک پژوهش حاضر را می‌توان در دو سطح بررسی نمود:

۱-۱. پیشینه موضوع در نشریه دانش سیاسی

نشریه دانش سیاسی به ادبیات‌سازی پیرامون تقویت مشارکت سیاسی به‌ویژه در انتخابات توجه زیادی داشته است، لذا شاهد انتشار مقاله‌های متعددی در این نشریه هستیم. از جمله برجسته‌ترین پژوهش‌های ارائه شده مرتبط با این حوزه می‌توان به غفاری هاشجین؛ بیگی‌نیا و تصمیم‌قطعی (۱۳۸۹)، حاجی محمدی و منتظرقائم (۱۳۹۴)، رهبر قاضی؛ مسعودنیا و نساج (۱۳۹۵) و رسولی قهرودی؛ علوی تبار و زابلی (۱۳۹۸) اشاره کرد که عموماً به تحلیل مشارکت سیاسی در ایران اختصاص دارند ولی بر خشونت مطبوعاتی متمرکز نیستند.

۱-۲. پیشینه موضوع در سایر منابع

منابع قابل توجهی در این زمینه وجود دارد که با توجه به موضوعشان، به دو دسته تقسیم می‌شوند:

الف. پژوهش‌هایی که به مشارکت سیاسی و به‌طور خاص انتخابات پرداخته‌اند. این دسته آثار نسبت به گروه ثانویه وسیع‌تر می‌باشند. برخی از این آثار به شرح زیر هستند: عیوضی (۱۳۸۸)، رضاپور و احمدی (۱۳۹۵)، افخمی؛ تقی‌آبادی و عسگرانی (۱۳۹۸).
ب. پژوهش‌هایی که به خشونت رسانه‌ای و به‌طور خاص به خشونت مطبوعاتی پرداخته‌اند؛ از جمله آثار علمی این حوزه می‌توان به نتایج معتمدی مهر (۱۳۸۰)، علیزاده صحرایی (۱۳۹۷)، علی‌آبادی (۱۳۹۳)، عبدالرحمانی و ایارگر (۱۳۹۵) و تامپسون و دیگران (۲۰۱۹)، بیکن (۲۰۲۰)، اندرسون و دیگران (۲۰۱۷) و جکسون هاریس (۱۳۹۰) اشاره کرد.

آنچه مقاله حاضر را از این مطالعات متمایز می‌سازد، تمرکز بر انتخابات ریاست جمهوری از حیث میزان ظهور خشونت مطبوعاتی است که مشابه آن را در سایر منابع کمتر می‌توان سراغ گرفت.

۲. مبانی مفهومی و نظری

در عصر ارتباطات وابستگی بیشتر رسانه‌ها به جناح‌ها، گرایش‌ها و قدرتمندان امری غیرقابل انکار است. رسانه‌ها از همان ابتدای شکل‌گیری یا به‌وسیله نهادهای قدرت و ثروت شکل می‌گیرند و یا در میانه راه و برای حفظ بقای خود به‌سمت آنها گرایش پیدا می‌کنند (خرازی‌آذر، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۴). برای تبیین بهتر این رویکرد نیازمند ترسیم مرزهای مفهومی و نظری بحث به‌شرح زیر هستیم.

۱-۲. خشونت

خشونت را در تلقی‌ای عمومی به «استفاده از زور و قدرت» برای رسیدن به هدف، تعریف نموده‌اند (معتمدی مهر، ۱۳۸۰، ص. ۱۷). با این تعریف، خشونت در زوایا و ابعاد مختلف حیات فردی و جمعی حضور دارد و می‌تواند دو نوع اصلی برای آن سراغ گرفت: خشونت رسانه‌ای و خشونت مطبوعاتی (معتمدنژاد، ۱۳۹۲، ص. ۳۵).

۲-۲. خشونت رسانه‌ای

منظور از خشونت رسانه‌ای، هر آن اقدام کلامی و یا رفتاری خشنی است که تحت تأثیر مستقیم و یا غیرمستقیم مطالب مندرج در رسانه به مخاطب به صورت احساسی و یا عقلانی القاء می‌شود. رسانه‌ها این کار را به روش‌های مختلفی انجام می‌دهند. برای مثال ممکن است احساسات مخاطب را تحریک نمایند (Thompson & et al, 2019, p. 5)، یا ایجاد حق و توقع در افراد بنمایند (عبدالرحمانی و ایارگر، ۱۳۹۵، صص. ۴۸-۳۱)، یا با نگارش مطالب خشن و یا تصویر وضعیت‌های نابهنجار به ترویج آنها در جامعه مخاطب دامن بزنند (قربانی، ۱۳۹۰، صص. ۳۹-۳۸)، یا به شیوه‌های مختلف هنری و روان‌شناختی به ایجاد رعب در جامعه کمک نمایند (خرازی‌آذر، ۱۳۹۳، ص. ۱۱۴) و یا اینکه نظام هنجاری خشونت‌گرایی را در قالب استعاره‌های کلامی و رفتاری تولید و بازتولید نمایند (زابلی‌زاده و موسوی، ۱۳۹۴، صص. ۸۵-۵۷).

۲-۳. خشونت مطبوعاتی

خشونت مطبوعاتی ریشه در تأسیس و توسعه صنعت مطبوعاتی دارد که در غرب و از نیمه اول قرن بیستم پدیدار شد (رضاپور و احمدی، ۱۳۹۵، صص. ۶۴-۴۹). از دیدگاه محققان «نیاز به حفظ موقعیت خودی و حذف رقیب؛ مطبوعات را در مسیری قرار می‌دهد که با اخلاق حرفه‌ای و خط‌مشی رسانه‌ای در تباین است» (سلطانی‌فر و خانزاده، ۱۳۹۴، صص. ۱۰۷-۹۶). در نتیجه این وضعیت است که دروغ، تهمت، افتراء، شایعه، تحریب شخصیت، برچسب‌زنی و مواردی از این قبیل کمترین اقدامی است که مطبوعات در مواجهه با گروه مقابل خود به آن روی می‌آورند. اقدام به این‌گونه اعمال به نوعی موجب پدیدار شدن ادبیاتی در مطبوعات می‌شود که از آن در این پژوهش با نام «خشونت مطبوعاتی» یاد شده است. به‌طور خلاصه «خشونت مطبوعاتی استفاده از ادبیات غیرمتعارف و غیرمعمول در روزنامه‌نگاری است» (Anderson & et al, 2017).

