

Research Paper

The Iranian Government's Media Policy Toward Mainstream Media During the COVID-19 Crisis: An Analysis of Field Journalists' Perspectives

Mansour saei¹

Abstract

Problem Statement:

The COVID-19 pandemic, as one of the most significant public health crises of the century, affected multiple dimensions of social life and substantially intensified the role of media—particularly mainstream media—in public information dissemination. Governments and political systems pursued a range of policies toward mainstream media to manage the crisis and shape public opinion (Garfin, Silver, & Holman, 2010). However, these policies were often accompanied by challenges, including constraints on media freedom, reduced transparency, and unintended consequences for public trust.

In countries such as Germany and New Zealand, governments pursued relatively transparent communication strategies, which contributed to higher levels of public trust in governmental decision-making (Bavel et al., 2020). In China, during the early stages of the outbreak, information about the severity and spread of the virus was subject to extensive censorship (Depoux et al., 2020). In the United States, inconsistent messaging by different officials regarding health measures and mask use generated public confusion and reduced compliance with guidelines (Moghadas et al., 2020).

In Iran, communication policy during successive crises—including the COVID-19 pandemic—emerged as a critical issue. In late February 2020, when the outbreak was officially announced, the Iranian government and mainstream media were still grappling with the aftermath of several major crises from the same year: widespread

¹ Assistant Professor at Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS); Email: m.saei@ihcs.ac.ir

floods during the Persian New Year, political and social unrest in November, and the Ukrainian plane crash in January. The emergence of COVID-19 shortly thereafter created a compounded crisis environment. The government was also accused of delaying the announcement of the outbreak due to concerns about reduced electoral participation.

Existing studies suggest that during the COVID-19 crisis, media policies in Iran did not fully meet public expectations. Limited transparency in the early stages, the dissemination of inaccurate and sometimes contradictory information, and restrictions on publishing certain data facilitated the rapid spread of rumors and misinformation. Despite a substantial body of global scholarship on crisis communication, empirical research examining how government media policies in Iran have shaped the quantity and quality of mainstream media performance remains limited.

Accordingly, the central research question is: What media policies did the Iranian government pursue toward mainstream media during the COVID-19 crisis, and to what extent did these policies shape media performance and agency?

Theoretical Foundations and Conceptual Framework:

Media—both mainstream and social—are key actors in crisis management. Crisis journalism is expected to disseminate accurate, timely, and context-sensitive information, interpret events, counter misinformation, and enhance public accountability (Allan, 2017; Houston et al., 2012).

Beyond information dissemination, media shape public perception through framing processes and can foster empathy, strengthen social resilience, and promote collective hope (Entman, 1993). During crises, media policy becomes a strategic instrument for regulating information flows, maintaining public trust, and coordinating communication among government, media, and citizens.

Crises are inherently characterized by uncertainty; therefore, media policies must ensure the provision of coherent, credible, and actionable information (Friedman, 2021). The COVID-19 pandemic demonstrated the critical importance of coherent media policymaking in countering misinformation, sustaining public trust, and enhancing the effectiveness of public health interventions (WHO, 2021).

Theoretical insights indicate that government media policies during crises—through communication mechanisms, news framing practices, and structural relationships with media—play a decisive role in shaping media agency, the quality of information

dissemination, public trust, and the overall effectiveness of crisis governance. This framework provides an analytical basis for examining Iran's experience during the COVID-19 crisis.

Methodology

This study employs a qualitative case study design to examine the role and lived experiences of Iranian journalists in covering the COVID-19 crisis. The case study approach enables an in-depth exploration of contemporary phenomena within their real-world context.

Data were collected through in-depth semi-structured interviews with journalists. A total of 20 reporters, section editors, and editors-in-chief working in mainstream print and online media participated in the study.

The interview data were collected in 2024. Each interview lasted approximately 60 to 90 minutes and, with participants' consent, was audio-recorded and subsequently transcribed. To ensure confidentiality, participants' identities were anonymized using coded identifiers.

Data analysis was conducted using thematic analysis following Braun and Clarke's six-phase approach, concurrently with data collection.

To assess reliability, intercoder agreement was employed: two independent coders analyzed the data, and agreement was calculated using the PA coefficient. The results indicated an agreement level of 78.5%, exceeding the acceptable threshold of 60%, thereby confirming the reliability of the analysis.

Findings

Data analysis was conducted using MAXQDA software. In the initial phase, 230 primary codes related to government media policy and the role and agency of mainstream media during the COVID-19 crisis were identified. Through a process of constant comparison, these codes were progressively abstracted into higher-order concepts, resulting in 95 concepts.

These concepts were subsequently clustered into broader categories and ultimately organized into five overarching themes and 18 subthemes.

The findings indicate that the core components of the government's media policy during the COVID-19 crisis included: advisory-based warnings and implicit censorship concerning coverage of crisis "red lines"; an instrumental and propagandistic orientation toward mainstream media; information control through confidentiality, concealment, and the dissemination of distorted data; limited access

to and weak accountability of crisis authorities; and a high degree of centralization in communication and media policymaking.

The analysis demonstrates that these policies were not merely ad hoc or reactive measures but reflected a coherent logic of communication governance—one that positioned mainstream media not as independent watchdogs or facilitators of crisis management, but as instruments for controlling the crisis narrative.

This logic was operationalized through a combination of soft pressures (recommendations, warnings, informal contacts), structural constraints (privileged access, unresponsive spokespersons), and authoritarian normative mechanisms. Importantly, censorship in this context did not assume a classic overt form; rather, it operated as “pre-production advisory censorship.” Instead of directly removing content, the policy sought to shape the news production process from the outset. This resulted in a shift of responsibility from formal censorship institutions to journalists themselves, leading to the institutionalization of self-censorship. From a gatekeeping perspective, this reflects a transfer of gatekeeping power from within media organizations to external actors, effectively constraining editorial autonomy.

At the same time, the government’s instrumental and propagandistic approach—particularly through framing the crisis as a “war”—suggests that the primary concern was not public health management, but the preservation of political legitimacy under conditions of uncertainty.

Framing COVID-19 as a “war” and expecting media participation in a “battle of narratives” reduced the role of media from critical and evidence-based reporting to symbolic hope production and emotional mobilization. This communication strategy is inconsistent with the principles of situational crisis communication and effectively shifts the costs of crisis management onto public trust.

The lack of transparency, dissemination of distorted statistics, and restriction of media access to reliable data indicate the dominance of a security-oriented approach to crisis communication. This produced a self-reinforcing cycle: concealment led to distrust, which increased reliance on unofficial sources and intensified the infodemic. Within this cycle, mainstream media were not only unable to counter misinformation effectively, but also lagged behind in the information environment due to structural constraints.

The role of organizational public relations units and unresponsive spokespersons further exacerbated this communication breakdown. Rather than facilitating information flow, public relations mechanisms functioned as instruments of

organizational defense and information blockage, reflecting a limited institutional understanding of crisis communication at the governance level.

Additionally, centralized communication policies and the marginalization of local media weakened the capacity for social persuasion and localized crisis response, reinforcing center–periphery divides in crisis communication.

Overall, the findings suggest that while these media policies may have contributed to short-term message coherence, in the long term they undermined media independence, reduced transparency, and eroded public trust, ultimately constraining the effectiveness of crisis governance. This study demonstrates that without redefining the role of media as a partner in crisis governance, any media policy—even if internally coherent—will ultimately become counterproductive.

Bibliography

- Allan, S. (2017). *Reporting disasters: Famine, aid, politics, and the media*. Polity Press.
- Austin, L., & Jin, Y. (2017). *Social media and crisis communication: Explicating the social-mediated crisis communication model*. Routledge.
- Bavel, J. J. V., Baicker, K., Boggio, P. S., et al. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 460–471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>
- Besley, T., & Prat, A. (2006). Handcuffs for the grabbing hand? Media capture and government accountability. *American Economic Review*, 96(3), 720–736.
- Besley, T., Burgess, R., & Prat, A. (2023). The political economy of media freedom in crisis situations. *Journal of Economic Perspectives*, 37(2), 1–24.
- Boin, A., Stern, E., & Sundelius, B. (2021). *The politics of crisis management: Public leadership under pressure*. Cambridge University Press.
- Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Cagé, J., & Huet, N. (2021). *Saving the media: Capitalism, crowdfunding, and democracy*. Harvard University Press.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2021). *COVID-19 communication toolkit*. CDC.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- Claeys, A. S., & Coombs, W. T. (2020). Organizational crisis communication: Suboptimal crisis response and its consequences. *Journal of Communication Management*, 24(3), 205–221.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176.

- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.
- Coombs, W. T. (2021). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). Sage Publications.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408–415.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3), taaa031. <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*. Palgrave Macmillan.
- European Centre for Disease Prevention and Control. (2021). *Data-driven communication in public health*. ECDC.
- Freedman, D. (2021). *The politics of media policy*. Polity Press.
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-19) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*, 39(5), 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>
- Gesser-Edelsburg, A., Diamant, A., Hijazi, R., & Mesch, G. S. (2020). Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: A controlled experiment. *Health Communication*, 35(14), 1736–1744. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1663465>
- Acharya, A., & Krishnan, K. U. (2021). Media policies of the state in the time of COVID-19. *International Journal of Research–Granthaalayah*, 9(3), 211–220. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i3.2021.3800>
- Haghgoo, J., & Soleimani, G. A. (2020). How Iranian state media confronted the Corona crisis. *Political Science Research Journal*, 15(4), 73–96. doi: 10.22034/ipsa.2020.418 [In Persian]
- Hayek, L. (2024). Media framing of government crisis communication during COVID-19. *Media and Communication*, 12(2), 77–92.
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster news: Framing and the role of journalists in crises. *Journalism Practice*, 6(5), 582–596.
- Knight, M. (2008). Media coverage of the 2008 financial crisis: A case study in agenda-setting. *Journal of Economic Perspectives*, 22(4), 53–68. <https://doi.org/10.1257/jep.22.4.53>

- Liu, B. F., Fraustino, J. D., & Jin, Y. (2020). Social media use during disasters: How information form and source influence intended behavioral responses. *Communication Research*, 47(5), 698–719.
- Malecki, K., Keating, J. A., & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of COVID-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases*, 72(4), 697–702.
- McQuail, D. (2021). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). Sage Publications.
- Mirzaei, A., Kazembeigi, F., Kakaei, H., Jalilian, M., Mazloomi, S., & Nourmoradi, H. (2021). Application of health belief model to predict COVID-19 preventive behaviors among Iranian adults. *Journal of Education and Health Promotion*, 10, 69. https://doi.org/10.4103/jehp.jehp_747_20
- Moghadas, S. M., Vilches, T. N., Zhang, K., Wells, C. R., Shoukat, A., Singer, B. H., ... Galvani, A. P. (2021). The impact of vaccination on COVID-19 outbreaks in the United States. *Clinical Infectious Diseases*, 73(12), 2257–2264. <https://doi.org/10.1093/cid/ciab079>
- Mungiu-Pippidi, A. (2023). Media capture and crisis governance: How illiberal regimes exploit emergencies. *Governance*, 36(1), 45–63.
- Napoli, P. M. (2020). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 460–471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>
- Quarantelli, E. L., & Dynes, R. R. (2022). Disaster, crisis, and social order. *Annual Review of Sociology*, 48, 95–114.
- Reinemann, C., Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2024). The quality of COVID-19 coverage: Investigating relevance and viewpoint diversity in German mainstream and alternative media. *Journalism Studies*, 25(6), 681–702.
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2020). *Crisis and emergency risk communication*. CDC Press.
- Rosenthal, U., & Hart, P. (2022). *Crisis management in turbulent times*. Routledge.
- Schiffrin, A. (2017). *In the service of power: Media capture and the threat to democracy*. Center for International Media Assistance.
- Stiglitz, J. E. (2021). Media capture, inequality, and the erosion of democracy. *Journal of Media Economics*, 34(2), 65–81.
- Taghipour, F., Ashrafi-Rizi, H., & Soleymani, M. R. (2023). Dissemination and acceptance of COVID-19 misinformation in Iran: A qualitative study. *Community Health Equity Research & Policy*, 43(3), 283–291. <https://doi.org/10.1177/0272684X211022155>
- The Lancet COVID-19 Commission. (2021). Task force on public health measures to suppress the pandemic. *The Lancet*, 398(10308), 1181–1182.
- United Nations Development Programme. (2020). *Building trust during COVID-19: A framework for policy action*. UNDP.

- Vasterman, P., & Ruigrok, N. (2013). Pandemic alarm in the Dutch media: Media coverage of the 2009 influenza A (H1N1) pandemic and the role of framing. *European Journal of Communication*, 28(4), 436–453.
- Voltmer, K., & Brants, K. (2016). *Political communication in postmodern democracy: Challenging the primacy of politics*. Palgrave Macmillan.
- World Health Organization. (2020). *Communicating risk in public health emergencies*. WHO Press.
- World Health Organization. (2021). *Infodemic management: Addressing misinformation in health crises*. WHO.
- World Health Organization. (2023). *Health emergency response framework*. WHO.
- Yu, Y. (2024). Crisis framing and legitimacy: Comparative analysis of COVID-19 media coverage in China and the United States. *International Journal of Communication*, 18, 1–23.
- Mohammadi, H. (2008). Media policy-making. *Communication Research*, 15(53), 69-95. doi: 10.22082/cr.2008.24076 [In Persian]



مقاله پژوهشی

سیاست رسانه‌های حاکمیت ایران در قبال رسانه‌های رسمی در بحران کرونا؛ تحلیل دیدگاه‌های روزنامه‌نگاران میدانی در پاندمی کرونا

منصور ساعی^۱

تاریخ دریافت: ۰۴/۷/۱۶، تاریخ نایبید: ۰۴/۹/۳۰

چکیده:

هدف مطالعه حاضر تحلیل نقش سیاست‌های رسانه‌های دولت ایران بر کمیت و کیفیت کنشگری رسانه‌های رسمی در جریان پاندمی کرونا است. روش تحقیق، کیفی مطالعه موردی است و ابزار گردآوری اطلاعات، مصاحبه نیمه‌ساختارمند با ۲۰ نفر از روزنامه‌نگاران ایرانی حاضر در میدان پوشش خبری و محتوایی بحران پاندمی کرونا (۱۳۹۸ تا ۱۴۰۱) بوده است. شیوه تحلیل اطلاعات حاصل از مصاحبه‌ها، روش تحلیل مضمون است. نتایج این مطالعه نشان داد که سیاست‌های دولت به شکل «هشدار و سانسور توصیه‌محور به رسانه‌ها در مورد پوشش خبری خطوط قرمز بحران»، «رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی متولیان بحران به رسانه‌های رسمی»، «محرمانگی اطلاعاتی و پنهان‌سازی خبری و ارائه اطلاعات مخدوش»، «عدم دسترسی و پاسخ‌گویی متولیان بحران» و «مرکزگرایی در سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌های بحران» اعمال می‌شد. این نتایج بیانگر تأثیر مقوله دروازه‌بانی برون‌رسانه‌ای (از سوی نهادها، افراد و بازیگران سیاسی و حکمرانی و ...) و نیز تأثیر عامل فشارهای سیاسی (سانسور، ترس از خائن شمرده‌شدن، اعمال نفوذ و ارعاب از سوی منابع یا نهادهای سیاسی، مقررات‌گذاری، منافع درهم‌تنیده رسانه‌ها، مدیریت اخبار از سوی منابع حکومتی و سیاست‌مداران و مدیریت و دست‌کاری اطلاعات) تحت عنوان سیاست‌های رسانه‌های نظام حکمرانی و همچنین تأثیر حاکم‌بودن نظام هنجاری اقتدارگرا بر فضای رسانه‌های رسمی در ایران بود.

واژه‌های کلیدی: روزنامه‌نگاری بحران، پاندمی کرونا، رسانه‌های رسمی، سیاست رسانه‌ای، دولت ایران

^۱ استادیار پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی m.saei@ihcs.ac.ir

طرح مساله

پاندمی کرونا به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین بحران‌های بهداشتی قرن، ابعاد مختلفی از زندگی جوامع را تحت تأثیر قرار داد و نقش رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های رسمی، در اطلاع‌رسانی عمومی را به شکل بی‌سابقه‌ای پررنگ کرد. نظام‌های سیاسی و دولت‌ها برای مدیریت بحران و هدایت افکار عمومی، به سیاست‌های مختلفی در قبال رسانه‌های رسمی متوسل شدند (گارفین، سیلور و هولمن، ۲۰۱۰). با این حال، این سیاست‌ها اغلب با چالش‌هایی از جمله محدودسازی آزادی رسانه‌ها، کاهش شفافیت اطلاعات و پیامدهای ناخواسته در اعتماد عمومی همراه بود. در کشورهایی مانند آلمان و نیوزیلند، دولت‌ها سیاست‌هایی شفاف برای اطلاع‌رسانی عمومی اتخاذ کردند که منجر به اعتماد بیشتر مردم به تصمیمات دولت شد. آنگلا مرکل، صدر اعظم آلمان، از طریق سخنرانی‌های منظم و ارائه اطلاعات واضح در مورد ویروس و سیاست‌های دولت، توانست اعتماد مردم را بهبود بخشد و نقش رسانه‌ها را در کاهش نگرانی عمومی برجسته کند (باول و همکاران، ۲۰۲۰). در چین، در ابتدای شیوع ویروس، اطلاعات مربوط به شدت و گستردگی بیماری به‌طور گسترده سانسور شد. برخی از پزشکان و کادر درمانی که سعی داشتند هشدار دهند، با محدودیت‌های جدی مواجه شدند. به‌عنوان مثال، دکتر لی ون‌لیانگ یکی از اولین کسانی بود که درباره شیوع بیماری هشدار داد، اما به‌خاطر افشای اطلاعات بازداشت شد. این مسئله منجر به گسترش شایعات و تردید مردم نسبت به اطلاعات رسمی شد و در نهایت بی‌اعتمادی نسبت به دولت و رسانه‌های رسمی را افزایش داد (دپاکس و همکاران، ۲۰۲۰). در ایالات متحده، پیام‌های متناقض از سوی مقامات مختلف درباره اقدامات بهداشتی و ماسک‌زدن منجر به سردرگمی و عدم رعایت دستورالعمل‌ها توسط مردم شد. این عدم هماهنگی نه‌تنها در کاهش موارد ابتلا مؤثر نبود، بلکه بر اعتماد مردم به سیاست‌های بهداشتی نیز تأثیر منفی گذاشت. برخی ایالت‌ها به‌دلیل عدم تطابق با سیاست‌های فدرال، دستورات متفاوتی صادر کردند و این امر باعث سردرگمی بیشتر شد (مقدس و همکاران، ۲۰۲۰).

در ایران نیز سیاست اطلاع‌رسانی در بحران‌های مختلف، از جمله بحران پاندمی کرونا، به یک مسئله تبدیل شده بود؛ زیرا در اواخر بهمن‌ماه ۱۳۹۸ که به‌طور رسمی شیوع کرونا در ایران اعلام شد، نظام حکمرانی و رسانه‌های رسمی ایران با فاصله کمی از تجربه حوادث بحرانی آن سال، یعنی سیل گسترده شمال و جنوب کشور در نوروز، ناآرامی‌های سیاسی و اجتماعی آبان‌ماه و سقوط هواپیمای اوکراینی در دی‌ماه، در اواخر بهمن‌ماه با بحرانی جدید و فراگیر کرونا مواجه

شدند و حتی دولت وقت متهم بود که به‌خاطر نگرانی از کاهش مشارکت مردم در انتخابات، شیوع کرونا را دیرتر اعلام کرده بود. برخی از مطالعات نشان می‌دهد که در دوران بحران کرونا، سیاست‌های رسانه‌ای در ایران نتوانستند به‌طور کامل انتظارات عمومی را برآورده کنند. کمبود شفافیت در مراحل اولیه بحران، عدم ارائه اطلاعات دقیق و گاه متناقض، و محدودیت‌هایی که برای انتشار برخی اطلاعات وجود داشت، باعث شد شایعات و اطلاعات غلط به‌سرعت در میان مردم گسترش یابد. به‌عنوان مثال، در آغاز شیوع ویروس، اطلاعات دقیقی درباره میزان گسترش بیماری و خطرات آن منتشر نشد و این موضوع منجر به کاهش اعتماد عمومی نسبت به منابع رسمی اطلاعاتی شد. این مسئله باعث شد مردم به سمت منابع نامعتبر و شبکه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات حرکت کنند که خود به انتشار اطلاعات نادرست و سردرگمی بیشتر انجامید (میرزایی و همکاران، ۲۰۲۱). با وجود مطالعات گسترده در زمینه ارتباطات بحران در عرصه جهانی، اما در ایران تحقیقاتی که به بررسی و تحلیل سیاست‌های رسانه‌ای دولت بر کمیت و کیفیت کنشگری رسانه‌های رسمی بپردازد، محدود است. لذا مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که نظام حکمرانی ایران در دوره بحران کرونا در مواجهه با رسانه‌های رسمی چه سیاست‌های رسانه‌ای را در پیش گرفته است و این سیاست‌ها تا چه اندازه بر عملکرد و کنش رسانه‌های رسمی در آن دوره اثر گذاشته است؟ بررسی نقش سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها در هدایت کنشگری رسانه‌ها به ما کمک می‌کند تا تأثیر این سیاست‌ها بر اعتماد عمومی و کیفیت اطلاع‌رسانی را بهتر درک کنیم. نتایج این پژوهش می‌تواند به دولت‌ها و فعالان رسانه‌ای کمک کند تا به استراتژی‌هایی دست یابند که هم به شفافیت و استقلال رسانه‌ها احترام بگذارد و هم کنترل لازم بر محتواهای مضر را تضمین کنند. برای تحلیل سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌ای دولت ایران در دوره پاندمی کرونا، به بررسی تجربه و روایت روزنامه‌نگارانی می‌پردازیم که در رسانه‌های رسمی در میدان بحران کرونا به کنشگری، پوشش خبری و تولید و انتشار محتوا مشغول بودند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف بحران و مدیریت بحران: بحران مفهومی چندبعدی و پویاست که به رویدادهایی ناگهانی، بی‌ثبات‌کننده و تهدیدکننده اطلاق می‌شود و مستلزم تصمیم‌گیری سریع در شرایط عدم قطعیت است. بوین و همکاران (۲۰۲۱) بحران را وضعیتی می‌دانند که تعادل سازمان یا نظام

حکمرانی را برهم زده و اهداف بنیادین آن را تهدید می‌کند. این تعریف بر ابعاد سازمانی و حکمرانی بحران و ضرورت واکنش فوری تأکید دارد.

مدیریت بحران به مجموعه تصمیم‌ها، اقدامات و کنش‌هایی اطلاق می‌شود که دولت‌ها، سازمان‌ها یا رهبران آن‌ها برای پیشگیری از بحران، کاهش آسیب‌ها و بازگرداندن نظم پس از بحران اتخاذ می‌کنند (باندی و دیگران، ۲۰۱۷). کومبز (۲۰۲۱) مدیریت بحران را فرایندی راهبردی برای پیشگیری یا کاهش خسارات و تضمین تداوم سازمان می‌داند و بر نقش حیاتی اعتماد و ارتباط با ذی‌نفعان تأکید می‌کند. بوین و همکاران (۲۰۲۱) نیز مدیریت بحران را بخشی جدایی‌ناپذیر از حکمرانی می‌دانند که برای مواجهه با تهدیدات پیچیده و پویا طراحی شده است. در مجموع، بحران نه فقط یک رویداد، بلکه فرایندی است که مدیریت آن نیازمند سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و ارتباطات مؤثر در سطوح مختلف حکمرانی است.

نقش رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری در مدیریت بحران: ارتباطات، هسته و عنصر بنیادین

مدیریت بحران است. در تمام مراحل بحران (پیش از بحران، حین بحران و پس از آن) ارتباطات بحران نقش تعیین‌کننده‌ای در کاهش آسیب‌ها، هدایت افکار عمومی و بازسازی اعتماد دارد (کومبز، ۲۰۲۲). پیش از بحران، ارتباطات بر شناسایی نشانه‌ها، پیشگیری، آمادگی و افزایش تاب‌آوری ذی‌نفعان متمرکز است. در حین بحران، اطلاع‌رسانی سریع، شفاف و مؤثر، مدیریت شایعات، تعیین سخنگو و پاسخ‌گویی عمومی اهمیت می‌یابد. پس از بحران نیز ارزیابی عملکرد، اطمینان از پایان بحران و بازسازی تصویر سازمان یا دولت در دستور کار قرار می‌گیرد. در شرایط بحران، نیاز جامعه به اطلاعات دقیق، به‌موقع و قابل اعتماد به‌مراتب بیش از شرایط عادی است. دسترسی شهروندان به اطلاعات درست، در زمان درست و در قالب مناسب، نقش مستقیمی در تنظیم رفتارهای فردی و جمعی دارد (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۲۱).

رسانه‌ها، اعم از رسانه‌های رسمی و رسانه‌های اجتماعی، یکی از بازیگران اصلی مدیریت بحران‌اند. روزنامه‌نگاری بحران وظیفه دارد اطلاعات معتبر و متناسب با شرایط را منتشر کند، به تفسیر رویدادها بپردازد، از گسترش اطلاعات نادرست جلوگیری کند و پاسخ‌گویی مقامات را تقویت نماید (آلن، ۲۰۱۷؛ هیوستون و همکاران، ۲۰۱۲). رسانه‌ها علاوه بر اطلاع‌رسانی، از طریق چارچوب‌بندی اخبار بر ادراک عمومی اثر می‌گذارند و می‌توانند به ایجاد همدلی، تقویت تاب‌آوری اجتماعی و امید جمعی کمک کنند (انتمن، ۱۹۹۳). همچنین رسانه‌ها در بسیج منابع، پوشش امداد رسانی (رینولدز و سیگر، ۲۰۲۰) و مقابله با اطلاعات نادرست از طریق راستی‌آزمایی

و انتشار داده‌های معتبر نقش کلیدی دارند(سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۲۱). در دنیای متصل امروز، رسانه‌های سنتی و دیجیتال به یکی از ارکان پاسخ‌گویی شفاف و مؤثر به بحران‌ها تبدیل شده‌اند.

سیاست‌گذاری رسانه‌ای در بحران‌ها: سیاست‌گذاری رسانه‌ای مجموعه‌ای از اصول، هنجارها و راهبردهای کلان است که هدایت نظام رسانه‌ای را در راستای اهداف نظام حکمرانی تعیین می‌کند(محمدی، ۱۳۸۷). مک‌کوئیل(۲۰۲۱) سیاست‌گذاری رسانه را چارچوب‌هایی می‌داند که اهداف نظام رسانه‌ای و نحوه عملکرد سازمان‌های رسانه‌ای را مشخص می‌سازد و بر منافع عمومی و تحولات فناوری تأکید دارد. ناپولی(۲۰۲۰) نیز سیاست‌گذاری رسانه‌ای را فرایندی می‌داند که دسترسی، تنوع و پاسخ‌گویی رسانه‌ها را تنظیم کرده و مشارکت دموکراتیک را تقویت می‌کند. در زمان بحران، سیاست رسانه‌ای به ابزاری راهبردی برای تنظیم جریان اطلاعات، حفظ اعتماد عمومی و هماهنگ‌سازی ارتباط میان دولت، رسانه‌ها و مردم تبدیل می‌شود. بحران‌ها با عدم قطعیت همراه‌اند و در چنین شرایطی، سیاست‌های رسانه‌ای باید اطلاعات منسجم، معتبر و عملی را تضمین کنند(فریدمن، ۲۰۲۱). همه‌گیری کووید-۱۹ نشان داد که سیاست‌گذاری رسانه‌ای منسجم تا چه اندازه برای مقابله با اطلاعات نادرست، حفظ اعتماد عمومی و موفقیت سیاست‌های بهداشتی حیاتی است(سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۲۱). عناصر کلیدی سیاست رسانه‌ای در بحران‌ها شامل موارد زیر است:

- مرجعیت متمرکز ارتباطی برای جلوگیری از پیام‌های متناقض (سازمان جهانی بهداشت، ۲۰۲۰)
 - اطلاع‌رسانی شفاف و به‌موقع برای پیشگیری از شایعات (پنیکوک و همکاران، ۲۰۲۰)
 - استراتژی ارتباطات چندکاناله برای دسترسی به گروه‌های مختلف جامعه (CDC، ۲۰۲۱)
 - مقابله فعال با اطلاعات نادرست از طریق پایش و راستی‌آزمایی (لنست، ۲۰۲۱)
 - ارتباطات همدلانه و حساس به تفاوت‌های فرهنگی (گسر ادلسبرگ و همکاران، ۲۰۲۰)
 - اتکا به داده‌های علمی و ارتباطات مبتنی بر شواهد (ECDC، ۲۰۲۱)
 - ارتباطات دوسویه با مردم برای دریافت بازخورد و افزایش اعتماد (UNDP، ۲۰۲۰)
- این سیاست‌ها، در مجموع، ظرفیت نظام‌های حکمرانی را برای مدیریت مؤثر بحران افزایش می‌دهند.

نظریه‌های تبیین‌کننده سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها در بحران

نظریه ارتباطات بحران موقعیت‌مند کومبز: نظریه ارتباطات بحران موقعیت‌مند (SCCT) توضیح می‌دهد که راهبردهای ارتباطی دولت یا سازمان باید متناسب با نوع بحران و میزان مسئولیت‌پذیری آن‌ها انتخاب شود (کومبز، ۲۰۰۷؛ کومبز و هولادی، ۲۰۱۲). این نظریه سه خوشه بحران را معرفی می‌کند:

خوشه قربانی: دولت یا جامعه قربانی بحران غیرقابل پیش‌بینی است؛ سیاست رسانه‌ای باید بر همدلی و اطلاع‌رسانی شفاف متمرکز شود (لیو و همکاران، ۲۰۲۰).

خوشه حادثه‌ای: بحران ناشی از خطای ناخواسته است؛ پذیرش نسبی مسئولیت و ارائه توضیحات فنی ضروری است (کلایز و کومبز، ۲۰۲۰). خوشه قابل پیشگیری: بحران نتیجه اهمال یا سوءمدیریت است؛ پذیرش کامل مسئولیت، عذرخواهی و اقدامات جبرانی ضرورت دارد (کومبز، ۲۰۱۴). ظهور رسانه‌های اجتماعی پیچیدگی سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها را افزایش داده و ضرورت استفاده از کانال‌های تعاملی را برجسته کرده است (آستین و جین، ۲۰۱۷؛ ملکی و همکاران، ۲۰۲۱).

نظریه چارچوب‌بندی رسانه‌ای: نظریه چارچوب‌بندی توضیح می‌دهد که رسانه‌ها نه تنها تعیین می‌کنند چه چیزی برجسته شود، بلکه نحوه تفسیر بحران را نیز شکل می‌دهند (انتمن، ۱۹۹۳). دولت‌ها از طریق سیاست‌های رسانه‌ای می‌کوشند بحران را در قالب‌هایی مانند قاب فنی-مدیریتی، امنیتی، فردی‌سازی یا قهرمان‌سازی بازنمایی کنند تا مسئولیت سیاسی را کاهش دهند (انتمن، ۲۰۰۴؛ ولتر و برنتز، ۲۰۱۶). رسانه‌های رسمی به دلیل وابستگی به منابع دولتی، بیش از رسانه‌های مستقل تحت تأثیر این سیاست‌ها قرار می‌گیرند (ایسر و استورمبک، ۲۰۱۴). در بحران کووید-۱۹، پژوهش‌ها نشان می‌دهد دولت‌ها در کشورهای مختلف از این قاب‌ها برای مدیریت روایت بحران استفاده کرده‌اند (وسترمن و ریگروک، ۲۰۱۳؛ هایک، ۲۰۱۴؛ یو، ۲۰۲۴؛ بسلی و همکاران، ۲۰۲۳).

دیدگاه استیلای ساختاری بر رسانه: نظریه استیلای ساختاری یا اسارت رسانه‌ای توضیح می‌دهد چگونه دولت‌ها یا گروه‌های ذی‌نفوذ با ابزارهای مالی، حقوقی و سیاسی، رسانه‌ها را تحت کنترل قرار می‌دهند (بسلی و پرات، ۲۰۰۶؛ شیفرین، ۲۰۱۷). این تسلط می‌تواند از طریق مالکیت، فشارهای اقتصادی، مقررات سانسور و سیاست‌های رسانه‌ای رسمی اعمال شود (ستیگلیتز، ۲۰۲۱؛ منگیو-پیپیدی، ۲۰۲۳). در شرایط بحران، این وضعیت به قاب‌بندی

محافظه‌کارانه، خودسانسوری، اولویت‌یافتن منابع رسمی و تضعیف پاسخ‌گویی عمومی منجر می‌شود (کاژه و هوئه، ۲۰۲۱؛ بسلی و همکاران، ۲۰۲۳). نتیجه، کاهش شفافیت و فرسایش اعتماد عمومی است؛ در حالی که بحران‌ها بیش از هر زمان دیگری به جریان آزاد اطلاعات نیاز دارند. در مجموع، این مبانی نظری نشان می‌دهد که سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها در بحران، از طریق سازوکارهای ارتباطی، چارچوب‌بندی خبری و روابط ساختاری با رسانه‌ها، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی کنشگری رسانه‌های رسمی، کیفیت اطلاع‌رسانی، اعتماد عمومی و کارآمدی مدیریت بحران دارند. این چارچوب نظری، بنیانی تحلیلی برای بررسی تجربه ایران در بحران کرونا فراهم می‌کند.

بررسی پیشینه تجربی

در جریان پاندمی کووید ۱۹ و پس از آن در جهان و ایران مطالعات متعددی در زمینه نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران کرونا انجام شده است اما درصد کمی از آنها به موضوع رسانه‌های رسمی و سیاست‌های رسانه‌ای دولت‌ها و نظام‌های حکمرانی پرداخته‌اند. مطالعه‌هایک (۲۰۲۴) با تمرکز بر پنج کشور اروپایی نشان می‌دهد که کنفرانس‌ها و بیانیه‌های دولتی در آغاز بحران کووید-۱۹ توانستند دستور کار رسانه‌ها را به‌طور مؤثری هدایت کنند و تصمیمات کلیدی دولت‌ها به سرعت در مطبوعات بازتاب یافت. با این حال، لحن و احساسات ارتباطات دولتی به‌طور کامل در سرمقاله‌ها و یادداشت‌ها بازتولید نشد. در این مرحله، ارتباطات بحران ماهیتی متمرکز و نخبگانی داشت و روایت بحران به‌صورت مشترک میان دولت‌ها و رسانه‌ها ساخته شد؛ رسانه‌ها هم‌زمان نقش حمایت از اقدامات بهداشتی و اعمال نقد محدود را ایفا کردند.

راینمان و همکاران (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای بر رسانه‌های آلمان نشان دادند که هرچه تصمیمات دولت برجسته‌تر و محدودکننده‌تر بوده، شدت پوشش رسانه‌ای افزایش یافته است؛ امری که از قدرت دولت در هدایت دستور کار رسانه‌ها حکایت دارد. اما این افزایش شدت پوشش، با کاهش تنوع دیدگاه‌ها و اتکای بیشتر به منابع رسمی همراه بوده است. در مقابل، رسانه‌های مستقل و جایگزین توانستند روایت‌های منتقدانه‌تری را حفظ کنند. این پژوهش تأکید می‌کند که اگرچه اتکای رسانه‌ها به منابع رسمی انسجام پیام را تقویت می‌کند، اما در بلندمدت می‌تواند کیفیت دموکراتیک گفتمان عمومی و اعتماد اجتماعی را تضعیف کند.

در چین، پنگ پنگ و همکاران (۲۰۲۲) نشان دادند که سیاست‌های سخت‌گیرانه دولت و همسویی رسانه‌های رسمی با دستورالعمل‌های حکمرانی، در کوتاه‌مدت به کنترل اینفودمیک و کاهش آشفته‌گی اطلاعاتی کمک کرده است، اما محدودیت شفافیت و حذف روایت‌های جایگزین موجب کاهش اعتماد عمومی و گرایش شهروندان به منابع غیررسمی شده است. این مطالعه بر ضرورت ترکیب کنترل اطلاعات با شفافیت و تقویت رسانه‌های مستقل تأکید دارد.

مطالعه آچاریا و کریشنان (۲۰۲۱) در هند نشان می‌دهد که دولت از طریق دستورالعمل‌های محتوایی، مشوق‌های اقتصادی و ابزارهای حقوقی، بدون اعمال سانسور مستقیم، نوعی خودسانسوری القاشده در رسانه‌های جریان اصلی ایجاد کرده است. اگرچه این سیاست‌ها در کوتاه‌مدت نظم اطلاع‌رسانی را افزایش داده‌اند، اما در بلندمدت استقلال رسانه و سلامت اکوسیستم اطلاعاتی را تهدید می‌کنند.

در کشورهای غربی (اصلی کانادا، بریتانیا و ایالات متحده)، پژوهش مچ و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که تبعیت رسانه‌ها از پیام رسمی عمدتاً محدود به مرحله اولیه بحران بوده است. با افزایش پیامدهای اقتصادی و اجتماعی، رسانه‌ها به تدریج نقش انتقادی و نظارتی خود را بازیافته‌اند و تفاوت‌های ساختاری نظام‌های سیاسی در پوشش خبری آشکار شده است.

در ایران، پژوهش تقی‌پور و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که ضعف‌های ساختاری در نظام اطلاع‌رسانی رسمی، از جمله تناقض پیام‌ها و کندی انتشار اطلاعات علمی، به بی‌اعتمادی عمومی و گسترش اطلاعات نادرست منجر شده است. همچنین مطالعه حقگو و سلیمانی (۱۳۹۹) نشان می‌دهد رسانه‌های دولتی ایران در روزهای نخست بحران راهبردی منفعل داشتند، اما با گذشت زمان به سمت راهبرد فعال در مواجهه با بحران حرکت کردند.

بررسی این دسته از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که در اغلب کشورها، دولت‌ها در مراحل اولیه بحران نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی دستور کار رسانه‌ها ایفا کرده‌اند، اما این نقش در طول زمان دچار تغییر شده و پیامدهای متفاوتی برای اعتماد عمومی و کیفیت گفتمان عمومی به همراه داشته است. مطالعه حاضر نسبت به پژوهش‌های پیشین چند تفاوت کلیدی دارد که آن را متمایز و ارزشمند می‌کند. اول، در سطح جغرافیایی و سیاسی، بیشتر مطالعات پیشین تمرکز بر کشورهای اروپایی (هایک، ۲۰۲۴؛ راینمان و همکاران، ۲۰۲۴) یا آسیا و آمریکا (پنگ پنگ و همکاران، ۲۰۲۲؛ آچاریا و کریشنان، ۲۰۲۱؛ مچ و همکاران، ۲۰۲۱) داشتند، در حالی که پژوهش حاضر تمرکز مستقیم بر ایران دارد. این تفاوت مهم است، زیرا ایران دارای ویژگی‌های

سیاسی، اجتماعی و رسانه‌ای منحصر به فرد است که سیاست‌های رسانه‌ای را شکل می‌دهد و مطالعات قبلی ایرانی در این زمینه محدود و پراکنده هستند. دوم، بسیاری از مطالعات پیشین بر تحلیل محتوا و داده‌های کمی رسانه‌ها تکیه داشتند و کمتر به تجربه و روایت میدانی روزنامه‌نگاران توجه کردند. مطالعه حاضر، با استفاده از مصاحبه با روزنامه‌نگاران فعال در رسانه‌های رسمی امکان درک دقیق‌تر و عمیق‌تر از فرآیندهای تصمیم‌گیری، فشارهای سیاسی و محدودیت‌های حرفه‌ای و نیز نحوه تعامل میان سیاست‌های دولتی و کنشگری رسانه‌ها را فراهم می‌کند. این روش کیفی، بر کردن شکاف تجربی در پژوهش‌های ایران را هدف قرار داده است.

سوم، پژوهش حاضر کیفیت کنشگری رسانه‌ها و اثرات سیاست‌های رسانه‌ای دولت بر اعتماد عمومی و شفافیت اطلاعات را بررسی می‌کند. مطالعات پیشین غالباً تمرکز کوتاه‌مدت بر چارچوب‌بندی پیام و میزان تبعیت رسانه‌ها داشتند و اثرات بلندمدت بر اعتماد عمومی و رفتار مخاطبان کمتر مورد توجه قرار گرفت. چهارم، مطالعه حاضر به شکل مستقیم به چالش‌های خاص ایران در دوران بحران کرونا - مانند پیامدهای سیاسی انتخابات، تجربه بحران‌های هم‌زمان، کمبود شفافیت و انتشار اطلاعات نادرست - پرداخته و با تحلیل این زمینه‌ها، امکان ارائه راهکارهای سیاست‌گذاری ارتباطی و رسانه‌ای کاربردی برای دولت و رسانه‌ها را فراهم می‌کند.

روش تحقیق، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها

در این پژوهش از روش کیفی مطالعه موردی برای بررسی نقش و تجربه روزنامه‌نگاران ایرانی در پوشش خبری بحران کرونا استفاده شد. مطالعه موردی به پژوهشگر امکان می‌دهد پدیده‌ای معاصر را در بستر واقعی و به صورت عمیق بررسی کند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساخت یافته عمیق با روزنامه‌نگاران بود. در مجموع با ۲۰ نفر از خبرنگاران، دبیران سرویس و سردبیران فعال در رسانه‌های رسمی، چاپی و آنلاین کشور مصاحبه شد. این رسانه‌ها شامل خبرگزاری‌هایی چون ایرنا، ایسنا، مهر، فارس، ایلنا، صداوسیما (شبکه خبر و شبکه دو) و پایگاه‌های خبری پرمخاطب و روزنامه‌های با سابقه مانند عصر ایران، روزنام‌های ایران، همشهری، شرق، اعتماد و کیهان بودند. انتخاب مشارکت‌کنندگان با نمونه‌گیری هدفمند و نظری و به صورت گلوله‌برفی انجام شد. معیار تعیین تعداد مصاحبه‌ها اصل اشباع نظری بود؛ یعنی زمانی که اطلاعات جدیدی حاصل نمی‌شد، فرایند متوقف شد. داده‌های مصاحبه در سال ۱۴۰۳ گردآوری

شد و هر مصاحبه حدود ۶۰ تا ۹۰ دقیقه طول کشید و پس از کسب رضایت، ضبط و سپس پیاده‌سازی شد. برای حفظ محرمانگی، در این مقاله نام روزنامه‌نگاران ذکر نشد و هر فرد با یک کد مشخص شد (جدول پیوست). تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون (شیوه ۶ مرحله ای براون و کلارک) و هم‌زمان با گردآوری انجام گرفت. این فرایند به استخراج مفاهیم و دسته‌بندی مضامین اصلی منجر شد. در عمل، پژوهشگر ابتدا مصاحبه‌ها را چندین بار مطالعه و گوش داد تا با داده‌ها آشنا شود. سپس عبارات مهم مرتبط با سوالات مصاحبه استخراج شد و معانی پنهان آن‌ها فرموله شد. معانی استخراج‌شده در قالب تم‌ها و مضامین دسته‌بندی و مفاهیم کلیدی به صورت توصیف روایت‌وار بیان شد. نتایج برای تعدادی از مشارکت‌کنندگان بازگردانده شد تا بازخورد و اعتبار آن تأیید شود. برای سنجش پایایی داده‌ها، از روش توافق درون‌موضوعی استفاده شد؛ دو کدگذار مستقل مصاحبه‌ها را کدگذاری کردند و میزان توافق بین آن‌ها با فرمول PA محاسبه شد. نتایج نشان داد که پایایی بین دو کدگذار ۷۸٫۵ درصد است که بالاتر از حد قابل قبول ۶۰ درصد بوده و اعتبار تحلیل‌ها تأیید شد. این روش، امکان استخراج دقیق مضامین و مفاهیم تجربه‌شده توسط روزنامه‌نگاران در پوشش خبری بحران کرونا را فراهم کرد و قابلیت اعتماد داده‌ها و تحلیل‌ها را تضمین نمود.

جدول روزنامه نگاران منتخب

| ردیف | نام رسانه | کد مصاحبه شونده |
|------|---|-----------------|
| ۱ | دبیر سرویس اجتماعی روزنامه شرق | P1 |
| ۲ | خبرنگار و مجری کارشناس گفتگوی خبری شبکه خبر | p2 |
| ۳ | سردبیر تجارت نیوز | P3 |
| ۴ | خبرنگار سرویس اعتماد | P4 |
| ۵ | دبیر سرویس اجتماعی همشهری | P5 |
| ۶ | سردبیر روزنامه ایران | P6 |
| ۷ | دبیر سرویس اجتماعی روزنامه ایران | P7 |
| ۸ | سردبیر سایت خبری عصر ایران | P8 |
| ۹ | دبیر سرویس اقتصاد ایران اقتصاد آنلاین | P9 |
| ۱۰ | دبیر اقتصادی خبرگزاری ایسنا | P10 |
| ۱۱ | خبرنگار رادیو گفت و گو | P11 |
| ۱۲ | دبیر سرویس اجتماعی خبرگزاری پانا | P12 |

| ردیف | نام رسانه | کد مصاحبه شونده |
|------|---|-----------------|
| ۱۳ | سرویس اجتماعی و گزارش روزنامه کیهان | P13 |
| ۱۴ | دبیر اقتصادی خبرگزاری ایلنا | P14 |
| ۱۵ | خبرنگار خبرگزاری فارس | P15 |
| ۱۶ | دبیر اجتماعی خبرگزاری فارس | P16 |
| ۱۷ | دبیر سرویس اجتماعی روزنامه دنیای اقتصاد | P17 |
| ۱۸ | سردبیر گروه خبری شبکه دو | P18 |
| ۱۹ | دبیر سرویس اقتصادی خبرگزاری مهر | P19 |
| ۲۰ | خبرنگار روزنامه شرق | P20 |

یافته ها و نتایج

برای نیل به سیاست‌های رسانه‌ای دولت ایران در قبال رسانه‌های رسمی در دوره پاندمی کرونا، علاوه بر بررسی مبانی نظری و پیشینه تجربی، به مصاحبه‌های عمیق با روزنامه‌نگاران پرداختیم. تجزیه و تحلیل داده‌ها با کمک نرم‌افزار مکس کیودا و طی سه مرحله کدگذاری اولیه، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام شد. نخست، از دل تعداد زیادی از انواع داده‌های اولیه، ۲۳۰ کد مرتبط با موضوع سیاست‌های رسانه‌ای دولت در قبال کنشگری و نقش‌آفرینی رسانه‌های رسمی در بحران پاندمی کرونا شناسایی شد. سپس، به شیوه مقایسه مداوم، از دل چندین کد، یک مفهوم استخراج شد و به همین شیوه سایر کدها نیز به مفاهیم تبدیل شدند؛ به گونه‌ای که در نهایت ۹۵ مفهوم به دست آمد. در مرحله بعد، هرچند مفهوم در قالب یک مفهوم کلی‌تر قرار گرفت و این سیاست‌ها در پنج مضمون اصلی (انتخابی) و ۱۸ مضمون فرعی کدگذاری، شناسایی، دسته‌بندی و تحلیل شدند. نتایج حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها با روزنامه‌نگاران نشان می‌دهد که مهم‌ترین مؤلفه‌های سیاست‌های رسانه‌ای دولت در بحران کرونا، دربرگیرنده مواردی نظیر «هشدار و سانسور توصیه‌محور به رسانه‌ها در مورد پوشش خبری خطوط قرمز بحران»، «رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی متولیان بحران به رسانه‌های رسمی»، «محرمانگی اطلاعاتی و پنهان‌سازی خبری و ارائه اطلاعات مخدوش»، «عدم دسترسی و پاسخ‌گویی به متولیان بحران» و «مرکزگرایی در سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌ای بحران» بوده است.

در ادامه، به توضیح هرکدام از این مؤلفه‌ها پرداخته می‌شود. به دلیل حجم زیاد گویه‌ها، تنها یک یا دو مورد از نظرات و گویه‌های روزنامه‌نگاران ذکر می‌شود.

سیاست های رسانه ای دولت در مواجهه با بحران کرونا

| مضامین اصلی | مضامین فرعی |
|---|---|
| هشدار و سانسور توصیه محور به رسانه‌ها در مورد پوشش خبری خطوط قرمز بحران | اعمال فشار بر رسانه‌ها برای انتشار روایت رسمی از آمار و اطلاعات شیوع پاندمی کرونا |
| | توصیه‌های سانسور محور پیشاتولید برای خلق روایت رسانه ای دولت پسند از بحران کرونا |
| | ترسیم محدودیت و خطوط قرمز برای نقد واکسن های داخلی |
| | خودسانسوری رسانه‌های رسمی بعد از فرمان رهبری در منع واکسن خارجی |
| رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی متولیان بحران به رسانه‌های رسمی | انتظار از رسانه‌ها برای در پیش گرفتن جنگ روایت ها |
| | به رسمیت نشناختن رسانه‌ها به عنوان یک بازیگر در مدیریت بحران |
| | الزام رسانه‌های رسمی به گزارش‌های حمایتی و دستوری در مورد اقدام ها و عملکرد حکمرانی بحران |
| | انتظار حکمرانی از رسانه به ابزاری برای شعارگرایی و امیدبخشی کاذب به جای واقع نگری و شفافیت |
| محرمانگی اطلاعاتی و پنهان- سازی خبری و ارائه اطلاعات مخدوش | ارائه عمدی اطلاعات و اخبار نادرست و غلط به رسانه ها در مورد شیوع کرونا |
| | درخواست حکمرانی از رسانه ها برای همراهی و همدلی در پنهان‌سازی اطلاعات و اخبار کرونا |
| | مسدودسازی و محدودسازی فرآیند دسترسی به آمار و اطلاعات دقیق و مستند و شفاف در مورد بحران |
| عدم دسترسی و عدم پاسخگویی متولیان بحران به رسانه‌ها | پاسخگو نبودن سخنگو و مسئولان ستاد ملی کرونا به رسانه‌ها |
| | رائتی شدن دسترسی به اطلاعات و سخنگویان و مقام‌های مسئول بحران |
| | عدم پاسخگویی مسئولان به دلیل ترس از دست دادن مقام و موقعیت سیاسی و اداری |
| | نقش آفرینی روابط عمومی سازمان‌ها به عنوان مسدودکننده تعامل متولیان بحران و رسانه |
| مرکز گرایی در سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌ای بحران | وجود سخنگویان غیرپاسخگو، چالشی و کم اطلاع در سازمان های متولی بحران |
| | بی توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و جغرافیایی رسانه‌های محلی در کرونا عدم استفاده از رهبران فکری محلی در رسانه ها برای متقاعدسازی مشارکت مردم در کنترل بحران |

هشدار و سانسور توصیه محور به رسانه ها در مورد پوشش خبری خطوط قرمز بحران

«هشدار و سانسور توصیه محور به رسانه ها در مورد پوشش خبری خطوط قرمز بحران» در جریان تحلیل مضامین به دست آمد که شامل چهار زیر مقوله شامل «اعمال فشار بر رسانه ها برای انتشار روایت رسمی از آمار و اطلاعات شیوع پاندمی کرونا»، «توصیه‌های سانسور محور پیشاتولید برای خلق روایت رسانه‌ای دولت پسند از بحران کرونا»، «ترسیم محدودیت و خطوط قرمز برای نقد واکسن‌های داخلی» و «خودسانسوری رسانه های رسمی بعد از فرمان رهبری در منع واکسن خارجی» بود.

برخی از خبرنگاران درگیر در بحران کرونا از اعمال فشار و هشدار رسانه ها برای انتشار روایت رسمی از آمار و اطلاعات شیوع پاندمی کرونا برای جلوگیری از انتشار اطلاعات و اخبار واقعی و غیررسمی می گفتند:

- جلساتی هر روز با معاون سیاسی صداوسیما تشکیل می‌شد که در آن، اطلاعات و آمار رسمی دولت منتقل می‌کردند و سیاست‌های کلی خبری رسانه را به ما گوشزد می‌کردند؛ این‌که در هر برهه از بحران، پوشش خبری چگونه باشد و کدام موضوعات برجسته یا حذف شود (p2).

یکی از مضامینی که از دل گفتگو با خبرنگاران بحران به دست آمد، توصیه‌های سانسور محور پیشاتولید برای خلق روایت رسانه ای دولت پسند از بحران کرونا بود. بدین صورت که به جای سانسور محتوا قبل از انتشار و یا ارسال نامه رسمی به رسانه ها، افراد یا نهادهای متولی بحران با سردبیر و یا خبرنگاران تماس می‌گرفتند و یا در جلسها توجیهی توصیه می‌کردند که به موضوعات حساس (نظیر تامین واکسن داخلی یا خارجی) چگونه پرداخته شود و یا چگونه روایت دولت پسندی از بحران ارائه کنند.

- به ما منتقل می‌کردند این ماجرا را بهتر است این‌طوری کار کنید، آن موضوع را خیلی پررنگ نکنید، یا این مسئله را با این شکل روایت نکنید. یعنی اجازه نمی‌دادند چیزی منتشر شود و بعد بازخواست کنند که چرا این‌گونه عمل شده است؛ بلکه از قبل مجموعه‌ای از توصیه‌های شفاهی منتقل می‌شد. ما پیش‌تر نیز چنین تجربه‌ای داشتیم؛ شورای عالی امنیت ملی گاهی به‌صورت رسمی و مکتوب اعلام می‌کرد که برخی موضوعات خط قرمز است و نباید درباره آن‌ها کار شود. اما در این مورد خاص، محدودسازی بیشتر در قالب توصیه‌های شفاهی و غیرمکتوب انجام می‌شد. این توصیه‌ها شکل دستور صریح نداشت، اما اگر روزنامه‌نگار برخلاف آن‌ها عمل

می‌کرد، بعداً با این استدلال مواجه می‌شد که «ما توصیه کرده بودیم»، و مسئولیت پیامدها به‌طور کامل متوجه رسانه می‌شد. (p8)

ترسیم محدودیت و خطوط قرمز برای نقد واکسن‌های داخلی از مولفه‌های پرسامدی بود که خبرنگاران به عنوان یک چالش مطرح می‌کردند. در واقع سیاست رسمی دولت، عدم پرداختن به مزایای واکسن‌های خارجی از یک طرف و سیاسی و امنیتی کردن بحران تولید واکسن داخلی از سوی دیگر بود به این شکل که رسانه‌ها را در نقد اقدامات، واکیسانسیون و واکسن‌های داخلی و اطلاع‌رسانی در مورد دست‌های پنهان واکسن محدود می‌کردند. همچنین رسانه‌های رسمی بعد از فرمان رهبری در منع واکسن خارجی دچار خودسانسوری و عدم پیگیری موضوع واردات واکسن‌های معتبر خارجی از سوی رسانه‌های رسمی شدند.

• نقد و نظر درباره واکسن‌های داخلی خط قرمز محسوب می‌شد و خبرنگاران جرات نداشتند درباره ناکارآمدی یا تأثیر واکسن‌های داخلی اظهار نظر کنند یا مطلبی منتشر کنند. بعدها مشخص شد که واکسن‌های داخلی نه توان تولید کافی داشتند، نه ظرفیت توزیع مناسب، و نه امکان صادرات. (p11)

رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی متولیان بحران به رسانه‌های رسمی

برخی از روزنامه‌نگاران براین باور بودند که یکی از چالش‌های کلان مرتبط با سیاست رسانه‌ای دولت در کرونا، «رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی متولیان بحران به رسانه‌های رسمی» بود که به شکل «مفهوم‌سازی روایت مبارزه با کرونا در چارچوب ادبیات نظامی و جنگی»، «انتظار از رسانه‌ها برای در پیش گرفتن جنگ روایت‌ها»، «به رسمیت نشناختن رسانه‌ها به عنوان یک بازیگر در مدیریت بحران»، «الزام رسانه‌های رسمی به گزارش‌های حمایتی و دستوری در مورد اقدام‌ها و عملکرد حکمرانی بحران» و «انتظار حکمرانی از رسانه به ابزاری برای شعارگرایی و امیدبخشی کاذب به جای واقع‌نگری و شفافیت» خود را نشان می‌داد.

انتظار از رسانه‌ها برای در پیش گرفتن جنگ روایت‌ها به مثابه یک سیاست خود را هم در مفهوم‌سازی روایت مبارزه با کرونا در چارچوب ادبیات نظامی و جنگی نشان می‌داد و هم در مقام بازنمایی ناکارآمدی و ناکامی کشورهای غربی در مقابله و مبارزه با کرونا و بازنمایی و برجسته ساختن موفقیت‌های ملی. گویه‌های برخی از روزنامه‌نگاران چنین است:

• یکی از مأموریت‌هایی که برای ما در صداوسیما تعریف شده بود، این بود که میزان فوتی‌ها، تلفات کرونایی و خسارت‌های اقتصادی کرونا به جامعه و کسب‌وکارهای غربی، به‌ویژه آمریکا، را هر روز در اولویت خبرها قرار دهیم. به نوعی وارد یک جنگ رسانه‌ای با رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی شدیم که مداوم درباره موفقیت‌ها در کنترل بحران کرونا، حمایت دولت‌ها از مردم و کسب‌وکارها و واکسیناسیون گسترده در کشورهای غربی خبر منتشر می‌کردند. ما نیز باید انعکاس می‌دادیم که در آمریکا روزانه فوتی‌های کرونایی بسیار بالا بوده و در سایر نقاط جهان نیز تلفات زیادی وجود دارد و کرونا تنها به ما محدود نمی‌شود. (p18)

برخی از روزنامه نگاران هم به مساله مقطعی‌نگری و احساس بی‌نیای متولیان بحران به حضور و کنشگری رسانه‌ها در طی بحران اشاره می‌کردند که ناشی از به رسمیت نشناختن رسانه‌ها به عنوان یک بازیگر در مدیریت بحران بود:

• خیلی از مسئولان وقتی درباره موضوعی اطلاعات یا نظر اشتباهی ارائه می‌دادند، به جای پذیرش اشتباه، می‌گفتند رسانه‌ها خبر را درست پوشش ندادند یا سخنان آن‌ها تقطیع شده است. این رویکرد باعث کاهش اعتماد به صحت سنجی رسانه‌ها شد و از سوی دیگر، رسانه‌ها نیز از این نوع برخورد متولیان بحران دلسرد شدند. (p 9)

یکی از چالش‌های رسانه‌های رسمی، مطالبه و انتظار فزآینده حکمرانی برای حمایت رسانه‌های رسمی از برنامه‌ها و سیاست‌های متولیان بحران بود که این امر نیز متأثر از رویکرد ابزاری حکمرانی به رسانه‌ها و وابستگی اقتصادی رسانه‌ها به نهادهای متولی بحران بود که منجر به مطالبه حکمرانی برای حمایت و عدم نقد برنامه‌ها و سیاست‌ها به ویژه در حوزه تولید و واردات واکسن بود. برخی از روزنامه نگاران هم بر مقوله انتظار حکمرانی از رسانه‌ها به ابزاری برای شعارگرایی و امیدبخشی کاذب به جای واقع‌نگری و شفافیت تأکید می‌کردند. در واقع می‌توان گفت الزام رسانه‌های رسمی به گزارش‌های حمایتی و دستوری در مورد اقدام‌ها و عملکرد حکمرانی بحران یکی از چالش‌های مهم رسانه‌ها و روزنامه نگاران در بحران کرونا بود.

• تجربه روزنامه ایران بسیار عجیب بود. در آنجا با سانسورهای بیشتری روبه‌رو بودیم، زیرا روزنامه به‌طور مستقیم به دولت وصل است. ما باید مدام تأکید می‌کردیم که دولت کار می‌کند، وزارت بهداشت عملکرد خوبی دارد، بیمارستان‌ها به‌خوبی تجهیز شده‌اند و همه امکانات بهداشتی در حد استانداردهای جهانی هستند. ما هیچ تفاوتی با جهان نداریم و همه انواع داروهایی که در جهان موجود است، در کشور موجود است (p19).

• نهاد متولی واکسن داخلی جلساتی برگزار می‌کرد و دستور می‌داد موضوع تولید واکسن داخلی را تیترو و عکس یک روزنامه و سایت کنید. اگر مردم واکسن ایرانی دریافت می‌کردند، باید گزارش تصویری اختصاصی تهیه می‌شد. به‌طور کلی، انتظار آن‌ها از رسانه‌ها بسیار دقیق و سختگیرانه بود..(p15)

محرمانگی اطلاعاتی و پنهان‌سازی خبری و ارائه اطلاعات مخدوش از سوی متولیان بحران

یکی دیگر از چالش‌های مهم رسانه‌های رسمی حین بحران کرونا، فقدان شفافیت و پنهان‌سازی خبری و عدم دسترسی به اطلاعات مستند، موثق و عدم اعلام آمارهای دقیق در مورد میزان شیوع پاندمی کرونا بود که بیانگر نوعی «محرمانگی اطلاعاتی و عدم دسترسی به اطلاعات موثق و ارائه اطلاعات مخدوش از سوی متولیان بحران» بود. در واقع از دید روزنامه نگاران، سیاست خبری و اطلاعاتی متولیان بحران «ارائه عمدی اطلاعات و اخبار نادرست و غلط به رسانه‌ها در مورد شیوع کرونا»، «درخواست حکمرانی از رسانه‌ها برای همراهی و همدلی در پنهان‌سازی اطلاعات و اخبار کرونا» و «مسدوس‌سازی و محدودسازی فرآیند دسترسی به آمار و اطلاعات دقیق و مستند و شفاف در مورد بحران» بود.

ارائه عمدی اطلاعات و اخبار نادرست و غلط به رسانه‌ها در مورد شیوع کرونا یکی از موضوعاتی بود که به‌طور مکرر روزنامه نگاران بر آن تأکید می‌کردند:

• مرگ‌ومیرها به ۷۰۰ نفر در روز رسیده بود و این یک تراژدی ملی بود. معاون وزیر را برای گفتگو به پخش دعوت کرده بودیم. جلوی در پخش خبر گفت آمار واقعی چهار برابر است، اما ما نمی‌توانیم آن را اعلام کنیم. یکی از اصلی‌ترین مشکلات این بود که برخی افراد، به‌ویژه استاندارها، متأسفانه برای حفظ موقعیت‌های شغلی خود، هنگام ضبط برنامه اطلاعات نمایشی و نادرست ارائه می‌دادند و پس از پایان ضبط، اطلاعات دیگری ارائه می‌کردند. وقتی به دنبال نقش سیاست در جعل واقعیت در رسانه می‌گردید، مصداق آن دقیقاً همین وضعیت است (p18).

یکی از سیاست‌های خبری متولیان بحران کرونا، درخواست حکمرانی از روزنامه نگاران و رسانه‌ها برای همراهی و همدلی در پنهان‌سازی اطلاعات و اخبار کرونا بود.

• در روزهای ابتدایی به ما تأکید شد که به‌خاطر مصلحت سیاسی اعلام نکنیم که این بیماری در روزهای راهپیمایی ۲۲ بهمن و زمان انتخابات نیز شیوع داشته است. اما از آن پس،

به‌طور رسمی اعلام شد. با این حال، در بخش «گفتگوی ویژه» بحث چالشی داشتیم و در عین حال می‌دانستیم که ابزار شناسایی کرونا هنوز در دسترس نبوده و تردیدهایی وجود داشت. تا عصر همان روز، مصاحبه وزیر بهداشت را پخش کردیم که دو مورد فوتی جانباز بودند و به آنفلوآنزا مبتلا بودند. آزمایشگاه موردها را آنفلوآنزا اعلام کرده بود، ولی دو شب بعد، رئیس همان آزمایشگاه در گفتگوی ویژه خبری (گوخ) اعلام کرد که کیت‌های تشخیصی کافی برای تشخیص قطعی آنفلوآنزا یا کرونا در اختیار نداریم (p2).

مسدودسازی و محدودسازی فرآیند دسترسی به آمار و اطلاعات دقیق و مستند و شفاف در مورد بحران، ناشی از نوعی نابسامانی و نداشتن راهبرد و سامانه اطلاع‌رسانی منسجم، و عدم اراده و برنامه پاسخگویی و عدم اراده برای مستندسازی تجربه بحران در سیاست رسانه‌ای متولیان بحران بود:

- هیچگونه فرآیندی شامل یک وبسایت یا سامانه رسمی و همگانی برای دسترسی خبرنگاران و عموم مردم به اطلاعات و آمار دقیق، موثق و لحظه‌ای از میزان، ابعاد و جغرافیای بحران وجود نداشت. تنها کانال دریافت اطلاعات درباره کرونا، کنفرانس‌های هفتگی خبری سخنگوی وزارت بهداشت و سخنگوی ستاد ملی کرونا بود که در آن بیشتر بر گزارش اقدامات و برنامه‌های دولت تأکید می‌شد و عمدتاً به آمار رسمی و کنترل‌شده مرگ‌ومیرها و هشدارهای اجتماعی پرداخته می‌شد (p20).

عدم دسترسی و پاسخگویی سخنگو و مسئولان ستاد ملی کرونا

از مهمترین چالش‌های رسانه‌های رسمی در بحران کرونا، عدم دسترسی و پاسخگویی سخنگو و مسئولان ستاد ملی کرونا بود که متاثر از «پاسخگو نبودن سخنگو و مسئولان ستاد ملی کرونا به رسانه‌ها»، «رانتی شدن دسترسی به اطلاعات و سخنگویان و مقام‌های مسئول بحران»، «عدم پاسخگویی مسئولان به دلیل ترس از دست دادن مقام و موقعیت سیاسی و اداری»، «نقش آفرینی روابط عمومی سازمان‌ها به عنوان مسدودکننده تعامل متولیان بحران و رسانه» و «وجود سخنگویان غیرپاسخگو، چالشی و کم‌اطلاع در سازمان‌های متولی بحران» بود.

از نظر روزنامه نگاران، پاسخگو نبودن سخنگو و مسئولان ستاد ملی کرونا به رسانه‌ها به یک مقوله عادی در بحران‌ها تبدیل شده است که در بحران کرونا نیز به صورت بیشتری تجربه شد.

• خبرنگاران اجازه حضور در نشست‌ها و جلسات رسمی ستاد ملی کرونا و کمیته‌های آن را نداشتند و اطلاعات به صورت هدایت‌شده تنها در پایان برخی نشست‌ها از سوی روابط عمومی آن سازمان، یا نهایتاً در یک کنفرانس خبری برای ارائه نتایج مصوبات و اقدامات ارائه می‌شد. تماس با مسئولان، دریافت پاسخ از آن‌ها و امکان گفت‌وگوی رسانه‌ای به ندرت فراهم می‌شد (p20).
رانتی شدن دسترسی به اطلاعات و سخنگویان و مقام‌های مسئول بحران و به ویژه بایکوت خبری رسانه‌های منتقد و شخصی شدن رانت‌های اطلاعاتی از نکات مهم مورد بحث روزنامه نگاران بود.

• روابط عمومی وزارت بهداشت برخی از خبرنگاران منتقد، پرسشگر و پیگیر را بایکوت خبری می‌کرد و دسترسی آن‌ها به وزارتخانه و بیمارستان‌ها محدود می‌شد. در مقابل، برخی رسانه‌ها و خبرنگاران ستایشگر که روابط دوستانه و همفکرانه با این نهاد داشتند، دسترسی بیشتری به اطلاعات پیدا می‌کردند. این سیاست بایکوت خبری، به تدریج خبرنگاران پیگیر دغدغه‌های اجتماعی را وادار می‌کرد تا در لاک همراهی فرو روند و تنش و تقابل با مدیر روابط عمومی را به قیمت از دست دادن فرصت‌های رسانه‌ای برای گفت‌وگو با مسئولان و دسترسی به اطلاعات میدانی در بیمارستان‌ها و مراکز بهداشتی می‌پذیرفتند (p8).

برخی از روزنامه نگاران بر این باور بودند که عدم پاسخگویی مسئولان به دلیل ترس از دست دادن مقام و موقعیت سیاسی و اداری بود:

• بدترین مشکل در رابطه با نهادهای حکمرانی و رسانه‌ها این بود که ستاد مقابله با کرونا به شدت غیرپاسخگو بود؛ به حدی که گاهی با تمام اعضای ستاد تماس می‌گرفتیم، اما موفق به کسب اطلاعات مورد نظر نمی‌شدیم و تنها مجبور بودیم به اطلاعات و خروجی‌های روابط عمومی یا توثیقات منتشرشده از سوی آن‌ها بسنده کنیم (p11).

یکی دیگر از مهمترین چالش‌های رسانه‌های رسمی در بحران کرونا، وجود سخنگویان غیرپاسخگو، چالشی و کم اطلاع در سازمان‌های متولی بحران بود:

• یکی از چالش‌ها نبود سخنگوی واحد در بحران و در نتیجه نبود یکپارچگی در نظام اطلاع‌رسانی میان سازمان‌های درگیر در بحران بود. در واقع، هر سازمان به صورت منفرد و جزیره‌ای اقدام به اطلاع‌رسانی اخبار و ارائه آمارهای مختلف و گاهی متناقض با یکدیگر می‌کرد که این امر خود باعث عدم شفافیت خبری و اطلاعاتی، تکاپوی روابط عمومی‌ها برای ارسال

تکذیب و توضیح به رسانه‌ها، شکل‌گیری شایعات و موارد مشابه از یک سو و کاهش باور و اعتماد عمومی به نهادهای مدیریت بحران از سوی دیگر می‌شد (p10).

مرکزگرایی در سیاست‌های ارتباطی و رسانه‌ای

یکی از ابعاد سیاست‌های رسانه‌ای دولت در بحران کرونا، نگاه مرکز-پیرامونی به رسانه‌ها و اطلاع‌رسانی در سطح ملی بود. بدین سان که از نظر روزنامه‌نگاران نوعی رویکرد مرکزگرایی در سیاست‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی بر فضای رسانه‌های درگیر در بحران حاکم بود که این مقوله خود را در «بی توجه به ظرفیت‌های فرهنگی و جغرافیایی رسانه‌های محلی در کرونا» و «عدم استفاده از رهبران فکری محلی در رسانه‌ها برای متقاعدسازی مشارکت مردم در کنترل بحران» نشان می‌داد:

- کمترین استفاده از رسانه‌های محلی برای ترغیب مردم به رعایت پروتکل‌های کرونایی و جلب مشارکت اجتماعی صورت گرفت. در حالی که با توجه به تنوع فرهنگی، زبانی، قومی و دینی جامعه ایرانی، رسانه‌های محلی و خرده‌فرهنگ‌های قومی و مذهبی می‌توانستند در بسیج بهتر و گسترده‌تر افکار عمومی برای رعایت رفتارهای بهداشتی و فاصله‌گذاری اجتماعی نقش مؤثری ایفا کنند (p9).
- سایت‌های خبری، روزنامه‌ها و رسانه‌های استانی و منطقه‌ای با وجود نفوذ گسترده، کمتر از ظرفیت‌های فرهنگی و قومی هر منطقه برای ایجاد اعتماد اجتماعی نسبت به متولیان بحران بهره‌گرفتند و حتی به نقش مهم رهبران فکری و تأثیرگذاران محلی در ترویج رفتارهای بهداشتی صحیح و تغییر رفتار سلامت مردم توجهی نکردند (p6).

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های رسانه‌ای دولت در بحران کرونا صرفاً مجموعه‌ای از تصمیم‌های موردی یا واکنش‌های مقطعی نبوده‌اند، بلکه واجد منطق حکمرانی ارتباطی مشخص بوده‌اند؛ منطقی که رسانه‌های رسمی را نه به‌عنوان «نهاد ناظر و تسهیل‌گر مدیریت بحران»، بلکه به‌مثابه ابزار کنترل روایت بحران تعریف کرده است. این منطق از طریق ترکیب هم‌زمان فشارهای نرم (توصیه، هشدار، تماس غیررسمی)، محدودیت‌های ساختاری (دسترسی رانتی، پاسخگو نبودن سخنگویان) و سازوکارهای هنجاری اقتدارگرا اعمال شده است.

نکته مهم این است که سانسور در این تجربه، شکل کلاسیک و آشکار نداشته و به صورت «سانسور توصیه‌محور پیشاتولیدی» عمل کرده است. این الگو نشان می‌دهد که سیاست رسانه‌ای دولت، به جای حذف مستقیم محتوا، تلاش کرده فرآیند تولید خبر را از ابتدا جهت‌دهی کند. پیامد این رویکرد، جابه‌جایی مسئولیت از نهاد سانسور به خود روزنامه‌نگار و در نتیجه نهادینه‌شدن خودسانسوری بوده است. این وضعیت، از منظر نظریه دروازه‌بانی، بیانگر انتقال قدرت دروازه‌بانی از رسانه به بیرون از رسانه است؛ به گونه‌ای که رسانه عملاً اختیار انتخاب و اولویت‌بندی خبری را از دست می‌دهد.

از سوی دیگر، رویکرد ابزاری و پروپاگاندایی حکمرانی به رسانه‌ها—به‌ویژه از طریق چارچوب‌بندی جنگی بحران—نشان می‌دهد که مسئله اصلی، مدیریت سلامت عمومی نبوده، بلکه مدیریت مشروعیت سیاسی در شرایط عدم قطعیت بوده است. مفهوم‌سازی کرونا به مثابه «جنگ» و انتظار از رسانه‌ها برای مشارکت در «جنگ روایت‌ها»، کارکرد رسانه را از اطلاع‌رسانی دقیق و انتقادی به تولید امید نمادین و بسیج احساسی تقلیل داده است. این انتخاب ارتباطی نه تنها با منطق ارتباطات بحران موقعیت‌مند ناسازگار است، بلکه عملاً هزینه‌های بحران را به سطح اعتماد عمومی منتقل کرده است.

فقدان شفافیت اطلاعاتی، ارائه آمارهای مخدوش و مسدودسازی دسترسی رسانه‌ها به داده‌های معتبر، نشان‌دهنده غلبه نگاه امنیتی بر سیاست اطلاع‌رسانی بحران است. این وضعیت چرخه‌ای معیوب ایجاد کرده است: پنهان‌کاری، بی‌اعتمادی، گرایش به منابع غیررسمی و تشدید اینفودمی. در این چرخه، رسانه‌های رسمی نه تنها قادر به مهار اطلاعات نادرست نبوده‌اند، بلکه به دلیل محدودیت‌های ساختاری، از رقابت اطلاعاتی نیز بازمانده‌اند.

نقش روابط عمومی‌های سازمانی و سخنگویان غیرپاسخگو، این بحران ارتباطی را تشدید کرده است. روابط عمومی‌ها به جای ایفای نقش تسهیل‌گر، به سازوکار دفاع سازمانی و انسداد اطلاعات تبدیل شده‌اند؛ امری که نشان‌دهنده فقدان درک نهادی از ارتباطات بحران در سطح حکمرانی است. همچنین مرکزگرایی ارتباطی و بی‌توجهی به رسانه‌های محلی، ظرفیت اقناع اجتماعی و مدیریت بومی بحران را تضعیف کرده و شکاف مرکز-پیرامون را در ارتباطات بحران بازتولید کرده است.

در مجموع، تحلیل نتایج نشان می‌دهد که سیاست‌های رسانه‌ای دولت در بحران کرونا اگرچه در کوتاه‌مدت به انسجام ظاهری پیام کمک کرده‌اند، اما در بلندمدت با تضعیف استقلال رسانه،

کاهش شفافیت و فرسایش اعتماد عمومی، کارآمدی مدیریت بحران را محدود ساخته‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که بدون بازتعریف جایگاه رسانه به‌عنوان شریک حکمرانی بحران، هرگونه سیاست رسانه‌ای، حتی اگر منسجم باشد، در نهایت به ضد خود تبدیل خواهد شد.

بر اساس این نتیجه‌گیری، می‌توان مجموعه‌ای از پیشنهادهای سیاستی و پژوهشی ارائه کرد: در سطح سیاست‌گذاری دولتی، نخستین ضرورت بازتعریف جایگاه رسانه در حکمرانی بحران است. یافته‌ها نشان می‌دهد تا زمانی که رسانه‌های رسمی به‌عنوان ابزار کنترل روایت تلقی شوند، نه تنها کارکرد نظارتی و اقماعی خود را از دست می‌دهند، بلکه به عامل تشدید بی‌اعتمادی بدل می‌شوند. بنابراین، دولت ناگزیر است از منطق «مدیریت روایت» به سمت «مدیریت ارتباطات بحران» حرکت کند؛ رویکردی که در آن رسانه‌ها شریک تولید معنا، انتقال اطلاعات و اصلاح خطاها تلقی می‌شوند، نه صرفاً مجرای بازپخش پیام‌های رسمی. این تغییر، پیش‌شرط هرگونه اصلاح نهادی در سیاست رسانه‌ای بحران است.

یافته‌ها همچنین نشان می‌دهد که تداوم سانسور توصیه‌محور و پیشاتولیدی، مسئولیت تصمیم‌گیری اخلاقی و حرفه‌ای را به دوش روزنامه‌نگاران منتقل کرده و خودسانسوری را نهادینه ساخته است. از این‌رو، پیشنهاد سیاستی مهم، جایگزینی سازوکارهای غیررسمی فشار با چارچوب‌های شفاف، مکتوب و پاسخگو برای اطلاع‌رسانی بحران است. حتی اگر دولت ناچار به اعمال محدودیت‌هایی باشد، اعلام صریح منطق، دامنه و مدت این محدودیت‌ها می‌تواند از فرسایش اعتماد و ابهام ساختاری جلوگیری کرده و قدرت دروازه‌بانی رسانه را تا حدی بازگرداند.

در حوزه شفافیت اطلاعاتی، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که پنهان‌کاری و دستکاری داده‌ها نه تنها از هراس عمومی نمی‌کاهد، بلکه چرخه اینفودمیک را تشدید می‌کند. بر این اساس، دولت باید سیاست انتشار منظم، قابل‌راستی‌آزمایی و داده‌محور اطلاعات بحران را به‌عنوان بخشی از مدیریت ریسک بپذیرد، نه امری ثانویه یا امنیتی. انتشار داده‌های خام و امکان دسترسی رسانه‌ها و پژوهشگران به منابع رسمی، هزینه‌های ارتباطی بحران را در بلندمدت کاهش می‌دهد.

در سطح نهادی، یافته‌ها ضعف جدی روابط عمومی‌ها و نظام سخنگویی را آشکار می‌کند. پیشنهاد سیاستی این است که روابط عمومی بحران از منطق دفاع سازمانی و کنترل پیام خارج شده و به نهادی پاسخگو، تخصص‌محور و آموزش‌دیده تبدیل شود. بدون این بازتعریف، روابط عمومی‌ها همچنان به گلوگاه انسداد اطلاعات بدل خواهند شد و نقش رسانه‌های رسمی بیش از پیش تضعیف می‌شود.

برای رسانه‌ها، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که اتکای صرف به بازتولید روایت رسمی، نه تنها استقلال حرفه‌ای را تضعیف می‌کند، بلکه سرمایه نمادین رسانه را نیز فرسایش می‌دهد. پیشنهاد این پژوهش آن است که رسانه‌ها، حتی در شرایط محدودکننده، به سمت اشکال کم‌هزینه‌تر اما مؤثرتر کنشگری حرفه‌ای مانند روزنامه‌نگاری تشریحی، داده‌محور و محلی حرکت کنند. تقویت رسانه‌های محلی و توجه به اقتضائات بومی بحران می‌تواند بخشی از شکاف مرکز-پیرامون در ارتباطات بحران را ترمیم کند.

در نهایت، از منظر پژوهشی، این مطالعه ضرورت توسعه ادبیات ارتباطات بحران در نظام‌های حکمرانی اقتدارگرا را برجسته می‌سازد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به صورت تطبیقی، منطق‌های متفاوت حکمرانی ارتباطی بحران را بررسی کنند و به‌ویژه اثرات بلندمدت سیاست‌های رسانه‌ای بر اعتماد عمومی، الگوهای مصرف رسانه و خودسانسوری حرفه‌ای را در قالب مطالعات طولی دنبال کنند. تجربه کرونا نشان می‌دهد که پیامدهای سیاست رسانه‌ای بحران محدود به زمان بحران نیست و آینده نظام ارتباطی را نیز شکل می‌دهد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که مطالعات ارتباطات بحران در زمینه کرونا در ایران و جهان بیشتر رسانه‌محور بوده و کمتر پژوهش‌های کمی و کیفی فرارسانه‌ای و متمرکز بر نهادهای دروازه‌بانی بیرونی، به‌ویژه روابط عمومی سازمان‌های متولی بحران، انجام شده است. لذا پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های جدی به کنش و عملکرد نظام روابط عمومی سازمان‌های متولی بحران در قبل، حین و پس از بحران بیشتر بپردازند.

منابع

- حق‌گو، جواد و سلیمانی، غلامعلی. (۱۳۹۹). چگونگی رویارویی رسانه‌های دولتی ایران با بحران کرونا. پژوهشنامه علوم سیاسی ۱۵(۴)، ۷۳-۹۶ doi:10.22034/ipsa.2020.418
- محمدی، حمید. (۱۳۸۷). «سیاست‌گذاری رسانه‌ای». پژوهش‌های ارتباطی، ۱۵(۵۳)، صفحات ۶۹ تا ۹۵ برگرفته از : doi: 10.22082/cr.2008.24076

- Allan, S. (2017). Reporting disasters: Famine, aid, politics, and the media. Polity Press.
- Austin, L., & Jin, Y. (2017). Social media and crisis communication: Explicating the social-mediated crisis communication model. Routledge.
- Bavel, J. J. V., Baicker, K., Boggio, P. S., et al. (2020). Using social and behavioural science to support COVID-19 pandemic response. Nature Human Behaviour, 4(5), 460-471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>

- Besley, T., & Prat, A. (2006). Handcuffs for the grabbing hand? Media capture and government accountability. *American Economic Review*, 96(3), 720–736.
- Besley, T., Burgess, R., & Prat, A. (2023). The political economy of media freedom in crisis situations. *Journal of Economic Perspectives*, 37(2), 1–24.
- Boin, A., Stern, E., & Sundelius, B. (2021). *The politics of crisis management: Public leadership under pressure*. Cambridge University Press.
- Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Cagé, J., & Huet, N. (2021). *Saving the media: Capitalism, crowdfunding, and democracy*. Harvard University Press.
- Centers for Disease Control and Prevention. (2021). COVID-19 communication toolkit. CDC.
- Chong, D., & Druckman, J. N. (2007). Framing theory. *Annual Review of Political Science*, 10, 103–126.
- Claeys, A. S., & Coombs, W. T. (2020). Organizational crisis communication: Suboptimal crisis response and its consequences. *Journal of Communication Management*, 24(3), 205–221.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163–176.
- Coombs, W. T. (2014). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*. Sage Publications.
- Coombs, W. T. (2021). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). Sage Publications.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). The paracrisis: The challenges created by publicly managing crisis prevention. *Public Relations Review*, 38(3), 408–415.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3), taaa031. <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion, and U.S. foreign policy*. University of Chicago Press.
- Esser, F., & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of Western democracies*. Palgrave Macmillan.
- European Centre for Disease Prevention and Control. (2021). *Data-driven communication in public health*. ECDC.
- Freedman, D. (2021). *The politics of media policy*. Polity Press.
- Garfin, D. R., Silver, R. C., & Holman, E. A. (2020). The novel coronavirus (COVID-19) outbreak: Amplification of public health consequences by media exposure. *Health Psychology*, 39(5), 355–357. <https://doi.org/10.1037/hea0000875>

- Gesser-Edelsburg, A., Diamant, A., Hijazi, R., & Mesch, G. S. (2020). Correcting misinformation by health organizations during measles outbreaks: A controlled experiment. *Health Communication*, 35(14), 1736–1744. <https://doi.org/10.1080/10410236.2019.1663465>
- Acharya, A., & Krishnan, K. U. (2021). Media policies of the state in the time of COVID-19. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 9(3), 211–220. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i3.2021.3800>
- Haghgoo, J., & Soleimani, G. A. (2020). How Iranian state media confronted the Corona crisis. *Political Science Research Journal*, 15(4), 73-96. doi: 10.22034/ipsa.2020.418 [In Persian]
- Hayek, L. (2024). Media framing of government crisis communication during COVID-19. *Media and Communication*, 12(2), 77–92.
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster news: Framing and the role of journalists in crises. *Journalism Practice*, 6(5), 582–596.
- Knight, M. (2008). Media coverage of the 2008 financial crisis: A case study in agenda-setting. *Journal of Economic Perspectives*, 22(4), 53–68. <https://doi.org/10.1257/jep.22.4.53>
- Liu, B. F., Fraustino, J. D., & Jin, Y. (2020). Social media use during disasters: How information form and source influence intended behavioral responses. *Communication Research*, 47(5), 698–719.
- Malecki, K., Keating, J. A., & Safdar, N. (2021). Crisis communication and public perception of COVID-19 risk in the era of social media. *Clinical Infectious Diseases*, 72(4), 697–702.
- McQuail, D. (2021). *McQuail's media and mass communication theory* (7th ed.). Sage Publications.
- Mirzaei, A., Kazembeigi, F., Kakaei, H., Jalilian, M., Mazloomi, S., & Nourmoradi, H. (2021). Application of health belief model to predict COVID-19 preventive behaviors among Iranian adults. *Journal of Education and Health Promotion*, 10, 69. https://doi.org/10.4103/jehp.jehp_747_20
- Moghadas, S. M., Vilches, T. N., Zhang, K., Wells, C. R., Shoukat, A., Singer, B. H., ... Galvani, A. P. (2021). The impact of vaccination on COVID-19 outbreaks in the United States. *Clinical Infectious Diseases*, 73(12), 2257–2264. <https://doi.org/10.1093/cid/ciab079>
- Mungiu-Pippidi, A. (2023). Media capture and crisis governance: How illiberal regimes exploit emergencies. *Governance*, 36(1), 45–63.
- Napoli, P. M. (2020). *Social media and the public interest: Media regulation in the disinformation age*. Columbia University Press.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Nature Human Behaviour*, 4(5), 460–471. <https://doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z>
- Quarantelli, E. L., & Dynes, R. R. (2022). Disaster, crisis, and social order. *Annual Review of Sociology*, 48, 95–114.

- Reinemann, C., Maurer, M., Kruschinski, S., & Jost, P. (2024). The quality of COVID-19 coverage: Investigating relevance and viewpoint diversity in German mainstream and alternative media. *Journalism Studies*, 25(6), 681–702.
- Reynolds, B., & Seeger, M. W. (2020). *Crisis and emergency risk communication*. CDC Press.
- Rosenthal, U., & Hart, P. (2022). *Crisis management in turbulent times*. Routledge.
- Schiffirin, A. (2017). *In the service of power: Media capture and the threat to democracy*. Center for International Media Assistance.
- Stiglitz, J. E. (2021). Media capture, inequality, and the erosion of democracy. *Journal of Media Economics*, 34(2), 65–81.
- Taghipour, F., Ashrafi-Rizi, H., & Soleymani, M. R. (2023). Dissemination and acceptance of COVID-19 misinformation in Iran: A qualitative study. *Community Health Equity Research & Policy*, 43(3), 283–291. <https://doi.org/10.1177/0272684X211022155>
- The Lancet COVID-19 Commission. (2021). Task force on public health measures to suppress the pandemic. *The Lancet*, 398(10308), 1181–1182.
- United Nations Development Programme. (2020). *Building trust during COVID-19: A framework for policy action*. UNDP.
- Vasterman, P., & Ruigrok, N. (2013). Pandemic alarm in the Dutch media: Media coverage of the 2009 influenza A (H1N1) pandemic and the role of framing. *European Journal of Communication*, 28(4), 436–453.
- Voltmer, K., & Brants, K. (2016). *Political communication in postmodern democracy: Challenging the primacy of politics*. Palgrave Macmillan.
- World Health Organization. (2020). *Communicating risk in public health emergencies*. WHO Press.
- World Health Organization. (2021). *Infodemic management: Addressing misinformation in health crises*. WHO.
- World Health Organization. (2023). *Health emergency response framework*. WHO.
- Yu, Y. (2024). Crisis framing and legitimacy: Comparative analysis of COVID-19 media coverage in China and the United States. *International Journal of Communication*, 18, 1–23.
- Mohammadi, H. (2008). Media policy-making. *Communication Research*, 15(53), 69-95. doi: 10.22082/cr.2008.24076 [In Persian]