

### خبر یابیشتر از خبر

بیش از ۵۶ درصد مطالبی که با موضوع بنزین و حوادث مربوط به آن منتشر شده در قالب خبر بوده یعنی چیزی بیش از نیمی از کل مطالب، حدود ۱۲ درصد در قالب گزارش خبری و کمی بیش از ۱۲ درصد در قالب گزارش. قلمرو پوشش خبری نیز ۸ درصد تهران، ۲۲ درصد استان‌ها و ۷۰ درصد سراسری بوده است. سهم گزارش میدانی در کل رسانه‌ها تنها حدود یک درصد است که با توجه به ابعاد گسترده اعتراضات، این سهم یک درصدی گزارش‌های میدانی نشان دهنده جاماندن رسانه‌ها از میدان، فقدان روایت‌های اختصاصی و به جای آنها پوشش حداقلی رویدادها با استناد به خبرهای دریافتی از منابع خبری دیگر است.

### پوشش اخبار بدون تصویر

از مجموع مطالب منتشر شده در روزنامه‌ها تنها ۳۹ درصد مطالب همراه با عکس و ۶۹ درصد مطالب صرفاً به صورت متن و بدون استفاده از عکس، طرح یا اینفوگرافیک و هر محتوای تصویری مرتبط دیگری منتشر شده‌اند. از همین ۳۹ درصد نیز ۷۹ درصد ارتباطی با موضوع اصلی مطلب نداشته یا انتخابی از آرشپو یا عکس از یکی از شخصیت‌ها بوده‌اند. در ماجرای اخیر بنزین و حوادث مربوط به آن، عکس خبری تقریباً هیچ کارکرد موثری در اطلاع‌رسانی و پوشش خبری رویدادها نداشته است. بخش عمده این عکس‌ها همان‌طور که یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد، از نظر موضوع هیچ ارتباطی با وقایع روز نداشتند و تنها در مورد مطالب مربوط به راهپیمایی چهارم آذر و تخریب اموال عمومی از تصاویر مرتبط استفاده شده است: ۲۹ درصد عکس‌های آرشپو، ۳ درصد معترضان، یک درصد نیروهای انتظامی، ۱ درصد راهپیمایی، ۵ درصد شخصیت‌ها و ۶ درصد تخریب اموال عمومی.

### اعتراض باغتشاش، صدای مردم

این‌طور که در این تحقیق آورده شده، بررسی رویکرد سیاسی رسانه‌ها نشان می‌دهد، ۲۶ درصد حمایت از حاکمیت، ۲۳ درصد نقد دولت، ۱۵ درصد حمایت از دولت، ۱۲ درصد خنثی، ۹ درصد حمایت از مردم، ۹ درصد تهدید، ۴ درصد نفی و محکومیت خشونت و ۲ درصد به سایر موضوعات پرداخته شده است. بر اساس این یافته‌های این تحقیق، رویکرد روزنامه‌های اصولگرا، بیشترین پوشش با ۳۱ درصد سهم به حمایت از حاکمیت و کمترین پوشش با یک درصد سهم به نقد حاکمیت پرداخته شده است. همچنین در روزنامه‌های اصلاح طلب، بیشترین پوشش با ۲۴ درصد سهم به نقد دولت و کمترین پوشش با ۳ درصد نقد حاکمیت و ۳ درصد نفی و محکومیت خشونت اختصاص پیدا کرده است. در حوادث مربوط به افزایش قیمت بنزین در آبان ۹۸ دورویکرد اصلی، محتوای رسانه‌ها تحت تأثیر قرار داد، رویکردی که واکنش مردم را (اعتراضات مردمی) می‌دانست و رویکرد دومی که در بررسی واکنش مردم روی واژگان «آشوب و تخریب» تأکید داشت. از میان مطالب مورد بررسی این تحقیق، حدود ۴۲ درصد به ناآرامی‌های پس از افزایش قیمت پرداخته‌اند. از طرف دیگر یافته‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد از مجموع مطالب مورد بررسی که به ناآرامی‌ها پرداخته‌اند ۳۳ درصد با رویکرد مسلط آشوب و تخریب منتشر شده و تنها در ۲۶ درصد مطالب منتشره وقایع آبان از زاویه اعتراضات مردمی مورد توجه قرار گرفته و برجسته‌سازی شده است. در واقع رویکرد مبتنی بر خط آشوب و تخریب در برابر اعتراضات مردمی تقریباً ۳ برابر بیشتر (۸۲٪) در محتوای متنی و تیترو رسانه‌ها انعکاس داشته است. به این ترتیب صدای اعتراضات مردمی به‌طور کلی تحت تأثیر صدای مسلط آشوب و تخریب، خاموش شده یا خیلی ضعیف به گوش رسیده است. نحوه مواجهه با اعتراضات در رسانه‌ها در خصوص حق اعتراض نیز ۳۹ درصد طرح مسأله، ۳۸ درصد با رویکرد حمایتی و ۴ درصد انتقادی بوده است. اعتماد، ایران، همشهری در صدر فهرست روزنامه‌هایی قرار دارند که به مسأله حق اعتراض پرداخته‌اند و در این مورد در خبرگزاری‌ها تنها به نام‌های ایسنا و ایرنا اشاره شده است.