۲-۴. خشونت مطبوعاتی در ایران

«مطبوعات در ایران از یک‌سو در مقایسه با رسانه‌های دیگر مانند رادیو و تلویزیون آزادی عمل بیشتری دارند و از سوی دیگر به‌علت غیردولتی بودن قادر به بیان

جهت‌گیری و افکارزایی خود به‌گونه‌ای صریح هستند» (افخمی؛ تقی‌آبادی و عسگرانی، ۱۳۹۸، صص. ۷-۳۲). این موضوع سبب شده قدرت‌هدایت و اصلاح‌نگرش عامه مردم در این رکن از رسانه‌های جمعی تقویت شود. نظریه‌های تحلیلی اندکی در خصوص خشونت مطبوعاتی در ایران موجود است. برای مثال رجبی‌فرد (۱۳۹۷، صص. ۷۷-۹۶)، ضمن بررسی نقش مطبوعات به‌ویژه در به‌روزی کارآمدن حکومت پهلوی، آنها را عاملی مهم در موضوع «استبداد منور» گزارش کرده است. افخمی؛ تقی‌آبادی و عسگرانی (۱۳۹۸، صص. ۷-۳۲)، نیز به بررسی نشانه‌ها و ایدئولوژی مدنظر دو جناح در آگهی‌های انتخاباتی پرداخته‌اند و ضمن بررسی روزنامه‌های ایران، اعتماد، آرمان، مردم‌سالاری و وطن امروز نشان داده‌اند که مفاهیمی مانند آزادی، عدالت، حقوق شهروندی و چرخه اقتصادی در سخنان کاندید اصلاح‌طلب و در طرف دیگر نماینده اصول‌گرا با رویکردی مردم‌گرایانه و بر پایه ارزش‌های دینی در آگهی‌های انتخاباتی ظاهر شدند. نعمتی و دیگران (۱۳۹۷، صص. ۵۴۸-۴۴۳)، دو دسته از عوامل محیطی و درونی را در تشکیل زیست‌بوم مطبوعات دولتی معرفی کرده و از نقش و تأثیر آنها در بروز خشونت‌های رسانه‌ای سخن گفته‌اند. گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی (۱۳۸۸، ص. ۲۲)، طرح درخواست‌های غیرممکن، تحریف و بزرگ‌نمایی حقایق، دامن‌زدن به مشکلات و نارسایی‌ها را از جمله موارد به‌کار بردن خشونت مطبوعاتی می‌داند. صحرائی (۱۳۹۷، صص. ۱۶۴-۱۳۵) نشان داده که عوامل سیاسی و اجتماعی، بر الگوی تغییر روند خشونت زبان فارسی در مطبوعات تأثیرگذار بوده‌اند. رضاپور (۱۳۹۴، صص. ۶۴-۴۹) با انتخاب ۲۰ عنوان سرمقاله از حوزه سیاسی (تعداد ۱۰ سرمقاله از روزنامه رسالت و به همین تعداد از روزنامه شرق) - که تمام این سرمقاله‌ها در موضوع انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ بوده‌اند - دو استعاره «اسم‌سازی» و «وجهیت» را بررسی و تجزیه و تحلیل کرده است. در نهایت علی‌آبادی (۱۳۹۳، صص. ۸۶-۶۹) به این نتیجه رسیده که برای خشونت نمی‌توان پایانی متصور شد چرا که در اشکال مختلف نمود پیدا می‌کند.

۳. مبانی نظریه خشونت رسانه‌ای

دیدگاه‌های گوناگونی برای شناخت و تحلیل خشونت رسانه‌ای تاکنون مطرح شده

است، اما در مجموع می‌توان سه رویکرد اصلی را از یکدیگر تمیز داد (علی‌آبادی، ۱۳۹۳، صص. ۸۶-۶۹):

الف. رویکرد مبتنی بر نسبت مشارکت - خشونت: پیروان این نظریه معتقدند رسانه‌ها از طریق افزایش میزان آگاهی عمومی، زمینه توسعه مشارکت سیاسی را فراهم می‌آورند و این امر به نوبه خود، به توسعه و تقویت احتمال برخورد دیدگاه‌ها و گروه‌ها کمک می‌نماید، که عامل بروز خشونت‌های رسانه‌ای است.

ب. رویکرد نهادگرا: معتقد است رسانه‌ها به افزایش توقع‌های بین مردم دامن می‌زنند و این امر توسط نهادهای سیاسی و اجتماعی مورد استفاده قرار گرفته، به گسترش دامنه تعارض‌ها و خشونت‌ها کمک می‌نماید.

پ. رویکرد انفعالی: معتقد است رسانه از طریق دستکاری ذهنیت مردم و دور ساختنشان از جهان واقعی، زمینه انفعال در جامعه را تقویت کرده و در نتیجه شاهد خمود و عدم حضور فعال مردم در امور سیاسی و اجتماعی هستیم. نتیجه این روند، ظهور گونه‌ای خاص از خشونت رسانه‌ای است که بسیار پوشیده و پنهان می‌باشد. در این پژوهش نویسندگان ترکیبی از سه رویکرد را به‌عنوان رویکرد جامع برگزیده و بر پایه آن معیارها و شاخص‌های ارزیابی میزان و نوع خشونت رسانه‌ای را در بازه زمانی مصوب، انجام داده‌اند.

۴. روش‌شناسی

پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ رویکرد محققان، توصیفی - تحلیلی است. برای گردآوری داده‌ها از روش اسنادی و برای تحلیل، از روش تحلیل محتوای کمی استفاده شده است.

الف. جامعه آماری و نمونه: جامعه آماری این پژوهش چهار روزنامه ایران، کیهان، شرق و وطن امروز است که به‌صورت هدفمند غیرتصادفی انتخاب شده‌اند. نمونه آماری هم مطالب مرتبط با خشونت در این مطبوعات است. در این پژوهش دو روزنامه ایران و شرق با گرایش‌های طرفداری از دولت مستقر و دو روزنامه کیهان و وطن امروز با گرایش‌های مخالف دولت دسته‌بندی شده‌اند. علی‌رغم گستردگی مطالب به علت نیاز به داشتن تمامی عوامل دخیل در موضوع تهاجم، این پژوهش به‌صورت

تمام‌شماری یا سرشماری انجام و در نهایت ۳۶۰۸ مورد از شاخصه‌های مبین خشونت یا هدایت‌کننده به سمت خشونت در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری احصا شد. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش، مشاهده و مطالعه و واحد ثبت، کلمه یا جمله‌ای بوده که دربردارنده مطلب و معنایی خشونت‌بار بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز بر اساس کدگذاری صورت گرفته است.

