



Distortion concerning economic

Alireza Dehghan Niri ¹ | Sardar Valadi ²

1. Corresponding Author, Department of Social Communication, Faculty of Social Science, University of Tehran, Tehran, Iran.

E-mail: adehghan@ut.ac.ir

2. PhD Student Department of Social Communication, Faculty of Social Science, University of Tehran, Tehran, Iran.

E-mail: valadisardar@yahoo.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 13 Jun 2024

Received in revised form 13
Jun 2024

Accepted 16 Feb 2025

Published online 16 Feb 2025

Keywords:

*Economic news, Ideological
distortion, news framing, ISNA
news agency, Fars news
agency.*

ABSTRACT

The authors of this paper attempt to answer this research question: how ideological priorities dominated in the Iranian media, using framing economic news, result in cultural distortion. To theoretical review, we have used a combination of Eaglton's concept concerning Ideology. and Entman's framing definition. To answer the research question, we have done a qualitative content analysis. The data needed for this analysis gathered from the mentioned news agencies from first day of Ordibehesht 1402 to 25th of Khordad. In research findings we have suggested four main themes including positive events in the area of internal economy, positive events in the area of International relations benefiting Iran, negative events in the area of internal economy, and negative events in economy of foreign countries. Based on our research findings, we can say, the dominated ideological concerns in Iran, applying economic news framing facilitate and ease cultural distortion. We conclude, economic news in the ISNA and Fars news agencies, are framed in a way that influence and sway the audience perception and opinion. Furthermore, the prevailing ideology, with the help of news selection, manage and sort and pick out only those set of news that support their own ideological views, putting aside or ignoring those items of information that contradict or challenge the prevailing views and interpretations.

Cite this article: Dehghan Niri, Alireza, Valadi, Sardar (2025). Distortion concerning economic. *Sociological Review (Social Science Letter)*, 31 (2), 75-90.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jsr.2025.371037.1940>



© The Author(s).

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jsr.2025.371037.1940>

اخبار اقتصادی: مطالعه موردی خبرگزاری های ایسنا و فارس

علیرضا دهقان نیری^۱ | سردار ولدی^۲

۱. نویسنده مسئول، گروه ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: adehghan@ut.ac.ir
 ۲. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: valadisardar@yahoo.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۳ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۰/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۲۷ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۲۹ کلیدواژه‌ها: اخبار اقتصادی، ایدئولوژی، تحریف، چارچوب بندی اخبار، خبرگزاری ایسنا، خبرگزاری فارس.	این مقاله به دنبال پاسخگویی به این سؤال است که ایدئولوژی حاکم بر رسانه‌ها چگونه با استفاده از چارچوب بندی اخبار اقتصادی واقعیت‌های این اخبار را تحریف می‌کند؟ برای مرور نظری از نظریه‌های تحریف فرهنگی کریس روجک، مفهوم ایدئولوژی از نظر تری ایگلتون و چارچوب بندی اخبار استفاده شده است. به منظور پاسخگویی به پرسش مذکور از شیوه تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. داده‌های این پژوهش از دو خبرگزاری ایسنا و فارس در بازه زمانی یکم اردیبهشت ۱۴۰۲ تا ۲۵ خرداد ۱۴۰۲ گردآوری شده است. در یافته‌های پژوهش به چهار مضمون اصلی رویدادهای مثبت در عرصه اقتصاد داخلی، رویدادهای مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران، رویدادهای منفی در اقتصاد داخلی و رویدادهای منفی در اقتصاد کشورهای خارجی اشاره شده است. بر اساس نتایج حاصل ایدئولوژی غالب در کشور با استفاده از چارچوب بندی اخبار اقتصادی زمینه را برای تحریف اخبار در این زمینه فراهم می‌کند. بنابراین اخبار اقتصادی به شیوه‌ای در خبرگزاری‌های فارس و ایسنا قالب بندی می‌شوند که بتوانند بر نحوه درک مخاطبان اثر مورد نظر بگذارند.

استناد: دهقان نیری، علیرضا؛ ولدی، سردار (۱۴۰۳). اخبار اقتصادی: مطالعه موردی خبرگزاری های ایسنا و فارس. مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)، ۳۱ (۲)، ۷۵-۹۰.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jsr.2025.371037.1940>



© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

اقتصاد در ایران به تناسب برنامه‌های اقتصادی دولت‌های مختلف و رویدادهایی که در سطح بین الملل وضعیت کشور را متأثر کرده اند، فراز و فرودهای زیادی را تجربه کرده است. اما به صورت کلی در مورد اصلی‌ترین ویژگی‌های اقتصاد ایران می‌توان گفت که «جریان اقتصادی کشور پس از انقلاب اسلامی در جهت توسعه و نقش‌آفرینی و حضور فعال بخش خصوصی در کشور نبوده است. اندازه و دخالت دولت در اقتصاد کاسته نشده است. وضعیت «رشد و رفاه اقتصادی» پس از برنامه سوم توسعه روندی کاهنده داشته و ضریب همبستگی رشد اقتصادی و ارزش افزوده بخش نفت بیش از ۷۰ درصد بوده است. با توسعه زیرساخت‌ها، امکانات آموزشی و بهداشتی، روند محور «عدالت اقتصادی» تا ابتدای دهه ۹۰ روبه بهبود بوده ولی در دهه ۹۰ با تشدید تحریم‌ها و تورم ۲۴ درصدی شاهد افت شاخصهای عدالت هستیم. در بخش تجارت خارجی هم روند مشخص و سیاست روشن دنبال نشده است» (شقایق شهری و ذوالفقاری، ۱۴۰۱: ۱۳۳).

علاوه بر این، در چند ساله اخیر به تناسب رویدادهایی مانند خروج ترامپ از برجام، تکانه ارزی، مسیر تورمی در ایران را دستخوش تغییر کرد، به حدی که از سال ۱۳۹۷ آمارهای تورم سالانه و ماهانه هر بار رکوردهای تازه‌ای را به ثبت می‌رسانند. براساس افکارستجی انجام شده در مرکز پژوهش‌های مجلس در مردادماه ۱۴۰۱ میان نرخ تورم احساس شده توسط مردم ۸۶ درصد بوده است. این درحالی است که بانک مرکزی و مرکز آمار نرخ تورم نقطه‌به‌نقطه این ماه را به ترتیب ۴۶ و ۵۱ درصد اعلام کرده‌اند (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱۴۰۱: ۶). همچنین در تازه‌ترین گزارش‌های منتشر شده از تورم ایران، بانک مرکزی ایران می‌گوید نرخ تورم اردیبهشت سال ۱۴۰۲ به میزان ۵۵٫۷ درصد بوده که ۶٫۶ درصد بیشتر از نرخ تورمی است که مرکز آمار برای این ماه اعلام کرده است (بی‌بی‌سی، ۱۴۰۲).

در زمینه رشد اقتصادی، در یک دهه گذشته رشد اقتصادی ایران هم عدد منفی ۳٫۷ را در سال ۲۰۱۲ (۱۳۹۰-۱۳۹۱) در کارنامه خود ثبت کرده است، هم به رشد قابل توجه ۸٫۸ در سال ۲۰۱۶ (۱۳۹۴-۱۳۹۵) رسیده است. نرخ یادشده در سال ۲۰۲۲ (۱۴۰۰ تا ۱۴۰۱) عدد ۳ درصد را نشان می‌دهد. صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است که در سال ۱۴۰۲ (۲۰۲۳) اقتصاد ایران رشد آهسته‌تری را پیدا خواهد کرد. این نهاد نرخ ۲ درصد را برآورد کرده است. بانک جهانی نیز رشد اقتصادی ایران را برای سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۲٫۲، ۱٫۹ درصد اعلام کرده است. در یک دهه گذشته به غیر از سال‌های ۹۴ تا ۹۶، اقتصاد ایران عمدتاً نرخ تورم بالای ۲۰ درصد بوده است. بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول در برآوردهایشان، نرخ تورم سال ۱۴۰۲ را حدود ۴۰ درصد پیش‌بینی کرده‌اند. این در حالی است که در متون اقتصاد، نرخ طبیعی تورم حدود ۲ تا ۴ درصد است (جعفری، ۱۴۰۲).

از سوی دیگر، یک راه اصلی که افراد می‌توانند از وضعیت اقتصادی جامعه آگاهی پیدا کنند رجوع به اخباری است که در رسانه‌ها منتشر می‌شود. رسانه‌ها با ارائه اطلاعات و دیدگاه‌ها به صورت گزینشی در مورد موضوعات مختلف، افکار عمومی را شکل می‌دهند. این عملکرد می‌تواند بر طرز فکر مردم در مورد موضوعات مهم از جمله وضعیت اقتصاد تأثیرگذار باشد. به عبارت دیگر، آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به واقعیت‌های پیرامون بستگی به نوع و میزان محتوایی دارد که از رسانه‌ها دریافت می‌کنند. رسانه‌ها مانند آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی‌کنند، بلکه واقعیت اجتماعی را می‌سازند (ویندال و دیگران، ۱۳۹۷: ۳۰۶).