### قطعی اینترنت خوب یابد

به دنبال اعتراض گروه‌های مختلف مردمی به گرانی بنزین در بیست و پنجم آبان، اینترنت سراسر کشور برای هفت روز قطع شد. این کار یادستور شورای امنیت کشور و از سوی وزارت ارتباطات ایران انجام شد و به دنبال آن اینترنت بین‌المللی از دسترس همه کاربران خارج شد و تنها شبکه ملی اطلاعات قابل دسترس بود. قطعی اینترنت از موضوعات دیگری است که طی این تحقیق در خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها بررسی شده است و بر اساس یافته‌های آن، رویکرد رسانه‌ها در واکنش به این اتفاق ۴۶ درصد انتقادی، ۳۹ درصد اطلاع‌رسانی، ۶ درصد منفی، ۵ درصد مثبت و ۴ درصد کارشناسی بوده است. همچنین مواجهه با اینترنت ملی از سوی رسانه‌ها ۴۸ درصد مثبت، ۳۲ درصد اطلاع‌رسانی، ۱۰ درصد انتقادی، ۷ درصد منفی و ۳ درصد کارشناسی و جهت‌گیری‌ها در باره حالت کشورها خارجی ۴۹ درصد منفی، ۴۵ درصد اطلاع‌رسانی، ۴ درصد انتقادی و ۲ درصد کارشناسی بوده است. همچنین درباره راهپیمایی، ۶۹ درصد با رویکرد مثبت و ۳۱ درصد با رویکرد اطلاع‌رسانی تولید محتوا کرده‌اند.

### چه کسانی شنیده شدند؟

افزایش قیمت بنزین، ایران را تکان داد اما رسانه‌ها رانه، با وجود تمام تحولاتی که به دنبال این تصمیم رخ داد، تحقیق انجمن صنفی روزنامه‌نگاران تهران در بخش مربوط به بررسی نقل قول‌ها سهم واقعی صدای مردم از کل صداهایی که در رسانه‌ها انعکاس داده شده، عدد یک درصد نشان می‌دهد. این یافته‌ها یافته‌های دیگر این گزارش در عملکرد ضعیف رسانه‌ها در تهیه و انتشار گزارش‌های میدانی از وقایع مربوط به بنزین همخوانی دارد. این در حالی است که نهاد‌های غیررسمی ۲۲ درصد و نهاد‌های رسمی ۷۸ درصد سهم داشته‌اند در رسانه‌ها شنیده شوند. بر این اساس، از میان سهم‌اندک نهاد‌های غیررسمی، ۳۳ درصد احزاب و جریان‌های سیاسی، ۳۰ درصد اقتصاددانان، ۲۴ درصد انجمن‌ها، تشکل‌ها و اصناف، ۱۳ درصد جامعه‌شناسان و حقوق‌دانان، شان‌س دیده شدن نداشتند و از نهاد‌های رسمی، بابیشترین سهم‌شان در پوشش رسانه‌ای، دولت با ۴۱ درصد، مجلس با ۱۸ درصد، روحانیون با ۱۶ درصد، نهاد‌های نظامی و قوه قضائیه هر کدام با ۱۰ درصد و در نهایت حاکمیت با ۵ درصد دیده و شنیده شدند. □