ب. **شاخص‌های خبری:** «خبر» گزارش مناسب و دقیق از یک رویداد است. هر رویدادی به‌طور طبیعی دربردارنده عنصر و یا ماهیتی ارزشی است؛ که می‌تواند زمینه بروز تعارض و یا خشونت‌ورزی را فراهم سازد. این ارزش‌ها در سراسر جهان برای روزنامه‌نگاران شناخته شده هستند: شمولیت، شهرت، برخورد، اختلاف و درگیری، استثنا و شگفتی، بزرگی و فراوانی تعداد و مقدار، مجاورت و تازگی از ویژگی این مفهوم است (صفایی و هادوی، ۱۳۹۱، صص. ۱۰۰-۷۹). پژوهش حاضر اخبار انتخاباتی با محتوای خشن را به‌لحاظ موضوعی (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، مذهبی، اجتماعی)، نوع مخاطب (جناح مقابل، نامزد جناح مقابل، معاون اول، وزرا یا دولتی‌ها، نمایندگان مجلس، خانواده و نزدیکان نامزد مقابل، روزنامه‌ها و رسانه‌های مقابل، دولت قبل)، نوع اتهام (دروغ‌گویی، بی‌کفایتی، خیانت‌کار بودن، تعهد نداشتن و سایر) و شکل خبر (تهمت، شایعه، برچسب‌زنی، جعل خبر، توهین، تخریب شخصیت، تمسخر، تهدید، سایر) مورد بررسی و تحلیل قرار داده است.

۵. تحلیل یافته‌ها

۵-۱. مرور کلی رویکردها

مطالب موجود در چهار روزنامه ایران، کیهان، وطن امروز و شرق و فراوانی موارد حمله (۳۶۰۸ مورد)، نشانگر شدت وجود خشونت مطبوعاتی در ایام انتخابات در ایران است. از چهار روزنامه فوق، دو روزنامه به‌علت دولتی بودن یا طرفداری از دولت، حمله آن‌چنانی به دولت نداشته‌اند و عمده حمله آنها به نامزدهای جناح مقابل یا دولت احمدی‌نژاد بوده که این موضوع با این پیش‌فرض صورت گرفته است که نامزدهای جناح راست ادامه‌دهندگان راه دولت احمدی‌نژاد هستند. از این‌رو طی یک ماهه منتهی به روز برگزاری انتخابات؛ دولت احمدی‌نژاد هدف حملات مداوم بوده است. حملات

به نامزدها یا جریان‌های هم‌سو با آنها در مواقعی بسیار تحقیرآمیز بوده است و در مواقعی با زیر پا گذاشتن تمامی موازین، شخصیت آنها را پایمال کرده است.

۲-۵. رتبه‌بندی خشونت‌های مطبوعاتی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد روزنامه‌های کیهان با فراوانی ۱۲۱۴ (۳۳/۶۴)، ایران با ۹۲۰ (۲۵/۴۹)، وطن امروز با ۷۸۶ (۲۱/۷۸) و شرق با ۶۸۸ مورد (۱۹/۰۶) رتبه اول تا چهارم حملات را به خود اختصاص داده‌اند. کیهان و وطن امروز با توجه به حاکمیت اصلاح‌طلبان، قدرت مانور بیشتری در بازنمایی ضعف‌های دولت و متعاقب آن بزرگ‌نمایی موارد به‌ویژه در بخش اقتصادی داشته‌اند. روزنامه‌های ایران و شرق به‌علت طرفداری از دولت مستقر فاقد چنین خصیصه‌ای بوده‌اند. سایر یافته‌ها در جدول شماره یک آمده است:

جدول شماره (۱): موضوعات دارای بیشترین فراوانی کلمات خشونت‌آمیز

ردیف	موضوع خشونت	ایران		کیهان		وطن امروز		شرق	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	سیاسی	۸۱۸	۸۸/۹۱	۶۶۱	۵۴/۴۴	۲۱۳	۲/۹۲	۳۰۳	۴۴/۰۴
۲	اقتصادی	۵۴	۵/۸۶	۳۶۲	۲۹/۸۱	۲۸۸	۳۶/۶۴	۱۰۳	۱۴/۹۷
۳	فرهنگی	۹	۰/۹۷	۶۲	۵/۱۰	۲۹	۳/۶۸	۱۷	۲/۴۷
۴	مذهبی	۰	۰	۲	۰/۱۶	۰	۰	۰	۰
۵	اجتماعی	۳۹	۴/۲۳	۱۲۷	۱۰/۴۶	۲۵۶	۳۲/۵۶	۲۶۵	۳۸/۵۱
	جمع	۹۲۰	۱۰۰	۱۲۱۴	۱۰۰	۷۸۶	۱۰۰	۶۸۸	۱۰۰
جمع کل ۳۶۰۸									

(یافته‌های پژوهش حاضر)

کیهان، ایران، وطن امروز و شرق در این بخش به ترتیب بیشترین حمله را به جناح مقابل داشته‌اند. در بخش سیاسی، روزنامه‌های ایران و شرق بیشترین حمله را متوجه اصول‌گرایان و دولت احمدی‌نژاد کرده‌اند.

۳-۵. خشونت‌های مطبوعاتی در حوزه سیاسی

در روزنامه شرق، محمل حملات عمدتاً بر واژه‌هایی مانند ناتوانی، گازانبری، پوپولیست، تندرو و افراطی استوار بوده است. کیهان و وطن امروز نیز موضوع‌های مرتبط با برجام، نامزد پوششی، بی‌تدبیری، نهادینه شدن اشرافی‌گری، فساد و تبعیض و موارد مشابه دیگر را مطرح کرده‌اند. در بخش اجتماعی هم روزنامه‌های شرق، وطن امروز، کیهان و ایران رتبه اول تا چهارم را به خود اختصاص داده‌اند. عمده حملات در بخش سیاسی بوده و موارد حمله الزاماً متصل به موضوع سیاست نبوده‌اند بلکه تمامی مواردی را که بنا به مصلحت سیاست، دستاویز حمله قرار گرفته‌اند، دربرمی‌گیرد. روزنامه‌های ایران و شرق عمده حملات خود را متوجه اصول‌گرایان و سازوکار پیشنهادی آنها کرده‌اند و کیهان و وطن امروز جناح حاکم و نامزدهای آن را هدف قرار داده‌اند. در این روزنامه‌ها به مواردی اشاره شده است که یا بزرگ‌نمایی ضعف موجود در جناح یا نامزد مورد نظر بوده است و یا به‌نوعی عملکرد اشتباه آنها را به نمایش می‌گذاشته است. ایران و شرق در این بخش محمل حمله‌ها را بر واژه‌هایی مانند ناتوانی، تلاش برای دوقطبی کردن انتخابات، افراطی خواندن طرف مقابل، استفاده از واژه گازانبری، پوپولیست بودن، تندرو، افراطی، برخورد با دستفروشان، مشکلات شهری تهران، تراکم‌فروشی، نابرابری بین مناطق مختلف تهران و در کل مواردی که بخشی از آن به شهردار وقت شهر تهران می‌تواند مرتبط شود، تمرکز کرده‌اند. کیهان و وطن امروز به مواردی مانند وعده‌های انتخاباتی، برجام، بی‌برنامگی، استفاده از نامزد پوششی، بی‌تدبیری، نهادینه شدن اشرافی‌گری، فساد و تبعیض، انکار قول‌ها و وعده‌ها، ردیف کردن مغالطات، افزایش نقدینگی، سقوط رتبه تجاری ایران در دولت یازدهم، مفاسد اقتصادی، حقوق‌های نجومی، فساد و رشوه نهفته در قراردادهای و لنگاری فرهنگی در دولت، ترویج کنسرت‌های پاپ و مختلط و موارد مشابه اشاره کرده‌اند.

۴-۵. خشونت‌های مطبوعاتی در حوزه اقتصادی

در بخش اقتصادی، روزنامه‌های کیهان، وطن امروز، شرق و ایران به ترتیب بیشترین حمله اقتصادی را متوجه جناح مقابل کرده‌اند. کیهان و وطن امروز در این بخش موضوع ریخت‌وپاش‌ها، افزایش نقدینگی، سقوط رتبه تجاری ایران، مفاسد اقتصادی،

حقوق‌های نجومی، فساد و رشوه نهفته در قراردادها و موارد مشابه دیگر را مطرح کرده‌اند. روزنامه‌های شرق و ایران نیز بر مواردی مثل شعارهای پوپولیستی قالیباف و رئیسی در مورد افزایش یارانه‌ها و ایجاد شغل، افزایش تورم با افزایش یارانه‌ها، مشکلات بانک سرمایه و مواردی از این قبیل تکیه کرده‌اند.

۵-۵. خشونت‌های مطبوعاتی در حوزه فرهنگی

در بخش فرهنگی، روزنامه‌های کیهان، وطن امروز، شرق و ایران به ترتیب در رتبه اول تا چهارم حمله قرار داشته‌اند. کیهان و وطن امروز در این بخش به حضور گروه موسیقی غربی در کشور، هزینه‌کرد از بیت‌المال برای فیلم‌های ضد ارزشی، توزیع رایگان روزنامه دولت، ریخت‌وپاش در دانشگاه آزاد، ولنگاری فرهنگی در دولت، ترویج کنسرت‌های پاپ و مختلط و موارد مشابه اشاره کرده‌اند. روزنامه‌های ایران و شرق نیز با عنایت به موضوع انتخابات و فضای حاکم بر روزنامه، بر شایسته نبودن مدیران فرهنگی دولت سابق، شکایت هنرمندان از وضعیت سینما، حاکمیت پول بر عرصه سینما، الزام به ساختن فیلم‌های مورد قبول حاکمیت و موارد مشابه اشاره کرده‌اند. در بخش دینی و مذهبی مورد اندکی وجود داشته است. در بخش اجتماعی، روزنامه‌های شرق، وطن امروز، کیهان و ایران به ترتیب بیشترین حملات را داشته‌اند که روزنامه شرق و ایران عمدتاً مشکلات شهری تهران را مطرح کرده‌اند و روزنامه‌های وطن امروز و کیهان به موضوعات ازدواج جوانان، اجاره‌بها، سوءمدیریت‌ها و وعده‌های مرتبط با مسکن اشاره کرده‌اند.

۵-۶. مخاطبان خشونت‌های مطبوعاتی

جدول شماره دو نمایانگر مخاطبان حملات و فراوانی آنها است. مخاطبان در این جدول شامل جناح یا نامزد جناح مقابل، معاون اول، وزرا یا مقامات دولتی، نمایندگان مجلس خانواده و نزدیکان نامزد جناح مقابل، رسانه‌های جناح مقابل و دولت احمدی‌نژاد بوده است.

جدول شماره (۲): مخاطبان کلمات خشونت‌آمیز

ردیف	مخاطبان	ایران		کیهان		وطن امروز		شرق	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	جناح مقابل	۱۰۴	۱۱/۳۰	۵۵۶	۴۵/۷۹	۴۵۲	۵۷/۵۰	۱۰۵	۱۵/۲۶
۲	نامزد جناح مقابل	۴۴۸	۴۸/۶۹	۴۷۴	۳۹/۰۴	۲۶۱	۳۳/۲۰	۴۶۳	۶۷/۲۹
۳	معاون اول، وزرا یا دولتی‌ها	۱۰	۱/۰۸	۷۳	۶/۰۱	۶۱	۷/۷۶	۱	۰/۱۴
۴	نمایندگان مجلس	۲	۰/۲۱	۱۲	۰/۹۸	۴	۰/۵۰	۰	۰
۵	خانواده و نزدیکان نامزد مقابل	۰	۰	۱۳	۱/۰۷	۷	۰/۸۹	۱	۰/۱۴
۶	روزنامه‌ها و رسانه‌های مقابل	۳۶	۳/۹۱	۸۲	۶/۷۵	۱	۰/۱۲	۲۸	۴/۰۶
۷	دولت قبل	۳۲۰	۳۴/۷۸	۴	۰/۳۲	۰	۰	۹۰	۱۳/۰۸
جمع		۹۲۰	۱۰۰	۱۲۱۴	۱۰۰	۷۸۶	۱۰۰	۶۸۸	۱۰۰
جمع کل ۳۶۰۸									

(یافته‌های پژوهش حاضر)

جناح مقابل برای روزنامه‌های کیهان و وطن امروز، اصلاح‌طلبان و برای ایران و شرق، اصول‌گرایان محسوب می‌شود. با عنایت به حاکم بودن جناح اصلاح‌طلب و واضح‌تر بودن ایرادهای احتمالی نسبت به اصول‌گرایان، حمله به این جناح با مستندات بیشتری همراه است که به‌ویژه در بخش اقتصادی نمود بیشتری دارد. این موضوع در صورت حاکم بودن اصول‌گرایان نیز مصداق می‌یابد. در حملات به جناح مقابل عباراتی چون ساده‌لوحان پُر دوز و دروغ، استادان مغالطه، دولت کاسبان، تشنگان قدرت، دروغ‌گویی، غوغاسالاری و سیاه‌نمایی به‌عنوان محمل حمله استفاده شده است. در این

بخش کیهان در اهانتی آشکار از قول فضای مجازی، رئیس جمهور را تا حد فردی گربه‌صفت پایین آورده است (کیهان. شماره ۲۱۶۲۵، ص. ۳) و در حمله به جهانگیری نیز در کنار القاب متعددی چون نامزد دوربرگردان، ضربه‌گیر، پوششی، یدکی، کمک احوالی، در سایه، کاندیدای بدلی، هیچ‌کاره انتخابات، وکیل مدافع مافوق خود، بادیگارد روحانی، مکمل نقش رئیس جمهور و ستیزه‌جو، وی را «نوجه یقه‌بگیر و پرخاشگر» خوانده است (کیهان. شماره ۲۱۶۱۰، ص. ۲). وطن امروز نیز در کنار برخی از القاب فوق، ساقدوش داماد را اضافه کرده و با هزارچهره خواندن روحانی و تشبیه جهانگیری به ککی که در شلوار اصلاحات افتاده است، سعی کرده است از قافله عقب نماند (وطن امروز، شماره ۲۱۴۷، ص. ۱).

روزنامه شرق هم در حمله به نامزدهای جناح مقابل (اصول‌گرایان)، عمدتاً قالیباف و ریسی را هدف قرار داده است و با متهم کردن آنها به دروغ‌گویی از آنها می‌خواهد که کمی هم مطالب اقتصادی بخوانند! روزنامه ایران به علت رقابت جدی قالیباف با روحانی و همچنین سیاست رسانه‌ای روزنامه، بیشترین هجوم را متوجه قالیباف و ریسی و سپس میرسلیم کرده است و با متهم کردن آنان به مردم‌فریبی و ضعف مدیریت، تلاش در مخدوش کردن وجهه آنان داشته است. وطن امروز ۲۶۷ مورد حمله به نامزدهای اصلاح طلب داشته است که عمدتاً با چاشنی کردن واژه‌های دروغ و تقلب همراه بوده است.

وزرا یا دولتی‌ها نیز در روزنامه کیهان ۷۳ بار، در وطن امروز ۶۱ بار، در ایران ۱۰ بار و در روزنامه شرق یک بار هدف حمله قرار گرفته‌اند. تعداد اندک حملات در دو روزنامه ایران و شرق به علت هواداری این دو روزنامه از دولت و شدت حملات کیهان و وطن امروز نمایانگر قرار گرفتن این دو روزنامه در صف مخالفان دولت بوده است. در حملات کیهان، وزرا با محمل‌های گوناگون هدف حمله بوده‌اند. کیهان به دولتمردان کابینه تدبیر و امید پیشنهاد می‌کند به منظور مصون ماندن از گزند شورچشمان، خود را مسلح به خرمهره بفرمایند تا خدای نکرده چشم زخمی متوجه ایشان نگردد! (کیهان. شماره ۲۱۶۱۹، ص. ۲). وطن امروز نیز عمده حملات خود را متوجه وزیر آموزش و پرورش، رحمانی فضلی، زنگنه، ربیعی، نعمت‌زاده، آخوندی و حجتی کرده است. نمایندگان مجلس نیز متهم به دروغ‌گویی، هوچی‌گری و کم‌عقلی یا بی‌عقلی شده‌اند!

خانواده و نزدیکان نامزد جناح مقابل (عمدتاً برادر روحانی و جهانگیری) نیز بارها هدف حمله قرار گرفته‌اند. مخاطبان کلمات خشونت‌آمیز در این حملات جناح مقابل، نامزد جناح مقابل، معاون اول، وزرا یا دولتی‌ها، نمایندگان مجلس، خانواده و نزدیکان نامزد جناح مقابل، روزنامه‌ها و رسانه‌های جناح مقابل و دولت احمدی‌نژاد بوده‌اند که در روزنامه‌های مذکور در قالب تیتر اصلی، سرمقاله، مقاله، خبر، گزارش، مصاحبه، تحلیل و تفسیر، طنز، عکس و کاریکاتور و سایر موارد ارائه شده‌اند.

۵-۷. انواع خشونت‌های مطبوعاتی

اطلاعات به دست آمده از جدول‌ها نشان می‌دهد، نوع اتهام‌های وارد شده به جناح مقابل شامل دروغ‌گویی، بی‌کفایتی، خیانت‌کار بودن، تعهد نداشتن و سایر موارد می‌شده است. در این بخش کیهان، وطن امروز، شرق و ایران به ترتیب بیشترین تحرک را داشته‌اند. جدول شماره (۳) نوع اتهام‌های وارد شده به جناح مقابل و فراوانی آنها را نشان می‌دهد:

جدول شماره (۳): نوع اتهام‌های وارد شده به جناح مقابل

ردیف	نوع اتهام‌ها	ایران		کیهان		وطن امروز		شرق	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	دروغ‌گویی	۴۹	۵/۳۲	۱۰۹	۸/۹۷	۹۵	۱۲/۰۸	۱۵۱	۲۱/۹۴
۲	بی‌کفایتی	۲۹۸	۳۲/۳۹	۵۸۴	۴۸/۱۰	۳۶۶	۴۶/۵۶	۲۸۴	۴۱/۲۷
۳	خیانت‌کار بودن	۱۹	۲/۰۶	۹۷	۷/۹۹	۶۶	۸/۳۹	۳۰	۴/۳۶
۴	تعهد نداشتن	۵۲	۵/۶۵	۳۳۱	۲۷/۲۶	۲۳۴	۲۹/۷۷	۱۸۴	۲۶/۷۴
۵	سایر	۵۰۲	۵۴/۵۶	۹۳	۷/۶۶	۲۷	۳/۴۳	۳۹	۵/۶۶
	جمع	۹۲۰	۱۰۰	۱۲۱۴	۱۰۰	۷۸۶	۱۰۰	۶۸۸	۱۰۰
جمع کل ۳۶۰۸									

(یافته‌های پژوهش حاضر)

با توجه به یافته‌های جدول شماره (۳)، فراوانی بسیار بالای اتهام بی‌کفایتی، نشان‌دهنده هجوم گسترده روزنامه‌های وابسته به هر جناح برای ناکارآمد جلوه دادن

جناح مقابل بوده است. در این بخش هر دو طرف، طرف مقابل را به ناکارآمدی، اختلاس، ناتوانی، سوءمدیریت، شعارگرایی و غیره متهم کرده‌اند. جدول فوق نشان می‌دهد، اتهام خیانت نیز از جمله مواردی است که رسانه‌های هر جناح به جناح مقابل منتسب کرده‌اند. کرسنت، غارت صندوق ذخیره ارزی، اعطای وام‌های کلان به افراد خاص، تخلف‌های مالی و... از جمله این موارد بوده‌اند. متهم کردن جناح مقابل به نداشتن تعهد نیز از متغیرهایی است که به آن توجه شده است. استفاده سوء از نام شهدا، جاه‌طلبی، فراموشی اقشار آسیب‌پذیر، قلم‌فروشی و دلخوشی به غرب، دادن وعده پوچ، پوپولیسم، بخت‌آزمایی، ولنگاری فرهنگی، جانبداری و بی‌تجربگی از موارد مطرح شده در این بخش بوده است.

۵-۸. اشکال انتشار واژه‌های خشونت‌آمیز

جدول شماره چهار شکل انتشار واژه خشونت‌آمیز و فراوانی آنها را نشان می‌دهد. انتشار واژه‌های خشونت‌آمیز در چهار روزنامه مورد نظر به شکل تهمت، برچسب‌زنی، توهین، تخریب شخصیت (حقیقی و حقوقی)، تمسخر و مقوله «سایر» بوده است. تعریف عملیاتی اکثر عبارات استفاده شده به علت واضح بودن الزامی نیست اما در مورد واژه «برچسب‌زنی» لازم است یادآوری شود که حرف نهایی این نظریه این است که چگونه هویت و رفتار افراد ممکن است با واژگانی که برای تشریح یا طبقه‌بندی آنها به کار می‌رود، ارزیابی شود یا تحت تأثیر قرار گیرد.

واژه خشونت‌آمیز به شکل تهمت، شایعه، برچسب‌زنی، جعل خبر، توهین، تخریب شخصیت، تمسخر، تهدید و سایر موارد منتشر شده است و طرز بیان موضوع خشونت‌بار نیز مستقیم، در لفافه و پوشیده، اشاره، کنایه و سایر موارد بوده است. فرد استفاده‌کننده از واژه خشونت‌بار در این روزنامه‌ها؛ مدیر مسئول، سردبیر، نویسندگان روزنامه، خبرنگاران، مصاحبه‌شونده، مخاطبان تلفنی روزنامه و سایر افراد بوده‌اند. کیهان، ایران، وطن امروز و شرق به ترتیب بیشترین میزان را در این بخش به خود اختصاص داده‌اند. با توجه به یافته‌های جدول شماره (۴)، تخریب شخصیت اعم از حقیقی و حقوقی در روزنامه‌های هر دو جناح آمار بسیار بالا و تأمل‌انگیزی را به خود اختصاص داده است. تندروی، رادیکالیسم، شعاری بودن، دروغ‌گویی، غوغاسالاری،

عوام‌فریبی، سوء‌مدیریت، بی‌صدافتی، فریبکار، کک شلوار، تخریبگر، گربه‌صفت، سیاه‌نما، ریخت و پاش‌های مالی، حقوق‌های نجومی، فسادهای مالی و اقتصادی، تورم، گرانی، ضعف مدیریت، پوپولیسم و مردم‌فریبی از جمله موارد مطرح شده در این بخش بوده است.

جدول شماره (۴): شکل انتشار واژه خشونت‌آمیز

ردیف	شکل انتشار	ایران		کیهان		وطن امروز		شرق	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	تهمت	۲/۹۳	۱	۰/۰۸	۱	۰/۱۲	۱	۰/۴۳	۳
۲	شایعه	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۳	برچسب‌زنی	۱/۷۳	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۲	۱	۰/۲۹	۲
۴	جعل خبر	۰/۱۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۵	توهین	۰/۵۴	۵	۰/۶۸	۸	۰/۵۰	۴	۰/۵۸	۴
۶	تخریب شخصیت	۹۱/۸۴	۸۴۵	۹۷/۲۸	۱۱۸۱	۹۸/۸۵	۷۷۷	۹۸/۲۵	۶۷۶
۷	تمسخر	۰/۵۴	۵	۰/۹۸	۱۲	۰/۳۸	۳	۰/۴۳	۳
۸	تهدید	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۹	سایر	۲/۲۸	۲۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰
جمع		۱۰۰	۹۲۰	۱۰۰	۱۲۱۴	۱۰۰	۷۸۶	۱۰۰	۶۸۸
جمع کل ۳۶۰۸									

(یافته‌های پژوهش حاضر)

۹-۵. فراوانی موضوعات خشونت‌بار

جدول شماره پنج موضوع خشونت‌بار و فراوانی آنها را نشان می‌دهد. بیکاری، تورم، تعطیلی کارخانجات و برجام موضوع‌هایی بوده است که به آنها توجه شده است:

جدول شماره (۵): موضوع تأکید شده در واژه‌های خشونت بار

ردیف	موضوع	ایران		کیهان		وطن امروز		شرق	
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
۱	بیکاری	۰/۶۵	۶	۲/۱۴	۲۶	۳/۱۸	۲۵	۰/۱۴	۱
۲	اعتیاد	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۳	تعطیلی کارخانجات	۰/۲۱	۲	۴/۰۳	۴۹	۳/۵۶	۲۸	۰	۰
۴	تورم	۰/۳۲	۳	۰/۸۲	۱۰	۰/۶۳	۵	۰	۰
۵	گرانی	۰	۰	۰/۸۲	۱۰	۲/۲۹	۱۸	۰	۰
۶	برجام	۰/۳۲	۳	۸/۵۶	۱۰۴	۳/۵۶	۲۸	۰/۴۳	۳
۷	تحریم‌ها	۰	۰	۰/۳۲	۴	۰	۰	۰/۱۴	۱
۸	طلاق	۰	۰	۰/۰۸	۱	۰	۰	۰	۰
۹	فساد اداری و مالی	۲/۳۹	۲۲	۱۱/۲۸	۱۳۷	۱۰/۸۱	۸۵	۲/۶۱	۱۸
۱۰	رانت‌خواری	۰/۱۰	۱	۰/۳۲	۴	۰/۸۹	۷	۰/۲۹	۲
۱۱	قاچاق کالا	۳/۵۸	۳۳	۲/۶۳	۳۲	۳/۳۰	۲۶	۰/۵۸	۴
۱۲	سایر	۹۲/۳۹	۸۵۰	۶۸/۹۴	۸۳۷	۷۱/۷۵	۵۶۴	۹۵/۴۹	۶۵۷
جمع		۱۰۰	۹۲۰	۱۰۰	۱۲۱۴	۱۰۰	۷۸۶	۱۰۰	۶۸۸
جمع کل ۳۶۰۸									

(یافته‌های پژوهش حاضر)

برجام نقطه‌ای مشترک بوده است که دولت و طرفداران دولت از آن با افتخار یاد کرده‌اند و مخالفان آن را به شدت کوبیده‌اند. کیهان و وطن امروز به صورت تحلیل و تفسیر و خبر و در مواردی با زبان نیش و کنایه به مقوله برجام اشاره کرده‌اند. این روزنامه‌ها بزرگترین دستاورد تاریخ ایران! آفتاب تابان! لغوکننده همه تحریم‌ها! معجزه قرن! گشایش اقتصادی، رونق کسب و کار، مبادلات پیشرفته تجاری، تأمین‌کننده معیشت مردم! و غیره را در کنار اعتراف رئیس کل بانک مرکزی به دستاورد «تقریباً هیچ» برجام آورده‌اند.

