



سال هشتم/ بهار ۱۳۹۸

بازنمایی زلزله کرمانشاه در کانال‌های تلگرامی دو خبرگزاری فارس و ایرنا

- مهدخت بروجردی علوی^۱
- سید محسن عسگرزاده^۲

چکیده

این پژوهش باهدف شناخت و مقایسه ساختار، محتوا و نحوه جهت‌گیری اخبار زلزله کرمانشاه در کانال‌های تلگرام دو خبرگزاری فارس و ایرنا، صورت گرفت. جمعیت آماری این پژوهش را کلیه اخبار مربوط به زلزله در این دو خبرگزاری در فاصله زمانی از «لحظه وقوع رویداد» به مدت «دو هفته» تشکیل می‌داد. یافته‌ها نشان داد که در بیشتر متغیرهای مورد بررسی، در ساختار و محتوای مطالب دو خبرگزاری تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ بدین معنی که کانال‌های تلگرامی دو خبرگزاری مورد بررسی، در انتشار اخبار زلزله کرمانشاه، نسبت به هم، متفاوت عمل کرده‌اند؛ از نظر محتوا، کانال تلگرامی خبرگزاری فارس بیشتر به نقد «دولت به صورت کلی» پرداخته؛ درحالی‌که خبرگزاری ایرنا به صورت تخصصی «عملکرد وزرا» را موردانتقاد قرار داده است. باوجود تفاوت‌های معنی‌دار بین متغیرهای تحقیق، نمی‌توان این تفاوت‌ها را به جهت‌گیری‌های سیاسی نسبت داد؛ زیرا، هر یک از کانال‌های خبری مورد بررسی، علی‌رغم دارا بودن سیاست‌ها و خط‌مشی‌های متفاوت سیاسی، جنبه‌های خاصی از رویداد را بهتر و کامل‌تر پوشش داده‌اند.

واژگان کلیدی: کانال تلگرامی خبرگزاری ایرنا، کانال تلگرامی خبرگزاری فارس، زلزله کرمانشاه، جهت‌گیری سیاسی.

طرح مسئله

پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و گستردگی و فراگیری رسانه‌های نوین، استفاده از این رسانه‌ها را به جزء جدایی‌ناپذیر زندگی فردی و اجتماعی تبدیل کرده است. امروزه، مردم به‌طور معمول، بخش اعظم اطلاعات خود را از طریق رسانه‌های نوین کسب می‌کنند و سازمان‌های ارتباطی و رسانه‌ای نیز برای برقراری ارتباط با مخاطبان انبوه، از این فناوری‌ها بهره می‌برند. سرعت انتشار اخبار و مطالب در رسانه‌های نوین، اهمیت آن‌ها را در جریان وقوع بحران‌ها دوچندان کرده است. در میان رسانه‌های نوین، «تلگرام» در ایران به علت سهولت دسترسی و عدم نیاز به تخصص خاصی در کاربری آن، بیش از سایر پیام‌رسان‌ها مورد استقبال واقع شد. به گزارش پژوهشی که ایسپا منتشر کرده، این پیام‌رسان در سال ۱۳۹۶ و قبل از فیلترینگ آن، جایگاه ویژه‌ای در میان کاربران داشته و در زمان وقوع زلزله کرمانشاه کاملاً فعال بوده است. در آن زمان بیشتر خبرگزاری‌های کشور کانال تلگرامی داشتند و از این پیام‌رسان برای انتقال سریع اخبار و مطالب خود استفاده می‌کردند. پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال بود که ساختار و محتوای پوشش خبری کانال‌های تلگرام دو خبرگزاری مهم و تأثیرگذار کشور یعنی خبرگزاری فارس و ایرنا در جریان زلزله کرمانشاه چگونه بوده و آیا این دو خبرگزاری علی‌رغم داشتن دیدگاه‌های سیاسی متفاوت، به هنگام وقوع این بلای طبیعی، فارغ از خط‌مشی‌ها و گرایش‌های خود، به‌طور یکسان عمل کرده‌اند یا خیر؟

ضرورت و اهمیت موضوع

با توجه به اینکه رسانه‌های نوین بر محدودیت‌های رسانه‌های سنتی غلبه کرده‌اند و جمعیت قابل‌ملاحظه‌ای از مخاطبان در آن واحد می‌توانند در هر زمان و مکانی تازه‌ترین اخبار و اطلاعات را از این طریق دریافت کنند و از این اطلاعات تأثیر بگیرند، بررسی عملکرد این دو خبرگزاری مهم در پوشش خبری زلزله کرمانشاه که یکی متعلق به دولت و دیگری، منتقد دولت است، پژوهش حاضر را ضروری می‌کند. محدودیت مطالعات انجام‌شده در خصوص پوشش خبری کانال‌های تلگرام نیز بر ضرورت و اهمیت این موضوع می‌افزاید. بدین ترتیب، ضرورت و اهمیت انجام این پژوهش را می‌توان به شرح زیر خلاصه کرد:

- مطالعات اندک انجام‌شده در خصوص پوشش خبری کانال‌های تلگرامی خبرگزاری‌های معتبر؛
- اهمیت حادثه زلزله کرمانشاه که تا مدتی فضای اجتماعی و سیاسی کشور را تحت تأثیر قرار داده بود؛
- بررسی شباهت‌ها و تفاوت‌های احتمالی عملکرد دو خبرگزاری؛
- سنجش تأثیر دیدگاه‌های سیاسی در پوشش خبری بلایای طبیعی.

اهداف تحقیق

- شناخت و مقایسه ساختار و محتوای پوشش خبری زلزله کرمانشاه در کانال‌های تلگرامی دو خبرگزاری فارس و ایرنا
- شناخت نحوه بازنمایی زلزله کرمانشاه در دو خبرگزاری دارای دیدگاه‌های متفاوت سیاسی.