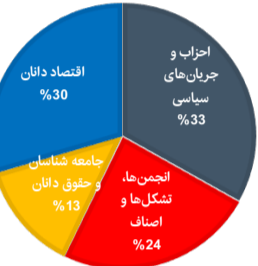
روزنامه	فراوانی	درصد
همشهری	۱۷۶	۱۰٫۹
ایران	۱۵۶	۹٫۷
کهن	۱۳۶	۸٫۶
دنیای اقتصاد	۱۳۳	۸٫۲
اعتماد	۹۲	۵٫۷
شرق	۹۲	۵٫۷
مردمسالاری	۹۲	۵٫۷
جمهوری اسلامی	۸۲	۵٫۱
چون	۸۱	۵٫۰
صبح	۷۹	۴٫۹
هفت‌صبح	۷۶	۴٫۷
وطن امروز	۷۵	۴٫۶
چاب‌چم	۶۸	۴٫۲
اطلاعات	۵۶	۳٫۵
رسالت	۵۵	۳٫۴
سازندگی	۵۳	۳٫۳
حمایت	۴۷	۲٫۹
هشود	۴۵	۲٫۸
فرهیختگان	۲۵	۱٫۵
جمع کل	۱۶۱۳	۱۰۰

در مجموع روزنامه‌های مورد بررسی روزنامه همشهری با فراوانی ۱۷۶ مطلب بیشترین تعداد مطالب را با موضوع بنزین و رویدادهای وابسته به آن منتشر کرده و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های ایران، کهن و دنیای اقتصاد با فراوانی بیش از یکصد مطلب قرار دارند. کمترین تعداد مطالب در روزنامه‌های حمایت، شهروند و فرهیختگان مشاهده شده است.

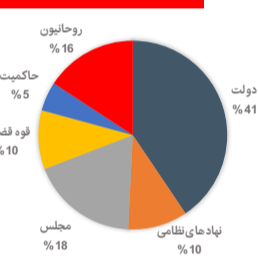
### صدای چه کسانی شنیده شد؟



### نهاد‌های رسمی



### نهاد‌های رسمی

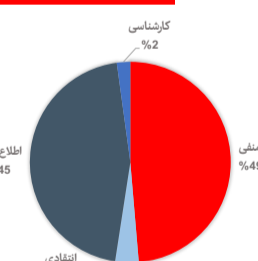


### ۱٪ مردم

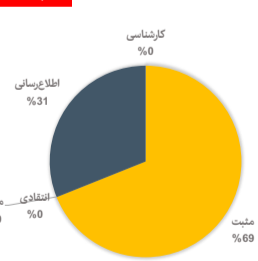
در بخش مربوط به سهم واقعی صدای مردم از کل صداهایی که در رسانه‌ها انعکاس داده شده، عدد ۱ درصد را نشان می‌دهد. این یافته با یافته‌های دیگر این گزارش در عملکرد ضعیف رسانه‌ها در تهیه و انتشار گزارش‌های میدانی از وقایع مربوط به بنزین همخوانی دارد. (نقل قول مستقیم از مردم)