در ایام انتخابات، کیهان بیشترین موضع تهاجمی را در مورد فساد اداری و مالی داشته است و وطن امروز رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. ایران و شرق در رتبه‌های بعدی این جدول قرار داشته‌اند. کیهان و وطن امروز به غارت صندوق ذخیره فرهنگیان، تخلف ده هزار میلیاردی در نفت، فسادهای مالی برادر روحانی و جهانگیری، حقوق‌های نجومی، وزرای هزار میلیاردی، کرسنت، مولتی میلیاردرهای کابینه، فساد در دانشگاه آزاد، اختلاس‌ها، مشکلات کاسپین، ثروت بیکران برخی از وزرا و مواردی از این قبیل اشاره کرده‌اند. روزنامه ایران با توجه به دولتی بودن، در بیشتر موارد به فساد اداری و مالی دولت دهم و سپس شهرداری اشاره کرده که مورد دوم از زبان نامزدها بوده است. در موضوع رانت‌خواری وطن امروز به قاچاق کالا به وسیله دختر وزیر و دریافت زمین و پاداش مالی به وسیله روحانی و جهانگیری اشاره کرده است. کیهان و وطن امروز در بخش سایر به احاله مشکلات به دولت قبل، حقوق‌های نجومی، وعده‌های وزیر راه، خودشیفتگی جریان خاص، عقده‌گشایی، هوچی‌گری، سوءمدیریت، ناتوانی و انتقادناپذیری اشاره کرده‌اند. شرق نیز مواردی مانند تندروی، خطر ورود دوباره اصول‌گرایان، موضوع هسته‌ای، عکس گرفتن با محرومان، سوءمدیریت، سانسور و جاه‌طلبی را مدنظر قرار است.

در بخش موضوع تأکید شده در واژه‌های خشونت‌بار بیکاری، اعتیاد، تعطیلی کارخانجات، تورم، گرانی، برجام، تحریم‌ها، طلاق، فساد اداری و مالی، رانت‌خواری، قاچاق کالا و سایر موارد آمده است. کیهان، وطن امروز، شرق و ایران به ترتیب در این زمینه پیش‌تاز بوده‌اند. در بخش سازمان یا نهاد هدف واژه خشونت‌بار، عمدتاً صداوسیما، شهرداری، خبرگزاری‌ها، مجلس شورای اسلامی، شورای نگهبان و وزارت کشور هدف قرار گرفته‌اند و در بخش نامزد استفاده‌کننده از واژه خشونت‌بار؛ وطن امروز، ایران، شرق و کیهان به ترتیب بیشترین پرداخت به گفته‌های خشونت‌آمیز نامزدها را در اختیار داشته‌اند.

۵-۱۰. علت رواج خشونت مطبوعاتی

تعدد و کفایت قوانین بازدارنده اثبات می‌کند مشکل خشونت مطبوعاتی در بازه انتخاباتی ناشی از کمبود یا نبود قانون نبوده است و آنچه مطبوعات را به سمت تهاجم افراطی سوق داده است نبود نظارت و آسودگی خیال از عواقب احتمالی عملکرد بوده

است. با عنایت به اینکه پژوهش‌های مرتبط با خشونت عمدتاً خشونت‌های اجتماعی و خانوادگی را شامل شده و کمتر به خشونت مطبوعاتی توجه شده است در این زمینه کار چندانی صورت نگرفته است. بررسی متغیرهای اشاره شده در این مقاله نشان می‌دهد عمده حملات در بخش سیاسی بوده است که موضوعات آن با توجه به منافع حزبی یا فردی کاملاً قابل تفسیر و توجیه است. در نوع اتهام‌های وارد شده نیز، بی‌کفایتی با بیشترین فراوانی، موضوعی است که هر دو جناح برای ناتوان نشان دادن طرف مقابل از آن استفاده کرده‌اند. بیشترین فراوانی در بخش تخریب شخصیت این جدول‌ها قابل مشاهده است که طرفین با فراوانی بسیار بالا تلاش در به‌هم‌ریختن وجهه طرف مقابل داشته‌اند. در بخش موضوع تأکید شده در واژه‌های خشونت‌بار نیز گزینه «سایر» بیشترین نمود را داشته است که مواردی مانند تفکرهای لیبرالیستی مشاوران اقتصادی دولت، حقوق‌های نجومی، خودشیفتگی جریان خاص، برخوردهای روحانی با منتقدان، تندروی، محدود کردن جامعه، عوام‌فریبی، جانبداری، شعارهای پوپولیستی، سوءمدیریت، سانسور و مواردی از این دست را دربرمی‌گرفته است.

نتیجه‌گیری

بررسی و تحلیل یافته‌های این مقاله نشان‌دهنده این موضوع است که در ایام انتخابات و بنابر ادله موجود، روزنامه‌های مورد نظر، خشونت مطبوعاتی را در حد زیادی اعمال کرده‌اند. در بازه زمانی انتخابات و در بخش‌های مختلف جمعاً ۳۶۰۸ مورد حمله صورت گرفته که بیشترین فراوانی مربوط به کیهان و پس از آن وطن امروز، شرق و ایران است. با توجه به یافته‌های پژوهش، موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

یک. مراجعه به افکار عمومی و تولید محتوا براساس خواست انتخاباتی مردم و نیازمندی‌های واقعی آنان.

دو. تلاش برای بروز کردن قوانین و استفاده از رویه‌های حقوقی مرسوم در آیین‌نامه مطبوعات.

سه. فعال کردن واحدهای نظارتی در دوران انتخابات.

چهار. استفاده از شیوه‌های مختلف بازدارندگی از جمله آگاهی‌بخشی به آثار سوء خشونت مطبوعاتی.

یادداشت‌ها

۱. تقدیر و تشکر: این مقاله برگرفته از رساله دکترای دانشجو محمود روزبهانی، به راهنمایی دکتر افسانه مظفری و مشاوره دکتر علی دلاور، در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، است. بدین وسیله از اساتید محترم تشکر می‌شود.