تعریف مفاهیم

بحران

اگرچه تعریف جامع‌ومانعی از بحران وجود ندارد، ولی همه تعاریف از نظر مفاهیم و مؤلفه‌های مورد استفاده دارای قرابت‌های زیادی هستند. کومبز (۲۰۰۷: ۳) بحران را چنین تعریف می‌کند: «درک رخدادی غیرمنتظره که می‌تواند تأثیر جدی بر عملکرد سازمان داشته باشد» و هرمان (۱۹۶۳) سه ویژگی مهم بحران را غیرمنتظره بودن، تهدیدزا بودن، و محدود بودن زمان واکنش می‌داند.

فرقانی (۱۳۹۴: ۸۱)، زمانی را بحرانی می‌داند که حادثه‌ای طبیعی یا غیرطبیعی، ابعادی غیرقابل‌پیش‌بینی و غیرمنتظره پیدا کند و زندگی عادی و روندهای اجتماعی را دستخوش تغییرات غیرقابل‌کنترل سازد. وی سونامی ژاپن در سال ۲۰۱۱ و حادثه‌ای را که برای نیروگاه هسته‌ای فوکوشیما روی داد، نمونه‌هایی از رخداد‌های بحرانی می‌داند.

خانیکی (۱۳۸۷: ۹۰) معتقد است که بحران، مشاهده یک رویداد غیرقابل‌پیش‌بینی است که گروه‌های ذی‌نفع را تهدید می‌کند، آثار مهمی بر روی عملکرد سازمان دارد و یا پیامدهای منفی‌ای را ایجاد می‌کند.

به باور تیموتی کومبز و هالدی (۱۹۲: ۱۳۹۲) بحران‌ها، رخداد‌های غیرمنتظره و غیرمعمولی هستند که سطوح بالایی از عدم قطعیت و تهدید را ایجاد می‌کنند. بحران زمانی رخ می‌دهد که هیچ‌کس انتظار آن را ندارد و برای هرکس که درگیر آن شود بهت و عدم قطعیت زیادی به بار می‌آورد. (اولمر، سلنو و سیگر، ۱۳۹۱: ۴۹). در یک جمع‌بندی می‌توان گفت که بحران‌ها، وقایعی غیرمنتظره، منفی و تحمل‌ناپذیر و دارای سمت‌وسوی منفی هستند و زمانی به وجود می‌آیند که میان وضعیت مطلوب و موردنظر فرد، سازمان یا اجتماع، با وضع موجود، تغییرات یا تعارضی به وجود آمده باشد که زمینه‌ساز وقوع بحران باشد.

مدیریت بحران

مدیریت بحران به معنای ایجاد تغییرات بنیادی^۱ به منظور جلوگیری از بروز فاجعه است. به همین جهت می‌توان گفت، مدیریت بحران امری بسیار پیچیده و حساس است و در صورت عدم آمادگی لازم برای مدیریت بحران و یا فقدان دانش و مهارت لازم برای عملیات در صحنه و نیز تصمیم‌گیری‌های نامناسب و نابهنگام و سوء اداره بحران، ممکن است شرایط جدیدی به وجود آید که خود منجر به بحرانی شدیدتر از گذشته شود. البته بحران ناشی از بحران فقط به دلیل سوء مدیریت در اداره بحران نیست، بلکه ممکن است ویژگی بحران و شرایط محیطی آن زمینه‌ساز آفرینش بحران جدید باشد (وردی‌نژاد و بهرامی رشتیانی، ۱۳۸۹: ۴۷).

می‌توان گفت مدیریت بحران معمولاً با چگونگی پاسخ به بحران در پیوند است؛ به‌گونه‌ای تأکید بر روی این مطلب است که سازمان در برابر بحران چه می‌کند؟ چه می‌گوید؟ عطش اطلاعاتی رسانه‌ها را چگونه سیراب می‌کند؟ چگونه مردم نگران و بحران‌زده را در جریان امور قرار می‌دهد؟ در پاسخ به این سؤالات، تمرکز بر روی بیانیه‌های عمومی و کنش‌ها معطوف می‌شود و مدیریت ارتباطات بحران می‌تواند به این سؤالات پاسخ دهد.

مدیریت ارتباطات بحران

مدیریت ارتباطات بحران را می‌توان جمع‌آوری، پردازش و انتشار اطلاعات لازم برای مقابله با موقعیت بحران تعریف کرد. (کومبز و هالدی، ۱۳۹۲: ۵۳). مدیریت بحران در زمان بحران‌هایی مانند بلایای طبیعی مثل زلزله و سیل، آتش‌فشان و نظایر آن نمود بیشتری پیدا می‌کند.

1 radical

به‌طوری‌که، زلزله‌های بزرگ و ویرانگر به‌عنوان یک حادثه و بحران، معمولاً دستور کار ویژه‌ای را پیش روی رسانه‌ها می‌گذارند، اولویت آن‌ها را تغییر می‌دهند و انتظارات جدیدی از رسانه‌ها تحت تأثیر چنین رویدادهایی شکل می‌گیرد (فرقانی، ۱۳۹۴: ۷۶). طبیعی است که اساسی‌ترین گام در برنامه‌ریزی برای مدیریت ارتباطات بحران، تعیین دستور کار و استراتژی ارتباط با رسانه‌هاست. دو اصل مهم در مدیریت ارتباطات بحران را می‌توان انتشار نخستین خبر در کوتاه‌ترین زمان ممکن و کنترل هیجانات کاذب دانست که قابلیت پیچیده‌تر کردن موضوع را دارد. درواقع، اطلاع‌رسانی باید به‌منظور محدود کردن و کاهش پیامدهای روانی بحران انجام شود.

فرایندهای مدیریت ارتباطات بحران الزاماً در گرو تعامل با رسانه‌هاست که اگر درست و با روش‌های صحیح انجام شود می‌تواند به حل بحران کمک کند، و اگر به حضور رسانه بی‌توجهی و یا از شیوه‌های ناصحیح ارتباطی استفاده شود می‌تواند به تشدید بحران یا خلق بحران‌های جدید بینجامد. بنابراین مهم است که در هنگامه بحران، رسانه‌ها ابتکار عمل را در دست داشته باشند و به مردم و مسئولان برای پشت سر گذاردن هر چه سریع‌تر و کم‌هزینه‌تر بحران و بازگشت به زندگی عادی، یاری رسانند (فرقانی، ۱۳۸۷: ۴۹).