### جهت‌گیری

### دخالت کشورهای خارجی



### راهپیمایی



ایسنا □

## تحلیل محتوای ۲۰ روزنامه و ۴ خبرگزاری در نحوه پوشش اخبار افزایش قیمت بنزین

# مردم شنیده نشدند

ایسنا، ۱۵ درصد مهر ۱۸ درصد اخبار رویدادهای مربوط به بنزین را پوشش داده‌اند. از سوی دیگر منحنی پوشش خبری اخبار مربوط به افزایش قیمت بنزین و حوادث مرتبط با آن در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها خط سیر مشابهی دارد. با این تفاوت که پس از چهارم دی و برگزاری راهپیمایی در تهران (در محکومیت خشونت و اغتشاش) فراوانی اخبار مرتبط در این بخش در خبرگزاری‌ها رو به کاهش می‌گردد اما در روزنامه‌ها این منحنی افزایش می‌شود و اگر باز زمانی گردآوری داده‌ها را افزایش بدیم خط سیر این منحنی با کمی تغییرات همین مسیر را طی می‌کند. در مجموع روزنامه‌های مورد بررسی روزنامه‌های ایران، جوان و صبح‌نویبیشترین تعداد تیترویک را به موضوع بنزین و رویدادهای وابسته به آن اختصاص داده‌اند و کمترین تعداد تیترویک با موضوع بنزین و حوادث مرتبط با آن در روزنامه‌های شهروند، حمایت و فرهیختگان مشاهده شده است.

### کدام صفحه؟

۶۵ درصد موضوعات بنزین در صفحات داخلی روزنامه‌ها، ۱۵ درصد در صفحه یک و ۲۰ درصد در هر دو صفحه برجسته‌سازی شده است. با در نظر گرفتن درصد‌های ۲ و ۳، اخبار مربوط به افزایش قیمت بنزین به‌طور کلی در صفحات اول روزنامه‌ها از نظر فراوانی و تعداد پوشش قابل قبولی داشته است. هرچند که حجم این برجسته‌سازی از روزنامه‌های به‌روزنامه دیگر متفاوت است. طبق بررسی‌های این روزنامه‌ها با توجه به اینکه تعداد مطالب بدون منبع بالا بوده است، اظهار نظر دقیق درباره اینکه کدام منابع خبری در دروازه‌بانی خبرهای مربوط به بنزین بیشتر مورد توجه بوده‌اند به‌طور دقیق ممکن نیست اما بر اساس یافته‌های به‌دست آمده خبرگزاری‌ایسنا در تعداد مطالبی که منبع آنها درج شده با ۱۱۹ مطلب و ۷ درصد کل ارجاعات منبع بیشتر مورد توجه روزنامه‌ها بوده است. از میان مطالبی که درباره بنزین، اعتراضات و حوادث مربوط به آن در روزنامه‌ها منتشر شده‌اند، ۷۱ درصد بدون ذکر نام هیچ منبعی منتشر شده‌اند و از میان ۷۱ درصد مطلب بدون منبع، ۷۰ درصد صرفاً گزینشی از اخبار منتشر شده در رسانه‌های دیگر و تنها ۳۰ درصد تولیدی بوده‌اند. یافته‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد بیشتر روزنامه‌ها در جریان این پوشش خبری، پیرمحتوای تولیدی خبرگزاری‌ها و روابط عمومی‌ها بوده‌اند و روند حاکم بر محتوای منتشره در مطبوعات پوشش رویدادهای به‌جای تولیدی بنزین، افزودن تحلیلی یا تکمیلی بوده است و توضیح تولید در چنین رویدادهای سیاسی-اجتماعی حساسی در مطبوعات به شدت ضعیف ارزیابی می‌شود. بخش عمده مطالبی که در روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها درباره بنزین منتشر شده بدون ذکر نام یا به اصطلاح امضا بوده و تنها ۱۴ درصد مطالب از نظر نویسنده اعلام هویت مشخصی داشته است. از نظر درج مطالب با امضا در میان روزنامه‌های اصولگرا و اصلاح طلب تفاوتی وجود دارد و در روزنامه‌های اصولگرا تعداد بیشتری از گزارش‌ها بانام خبرنگاران منتشر شده در حالی که در روزنامه‌های اصلاح طلب بخش عمده گزارش‌ها بدون نام منتشر شده است و مطالبی که با امضا منتشر شده بیشتر شامل یادداشت‌ها و تحلیل‌های کارشناسان است و به‌طور معناداری نام و نشان خبرنگاران پای مطالب مورد بررسی در روزنامه‌های اصلاح طلب کم‌رنگ دیده می‌شود.