کتابنامه

- افخمی، حسینعلی؛ تقی‌آبادی، مسعود و عسگرانی، مریم (۱۳۹۸). «نشانه شفاهی تبلیغات سیاسی مطبوعات ایران در کارزار دوازدهمین دوره انتخاب ریاست جمهوری»، پژوهشنامه علوم سیاسی. ۱۴(۵۲)، ۳۲-۷.
- بی‌نام (۱۳۹۵/۵/۱۳)، کد خبر: ۳۹۶۵۵۴، مقاله فحش می‌دهند تا دیده شوند/برخورد دوگانه محاکم قضایی با خشونت‌های مطبوعاتی، خبرگزاری ایلنا.
- بی‌نام (۱۳۹۶)، اردیبهشت). به اضافه اون، روزنامه وطن امروز.
- بی‌نام (۱۳۹۶)، اردیبهشت)، انتخابات در فضای مجازی، روزنامه کیهان.
- بی‌نام (۱۳۹۶)، اردیبهشت)، مردم طوفان و زلزله نمی‌خواهند / کارنامه لطفاً! (خبر ویژه)، روزنامه کیهان.
- جکسون هاریس، ریچارد (۱۳۹۰). روان‌شناسی شناختی وسایل ارتباط جمعی. (حسن اسدزاده، اسماعیل سعدی‌پور و منیژه شهبازخان، مترجمان). تهران: نشر مرکز تحقیقات صدا و سیما.
- حاجی محمدی، علی و منتظر قائم، مهدی (۱۳۹۴). «رسانه‌ها و بحران‌های بین‌المللی و منطقه‌ای؛ تحلیل انتقادی پیش فرض مقاله‌های خبری مطبوعات ترکیه درباره بحران سوریه»، نشریه دانش سیاسی. ۱۱(۲۱)، ۴۹-۳۳.
- خرازی‌آذر، رها (۱۳۹۳). کمپین دیپلماسی رسانه‌ای. تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- رجبی‌فرد، حسن (۱۳۹۷). «اندیشه دولت مقتدر در مطبوعات ایران (۱۳۰۴-۱۳۰۰)»، نشریه مطالعات تاریخ نظامی. ۵(۱۷)، ۹۶-۷۷.
- رسولی قهرودی، مهدی؛ علوی تبار، علیرضا و زابلی، ساحل (۱۳۹۸). «تأثیر تبلیغات سیاسی منفی بر رفتار رأی‌دهی و مشارکت انتخاباتی (مطالعه موردی: دهمین دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی در تهران)»، نشریه دانش سیاسی. ۱۵(۲)، ۶۴-۴۳.
- رضایپور، ابراهیم (۱۳۹۴). «تحلیل انتقادی استعاره دستوری در گفتمان سیاسی روزنامه‌های داخلی»، فصلنامه پژوهش‌های زبان‌شناسی. ۱۲(۷)، ۶۴-۴۹.

- رضاپور، ابراهیم و احمدی، شیوا (۱۳۹۵). «کارکردهای استعاره دستوری اسم‌سازی در گفتمان سیاسی فارسی و انگلیسی: رویکرد ون‌دایک»، *دوفصلنامه علم زبان*. ۶(۴)، ۵۹-۸۲.
- رهبرقاضی، محمودرضا؛ مسعودنیا، حسین و نساچ، حمید (۱۳۹۵). «پیش‌بینی نقش رسانه‌ها در میزان تمایل شهروندان اصفهان به شرکت در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶»، *نشریه دانش سیاسی*. ۱۲(۲)، ۱۱۷-۱۳۸.
- زابل‌زاده، اردشیر و موسوی، سیده ندا (۱۳۹۴). «بررسی نقش استعاره در گفتمان خبری - رسانه‌ای بین‌المللی»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*. ۲(۱)، ۵۷-۸۵.
- سلطانی‌فر، محمد و خانزاده، لیلا (۱۳۹۴). «بررسی ضرورت بازتعریف منافع ملی در عصر دیپلماسی رسانه‌ای»، *نشریه رسانه*. ۹۹(۲)، ۴۴-۵۷.
- صفایی، داود و هادوی، محمدحسین (۱۳۹۱). «تحلیل محتوای اخبار اجتماعی روزنامه‌های ایران و آفتاب یزد از دیدگاه رعایت اصول حرفه‌ای در خبرنگاری»، *نشریه فرهنگ ارتباطات*. ۹(۲)، ۷۹-۱۰۰.
- عبدالرحمانی، رضا و ایارگر، حسین (۱۳۹۵). «تأثیر رسانه‌های جمعی در وقوع و گسترش نزاع‌های فردی»، *فصلنامه دانش انتظامی*. ۷۵(۳)، ۳۱-۴۸.
- علی‌آبادی، گیثا (۱۳۹۳). «خشونت در مطبوعات»، *فصلنامه رسانه*. ۲۵(۲)، ۶۹-۸۶.
- علیزاده صحرائی، مجتبی (۱۳۹۷). «خشونت گفتاری در مطبوعات؛ مطالعه موردی روزنامه‌های فارسی»، *فصلنامه مطالعات زبانی و بلاغی*. ۱۸(۹)، ۱۳۵-۱۶۴.
- عیوضی، محمدرحیم (۱۳۸۸). «تأثیر رسانه بر رفتار انتخاباتی»، *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*. ۱۶(۱)، ۱۵۷-۱۷۴.
- غفاری هاشجین، زاهد؛ بیگی‌نیا، عبدالرضا و تصمیم‌قطعی، اکرم (۱۳۸۹). «عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی دانشجویان علوم سیاسی و فنی دانشگاه تهران»، *دوفصلنامه دانش سیاسی*. ۶(۲)، ۲۰۷-۲۴۰.
- قربانی، حسن (۱۳۹۰). *شگردهای خبرنگاری*. تهران: نشر سروش.
- گروه مطالعاتی دانشکده امنیت ملی (۱۳۸۸). *تهدیدات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله*. تهران: انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی.
- معتدنزاد، کاظم (۱۳۹۲). *روزنامه‌نگاری با فصلی جدید در بازنگری روزنامه‌نگاری معاصر*. تهران: مرکز نشر سپهر.
- معتدمی‌مهر، مهدی (۱۳۸۰). *حمایت از زنان در برابر خشونت، سیاست جنایی انگلستان*. تهران: نشر برگ زیتون.

نعمتی، اصغر؛ علیشیری، بهرام؛ روشندل اربطانی، طاهر و آزاد، ناصر (۱۳۹۷). «مطالعه آسیب‌شناسانه صنعت مطبوعات دولتی کشور و شناسایی ابعاد زیست‌بومی آنها در انطباق با محیط جدید رسانه‌ای»، *فصلنامه مدیریت دولتی*. ۳ (۱۰)، ۵۴۸-۴۴۳.

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (۱۳۹۵). *آئین‌نامه اجرایی مطبوعات، برگرفته از سایت وزارت ارشاد در تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۱*.

- Anderson, C. A. & Bushman, B. J (2018). "Media violence and the general aggression model", *Journal of Social Issues*. 74(2), 386-413.
- Anderson, C. A.; Suzuki, K.; Swing, E. L.; Groves, C. L.; Gentile, D. A.; Prot, S., ... & Petrescu, P. (2017). "Media violence and other aggression risk factors in seven nations", *Personality and Social Psychology Bulletin*. 43(7), 986-998.
- Bacon, J. M. (2020). "Dangerous pipelines, dangerous people: colonial ecological violence and media framing of threat in the Dakota access pipeline conflict", *Environmental Sociology*. 6(2), 143-153.
- Thompson, R. R.; Jones, N. M.; Holman, E. A. & Silver, R. C. (2019). "Media exposure to mass violence events can fuel a cycle of distress", *Science advances*, 5(4), eaav3502.