ازاین‌رو برخی کارشناسان پیشنهاد می‌کنند که پیام حاکی از آغاز بحران را باید ظرف یک ساعت یا کمتر، بعد از وقوع آن فرستاد (کومیز و هالیدی، ۱۳۹۲: ۹). چراکه به‌محض شروع بحران، فعالیت‌ها آغاز می‌شود. یک بحران چند دوره حساس دارد: دوره اول: دو ساعت اولیه شروع بحران، دوره دوم: ۲۴ ساعت اولیه بحران، دوره سوم: از ۲۴ ساعت بعد از شروع بحران تا پایان بحران. دو ساعت اولیه بحران، خبرگزاری‌ها و رسانه‌ها برای انتشار خبر آماده‌اند و همگی علاقه دارند تا خبر بحران را به‌سرعت تهیه کنند تا از سوی سازمان متبوع آنان و نه کانال‌های دیگر منتشر شود. در ۲۴ ساعت اولیه بحران، به‌صورت مستمر باید اقدامات زیر در تعامل با رسانه انجام پذیرد (وردی نژاد و بهرامی رشتیانی، ۱۳۸۹: ۹۵).

- اطلاع‌رسانی سریع و صحیح به افکار عمومی و یا مخاطبان ویژه‌ای که درگیر موضوع‌اند؛

- اجتناب از انباشت اطلاعات و تلاش برای اطلاع‌رسانی بهنگام؛

- بیان نگرانی، تأسف و همدردی؛

- حفظ ارتباط مستمر با افکار عمومی.

بنابراین رسانه‌ها و این روزها، شبکه‌های اجتماعی، بهترین ابزار اطلاع‌رسانی هستند. انواع شبکه‌های اجتماعی مانند وبلاگ، توئیتر، پادکست، یوتیوب، امروزه گزینه‌های زیادی را برای برقراری ارتباط و اطلاع‌رسانی در شرایط بحران در دسترس قرار داده‌اند (کومبز و هالدی، ۱۳۹۲: ۱۳).

به‌طور کلی می‌توان گفت، امروزه رسانه‌ها در عمل، با قدرت بسیار بالا و سرعت زیاد برای پوشش خبری بحران‌ها وارد صحنه شده و در جایگاه نمایندگان افکار عمومی به یکی از صحنه‌گردانان عرصه بحران تبدیل شده‌اند. بنابراین عملکرد رسانه‌ها اگر همسو با اهداف مدیران بحران باشد، خدمتی بزرگ به آنان برای حل بحران است. در مواردی، رسانه بنا به دلایل معین می‌تواند در جهتی ناهمسو با خواست اداره‌کنندگان بحران حرکت کند و با ایجاد مشکلات تازه برای مدیران، موجب تشدید بحران شود (وردی نژاد و بهرامی رشتیانی، ۱۳۸۹: ۱۲۶).

خبرگزاری ایرنا

خبرگزاری جمهوری اسلامی که به‌اختصار ایرنا نامیده می‌شود، خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران است. این خبرگزاری با نام خبرگزاری پارس در سال ۱۳۱۳ و زیر نظر وزارت امور خارجه ایران تأسیس شد و امروز با ۸۴ سال سابقه خبررسانی، ریشه‌دارترین آژانس خبررسانی ایران به حساب می‌آید. ایرنا هم‌اکنون ۶۰ دفتر نمایندگی در مراکز استان‌ها و شهرستان‌ها و بیش از ۳۰ دفتر در سراسر جهان دارد و اخبار ایران و سراسر جهان را برای استفاده نشریات و سازمان‌های داخلی روی خروجی‌های خود قرار می‌دهد. شعار این خبرگزاری در جایگاه یک خبرگزاری وابسته به دولت، «سرعت، صحت و دقت» است.

خبرگزاری فارس

خبرگزاری فارس در بهمن‌ماه سال ۱۳۸۱ فعالیت رسانه‌ای خود را آغاز کرد و مرز فعالیت‌های خود را اصول «انقلاب اسلامی» گفته‌شده در قانون اساسی و منافع ملی ایران تعیین کرده‌است. این خبرگزاری معتقد است به مسائلی که در جهان و منطقه پیرامون می‌گذرد نگاهی حزبی ندارد و پیشرفت، سربلندی و سعادت ایران را درگرو وحدت و یکپارچگی ملی، دادگری و خردورزی می‌داند. خبرگزاری فارس عموماً به‌عنوان خبرگزاری منتقد دولت شناخته می‌شود.

چارچوب نظری

چارچوب نظری پژوهش حاضر را نظریه برجسته‌سازی تشکیل می‌دهد. برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که از طریق آن رسانه‌های خبری می‌توانند بر عامه تأثیر بگذارند؛ به این معنا که این رسانه‌ها با ارائه خبرها، موضوعاتی را که عامه راجع به آن‌ها فکر می‌کنند، تعیین می‌نمایند (سورین و تانکار، ۱۳۹۲: ۷۳)؛ به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند؛ گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم در هر موردی چگونه بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که درباره چه بیندیشند؛ حاصل کار این می‌شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در سپهر عمومی به بحث گذاشته می‌شود، درحالی‌که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ۵۳). به عبارتی برجسته‌سازی به این واقعیت اشاره دارد که اگر مسئله‌ای بیشتر مورد توجه و تأکید اخبار رسانه‌ای قرار بگیرد، اهمیت بیشتری در ذهن مخاطبان خواهد یافت؛ این کار اغلب شامل نوعی گزینشگری است. از این‌رو، برجسته‌سازی متضمن انتخاب، تأکید، استثناء و تشریح بیشتر برخی مضامین است تا از طریق اخبار به اولویت‌های ذهنی مخاطبان شکل داده شود (سیدامامی و غفاری، ۱۳۹۴: ۷). برجسته‌سازی به رسانه‌ها این قدرت و اختیار را می‌دهد تا تعیین کنند چه اخباری ببینیم یا بشنویم و چه بخشی از اخبار برای دیدن و شنیدن مهم است. به بیان دیگر برجسته‌سازی به این منظور به کار می‌رود تا دستور رسانه را مشخص و افکار عمومی را بازیابی کند (نصراللهی، ۱۳۹۱: ۱۷۳).

جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری این پژوهش را کلیه اخبار مربوط به زلزله کرمانشاه از لحظه وقوع زلزله به مدت دو هفته تشکیل می‌دهد. نمونه‌گیری، از نوع هدفمند، با تکنیک نمونه‌گیری روزهای متوالی است.

بررسی یافته‌ها

همان‌طور که در بخش جامعه آماری ذکر شد، پوشش خبری کانال‌های تلگرامی در خبرگزاری فارس و ایرنا، ۱۵ روز کامل بعد از حادثه موردبررسی قرار گرفت. در مجموع هر دو کانال تلگرامی، حاوی هزار و ۴۲۵ مطلب بودند. اولین متغیر تحقیق، ۲۴ ساعت اول پس از وقوع زلزله

را از نظر حجم اخبار ارسال شده توسط دو خبرگزاری مورد بررسی قرار داد. نتایج حاکی از آن است که بیشترین حجم اخبار منتشر شده، در سومین ساعت پس از رویداد یعنی بین ساعت ۱۱ و نیم تا ۱۲ و نیم شب، و کمترین حجم اخبار مربوط به ساعت ۱۸:۳۰ تا ۱۹:۳۰ روز بعد بوده است. در اولین ساعت وقوع رویداد، دو خبرگزاری، در مجموع، ۱۱ خبر ارسال کردند که ۷ مورد آن (۶۳.۶ درصد) توسط خبرگزاری فارس و ۴ مورد آن (۳۶.۴ درصد) توسط خبرگزاری ایرنا منتشر شده بود. بیشترین اختلاف مابین حجم اخبار منتشر شده بین ساعت ۴ و نیم تا ۵ و نیم صبح روز بعد از زلزله بود که در آن ساعت خبرگزاری فارس ۱۲ خبر و خبرگزاری ایرنا ۳ خبر منتشر کرده بود. نکته قابل توجه این است که علی‌رغم وجود اختلاف میان حجم اخبار در ساعات مختلف، در مجموع هر دو خبرگزاری، در ۲۴ ساعت اول بعد از وقوع زلزله، هر کدام دقیقاً ۳۲۰ مطلب منتشر کرده بودند.

جدول شماره ۱. رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و میزان ارائه مطلب در ۲۴ ساعت اولیه بعد از وقوع زلزله

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی
			۲۴ ساعت اولیه پس از وقوع رویداد
۱۱	۴	۷	ساعت اول (۲۲: ۳۰-۳۰: ۳۰)
۱۰۰	۳۶.۴	۶۳.۶	
۱.۷	۱.۳	۲.۲	
۶۹	۴۵	۲۴	ساعت دوم (۲۳: ۳۰-۳۰: ۲۲)
۱۰۰	۶۵.۲	۳۴.۸	
۱۰.۸	۱۴.۱	۷.۵	
۱۱۲	۸۵	۲۷	ساعت سوم (۳۰: ۳۰-۳۰: ۲۳)
۱۰۰	۷۵.۹	۲۴.۱	
۱۷.۵	۲۶.۶	۸.۴	
۶۳	۳۳	۳۰	ساعت چهارم (۱: ۳۰-۳۰: ۰۰)
۱۰۰	۵۲.۴	۴۷.۶	
۹.۸	۱۰.۳	۹.۴	
۳۶	۲۲	۱۴	ساعت پنجم (۲: ۳۰-۳۰: ۰۱)
۱۰۰	۶۱.۱	۳۸.۹	
۵.۶	۶.۹	۴.۴	

ادامه جدول شماره ۱. رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و میزان ارائه مطلب در ۲۴ ساعت اولیه بعد از وقوع زلزله

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی
			۲۴ ساعت اولیه پس از وقوع رویداد
۱۶	۵	۱۱	ساعت ششم (۳: ۳۰-۲: ۳۰)
۱۰۰	۳۱.۳	۶۸.۸	
۲.۵	۱.۶	۳.۴	
۱۹	۷	۱۲	ساعت هفتم (۳: ۳۰-۴: ۳۰)
۱۰۰	۳۶.۸	۶۳.۲	
۳	۲.۲	۳.۸	
۱۵	۳	۱۲	ساعت هشتم (۳: ۳۰-۴: ۳۰)
۱۰۰	۲۰	۸۰	
۲.۳	۰.۹	۳.۸	
۱۴	۵	۹	ساعت نهم (۳: ۳۰-۵: ۳۰)
۱۰۰	۳۵.۷	۶۴.۳	
۲.۲	۱.۶	۲.۸	
۲۰	۲	۱۸	ساعت دهم (۳: ۳۰-۶: ۳۰)
۱۰۰	۱۰	۹۰	
۳.۱	۰.۶	۵.۶	
۳۶	۱۱	۲۵	ساعت یازدهم (۳: ۳۰-۷: ۳۰)
۱۰۰	۳۰.۶	۶۹.۴	
۵.۶	۳.۴	۷.۸	
۲۵	۱۱	۱۴	ساعت دوازدهم (۳: ۳۰-۹: ۳۰)
۱۰۰	۴۴	۵۶	
۳.۹	۳.۴	۴.۴	
۲۹	۹	۲۰	ساعت سیزدهم (۳: ۳۰-۹: ۳۰)
۱۰۰	۳۱	۶۹	
۴.۵	۲.۸	۶.۳	
۲۳	۹	۱۴	ساعت چهاردهم (۳: ۳۰-۱۰: ۳۰)
۱۰۰	۳۹.۱	۶۰.۹	
۳.۶	۲.۸	۴.۴	
۱۸	۱۰	۸	ساعت پانزدهم (۳: ۳۰-۱۱: ۳۰)
۱۰۰	۵۵.۶	۴۴.۴	
۲.۸	۳.۱	۲.۵	

ادامه جدول شماره ۱. رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و میزان ارائه مطلب در ۲۴ ساعت اولیه بعد از وقوع زلزله

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی
			۲۴ ساعت اولیه پس از وقوع رویداد
۲۱	۸	۱۳	
۱۰۰	۳۸.۱	۶۱.۹	ساعت شانزدهم (۱۳:۳۰-۱۲:۳۰)
۳.۳	۲/۵	۴.۱	
۲۴	۱۴	۱۰	
۱۰۰	۵۸.۳	۴۱.۷	ساعت هفدهم (۱۴:۳۰-۱۳:۳۰)
۳.۸	۴.۴	۳.۱	
۱۸	۹	۹	
۱۰۰	۵۰	۵۰	ساعت هجدهم (۱۵:۳۰-۱۴:۳۰)
۲.۸	۲.۸	۲.۸	
۱۹	۸	۱۱	
۱۰۰	۴۲.۱	۵۷.۹	ساعت نوزدهم (۱۶:۳۰-۱۵:۳۰)
۲.۸	۲.۵	۳.۴	
۱۳	۵	۸	
۱۰۰	۳۸.۵	۶۱.۵	ساعت بیستم (۱۷:۳۰-۱۶:۳۰)
۳	۱.۶	۲.۵	
۹	۳	۶	
۱۰۰	۳۳.۳	۶۶.۷	ساعت بیست یکم (۱۸:۳۰-۱۷:۳۰)
۱.۴	۰.۹	۱.۹	
۸	۲	۶	
۱۰۰	۲۵	۷۵	ساعت بیست و دوم (۱۹:۳۰-۱۸:۳۰)
۱.۳	۰.۶	۱.۹	
۱۰	۳	۷	
۱۰۰	۳۰	۷۰	ساعت بیست و سوم (۲۰:۳۰-۱۹:۳۰)
۱.۶	۰.۹	۲.۲	
۱۲	۷	۵	
۱۰۰	۵۸.۳	۴۱.۷	ساعت بیست و چهارم (۲۱:۳۰-۲۰:۳۰)
۱۹.	۲.۲	۱.۶	
۶۲۰	۳۲۰	۳۲۰	
۱۰۰	۵۰	۵۰	جمع کل
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

متغیر دوم پژوهش، اخبار زلزله را از نظر منبع پیام مورد بررسی قرار می‌دهد.

جدول شماره ۲، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و منبع مطلب

جمع کل	خبرگزاری‌های مورد بررسی		منبع مطلب
	ایرنا	فارس	
۷	۴	۳	مرکز زمین‌شناسی آمریکا
۱۰۰	۵۷.۱	۹.۴۲	
۰.۵	۰.۷	۰.۴	
۱۲	۶	۶	مرکز لرزه‌نگاری ایران
۱۰۰	۵۰	۵۰	
۰.۸	۱	۰.۷	
۱۵	۹	۶	شهروندان عادی
۱۰۰	۶۰	۴۰	
۱.۱	۱.۵	۰.۷	
۷۲	۲	۷۰	صداوسیما
۱۰۰	۲.۸	۹۷.۲	
۵.۱	۰.۳	۸.۴	
۸	۶	۲	رسانه‌های خارجی
۱۰۰	۷۵	۲۵	
۰.۶	۱	۰.۲	
۱۹۶	۸۵	۱۱۱	نهادهای مسئول در مدیریت بحران
۱۰۰	۴۳.۴	۵۶.۶	
۱۳.۸	۱۴.۳	۱۳.۴	
۱۱۱۵	۴۸۳	۶۳۲	خبر تولیدی خود خبرگزاری‌ها
۱۰۰	۴۳.۳	۵۶.۷	
۷۸.۲	۸۱.۲	۷۶.۱	
۱۴۲۵	۵۹۵	۸۳۰	جمع کل
۱۰۰	۴۱.۸	۵۸.۲	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = 53 \text{ df} = 6 \text{ P} < 0.01$$

آزمون کای اسکوئر در درجه آزادی ۶ نشان می‌دهد که بین مطالب کانال‌های تلگرامی دو خبرگزاری مورد بررسی از نظر استفاده از منبع مطلب، با درجه اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معنی‌دار وجود دارد. بر اساس داده‌ها، اگرچه ۷۸.۲ درصد مطالب، تولید خبرنگاران دو خبرگزاری بوده است، اما در جریان تولید خبر، کانال تلگرامی ایرنا فعال‌تر عمل کرده است؛

زیرا، ۸۱.۲ درصد مطالب این کانال در مقابل ۷۶.۱ درصد مطالب کانال خبرگزاری فارس، حاصل کار تحریریه بوده است. نکته قابل توجه در جدول فوق، استفاده خبرگزاری فارس از رسانه صداوسیما و عدم استفاده ایرنا از این رسانه به‌عنوان منبع خبری است؛ به‌گونه‌ای که منبع ۸.۴ اخبار کانال تلگرامی فارس، صداوسیما بوده است. این رقم در مورد کانال تلگرامی ایرنا ۰.۳ درصد است. همچنین ایرنا بیش از فارس از رسانه‌های خارجی به‌عنوان منبع مطلب استفاده کرده است.

جدول شماره ۳، پوشش خبری زلزله کرمانشاه را از نظر سبک ارائه مطلب بررسی می‌کند.

جدول شماره ۳، رابطه بین خبرگزاری‌های موردبررسی و سبک ارائه مطلب

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های موردبررسی سبک ارائه مطلب
۱۱۰۰	۴۹۳	۶۰۷	خبر
۱۰۰	۴۴.۸	۵۵.۲	
۷۷.۲	۸۲.۹	۷۳.۱	
۱۸۴	۵۴	۱۳۰	گزارش
۱۰۰	۲۹.۳	۷۰.۷	
۱۲.۹	۹.۱	۱۵.۷	
۱۳	۶	۷	اطلاعیه سازمان‌های امداد و نجات
۱۰۰	۴۶.۲	۵۳.۸	
۰.۹	۱	۰.۸	
۳۴	۲۵	۹	پیام مقامات سایر کشورها
۱۰۰	۷۳.۵	۲۶.۵	
۲.۴	۴.۲	۱.۱	
۶۷	۱۰	۵۷	مصاحبه
۱۰۰	۱۴.۹	۸۵.۱	
۴.۷	۱.۷	۶.۹	
۲۷	۷	۲۰	توصیه‌های ایمنی
۱۰۰	۲۵.۹	۷۴.۱	
۱.۹	۱.۲	۲.۴	
۱۴۲۵	۵۹۵	۸۳۰	جمع کل
۱۰۰	۴۱.۸	۵۸.۲	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = ۷۲۱ \text{ df} = ۵ \text{ P} < ۰.۰۱$$

کای اسکوئر به‌دست‌آمده در درجه آزادی ۵، با ۹۹ درصد اطمینان حاکی از وجود تفاوت معنی‌دار بین کانال‌های تلگرامی خبرگزاری‌های موردبررسی از نظر سبک ارائه مطلب است.

داده‌ها نشان می‌دهند که به‌طور کلی ۷۷.۲ درصد مطالب به سبک خبر تنظیم شده‌اند و گزارش با ۱۲.۹ درصد در مرتبه دوم و مصاحبه با ۴.۷ درصد در رتبه سوم قرار دارد. در تفکیک دو کانال تلگرامی از نظر سبک ارائه مطلب، خبرگزاری فارس حدود ۴ برابر ایرنا مصاحبه انجام داده، ولی ایرنا ۴ برابر فارس پیام‌های مقامات سایر کشورها را پوشش داده است که می‌توان آن را به خبرگزاری دولت بودن نسبت داد. در یک نگاه کلی، ایرنا به ژانر خبر بیش از سایر ژانرها بهاداده ولی تنوع ژانرها در خبرگزاری فارس بیشتر بوده است.

جدول شماره ۴ مصاحبه‌شونده‌ها را به تفکیک خبرگزاری نشان می‌دهد.

جدول شماره ۴، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و مصاحبه‌شونده‌ها

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی
			مصاحبه‌شونده‌ها
۲	۰	۲	فرمانده هان ارتش
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۳	۰	۳.۵	
۳	۰	۳	فرمانده هان سپاه
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۴.۵	۰	۵.۳	
۶	۰	۶	مسئولان هلال احمر
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۹	۰	۱۰.۵	
۷	۲	۵	مسئولان اورژانس کشور
۱۰۰	۲۸.۶	۷۱.۴	
۱۰.۴	۲۰	۸.۸	
۵	۱	۴	مدیریت بحران کشور
۱۰۰	۲۰	۸۰	
۷.۵	۱۰	۷	
۵	۲	۳	کارشناسان پژوهشگاه زلزله
۱۰۰	۴۰	۶۰	
۷.۵	۲۰	۵.۳	
۳۹	۵	۳۴	سایر مسئولان
۱۰۰	۱۲.۸	۸۷.۲	
۵۸.۲	۵۰	۵۹.۶	
۶۷	۱۰	۵۷	جمع کل
۱۰۰	۱۴.۹	۸۵.۱	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = ۵.۶۷ \text{ df} = ۶$$

جدول شماره ۴، نشان داد که بین دو خبرگزاری از نظر مصاحبه‌شوندگان تفاوت معنی‌دار وجود ندارد. به همین دلیل، ستون‌های جمع سطری و ستونی مورد بررسی قرار می‌گیرند. همان طور که جدول شماره ۴ نشان داد، فقط ۶۷ مصاحبه در پوشش خبری رویداد زلزله، وجود دارد که حدود ۸۵ درصد آن توسط خبرنگاران خبرگزاری فارس و حدود ۱۵ درصد آن‌ها توسط خبرنگاران خبرگزاری ایرنا انجام شده است. جمع سطری نیز حاکی از آن است که بیشترین مصاحبه‌ها یعنی ۵۸.۲ درصد آن‌ها با «مسئولان کشور» صورت گرفته و «مسئولان اورژانس کشور» با ۱۰.۴ درصد در مرتبه دوم مصاحبه‌شونده‌ها قرار می‌گیرند. هیچ مصاحبه‌ای در این مدت با فرماندهان ارتش، سپاه و مسئولان هلال‌احمر در کانال تلگرامی ایرنا صورت نگرفته و یا منتشر نشده است.

جدول شماره ۵، پوشش خبری زلزله را از نظر محتوا نشان می‌دهد.

جدول شماره ۵، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و محتوای مطلب

محتوای مطلب	خبرگزاری‌های مورد بررسی	فارس	ایرنا	جمع کل
آمار تلفات		۵۹	۵۳	۱۱۲
		۵۲.۷	۴۷.۳	۱۰۰
		۷.۱	۸.۹	۷.۹
شدت و وسعت زلزله		۴۷	۸۳	۱۳۰
		۳۶.۲	۶۳.۸	۱۰۰
		۵.۷	۱۳.۹	۹.۱
حوزه جغرافیایی منطقه آسیب‌دیده		۵۸	۷	۶۵
		۸۹.۲	۱۰.۸	۱۰۰
		۷	۱.۲	۴.۶
نحوه امداد رسانی		۲۳۸	۸۷	۳۲۵
		۷۳.۲	۲۶.۸	۱۰۰
		۲۸.۷	۱۴.۶	۲۲.۸
خبر وقوع زلزله در سایر شهرها و کشورهای همسایه و واکنش نهادهای امداد و نجات		۷	۶۴	۷۱
		۹.۹	۹۰.۱	۱۰۰
		۰.۸	۱۰.۸	۵
وضعیت آب، برق و گاز		۱۹	۱۳	۳۲
		۵۹.۴	۴۰.۶	۱۰۰
		۲.۳	۲.۲	۲.۲

ادامه جدول شماره ۵، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و محتوای مطلب

محتوای مطلب	خبرگزاری‌های مورد بررسی		
	فارس	ایرنا	جمع کل
گزارش کمک‌رسانی (هرگونه کمک)	۸۳	۵۲	۱۳۵
	۶۱.۵	۳۸.۵	۱۰۰
	۱۰	۸.۷	۹.۵
گزارش حل مشکلات	۱۱	۲۹	۴۰
	۲۷.۵	۷۲.۵	۱۰۰
	۱.۳	۴.۹	۲.۸
توصیه‌های ایمنی	۲۰	۷	۲۷
	۷۴.۱	۲۵.۹	۱۰۰
	۲.۴	۱.۲	۱.۹
جلوگیری از شایعه‌پراکنی	۱۷	۸	۲۵
	۶۸	۳۲	۱۰۰
	۲	۱.۳	۱.۸
تشکیل جلسات و آمار تلفات	۲۲	۲۵	۴۷
	۴۶.۸	۵۳.۲	۱۰۰
	۲.۷	۴.۲	۳.۳
پیام تسلیت	۳۱	۳۱	۶۲
	۵۰	۵۰	۱۰۰
	۳.۷	۵.۲	۴.۴
هواشناسی	۹	۷	۱۶
	۵۶.۳	۴۳.۸	۱۰۰
	۱.۱	۱.۲	۱.۱
بازدیدها	۱۲۹	۱۰۵	۲۳۴
	۵۵.۱	۴۴.۹	۱۰۰
	۱۵.۵	۱۷.۶	۱۶.۴
جمع کل	۸۳۰	۵۹۵	۱۴۲۵
	۵۸.۲	۴۱.۸	۱۰۰
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

$$X^2 = 194 \text{ df} = 15 \text{ P} < 0.01$$

کای اسکوئر به دست آمده در درجه آزادی ۱۵ حاکی از وجود تفاوت معنی‌دار بین دو خبرگزاری از نظر محتوای مطالب منتشر شده با درجه اطمینان ۹۹ درصد اطمینان، است. جمع

سطری نشان می‌دهد «نحوه امداد رسانی» بیشترین حجم مطالب در خبرگزاری را به خود اختصاص داده است و «بازدیدها» از مناطق در مرتبه دوم قرار گرفته است. از نظر تفاوت محتوا بین دو خبرگزاری، می‌توان به «حوزه جغرافیایی منطقه آسیب‌دیده» اشاره کرد که خبرگزاری فارس، ۶ برابر خبرگزاری ایرنا به این مقوله پرداخته است. همچنین خبرگزاری فارس حدود ۲ برابر ایرنا، نحوه امداد رسانی را برجسته کرده است. در حالی که ایرنا حدود ۴ برابر خبرگزاری فارس، از حل مشکلات گزارش داده است. بر اساس داده‌ها، خبرگزاری فارس ۳ برابر ایرنا به زیر مقوله «ضعف‌ها و نقایص» پرداخته است. در عوض، خبرگزاری ایرنا به دو زیر مقوله «شدت و وسعت زلزله» و «خبر زلزله در سایر مناطق» بیش از خبرگزاری فارس پرداخته است.

جدول شماره ۶، به نحوه ارائه مطلب می‌پردازد.

جدول شماره ۶، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و نحوه ارائه مطلب

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی نحوه ارائه مطلب
۶۲۴	۲۵۶	۳۶۸	متن
۱۰۰	۴۱	۵۹	
۴۳.۸	۴۳	۴۴.۳	
۵۵۸	۲۹۰	۲۶۸	متن همراه با تصویر
۱۰۰	۵۲	۴۸	
۳۹.۲	۴۸.۷	۳۲.۳	
۲۴۳	۴۹	۱۹۴	متن همراه با فیلم
۱۰۰	۲۰.۲	۷۹.۸	
۱۷.۱	۸.۲	۲۳.۴	
۱۴۲۵	۵۹۵	۸۳۰	جمع کل
۱۰۰	۴۱.۸	۵۸.۲	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = 70.66 \text{ df} = 2 \text{ P} < 0.01$$

آزمون کای اسکور با درجه اطمینان ۹۹ درصد اطمینان، حکایت از وجود تفاوت معنی‌دار بین نحوه ارائه مطالب بین دو خبرگزاری دارد. جمع ستونی نشان می‌دهد که هر دو خبرگزاری ۴۳.۸ درصد مطالبشان را به صورت متن، ۳۹.۲ درصد به صورت متن، همراه با تصویر و ۱۷.۱ درصد مطالب را به صورت متن و فیلم منتشر کرده‌اند. داده‌ها نشان می‌دهد که خبرگزاری فارس

از نظر استفاده از «فیلم» در کانال تلگرامی خود حدود ۳ برابر فعال‌تر از ایرنا بوده؛ در حالی که ایرنا در استفاده از «عکس» در کانال تلگرامی خود از فارس پیشی گرفته است. جدول شماره ۷، پوشش خبری زلزله کرمانشاه را در دو خبرگزاری از نظر «جهت‌گیری» در مطلب بررسی می‌کند.

جدول شماره ۷، رابطه بین خبرگزاری‌های مورد بررسی و جهت‌گیری مطلب

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های مورد بررسی جهت‌گیری مطلب
۳۷	۰	۳۷	مثبت
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۲.۶	۰	۴.۵	
۷۱	۱۱	۶۰	منفی
۱۰۰	۱۵.۵	۸۴.۵	
۵	۱.۸	۷.۲	
۱۳۱۷	۵۸۴	۷۳۳	خنثی
۱۰۰	۴۴.۳	۵۵.۷	
۹۲.۴	۹۸.۲	۸۸.۳	
۱۴۲۵	۵۹۵	۸۳۰	جمع کل
۱۰۰	۴۱.۸	۵۸.۲	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = 50.28 \text{ df}=2 \text{ P} < 0.01$$

آزمون کای اسکوئر با ۹۹ درصد اطمینان، تفاوتی معنی‌دار در پوشش خبری کانال‌های تلگرامی دو خبرگزاری از نظر جهت‌گیری مطلب نشان می‌دهد جمع ستونی نشان می‌دهد که به‌طور کلی ۹۲.۴ درصد کل پوشش خبری دارای جهت‌گیری خنثی، ۵ درصد دارای جهت‌گیری منفی و ۲.۶ درصد دارای جهت‌گیری مثبت بوده‌اند. نکته قابل توجه در این جدول این است که خبرگزاری ایرنا عمده اخبار و مطالب خود را با جهت‌گیری خنثی اخبار خود را منتشر کرده به‌گونه‌ای که ۹۸.۲ درصد اخبار و مطالب این خبرگزاری دارای جهت‌گیری خنثی بوده‌اند، ولی این رقم در مورد خبرگزاری فارس ۸۸.۳ درصد است و این بدان معنی است که ۱۱.۷ درصد

اخبار فارس دارای جهت‌گیری بوده‌اند که از این میزان، اخبار دارای جهت‌گیری، ۷.۲ درصد آن‌ها منفی و ۴.۵ درصد آن‌ها مثبت بوده است؛ درحالی‌که هیچ مطلبی در خبرگزاری ایرنا دارای جهت‌گیری مثبت نبوده است. به‌طورکلی، این جدول نشان می‌دهد که جهت‌گیری اخبار و مطالب ایرنا به اصول حرفه‌ای نزدیک‌تر است؛ ولی تقریباً هر دو خبرگزاری در مجموع، خنثی عمل کرده‌اند.

جدول شماره ۸، نشانگاه انتقاد را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۸، رابطه بین دو خبرگزاری موردبررسی و نشانگاه انتقاد

جمع کل	ایرنا	فارس	خبرگزاری‌های موردبررسی
			نشانگاه انتقادات
۵۴	۴	۵۰	دولت به‌طورکلی
۱۰۰	۷.۴	۹۲.۶	
۷۶.۱	۳۶.۴	۸۳.۳	
۴	۲	۲	وزرا
۱۰۰	۵۰	۵۰	
۵.۶	۱۸.۲	۳.۳	
۷	۴	۳	هلال احمر
۱۰۰	۵۷.۱	۴۲.۹	
۹.۹	۳۶.۴	۵	
۳	۰	۳	اورژانس
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۴.۲	۰	۵	
۲	۰	۲	صداوسیما
۱۰۰	۰	۱۰۰	
۲.۸	۰	۳.۳	
۱	۱	۰	مدیریت بحران
۱۰۰	۱۰۰	۰	
۱.۴	۹.۱	۰	
۷۱	۱۱	۶۰	جمع کل
۱۰۰	۱۵.۵	۸۴.۵	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	

$$X^2 = 21.98 \text{ df} = 5 \text{ P} < .01$$

آزمون کای اسکوئر نشان می‌دهد که بین دو خبرگزاری از نظر نشانگاه انتقاد تفاوت معنی‌دار وجود دارد. جدول قبلی نشان داد که از میان ۱۴۲۵ مطلب تحلیل‌شده، ۷۱ مورد آن جهت‌گیری منفی داشتند. داده‌های جدول شماره ۸، تمایز دو خبرگزاری را از نظر نشانگاه انتقاد موردبررسی قرار داده و نشان می‌دهد که ۸۲.۳ درصد انتقادها در خبرگزاری فارس، متوجه «دولت به‌طور کلی» بوده است؛ درحالی‌که این رقم در خبرگزاری ایرنا ۳۶.۴ درصد است. این وضعیت در مورد «وزرا» متفاوت می‌شود و انتقاد از وزرا که در خبرگزاری فارس ۳.۳ درصد است؛ در خبرگزاری ایرنا به ۱۸.۲ درصد می‌رسد. این امر مبین آن است که خبرگزاری فارس، انتقادها و اخبار منفی خود را معطوف به‌کل دولت کرده، ولی خبرگزاری ایرنا، وزرا را نشانگاه انتقادهای خود قرار داده است. از طرفی، جمعیت هلال‌احمر در خبرگزاری فارس نشانگاه انتقاد ۵ درصد اخبار و مطالب بوده که این رقم در خبرگزاری ایرنا به ۳۶.۴ درصد می‌رسد.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های این تحقیق، در ساعت اول بعد از وقوع زلزله، کانال تلگرامی خبرگزاری فارس، ۷ مطلب و ایرنا ۴ مطلب مخابره کرده است، ولی در مجموع ۲۴ ساعت، کانال‌های تلگرامی هر دو خبرگزاری به یک میزان اقدام به انتشار مطلب کرده‌اند. بر اساس یافته‌های این مطالعه، از نظر عینیت و عدم سوگیری، خبرگزاری ایرنا نسبت به خبرگزاری فارس، بهتر عمل کرده است. خبرگزاری فارس بیشتر به حواشی و نقد دولت به‌صورت کلی و مبهم پرداخته است؛ درحالی‌که نقد خبرگزاری ایرنا به صورت تخصصی بوده و حتی در برخی موارد نام وزرا و نهادهای مرتبط با مسائل پیش‌آمده را ذکر کرده است. به‌طور کلی همان‌طور که انتظار می‌رود، رسانه‌های خبری در هنگام وقوع بحران‌ها، بخصوص بلاای طبیعی، می‌بایست به‌عنوان یک منبع اطلاع‌رسانی معتبر در جهت بهبود مسائل و کمک‌رسانی در راستای مدیریت بحران عمل کنند که بر اساس یافته‌های این تحقیق این انتظار تا حدودی در مورد دو خبرگزاری موردبررسی برآورده شده است. از بررسی دو هفته پوشش خبری، می‌توان نتیجه گرفت که از مجموع هزار و ۴۲۵ مطلب کدگذاری شده، خبرگزاری فارس ۵۸.۲ درصد و خبرگزاری ایرنا ۴۱.۸ درصد اخبار را به خود اختصاص داده‌اند. مطالب کانال‌ها بیشتر در ژانر خبر منتشر شده‌اند. خبرگزاری فارس بیشتر از فیلم و خبرگزاری ایرنا بیشتر از عکس استفاده کرده.

جهت‌گیری مطالب خبرگزاری فارس بیشتر از ایرنا بوده و «دولت به‌طورکلی» را موردانتقاد قرار داده است. درمجموع می‌توان گفت علی‌رغم وجود تفاوت معنی‌دار بین بسیاری از متغیرها، تفاوت‌های موجود را نمی‌توان به دیدگاه‌های سیاسی دو خبرگزاری منتسب کرد. زیرا متغیرها در ترکیب با یکدیگر معنی پیدا می‌کنند. برای مثال در متغیر نشانگاه انتقاد اگرچه «دولت به‌طورکلی» نشانگاه انتقاد خبرگزاری فارس بوده ولی وزرا هم نشانگاه انتقاد خبرگزاری ایرنا بوده‌اند و یا درحالی‌که ایرنا هیچ خبری با جهت‌گیری مثبت نداشته، ۴.۵ درصد مطالب فارس جهت‌گیری مثبت داشته است.