**[شهرود]** در ماجرای گرانی بنزین در آبان ماه گذشته سهم مردم از رسانه‌ها تنها یک درصد بود. این نتیجه تحقیق تازه‌ای است که صبح دیروز در مجمع عمومی انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران ارائه شد و این عنوان را بر خود داشت: «ایران تکان خورد، رسانه نه». این تحقیق که محتوای ۲۰ روزنامه و ۴ خبرگزاری را در ماجرای بنزین تحلیل کرده است، نشان می‌دهد که سهم واقعی صدای مردم از کل صداهایی که از بیست و ششم آبان (اولین روز کاری پس از افزایش قیمت بنزین) تا پایان روز پنجم دی ماه امسال، در رسانه‌ها انعکاس داده شده، تنها یک درصد بوده است. وقتی در بامداد بیست و چهارم آبان ماه، با اعلام ناگهانی تصمیم سران قوای سه‌گانه از سوی شرکت ملی پخش و پالایش فرآورده‌های نفتی قیمت بنزین اصلاح شد، این ماده به کلمه‌ای پرترک در خبرها بدل شد. یک روز از قول مسئولان، یک روز از قول کارشناسان و یک روز از نگاه مردم، در فاصله کوتاهی پس از این اتفاقات شنیده‌لامنی، روزنامه‌نگاران اجتماعی و دانشجویی از تظاهرات که این تحقیق را انجام داده، در بررسی آن چنین سوال‌هایی را طرح می‌کنند: رویکرد رسانه‌ها به وقایع پیامد افزایش قیمت بنزین چه بوده؟ صدای مسلط در بازتاب رسانه‌ای چه بوده است؟ صدای نهاد‌های رسمی (شامل دولت و سایر بخش‌های حکومت)؟ صدای غیررسمی (شامل صدای مردم، نهاد‌های مدنی و کارشناسان)؟ رسانه‌ها اعتراضات پس از افزایش قیمت بنزین را چقدر به رسمیت شناخته‌اند و چه آسمی روی واکنش مردم گذاشته‌اند؟ رویکرد کارشناسی رسانه‌ها به خودمقوله افزایش قیمت بنزین چه بوده است؟ رسانه‌ها در پوشش رسانه‌ای اعتراضات چقدر (نزدیک) به حوادث بوده‌اند؟ این گزارش یافته‌های تحقیقی را ارائه می‌کند که با روش تحلیل محتوا انجام شده و در آن عملکرد ۲۰ روزنامه سراسری و ۴ خبرگزاری در پوشش خبری حوادث و اعتراضات پس از افزایش قیمت بنزین در آبان ۹۸ بررسی شده است. مجموعه مطالب با حجم نمونه دوهزار و ۶۱۷ مطلب با موضوع سهمیه‌بندی و افزایش قیمت بنزین و رویدادهای وابسته به آن در روزنامه‌های بررسی و تمام‌شماری شده و در بررسی عملکرد خبرگزاری‌ها روش نمونه‌گیری سیستماتیک (بر اساس ساعت) ملاک عمل بوده است.