در این بین، ایدئولوژی نقش مهمی در چگونگی ارائه اخبار و ساخت اجتماعی واقعیت دارد، زیرا روزنامه‌نگاران و رسانه‌ها ممکن است عقاید یا جانبداری‌هایی داشته باشند که بر نحوه گزارش آن‌ها از رویدادها اثر بگذارد. همان‌طور که حال بیان می‌کند رسانه‌ها واقعیت را تعریف می‌کنند و به جای آن‌که صرفاً به انتقال معنای موجود بپردازند، از خلال گزینش و عرضه و سپس بازتولید و صورت‌بندی مجدد آن رویداد، برای آن‌ها معنای متفاوتی می‌آفرینند. از آنجا که هر پیامی از معانی مختلفی برخوردار است، رسانه‌ها

با تکیه بر قدرتی که دارند، می‌کوشند هر رویداد مهم را به گونه‌ای عرضه کنند که مخاطب مورد نظر به معنای مطلوب یا ترجیحی برسد (ویندال و دیگران، ۱۳۹۷: ۲۵۹).

میزان و عمق تلاش رسانه‌ها برای ساخت اجتماعی واقعیت در حوزه‌ها یا میدان‌های مختلف مانند امور سیاسی یا اجتماعی یا اقتصادی یا زیر مجموعه‌های هریک از این میدانها، مثلاً اخبار مربوط به انتخابات داخل کشور یا کشور دیگر تفاوت می‌کند. علت این امر، تفاوت منافع و مصالح مورد انتظار صاحبان قدرت سیاسی و اقتصادی از یک طرف و قابلیت مشاهده پذیری مستقل از رسانه‌ها توسط مخاطبان از سوی دیگر است. تصور نویسندگان مقاله حاضر این است که برخلاف امور سیاسی یا اجتماعی، در امور اقتصادی، قدرت پرده‌پوشی یا تحریف رسانه‌ها کمتر است زیرا واقعیت‌های اقتصادی با زندگی روزمره مردم نزدیکی بیشتری دارد و لاجرم مشاهده‌پذیری بیشتری دارد. با وجود این تصور فرض ما این است که در پوشش اخبار اقتصادی نیز تحریف رخ می‌دهد. با این توضیح در مقاله پیش رو به دنبال پاسخگویی روشمند و مستند به این دو سؤال هستیم که آیا رسانه‌ها با پشیمانی ایدئولوژی حاکم و با استفاده از چارچوب بندی، اخبار اقتصادی را تحریف می‌کنند؟

چرایی و چگونگی تحریف فرهنگی

تحریف فرهنگی به روش‌هایی اشاره دارد که در آن بازنمایی‌های فرهنگی، ایدئولوژی‌ها و ساختارهای قدرت می‌توانند درک تحریف شده یا نادرستی از واقعیت ایجاد کنند. این امر می‌تواند از طریق دستکاری نمادهای فرهنگی، استفاده از تبلیغات یا اطلاعات نادرست، یا امتیاز دادن به دیدگاه‌های مرجع یا روایت‌های خاص بر دیگران رخ دهد. تحریف فرهنگی می‌تواند پیامدهای اجتماعی و سیاسی قابل توجهی داشته باشد، افکار عمومی را در جهت‌ی خاص شکل دهد، نابرابری‌ها را تقویت کند و نظم‌های سیاسی و حکومتی را موجه سازد یا تداوم بخشد. برای نمونه در جنگ عراق کشورهای آمریکا و انگلیس با ارائه یک روایت نادرست از واقعیت تلاش کردند افکار عمومی جهانی را در مورد جنگ متقاعد کنند، اما زمانی که معلوم شد سران قدرت از تحریف فرهنگی و فکری برای رسیدن به مقاصدشان استفاده کرده‌اند؛ «رسانه‌ها، جنگ علیه عراق را ساختگی و به شدت تقبیح و اعلام کردند که این جنگ با اتکا به سیاست عرضه اطلاعات غلط و نظریه ساختگی تهدید عراق برای صلح جهانی صورت گرفته است» (روجک، ۱۳۹۰: ۱۹۰). در این زمان خوانش دیگری از جنگ عراق مطرح شد که دلیل اصلی جنگ عراق را تلاش برای به دست آوردن نفت این کشور مطرح کرد.

تحریف فرهنگی اغلب با نوعی ایدئولوژی همراه است، که شامل استفاده از بازنمایی‌های فرهنگی با کمک و ساختارهای قدرت به منظور عرضه روایتی تحریف شده یا نادرست از واقعیت است. قدرت سیاسی و اقتصادی، برای مشروعیت بخشیدن به خود از ایدئولوژی استفاده می‌کند. همانطور که روجک بیان می‌کند: «ایدئولوژی به وضوح دربردارنده آن گونه تحریف فرهنگی است که به مشروعیت قدرت سیاسی مسلط، یاری می‌رساند. با این حال خطاست که آن را کاربرد پایدار اندیشه دروغین به نفع طبقه حاکم بدانیم و به این ترتیب دامنه آن را محدود سازیم؛ اگرچه بعضی مواقع ایدئولوژی به این برداشت نزدیک می‌شود». برای مثال در انقلاب فرهنگی در چین برای تطبیق ایدئولوژیک از قوه قهریه نیز استفاده شد، اما در جوامع پیشرفته سیاسی و اقتصادی سیاسی به ندرت به این ابزار حکومت متوسل می‌شوند. در این جوامع معمولاً برای رسیدن به مقصود به جای استفاده از زور از تشویق و ترغیب و تعیین موضع‌گیری فرهنگی (ابزارها و شیوه‌های هژمونی) استفاده می‌شود (روجک، ۱۹۴-۱۹۵). هژمونی از طریق طیف وسیعی از نهادها در جامعه مدنی افراد را با رضایت و نه اجبار به نظم غالب امور متصل می‌کند.

به بیان روجک تحریف فرهنگی احتمالاً در زندگی فرهنگی اجتناب ناپذیر است، زیرا فرهنگ مدرن یکپارچه نیست و مواضع مختلف در مورد واقعیت و حقیقت باید همزیستی داشته باشند و برای برتری با یکدیگر با یکدیگر رقابت کنند. هژمونی همیشه موقتی است و گرایش تاریخی به افشای نیرنگ‌های سیاسی و فرهنگی وجود دارد. با این حال، اقشاری که هژمونی را در اختیار دارند، ظرفیت برتری برای به حاشیه راندن انتقاد دارند. تحریف فرهنگی با شیوه هژمونی می‌تواند افکار عمومی را شکل دهد، نابرابری‌ها را تقویت کند و نظام‌های ظلم را تداوم بخشد. تفاوت هژمونی و ایدئولوژی در این است که؛ «ایدئولوژی، افراد را به رعایت سیاست‌ها و رویه‌های فرهنگی مجبور می‌کند و این اجبار به شکل تحمل آثار محکومیت اخلاقی، تنبیه بدنی یا حذف اجتماعی صورت می‌گیرد. هژمونی افراد را ترغیب می‌کند که پیروی از یک مشی سیاسی یا اقتصادی، بهترین نفع را برای آنها دارد، اما مخالفت مدنی را مجاز می‌داند. ایدئولوژی و هژمونی هر دو در نهایت برای بازتولید قدرت در لایه‌های مسلط با یکدیگر هماهنگ می‌شوند» (همان، ۱۹۶).

ایگلتون نیز استدلال می‌کند که ما اغلب از روش‌هایی که باورها و ارزش‌هایمان توسط ایدئولوژی شکل می‌گیرند بی‌اطلاع هستیم و این می‌تواند منجر به فقدان تفکر انتقادی و پذیرش وضعیت موجود شود. همین مسئله به تقویت ارتباط ایدئولوژی و قدرت منجر می‌شود. از نظر وی بین ایدئولوژی و قدرت ارتباط وجود دارد زیرا ایدئولوژی‌ها اغلب برای توجیه و حفظ ساختارهای قدرت استفاده می‌شوند و می‌توان از آنها برای تداوم ستم و نابرابری استفاده کرد. در این زمینه اصلی‌ترین ابزارهایی که ایدئولوژی در اختیار صاحبان قدرت قرار می‌دهد رسانه‌ها هستند. ایگلتون عقیده دارد که رسانه‌های ارتباطی در جوامع سرمایه‌داری پیشرفته ابزاری قدرتمند هستند که ایدئولوژی مسلط به مدد آنها خود را اشاعه می‌دهد (ایگلتون، ۱۳۸۱: ۶۹).

چارچوب بندی اخبار

در حوزه ارتباطات نظریه چارچوب‌بندی اساس انتخاب و برجسته کردن را در بر می‌گیرد. چارچوب‌بندی کردن، انتخاب جنبه‌هایی از واقعیت درک شده و برجسته‌تر کردن آنها در یک متن ارتباطی است (Entman, 1993: 52). از این نظر چارچوب‌ها سازمان دهنده‌ای شناختی هستند که به ارتباط گران و مخاطبان کمک می‌کنند که مسائل و وقایع را درک کنند و آنها را معنی‌دار سازند (هانگین، ۱۳۹۳: ۱۷۰). بنابراین، در چارچوب سازی رسانه‌ها از یک ایده یا خط فرمان مرکزی سازمان دهنده برای ایجاد معنا بین جریانی از رویدادها استفاده می‌کنند (کولینا و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۲). چارچوب‌ها به تعیین موضوع بحث و ماهیت موضوع می‌پردازند با توجه به این نکته، رسانه‌ها در نقش خبری آینه انعکاس رویدادها و واقعیت دنیای اجتماعی و سیاسی نیستند، بلکه برعکس، آفریننده واقعیت‌های اجتماعی و سیاسی هستند و برداشت افراد از دنیای اجتماعی را آسان می‌کنند. مثلاً در تهیه خبر، علاوه بر انتخاب داده‌ها، آنها را بر اساس فرمول‌ها و قالب‌های جاافتاده به هم ربط می‌دهند و معنی‌دار می‌سازند. لذا، این رویداد نیست که قالب را تعیین می‌کند، بلکه این قالب است که داده‌ها را نظم می‌دهد و روابط آنها را آشنا و قابل فهم می‌کند. گردآوری، گزینش و انتشار اخبار، همیشه فرآیندی عینی و بی‌طرفانه نیست، بلکه آمیخته به ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی است (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۱۸-۱۹).

۲. روش شناسی

این مقاله یک پژوهش کیفی است. همه ی روش‌های کیفی به دنبال یافتن پاسخ برای این پرسش می‌روند که جهان چگونه ساخته شده است (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۸۸). نویسندگان مقاله حاضر نیز برای فهم چرایی و چگونگی تحریف برخی گزارشهای مهم اقتصادی در ایران با استفاده از چارچوب بندی اخبار تلاش می‌کنند. برای رسیدن به این هدف از روش تحلیل محتوای کیفی برای

تحلیل اخبار منتشر شده در دو خبرگزاری فارس و ایسنا استفاده شده است. روش تحلیل محتوا بر این فرض بنا شده است که با تحلیل پیامهای زبانی می‌توان به کشف معانی، اولویت‌ها، نگرش‌ها شیوه‌های درک و سازمان یافتگی جهان دست یافت (Wilkinson & Birmingham, 2003: 68). با یادگیری از برخی نویسندگان روش شناس، در این مقاله تحلیل محتوای کیفی روشی برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متن از طریق فرآیندهای طبقه‌بندی نظام مند از کدبندی و شناسایی زمینه‌ها و یا الگوها است (Hsieh & Shannon, 2005: 1278).

واحد تحلیل در این پژوهش، خبر و جامعه آماری مورد نظر همه اخباری است که در خبرگزاری‌های فارس و ایسنا در بازه زمانی یک اردیبهشت ۱۴۰۲ تا ۲۵ خرداد ۱۴۰۲ منتشر شده است. نمونه‌گیری در این پژوهش به صورت هدفمند صورت گرفته است. در نمونه‌گیری هدفمند محل‌ها و موردها به این دلیل انتخاب می‌شود که رخدادها یا موضوعات به آن‌ها نقشی حیاتی در فهم فرآیندها یا مفاهیم و آزمون یا توضیح نظریه‌های پذیرفته‌شده ایفا می‌کنند (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸: ۱۷۳). بر مبنای قاعده اشباع نظری در پژوهش‌های کیفی، نویسندگان ۶۶۸ خبر در صفحه خبرگزاری فارس و ۸۷۲ خبر در صفحه خبرگزاری ایسنا برای تحلیل گزینش کرده‌اند. برای رسیدن به کدهای اولیه، مقوله‌ها و مضامین اصلی در ابتدا تمامی اخبار در دو خبرگزاری مذکور مورد مطالعه قرار گرفتند و سپس اصلی‌ترین مقوله‌هایی که در اخبار مشترک بود شناسایی شد. این مقوله‌ها که ۱۱ مقوله اصلی را در بر می‌گرفت، می‌تواند بیانگر پوشش یکسان اخبار اقتصادی در دو خبرگزاری فارس و ایسنا باشد. هر چند که تفاوت‌هایی از نظر میزان پوشش هر کدام از این مقوله‌ها وجود داشت، اما به صورت کلی این مضامین در هر دو خبرگزاری یافت شد. بعد از کدگذاری دستی اطلاعات و مشخص شدن میزان پوشش هر کدام از اخبار در دو خبرگزاری مذکور، در نهایت مضامین اصلی از این مقوله‌ها به دست آمد. مطالعه مجدد مقوله‌ها و یافتن وجه اشتراک آنها برای قرار گرفتن در ذیل یک مضمون مشترک باعث شد که دو مورد از مقوله‌ها که اخبار منتشر شده ذیل آنها کمترین ارتباط را با موضوع پژوهش داشت و پوشش اندکی در دو خبرگزاری مذکور داشت حذف شود. در نهایت ۹ مقوله اصلی برای طبقه‌بندی باقی ماند که به چهار مضمون اصلی کاهش یافت. در هر کدام از این مضامین اخباری قرار گرفته است که بیشترین ارتباط را با یکدیگر دارند و انگاره‌های یکسانی را برای مخاطبان ایجاد می‌کنند. برای مقایسه دقیق اطلاعات به دست آمده در نهایت یک جدول کمی تدوین شد که در آن سهم هر مقوله و هر مضمون در میان مقوله‌ها و مضامین دیگر مشخص شد و از این طریق امکان مقایسه بین عملکرد دو خبرگزاری ایسنا و فارس از جهت تحریف احتمالی روشن شد.

۳. یافته‌های پژوهش

در ابتدای این بخش، یافته‌های پژوهش هر کدام از خبرگزاری‌های دو جدول ارائه شده‌اند. در جدول ابتدایی که از سه بخش تشکیل شده است به مضمون، مقوله و مثال‌هایی از اخبار در آن مقوله خاص پرداخته شده است. در جدول بعدی نیز کمی‌سازی اطلاعات جدول ابتدایی ارائه شده است و به فراوانی هر کدام از مقوله‌های مذکور اشاره شده و سپس بر اساس آن در یک نمودار مقایسه‌ای اطلاعات ارائه شده‌اند. قسمت بعدی یافته‌های پژوهش به تشریح اطلاعات مربوط به مضمون اصلی و مقوله‌ها اختصاص دارد که در آن اطلاعات دو خبرگزاری به صورت مقایسه‌ای ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۱: تحلیل محتوای کیفی اخبار اقتصادی خبرگزاری ایسنا

کد اصلی	کد فرعی	مثال
اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی	بهبود وضعیت بازار داخلی	بازار مسکن و بورس رونق گرفته‌اند- قیمت دلار کاهش یافت- صعود ۴۲ هزار واحدی شاخص بورس- با انعقاد تفاهم‌نامه‌ای؛ پذیرش دانش‌بنیان‌ها در بورس تسهیل می‌شود- جزئیات دو مصوبه سازمان بورس برای حمایت از بازار سرمایه- افزایش ۱٫۵ درصدی سهم اقتصاد دیجیتالی در کشور- اقتصاد ایران، بالاتر از میانگین جهانی- ادامه کاهش قیمت ارز در بازار/ دلار وارد کانال ۴۰ هزار تومانی شد- پیش‌بینی بانک جهانی از رشد اقتصادی کشورها/ رشد اقتصاد ایران ۲٫۲ درصد می‌شود
	بهبود تولید داخلی	آغاز به کار نمایشگاه خودرو در شیراز/ رونمایی از اتومبیل‌های جدید- مدیرکل ستاد اجرایی فرمان امام (ره) در لرستان خبر داد: بهره‌برداری از ۱۴ طرح کشاورزی در پلدختر- ساخت ۲۸ دستگاه فناوریانه؛ دستاورد حمایت از رساله‌های کاربردی در پارک سمنان- دستوردهای دانش‌بنیان برای محرومیت‌زدایی در «آبادیران»؛ از «دستگاه کشت زعفران» تا «دیجیتالی‌شدن سفالگری»- تولید ضدعفونی‌کننده‌های سبز با کاربردهای از پزشکی تا خانگی- بومی‌سازی دستگاه منبع نوری برای انجام عمل جراحی لاپاروسکوپی- ذخیره‌سازی آب کشاورزی با عایق‌های نانو- رشد ۴۵ درصدی تولید سواری طی دوماه امسال/ ۸۵ درصد تولید خودرو سهم سواری‌هاست
	بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان	جزئیات صادرات زعفران در سال گذشته / امارات بزرگترین و ترکیه زرتنگ‌ترین مشتری- وضعیت صادرات طلای سبز/ روسیه و هند در صدر مشتریان- صادرات چای ایرانی ۶۴ درصد بیشتر شد/ امارات بزرگترین خریدار- افزایش صادرات ایران به روسیه/ ۱۰ کالای نخست صادراتی- طبق آمار گمرک: افزایش دوبرابری واردات برنج در سال گذشته- جزئیات واردات موز در سال گذشته/ ترکیه و هند در صدر- وزارت صمت: واردات خودرو از کره ادامه دارد
	اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم	مبلغ وام فرزندآوری افزایش یافت- شرایط پرداخت وام ۱۸۰ میلیونی ازدواج اعلام شد- سقف پرداخت وام مشاغل خانگی اعلام شد- از طرف بانک مسکن انجام شد: پرداخت وام مسکن ملی به ۲۴۳ هزار نفر- بانک مرکزی اعلام کرد: افزایش پرداخت وام ازدواج و فرزند- وزیر کار مطرح کرد: افزایش یارانه معیشتی تا ۴۸۰ هزار تومان- آخرین وضعیت تخصیص سهام عدالت به جاماندگان- تخفیف در تخفیف بازار مسکن در حومه تهران- یارانه خرداد ماه واریز شد- تداوم عرضه مرغ به قیمت مصوب در میادین و فروشگاه‌ها
اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران	انعقاد پیمان‌های اقتصادی با کشورهای خارجی	بزرگ‌پاش خبر داد: گسترش روابط دریایی، ریلی، مبادلات بانکی و کاهش تعرفه تجارت ایران و سوریه- در دیدار وزرای ایران و اندونزی مطرح شد: نهایی کردن اسناد توسعه تجاری دوجانبه میان ایران و اندونزی- رایزنی رییس بانک مرکزی ایران با همتای قطری خود- افق اقتصاد ایران به وقت آمریکای لاتین- سخنگوی توسعه تجارت خانه صمت مطرح کرد: صادرات ۱۲۰ میلیون دلاری ایران به ونزوئلا/ سفر رئیس جمهوری کلید ورود کالای ایرانی به نیکاراگوئه
	بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل	اقتصاد روسیه اوج گرفت- تولید خودروی چینی در ویتنام- چگونه اقتصاد روسیه مسیر بهبودی را طی کرد؟- صعود ذخایر ارزی چین: ذخایر ارزی چین در ماه آوریل ۳٫۲۰ تریلیون دلار افزایش یافت- چین سرنوشت بازارهای آسیا را تعیین کرد- چین با خودروهای برقی غوغا به پا کرد- معاون نخست‌وزیر روسیه مطرح کرد: گفت‌وگوی روسیه با کشورهای اسلامی درباره دلارزدایی
اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه	جزئیات تورم در فروردین ماه مشخص شد/ لبنیات و تخم‌مرغ دارای کمترین تورم- از سوی مرکز آمار: نرخ تورم سال ۱۴۰۱ اعلام شد- پای درد دل نانوایان؛ دخل و خرج نانوایان همخوانی ندارد حتی با آرد مجانی!- بازار مسکن در شرق تهران کساد است- مصری: به مسئله کشاورزان به ویژه موضوع برنج و گندم توجه ویژه شود- درخواست نماینده طیس از مسئولین برای رسیدگی به مشکلات حوزه نان- سنگدونی: وضعیت آب شرب استان گلستان مناسب نیست- مدیرکل نظارت بر کالاهای اساسی: افزایش قیمت شیرخام مصوبه وزارت جهادکشاورزی را دارد-
	تخلف اقتصادی و هشدار در زمینه کلاه برداری مالی	هشدار پلیس فتا درباره اجاره کارت‌های بانکی- مالکان تا ۱۵ شهریور فرصت دارند: خانه‌های بدون مستاجر در سیل مالیات!- دلال‌ها زیر تیغ!- برخورد با خاطیان بازار مرغ- گشت شناسایی خانه‌های خالی ایجاد شد- لجبازی خودروسازان خصوصی با مردم/ قیمت بالاتر از مصوبه شورای رقابت را گزارش کنید- هشدار بانک مرکزی درباره دلارهای تقلبی در بازار- توقیف ۱۷ فروند لجن صیادی متخلف در سواحل خوزستان
اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی کشورهای خارجی (به ویژه ابرقدرت‌ها)	رکود اقتصادی ایالات متحده در شرف وقوع- نرخ تورم فرانسه در آستانه ۶ تایی شدن- پایانی برای بحران بانکی آمریکا نیست- سایه بحران مالی آمریکا بر اقتصاد جهان- چرا قیمت مواد غذایی در اروپا این‌قدر بالا رفت؟- بحران مالی در بزرگترین بانک سوییس- افزایش ۴ برابری کسری بودجه بزرگترین اقتصاد جهان- قیمت مواد غذایی در آمریکا خیال کاهش ندارد- بانک انگلستان در برابر تورم عاجز شد- تورم آمریکا ۴ درصدی شد

جدول شماره ۲: تحلیل محتوای کیفی اخبار اقتصادی خبرگزاری فارس

کد اصلی	کد فرعی	مثال
اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی	بهبود وضعیت بازار داخلی	رشد ۲ درصدی اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۳/ تورم و رشد نقدینگی کاهش می‌یابد- آخرین قیمت انواع سکه و ارز/ دلار در آستانه ورود به کانال ۴۰ هزار تومانی- افزایش ۷۳ هزار واحدی شاخص بورس تهران/ کانال ۲,۴ میلیون واحدی برای نخستین بار فتح شد- افزایش ۴۲ هزار واحدی شاخص بورس تهران- ورود ۸ هزار میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سرمایه/ بورس نقدینگی را به سمت تولید هدایت می‌کند- بازدهی بازار سرمایه در سال گذشته ۴۳ درصد شد
	بهبود تولید داخلی	تولید محصولات باغی ۱۲ میلیون تن برآورد شد- برگرداندن ۷۳۶ واحد تعطیل شده به تولید/ تدوین ۸۴ سنجه برای اقتصاد مقاومتی- برق‌رسانی و جاده‌سازی در دورترین نقاط محروم توسط جهادگران بسیج سازندگی- ۷۰ کیلومتر از راه‌آهن دوخطه اهواز- اندیمشک آماده افتتاح شد- ایران همچنان دهمین تولیدکننده بزرگ فولاد جهان است- تولید آخرین نسل موتورهای خودرویی در ایران/ مصرف سوخت خودرو ها ۲۵ درصد کاهش می‌یابد- افزایش ۵۰ درصدی تولید سایپا در مقایسه با سال گذشته/ شکسته شدن رکورد تولید روزانه سایپا- رشد ۴۸ درصدی تولید خودرو در ۲ ماه نخست ۱۴۰۲
	بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان	اولین محموله خودروهای وارداتی از گمرک ترخیص شد- وزارت صمت: فرایند واردات خودروهای کمرای در حال انجام است- افزایش ۲۶ درصدی صادرات ایران از مرز جلفا- صادرات کالاهای ایرانی به سوریه از طریق خط منظم کانتینری دریایی- صادرات ۵۱ میلیون دلار خودرو و قطعه در سال ۱۴۰۱/ دنا و تارا در صدر خودروهای صادراتی ایران- صادرات ۱۲,۲ میلیارد دلاری زنجیره معدن و صنایع معدنی در سال ۱۴۰۱- رشد ۱۸ درصدی صادرات ایران به کشورها آسیای میانه، قفقاز و روسیه
	اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم	وزیر اقتصاد: متولدان سال ۱۴۰۱ سهامدار می‌شوند- یارانه اردیبهشت‌ماه به حساب سرپرستان خانوار واریز شد- حداقل سن بازنشستگی مشاغل سخت و زیان آور برای زنان ۴۵ و مردان ۵۰ سال می‌شود- پرداخت تسهیلات مشاغل خانگی از هفته آینده/ ۱۰۳ هزار شغل با مشاغل خانگی ایجاد شد- جزییات تحویل زمین به خانواده‌های دارای ۳ فرزند/ امکان ۲ سال تنفس وام پس از انعقاد قرارداد- تحویل ۲۵ هزار دستگاه خودرو طی هفته جاری به مشتریان/ تمدید واریز وجه برای متقاضیان در سامانه یکپارچه عرضه خودرو- تهیه ۱۳۰ هزار بسته معیشتی برای کمک به کارگران- ۶۰ لیتر سهمیه بنزین اردیبهشت‌ماه واریز شد
اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران	انعقاد پیمان‌های اقتصادی با کشورهای خارجی	امضای موافقت‌نامه سرمایه‌گذاری و اجتناب از مالیات مضاعف بین ایران و امارات- افزایش تعامل تجاری و سرمایه‌گذاری بین ایران و عربستان- امضای سند همکاری گمرکی ایران و روسیه- موافقت نامه گمرکی بین ایران و اندونزی امضا شد- تفاهم‌نامه جامع چندجانبه ایران و سوریه امضا شد- توافق ایران و روسیه برای ساخت مشترک ۲۰ فروند کشتی- تجارت یک میلیارد دلاری ایران با اندونزی/ ۹۵ درصد صادرات ایران به اندونزی محصول فولادی است- امضای تفاهم صادرات خودرو از ایران به عمان
	بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل	دلارزدایی از تجارت جهانی/ تقویت مبادلات چین و روسیه با ارزهای ملی- اقتصاد آلمان بدون چین غیر قابل تصور است- تحریم‌های غرب جای پای روسیه در آسیا را محکم کرد- سازمان همکاری شانگهای: در حال تدوین نقشه راه برای دلارزدایی هستیم- روسیه با وجود تحریم‌ها در تولید کود شیمیایی از آمریکا پیش افتاد - آمادگی اعراب برای پیوستن به بریکس و ایجاد قطب اقتصادی در برابر آمریکا- جایگاه اتحادیه اقتصادی اوراسیا در جهان با وجود تحریم ها تقویت شده است- گروه بریکس پتانسیل شکستن سلطه دلار در بازار جهانی را دارد
اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه	نرخ تورم مصرفی سالانه خانوارهای کشور ۴۵,۸ درصد شد- نرخ تورم گروه‌های کالایی در فروردین ۱۴۰۲ اعلام شد- سهمیه آرد یک چهارم واحدهای نانوائی کاهش یافت- خانه‌به‌دوش/ روایتی از مشکلات این روزهای مستاجران/ نبود ابزارهای نظارتی بر اجاره‌بها و انتظار مردم بابت مدیریت بازار- افزایش ۲۹ درصدی قیمت بلیت پروازهای داخلی- تخم‌مرغ هم پس از مرغ گران شد- گرانی میوه‌های داخلی با وجود جایگاه برتر ایران در تولید/ سودجویی دلالان در نبود نظارت بر میادین مرکزی تره‌بار- نرخ‌گذاری سلیقه‌ای در بازار مرغ و تخم مرغ/ برخی فروشندگان با قیمت‌های مصوب نمی‌فروشدند- آخرین وضعیت مصرف گازوئیل و سی‌ان‌جی در کشور/ مصرف بنزین ۱۲,۷ درصد نسبت به ۱۴۰۱ افزایش یافت

کد اصلی	کد فرعی	مثال
	تخلف اقتصادی و هشدار در زمینه کلاه برداری مالی	فرار مالیاتی گسترده در برخی مشاغل پردرآمد/ اخذ مالیات از مشاغل خاص مصداق عادلانه سازی نظام مالیاتی است- ابطال مجوز پروازی ۱۰ شرکت هواپیمایی در برخی مسیرهای داخلی به دلیل گران فروشی- تشکیل بیش از ۵ هزار پرونده قاچاق کالا در سال ۱۴۰۱- فراهم شدن امکان گران فروشی برای خودروسازان به دلیل نقص مصوبه شورای رقابت- ترفند برخی نانوایان برای کم فروشی و گران فروشی/ عرضه وزنی نان راهکار مقابله با کم فروشی است- خسارت حداقل ۴ میلیارد دلاری کشور از قاچاق سوخت/ روزانه چقدر بنزین و گازوئیل قاچاق می شود
اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی کشورهای خارجی (به ویژه ابرقدرت ها)	خطر در بین گوش اقتصاد آمریکا/ رتبه اعتباری آمریکا نزول می کند- اوضاع بد اقتصاد کشورهای توسعه یافته در سال جاری/ تورم جهان تا سال ۲۰۲۵ به تعادل نمی رسد- بحران بی سابقه در سیستم بانکی آمریکا/ بانک ها کارمندان خود را اخراج می کنند- غول موسسات مالی آمریکا هزاران کارمند خود را اخراج می کند- بیشتر کارگران انگلیسی کم تر از حداقل دستمزد حقوق می گیرند- تحقیقات جدید نشان داد: از هر ۶ فرانسوی یک نفر غذای کافی برای خوردن ندارد- آلمان وارد رکود شد افزایش موج ورشکستگی در آلمان به دنبال چشم انداز تیره اقتصادی- ناتوانی ۱۵ درصد انگلیسی ها در بازپرداخت وام های شان- قطار افزایش تورم در اروپا به ایستگاه هلند رسید- حذف وعده های غذایی ۲ میلیون انگلیسی به خاطر تورم

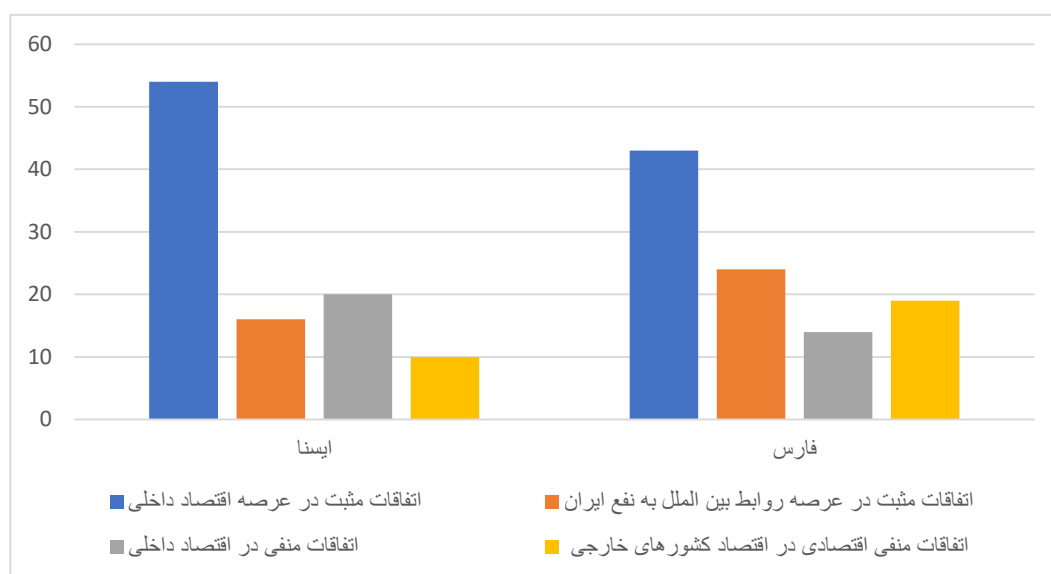
جدول شماره ۳: نمایش کمی اخبار اقتصادی خبرگزاری ایسنا

کد اصلی	تعداد کد	درصد فراوانی	کد فرعی	تعداد کد	درصد فراوانی
اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی	۴۷۶	۵۴	بهبود وضعیت بازار داخلی	۹۷	۱۱
			بهبود تولید داخلی	۱۳۲	۱۵
			بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان	۴۲	۵
			اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم	۲۰۵	۲۳
اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران	۱۴۰	۱۶	انعقاد پیمان های اقتصادی با کشورهای خارجی	۱۱۴	۱۳
			بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل	۲۶	۳
اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی	۱۷۳	۲۰	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه	۱۰۴	۱۲
			تخلف اقتصادی و هشدار در زمینه کلاه برداری مالی	۶۹	۸
اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی	۸۳	۱۰	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی کشورهای خارجی (به ویژه ابرقدرت ها)	۸۳	۱۰
مجموع	۸۷۲	۱۰۰	مجموع	۸۷۲	۱۰۰

جدول شماره ۴: نمایش کمی اخبار اقتصادی خبرگزاری فارس

کد اصلی	تعداد کد	درصد فراوانی	کد فرعی	تعداد کد	درصد فراوانی
اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی	۲۹۰	۴۳	بهبود وضعیت بازار داخلی	۱۲۳	۱۸
			بهبود تولید داخلی	۴۵	۷
			بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان	۲۲	۳
			اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم	۱۰۰	۱۵

کد اصلی	تعداد کد	درصد فراوانی	کد فرعی	تعداد کد	درصد فراوانی
اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران	۱۵۷	۳۴	انعقاد پیمان های اقتصادی با کشورهای خارجی	۹۰	۱۴
			بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل	۶۷	۱۰
اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی	۹۳	۱۴	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه	۴۶	۷
			تخلف اقتصادی و هشدار در زمینه کلاه برداری مالی	۴۷	۷
اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی	۱۲۸	۱۹	مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی کشورهای خارجی (به ویژه ابرقدرت ها)	۱۲۸	۱۹
مجموع	۶۶۸	۱۰۰	مجموع	۶۶۸	۱۰۰



نمودار مقایسه تحلیل محتوای کیفی اخبار دو خبرگزاری ایسنا و فارس

۴. تحلیل یافته های پژوهش

الف- اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی

اتفاقات مثبت اشاره به رخدادهایی در عرصه اقتصاد داخلی دارد که تأثیر مثبتی بر اقتصاد کلان کشور و زندگی روزانه مردم دارند. این مضمون از چهار مقوله اصلی تشکیل شده است که شامل بهبود وضعیت بازار داخلی، بهبود تولید داخلی، بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان و سایر اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم هستند. اتفاقات و تحولات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی در خبرگزاری ایسنا بیشتر از خبرگزاری فارس مورد توجه بوده است. در خبرگزاری ایسنا ۵۴ درصد از اخبار به این مضمون اختصاص دارد در حالی که در خبرگزاری فارس ۴۳ درصد اخبار به این مضمون مربوط است. خبرگزاری ایسنا به ارائه تصویری مثبت از وضعیت اقتصاد داخلی و تأثیر آن بر زندگی روزمره مردم بیشتر از تحولات بین الملل در حوزه اقتصاد توجه کرده است.

بهبود وضعیت بازار داخلی اشاره به تحولاتی دارد که به صورت مستقیم به وضعیت اقتصاد کلان کشور تأکید دارند. در این زمینه اشاره به رشد اقتصادی کشور، کاهش قیمت دلار و رونق گرفتن بورس اصلی ترین مواردی است که در هر دو خبرگزاری بر آنها تأکید شده است. مقایسه اخبار منتشر شده در دو خبرگزاری ایسنا و فارس در مورد بهبود وضعیت بازار داخلی نشان می‌دهد خبرگزاری فارس تأکید بیشتری بر این مقوله داشته است. بیشترین اخبار منتشر شده در مضمون اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی در خبرگزاری فارس به مقوله بهبود وضعیت بازار داخلی (۱۸ درصد فراوانی) اختصاص دارد. اما این مقوله در خبرگزاری ایسنا، با ۱۱ درصد فراوانی، رتبه سوم را در میان چهار مقوله مذکور دارد. این مقایسه نشان می‌دهد خبرگزاری فارس با پوشش مکرر خبرهای مرتبط با کاهش قیمت دلار، رونق گرفتن بورس و بهبود وضعیت اقتصاد کلان کشور به دنبال ارائه تصویر مثبت از وضعیت اقتصادی کلان کشور به مخاطبان است. خبرگزاری ایسنا در پوشش بهبود وضعیت بازار داخلی رویکرد متنوع تری را دنبال کرده است و تنها به تکرار اخبار مربوط به کاهش قیمت دلار و یا رونق گرفتن بورس بسنده نکرده است، بلکه تلاش کرده است که اخبار متنوع تری نظیر «افزایش ۱,۵ درصدی سهم اقتصاد دیجیتالی در کشور» و «پذیرش دانش‌بنیان‌ها در بورس تسهیل می‌شود» را نیز در بهبود وضعیت بازار داخلی پوشش دهد. با توجه به اینکه قالب اصلی ارائه مطالب در مورد بهبود وضعیت بازار داخلی «خبر» است، خبرگزاری فارس از کاهش و یا افزایش اعداد به عنوان یک اصل مهم برای ارائه اخبار مثبت اقتصادی استفاده کرده است. در این زمینه می‌توان به تیترهایی نظیر «دلار در آستانه ورود به کانال ۴۰ هزار تومانی»، «رشد ۷۱ هزار و ۸۸۲ واحدی شاخص بورس»، «افت ۱,۳ میلیون تومانی قیمت سکه طرح جدید» و «رشد ۲ درصدی اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۳» در خبرگزاری فارس اشاره کرد که در همه آنها از اعداد برای نشان دادن بهبود وضعیت بازار داخلی استفاده شده است.

بهبود تولید داخلی اشاره به بهبود وضعیت تولید کالا در کشور است و مواردی نظیر افزایش تولید در صنعت کشاورزی و تولید مواد غذایی، افزایش تولید در صنعت خودرو و فولاد، بهبود وضعیت زیرساخت‌های کشور و بومی سازی تولید کالاهای مختلف و حمایت از دانش بنیان‌ها را در برمی‌گیرد. بهبود وضعیت تولید داخلی در خبرگزاری ایسنا بیشتر از خبرگزاری فارس پوشش داشته است به حدی که اخبار مرتبط با این مقوله در خبرگزاری ایسنا با ۱۵ درصد در دومین مقوله و در خبرگزاری فارس با ۷ درصد در سومین مقوله در مضمون اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی قرار دارند. مقایسه این اعداد بیانگر این است که پوشش اخبار مرتبط با بهبود وضعیت تولید داخلی در خبرگزاری ایسنا دوبرابر خبرگزاری فارس است. خبرگزاری ایسنا در پوشش اخبار تولید داخلی بیشترین تأکید را به بومی سازی ساخت کالا در داخل کشور و گسترش شرکت‌های دانش بنیان در حوزه‌های مختلف دارد. در خبرگزاری فارس تأکید بیشتر بر مواردی نظیر افزایش تولید در صنعت کشاورزی و تولید مواد غذایی، افزایش تولید در صنعت خودرو و بهبود وضعیت زیرساخت‌های کشور است. برای خبرگزاری ایسنا توسعه فناوری در حوزه تولید و برای خبرگزاری فارس افزایش تولید در صنایع سنتی از اولویت بیشتری برخوردار بوده اند.

بهبود صادرات و واردات با کشورهای هم پیمان در هر دو خبرگزاری فارس و ایسنا کمترین پوشش را داشته است، با وجود این در خبرگزاری ایسنا (۵ درصد) بیشتر از خبرگزاری فارس (۳ درصد) به این مقوله پرداخته شده است. در هر دو خبرگزاری به صادرات کالاهای بیشتر از واردات کالا اشاره شده است. اما خبرگزاری ایسنا به نسبت خبرگزاری فارس پوشش بیشتری از واردات کالا داشته است. خبرگزاری ایسنا بیشتر به صورت کالا محور (نظیر چای، زعفران، سیب، فرش، پسته، برنج، موز) و با اشاره به اینکه صادرات و یا واردات چه کالایی به کدام کشورها و به چه ميزانی بوده است اخبار این حوزه را پوشش داده است. در مقایسه، خبرگزاری فارس بیشترین تأکید را به میزان صادرات و یا واردات از یک کشور خاص داده است و در بیشتر موارد به مواد خام نفتی و صنعتی اشاره کرده است.

اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم، اشاره به اخباری دارد که اتفاقات و رویدادهای مثبتی که به صورت مستقیم بر زندگی مردم مؤثر هستند را بیان می‌کنند. طیف متنوعی از اخبار در این زمینه قرار می‌گیرند که از آن جمله می‌توان به واریز یارانه و سهام عدالت، اختصاص وام مسکن، ازدواج و فرزندآوری به اقشار نیازمند، ارائه تسهیلات برای خرید خودرو، ارائه برخی از اقلام خوراکی مورد نیاز مردم با قیمت مصوب و ارائه پاداش به خانواده‌های کم‌مصرف در زمینه برق و اشاره کرد. اخبار متمرکز بر زندگی روزمره مردم، در اکثر موارد، اخباری را شامل می‌شود که تأثیر ملموسی بر وضعیت اقتصادی مردم ندارند، با وجود این پوشش دو خبرگزاری مذکور از این اخبار به صورتی است که این تصور را در مخاطبان ایجاد می‌کند که با ارائه این خدمات و مزایا وضعیت اقتصادی مردم تغییر خواهد کرد. برای نمونه پوشش اخبار در زمینه پرداخت یارانه و سهام عدالت از این موارد است. یارانه و سهام عدالتی که به مردم پرداخت می‌شود تنها بخش اندکی از نیازهای اقتصادی آنها را برآورده می‌کند و تأثیر چندانی بر بهبود وضعیت زندگی آنها ندارد. بخش دیگری از اخبار مثبتی که در خبرگزاری‌ها به آنها اشاره می‌شود شامل ارائه تسهیلاتی است که تنها افراد اندکی امکان استفاده آن را دارند. برای نمونه تسهیلات مربوط به وام مسکن و یا ثبت نام در سامانه یکپارچه خرید خودرو از جمله مواردی است که تنها اقشار محدودی از جامعه توانایی پرداخت اقساط آنها را دارند. با اینکه پرداخت وام مسکن، ازدواج و فرزندآوری به عنوان اخبار مثبت اقتصادی مطرح شده‌اند، اما به بهره‌های سنگین بانکی‌ای که این وام‌ها دارند اشاره نشده است و همین باعث شده است که پوشش این اخبار تنها یک راه برای دادن رضایت به جامعه باشد. تنها تعداد بسیار معدودی از این اخبار یعنی مواردی که به ارائه برخی از اقلام خوراکی مورد نیاز مردم با قیمت مصوب اشاره دارند تأثیر ملموسی بر زندگی همه افراد جامعه دارند که معمولاً تعداد این نوع از اخبار اندک است. بنابراین، در خبرگزاری‌های ایسنا و فارس اخباری به عنوان اتفاقات مطلوب اقتصادی مؤثر بر زندگی روزمره مردم پوشش داده شده است، که یا تنها زندگی اقشار اندکی از جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند و یا اینکه تأثیر این نوع از اخبار بر زندگی عموم مردم محدود است، مانند اخبار مرتبط با واریز یارانه و سهام عدالت. این مقوله خبری در خبرگزاری ایسنا پوشش بیشتری داشته است به حدی که رتبه یک را در میان چهار مقوله اصلی در مضمون اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی دارد. این گونه اخبار در خبرگزاری فارس رتبه دوم را داشته و پوشش محدودتری دارد. به نظر می‌رسد خبرگزاری ایسنا به دنبال ارائه اخبار مثبتی مؤثر بر زندگی روزمره مردم است تا از این طریق بتواند تصویری مطلوب از وضعیت اقتصادی جامعه ارائه دهد.

ب- اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران

این مضمون اشاره به رویدادها و تحولات اقتصادی در عرصه بین‌الملل دارد که به نفع کشور ایران و کشورهای هم‌پیمان آن است. این اتفاقات می‌توانند باعث شوند وضعیت اقتصادی کشور ایران در شرایط بهتری قرار بگیرد. این مضمون از دو مقوله اصلی تشکیل شده است که شامل انعقاد پیمان‌های اقتصادی با کشورهای خارجی و بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم‌پیمان ایران در عرصه بین‌الملل می‌شود. این مضمون که به فعالیت‌های اقتصادی در عرصه بین‌الملل اشاره دارد در خبرگزاری فارس بازتاب بیشتری از خبرگزاری ایسنا داشته است، به حدی که اخبار مرتبط با این مضمون در خبرگزاری فارس سهم ۲۴ درصدی و در خبرگزاری ایسنا سهم ۱۶ درصدی از میانگین کل اخبار اقتصادی را به خود اختصاص داده‌اند.

انعقاد پیمان‌های اقتصادی با کشورهای خارجی اشاره به مراودات اقتصادی کشور ایران با کشورهای خارجی دارد که مواردی نظیر انعقاد پیمان‌های مشترک در عرصه اقتصادی با کشورهای خارجی، جلسات مشترک با سران کشورهای دیگر به منظور افزایش مبادلات اقتصادی و حضور در مجامع بین‌المللی اقتصادی را شامل می‌شود. این مقوله در هر دو خبرگزاری ایسنا و فارس تقریباً به یک میزان پوشش داده شده است و حدود ۱۳ درصد از کل اخبار اقتصادی را شامل می‌شود. هر دو خبرگزاری با انتشار اخباری از گسترش همکاری‌های اقتصادی

ایران با کشورهای خارجی در تلاش هستند تصویری مثبت از وضعیت اقتصادی ایران در عرصه بین الملل ارائه دهند. مطالعه اخبار منتشر شده نشان می‌دهد که بیشتر کشورهایی که ایران با آنها در عرصه بین الملل مراودات اقتصادی دارد کشورهایی هستند که از نظر اقتصادی و در سطح جهانی در رده کشورهای پر قدرت به شمار نمی‌روند و ارتباط با آنها تأثیر چندانی بر وضعیت اقتصادی ایران ندارند. بیشتر این کشورها در نیمکره جنوب جهان و در قاره‌های آسیا، آمریکای لاتین و آفریقا قرار دارند و در رده کشورهای کمتر توسعه یافته طبقه بندی می‌شوند. از جمله کشورهایی که ارتباط اقتصادی با آنها در این دو خبرگزاری برجسته شده است موارد سوریه، عراق، عربستان، اندونزی، برزیل، ونزوئلا، ازبکستان، صربستان، نیکاراگوئه، امارات، عمان و سنگال هستند. بجز کشورهای مذکور تأکید بر ارتباط اقتصادی ایران با دو کشور اصلی چین و روسیه از جمله مواردی است که در هر دو خبرگزاری مکرر به آن اشاره شده است. پوشش اخبار مربوط به همکاری اقتصادی با کشورهای کمتر توسعه یافته که در اقتصاد جهانی تأثیر چندانی ندارند را می‌توان نوعی امید آفرینی دانست که تنها به دنبال ارائه این تصویر است که ایران در عرصه بین المللی منزوی نیست و هم پیمانی دارد.

بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل اشاره به این دارد که کشورهای هم پیمان با کشور ایران نظیر چین و روسیه در اقتصاد جهانی به ابر قدرت تبدیل شده‌اند و توانایی تأثیر آنها در عرصه بین الملل افزایش یافته است. در این مقوله به مواردی نظیر رشد اقتصادی چین و روسیه، وابستگی اقتصاد کشورهای توسعه یافته به چین و روسیه، دلارزدایی از اقتصاد جهانی و معامله با ارزهای جایگزین و قدرت گرفتن نهادهای بین المللی هم پیمان با کشور ایران نظیر بریکس و اتحادیه اقتصادی اوراسیا در عرصه بین الملل اشاره شده است. اخبار مرتبط با مقوله بهبود وضعیت اقتصادی کشورهای هم پیمان ایران در عرصه بین الملل در خبرگزاری فارس ۱۰ درصد و در خبرگزاری ایسنا ۳ درصد پوشش داشته است. این مقایسه بیانگر پوشش سه برابری این اخبار در خبرگزاری فارس است. تأکید خبرگزاری فارس بر پوشش این اخبار بدین منظور است که نشان دهد از قدرت اقتصادی ابر قدرت‌هایی نظیر آمریکا و کشورهای غربی در عرصه بین الملل کاسته شده است و کشورهای چین و روسیه به عنوان جایگزین آنها قطب‌های اقتصادی جدیدی را تعریف کرده‌اند. این کشورها با هم پیمانی که در عرصه بین الملل دارند در تلاش هستند تا از نفوذ آمریکا و کشورهای غربی در عرصه اقتصاد بین الملل بکاهند و این با در پیش گرفتن سیاست‌های مختلفی نظیر دلارزدایی از معاملات اقتصادی و استفاده از ارزهای جایگزین نظیر یوان چین و تقویت سازمان‌هایی نظیر بریکس و اتحادیه اقتصادی اوراسیا میسر شده است.

ج- اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی

این مضمون اشاره به رخدادها و تحولاتی در اقتصاد داخلی دارد که تأثیر منفی‌ای بر اقتصاد به صورت کلان و زندگی روزمره مردم به طور خاص دارند. از بین چهار مضمون مطرح شده تنها مضمونی که به دنبال ارائه تصویر مثبتی از شرایط اقتصادی ایران نیست، تنها این مضمون است که در خبرگزاری ایسنا ۲۰ درصد و در خبرگزاری فارس ۱۴ درصد از کل اخبار را به خود اختصاص داده است. در خبرگزاری فارس در بین چهار مضمون اصلی این مضمون در رده چهارم قرار می‌گیرد و کمترین پوشش خبری را به خود اختصاص داده است، بنابراین خبرگزاری فارس از پوشش اخباری که تصویری منفی از وضعیت اقتصادی جامعه ارائه می‌دهند اجتناب می‌کند. در خبرگزاری ایسنا این مضمون دومین پوشش خبری را در بین چهار مضمون اصلی به خود اختصاص داده است. این نکته نشان می‌دهد، علی‌رغم تأکید خبرگزاری ایسنا بر پوشش اخبار مثبت اقتصادی اما پوشش اخبار منفی نیز در این رسانه بیشتر از خبرگزاری فارس است. این مضمون از دو مقوله اصلی تشکیل شده است که شامل مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه و تخلف اقتصادی و همدار در زمینه کلاه برداری مالی می‌شود.

مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی جامعه اشاره به اخبار منفی ای دارد که وضعیت نامناسب اقتصادی جامعه و تأثیر آن بر زندگی روزمره مردم را مورد تأکید قرار می دهند. در این مقوله تورم و گرانی به عنوان اصلی ترین مسئله جامعه مطرح شده و به دنبال آن به مواردی نظیر عدم حمایت از مردم و مشاغل از سوی نهادهای ذی ربط و چالش هایی که در زندگی مردم به وجود آمده اند، اشاره شده است. این مقوله در خبرگزاری ایسنا ۱۲ درصد و در خبرگزاری فارس ۷ درصد پوشش خبری داشته است. مسئله اصلی در شیوه پوشش اخبار منفی در حوزه اقتصاد داخلی این است که شیوه بیان این اخبار خنثی و بی طرف بوده و به صورتی است که از بار منفی خبر می کاهد. در برخی از موارد نیز این نوع از اخبار از زبان نمایندگان مجلس که به صورت تذکر و تقاضا از نهادهای ذی ربط است، منتشر شده اند. بنابراین، حتی هنگامی هم که رسانه ها اخبار منفی را پوشش می دهند در تلاش هستند که آنها را به صورتی بیان کنند که کمترین تأثیر منفی را بر اذهان عمومی داشته باشد.

تخلف اقتصادی و هشدار در زمینه کلاه برداری مالی شامل اخباری است که تخلف هایی که در حوزه اقتصاد رخ می دهند و هشدارهای نهادهای ذی ربط در مورد کلاه برداری مالی را بیان می کنند. این مقوله مواردی نظیر عدم پرداخت مالیات از سوی مردم، اجاره خانه بالا از سوی مالکان خانه ها، تخلفات شرکت ها و نهادهای رسمی و گران فروشی را در بر می گیرد. همانطور که مشخص است در بیشتر موارد این تخلفات و هشدارها افراد جامعه را هدف قرار داده اند و آنها را درگیر مشکلات اقتصادی نظیر افزایش اجاره مسکن، گران فروشی و یا تخلفات مالی دیگر دانسته اند. این در حالی است که سهم اصلی اداره اقتصاد در کشور ایران برعهده دولت است. تخلفات مربوط به نهادهای رسمی به مواردی نظیر تخلفات بانک ها و شرکت های خودرو اشاره دارند که به صورت محدود به آنها اشاره شده است. در این مقوله فساد اقتصادی، اختلاس و انواع رانت ها و مشکلات دیگری که اقتصاد کشور ایران با آنها درگیر است پوشش خبری نداشته اند. بنابراین، عامل اصلی تخلف در عرصه اقتصاد مردم و سازمان های خرد اقتصادی معرفی شده اند و از تخلفات نهادهای رسمی و بزرگ که مسئولیت های عمده ای در اقتصاد کلان کشور بر عهده دارند سخنی به میان نیامده است. این اخبار در هر دو خبرگزاری به یک میزان و حدود ۷ درصد پوشش داشته اند. پوشش خبری تخلف و کلاهبرداری اقتصادی در خبرگزاری فارس با پوشش خبری اقتصادی منفی اقتصادی یکسان است. در خبرگزاری ایسنا نیز اخبار منفی اقتصادی تنها چهار درصد بیشتر پوشش داشته است. این نکته بیانگر این است که مخاطب بخش عمده ای از مشکلات اقتصادی کشور مردم در نظر گرفته شده اند.

د- اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی

این مضمون اشاره به وضعیت منفی اقتصادی در کشورهای ابرقدرت نظیر آمریکا، کشورهای غربی و سایر کشورهای توسعه یافته دارد و مقوله مرتبط با آن نیز مطلوب نبودن وضعیت اقتصادی کشورهای خارجی است. این مضمون در خبرگزاری فارس ۱۹ درصد و در خبرگزاری ایسنا ۱۰ درصد از کل اخبار را به خود اختصاص داده است. می توان گفت خبرگزاری فارس دو برابر خبرگزاری ایسنا به بازنمایی منفی از اقتصاد جهانی گرایش دارد. این مقوله از مواردی نظیر اشاره به تورم و گرانی، ورشکستگی بانک ها، گرانی مواد غذایی و گسترش فرق و بیکاری در آمریکا، اسرائیل و کشورهای غربی_نظیر آلمان، فرانسه، هلند، انگلیس، سوئیس_ تشکیل شده است. در این مقوله در هر دو خبرگزاری، وضعیت منفی اقتصادی کشور آمریکا و چالش هایی که این کشور در این حوزه با آنها گریبان گیر است از پوشش گسترده ای برخوردار است. توجه به این مقوله از این نظر واجد اهمیت است که اخبار منفی مرتبط با اقتصاد کشورهای خارجی می توانند پیامدهای مثبتی برای مردم در داخل کشور به همراه داشته باشند، زیرا این انگاره را برای مخاطبان ایجاد می کنند که اوضاع اقتصادی نامناسب خاص ایران نیست، بلکه در کشورهای غربی و به ویژه کشورهای توسعه یافته نیز شرایط به همین صورت است و آنها نیز با مشکلات اقتصادی متعددی مواجه هستند.

۵. بحث و نتیجه گیری

ایدئولوژی می تواند نقش مهمی در نحوه ارائه و تفسیر اخبار اقتصادی داشته باشد. اخبار اقتصادی را می توان به روش های مختلفی دارای سوگیری های ایدئولوژیک کرد. ایدئولوژی با چارچوب بندی اخبار اقتصادی زمینه را برای تحریف اخبار فراهم می کند. اخبار اقتصادی به شیوه ای در خبرگزاری های فارس و ایسنا قالب بندی می شوند که بتوانند بر نحوه درک مخاطبان تأثیر مورد نظر گردانندگان این دو رسانه را بگذارند. خبرگزاری ها ممکن است اخبار اقتصادی را به گونه ای تنظیم کنند که از دیدگاه ایدئولوژیک آنها حمایت کند، مثلاً یک تغییر سیاست را بسته به وابستگی سیاسی خود مثبت یا منفی نشان دهند. برای نمونه پیمان اقتصادی بین کشورهای چین و روسیه و استفاده از یوان چین به جای دلار در مبادلات بین دو کشور به صورتی چارچوب بندی شده است که تصویری مثبت از وضعیت اقتصاد بین الملل ارائه دهد. این مسئله به نوعی بازنمایی شده است که بیانگر دلارزدایی از اقتصاد بین الملل، کاهش سلطه آمریکا و شکل گیری قطب های اقتصادی جدید با محوریت چین و روسیه باشد که محتمل است به سالهای طولانی ابرقدرتی آمریکا از نظر اقتصادی پایان دهند.

یک بخش دیگر از ساز و کاری که خبرگزاری های فارس و ایسنا برای چارچوب بندی سوگیرانه اخبار اقتصادی به کار بسته اند به گزینش انتخابی است. این خبرگزاری های، در دوره مورد مطالعه، فقط داده ها و اطلاعات اقتصادی ای را پوشش دادند که از دیدگاه ایدئولوژیک آنها حمایت می کرد. اطلاعاتی را که با این دیدگاه در تضاد بود یا در حاشیه قرار گرفته و یا به صورت کلی نادیده گرفت شده است. برای نمونه دو خبرگزاری مذکور به ارائه تصویر مثبت از وضعیت اقتصادی جامعه گرایش داشتند و داده های مربوط به اخبار منفی اقتصادی را یا اصلاً پوشش نمی دادند، یا کم اهمیت پوشش می دادند و یا با لحن و شیوه ای گزارش می دادند که از بار منفی خبر کاسته شود. با توجه به پوشش اندک اخبار منفی اقتصاد داخلی، لحن خنثی در مورد پوشش اخبار منفی اقتصادی و مسئول دانستن مردم و نهادهای خرد در تخلف های اقتصادی در دو خبرگزاری فارس و ایسنا را اینگونه می توان نتیجه گیری کرد که گردانندگان دو خبرگزاری به دنبال این هستند که نشان دهند اخبار منفی یا وجود ندارند و یا اگر هم در مواردی اندک نظیر تخلف اقتصادی وجود دارند سودجویی برخی از مردم باعث آن شده است. بنابراین، خبرگزاری ها همچنین ممکن است جزئیات یا زمینه های مهمی را که می تواند بر تفسیر اخبار اقتصادی تأثیر بگذارد، حذف کنند. این امر می تواند منجر به تصویری نادرست از وضعیت اقتصادی جاری شود.

به پیروی از ایگلتن (۱۳۸۱) اشاره به این نکته ضروری است که عملکرد ایدئولوژی در حوزه اخبار اقتصادی به این صورت است که سعی می کند اخبار را به صورتی چارچوب بندی کند که آن قدر واقعی به نظر برسند که زمینه ای را فراهم کنند که بر پایه آن افراد بتوانند هویتی یکدست داشته باشند. «ایدئولوژی ها با وجود از هم گسیختگی های خود می بایست به تابعان خود روایتی از واقعیت اجتماعی را انتقال دهند که آن قدر واقعی باشد که نتوان به سادگی آن را نادیده گرفت» (ایگلتن، ۱۳۸۱: ۴۰). بنابراین، همانطور که شیوه چارچوب بندی اخبار در خبرگزاری های فارس و ایسنا نشان می دهد، چهار مضمون اصلی اتفاقات مثبت در عرصه اقتصاد داخلی، اتفاقات مثبت در عرصه روابط بین الملل به نفع ایران، اتفاقات منفی در اقتصاد داخلی و اتفاقات منفی اقتصادی در اقتصاد کشورهای خارجی، مهم ترین مضامینی هستند که مجموعه ای از اخبار به ظاهر غیرمرتبط را به منظور ارائه یک روایت کلان از وضعیت اقتصادی جامعه در کنار یکدیگر قرار می دهد. در ارائه تصویر مثبت از وضعیت اقتصادی جامعه از یک سو به بهبود وضعیت اقتصاد داخلی و همکاری های بین المللی با کشورهای هم پیمان اشاره شده است و از سوی دیگر با ارائه تصویر منفی از وضعیت اقتصادی سایر کشورها و به ویژه کشورهای ابرقدرت غربی تلاش شده است که این انگاره برای مردم ایجاد شود که در همه نقاط جهان شرایط اقتصادی مردم نامطلوب است و تنها مردم ایران نیستند که مشکلات اقتصادی زندگی آنها را در تنگنا قرار داده است. علاوه بر این همانطور که ذکر شد در ارائه اخبار منفی داخلی نیز از یک سو به برخی تخلف ها و کلاهبرداری های اقتصادی

اشاره شده است که عموم آنها به تخلفات در سطح فردی و خرد اشاره دارند و از سوی دیگر در قالب بندی اخبار منفی اقتصادی از لحن خنثی و بی طرف تری استفاده شده است که کمترین تأثیر را بر مخاطبان بگذارد. بنابراین، نتیجه ای که از این سازوکارهای ایدئولوژیک در زمینه ارائه اخبار اقتصادی حاصل شده است تحریف اخبار اقتصادی است. همانطور که روجک (۱۳۹۰) نشان می دهد تحریف فرهنگی اغلب با ایدئولوژی همراه است، که شامل استفاده از بازنمایی های فرهنگی، ایدئولوژی ها و ساختارهای قدرت برای ایجاد درک تحریف شده یا نادرست از واقعیت است. بنابراین، به نظر می رسد، در هر دو خبرگزاری ایسنا و فارس، رواج چارچوب بندی اخبار منجر به تحریف اخبار اقتصادی شده است.

منابع

- استراوس، آنسلم؛ و کوربین، جولیت ام. (۱۳۹۵). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنايي، رویه ها و شیوه ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ایگلتن، تری. (۱۳۸۱) درآمدی بر ایدئولوژی. ترجمه علی اکبر معصومیگی. تهران: بان.
- بی بی سی فارسی. (۱۴۰۲) بانک مرکزی ایران: تورم ۶ درصد بالاتر از نرخ اعلامی مرکز آمار است. بازیابی شده در تاریخ ۲۷ خرداد ۱۴۰۲: <https://www.bbc.com/persian/articles/c2v8ng34wy2o>
- جعفری، علیرضا. (۱۴۰۲). بررسی وضعیت اقتصاد ایران و چشم انداز آن در سال ۱۴۰۲. بازیابی شده در تاریخ ۲۷ خرداد ۱۴۰۲: <https://mihanblockchain.com/iran-economy-what-it-did-what-it-will-do>
- روجک، کریس. (۱۳۹۰) مطالعات فرهنگی. ترجمه پرویز علوی. تهران: ثانیه.
- زایی زاده، اردشیر؛ و افخمی، حسینعلی. (۱۳۹۲) استفاده از نظریه چارچوب بندی در تبیین اثرات اخبار (مفاهیم و پژوهش ها). پژوهش های ارتباطی، ۲۰(۷۴)، ۱۴۱-۱۴۴.
- شقایق شهری، وحید و ذوالفقاری، صالح. (۱۴۰۱) جریان شناسی اقتصادی ایران بعد از انقلاب اسلامی. بررسی مسائل اقتصاد ایران ۹ (۲) (شماره پیاپی: ۱۸)، ۱۳۳-۱۵۸.
- کوالینا، ووسیچ؛ فالكوفسکی، آندرژ؛ نیومن، بروس ای. (۱۳۹۳) بازاریابی سیاسی: مبانی نظری و راهبردی. ترجمه حمیدرضا عسگری ده آبادی و شهاب طلایی شکری. تهران: کتاب مهریان.
- لیندلف، تامس؛ و تیلور، برایان. (۱۳۸۸). روش تحقیق کیفی در علوم ارتباطات. ترجمه عبدالله گیویان. تهران: همشهری.
- مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی. (۱۴۰۱). بررسی دلایل تفاوت درک مردم از تورم و نرخ تورم رسمی. تهران، دفتر مطالعات اقتصادی، مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی.
- مهدی زاده، سید محمد. (۱۳۹۱) نظریه های رسانه. تهران: همشهری.
- ویندال، سون، بنو سیگنایزر، و جین تی اولسون (۱۳۹۷) کاربرد نظریه های ارتباطات ترجمه علیرضا دهقان: انتشارات علمی فرهنگی
- هانگین، جان. (۱۳۹۳) جامعه شناسی محیط زیست. ترجمه صادق صالحی. تهران: سمت.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of communication*, 43(4).
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288.
- Wilkinson, D., & Birmingham, P. (2003). Using research instruments: A guide for researchers. Psychology Press.