### تیترویک

این تحقیق با بررسی ۱۹ روزنامه که درباره گرانی بنزین یک هزار و ۶۱۳ تک‌مطلب منتشر کرده‌اند، به این نتیجه رسیده است که در مجموع روزنامه‌های مورد بررسی، روزنامه «همشهری» با فراوانی ۱۷۶ مطلب بیشترین تعداد مطالب را با موضوع بنزین و رویدادهای وابسته به آن منتشر کرده و پس از آن به ترتیب روزنامه‌های ایران، کهن و دنیای اقتصاد با فراوانی بیش از یک صد مطلب قرار دارند. کمترین تعداد مطالب در روزنامه‌های حمایت، شهروند و فرهیختگان مشاهده شده است. همچنین یافته‌های تحلیل محتوا نشان می‌دهد که روزنامه‌های همشهری، ایران، کهن، دنیای اقتصاد، شرق و اعتماد تقریباً نیمی از کل مطالبی را که در روز مورد بررسی با موضوع بنزین، اعتراضات و سایر حوادث پیرامون آن در کل روزنامه‌ها منتشر شده، پوشش داده‌اند. از سوی دیگر بر اساس یافته‌های این تحقیق کتی با بررسی ۱۰۰۴ تک‌مطلب منتشر شده در ۴ خبرگزاری، فارس ۳۸ درصد، ایرنا ۲۹ درصد،

### نوبت اول

**فراخوان مناقصه عمومی**  
**دو مرحله ای تامین کالا ۰۹۹/۹۹ ت ک آ ج / ۹۸**  
**شماره مجوز: ۱۳۹۸.۶۴۵۸**

**شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری در نظر دارد از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای کالای مشروحه ذیل را از طریق شرکت‌های تامین کننده داخلی خریداری نماید.**

**۱- شرکت مختصر کالای مورد نیاز: تعداد ۳۱ قلم قطعات یکدی بیمهای نفت نمکی P/F:CENTRIFUGAL SINGLE STAGLE PUMP SVN -3x20**

اطلاعات تکمیلی متعاقباً به همراه فرم مناقصه ارسال می‌گردد.

۲- محل تحویل کالا: شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری - اداره تدارکات و امور کالا

۳- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ضمانتنامه بانکی به مبلغ ۰۰۰/۴۲۵/۲۱۳ ریال

۴- شرایط مناقصه: توانایی ارائه تضمین شرکت در مناقصه و تضمین انجام تعهدات قرارداد طبق ضوابط جاری شرکت ملی نفت ایران، داشتن شخصیت حقیقی / حقوقی، شماره اقتصادی، توانایی مالی، ارائه سوابق کاری و همچنین مدارک و گواهینامه های مرتبط و متناسب با موضوع مناقصه.

متقاضیان می توانند پس از انتشار آگهی نوبت دوم با مراجعه حضوری و یا پایگاه اطلاع رسانی زیر نسبت به تهیه و تکمیل اطلاعات مورد نیاز اقدام نموده و تقاضای کتبی خود را به همراه مدارک درخواستی حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم جهت ارزیابی کیفی و بررسی صلاحیت تامین کنندگان در ارتباط با موضوع مناقصه به آدرس مناقصه گزرا تسلیم نمایند.

شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری پس از بررسی اسناد و مدارک واصله و ارزیابی کیفی مناقصه گران طبق قانون برگزاری مناقصات از شرکت‌های واجد شرایط جهت شرکت در مناقصه دعوت به عمل خواهد آورد. ضمناً ارائه مدارک و سوابق هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و این شرکت در رد یا قبول پیشنهادات در چارچوب قانون برگزار می‌نماید مناقصات مختار است.

فقط مدارک ارزیابی ارسالی که در دفتر خانه رسمی کپی برابر اصل شده باشد مورد استناد خواهد بود.

آدرس پایگاه اطلاع رسانی: <http://agopgc.nisoc.ir> بخش مناقصه ها، مزایده ها

- بلوار نفت - شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری / اداره تدارکات و امور کالا

فکس: ۰۶۱۵۲۶۴۲۴۸۳ / تلفکس: ۰۶۱۵۲۶۴۰۸۹۷ / تاییدیه فکس: ۳۵۰۴ داخلی ۰۶۱۵۲۶۴۲۴۷۳

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری