

The Iranian media's view of the encounter between Iran and the West with vulnerable groups at the beginning of the coronavirus epidemic

Alireza Dehghan*

S.Ahmad Askari**

Abstract

The health risk of high-risk groups is an issue that was considered by the media and social media users in Iran at the beginning of the outbreak of the Corona virus. Research with the hypothesis that public opinion views on health policy-making is that vulnerable groups, including the elderly, normally need more health psychological and social support. Of course, governments and the health care system are expected to take extra care of them. The purpose of this study is to achieve the approach of Iranian media and cyberspace towards the elderly as one of the high-risk groups in the Corona crisis and seeks to answer the question that the media and cyberspace users view the elderly in an epidemic in Iran and How is the West? The research has studied the print media, online and social networks to achieve the view of different Iranian media on the issue of corona and the elderly in Iran and the West. Research has used "big data" and "data mining" techniques to get the media to look at vulnerable groups in the Corona crisis. The results of the study show that the Iranian media and users with a positive, ethical and supportive approach to caring for the elderly in the Corona crisis and strongly react to internal and external behaviors that are regardless of their situation in the Corona crisis. In addition, some media and cyberspace users have compared the different attitudes of Iranians and Westerners towards the elderly

* Associate Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, adehghan@ut.ac.ir

** PhD Student in Communication Sciences, University of Tehran (Corresponding Author), saaskari@gmail.com

Date received: 23.11.2020, Date of acceptance: 20.01.2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

in the Corona crisis, and with behaviors in cyberspace such as the hashtag "strong Iran", make Iran's social system more moral than the West. They have known.

Keywords: Coronavirus, Vulnerable Groups, West, Social Media, Health Communication.

نگاه رسانه‌های ایرانی به مواجهه ایران و غرب با گروه‌های آسیب‌پذیر در آغاز اپیدمی کرونا

علیرضا دهقان*

سید احمد عسکری**

چکیده

ریسک‌پذیری سلامت گروه‌های حساس و پرخطر، موضوعی است که در آغاز اپیدمی کرونا مورد توجه رسانه‌ها و کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران قرار گرفت. تحقیق با این فرضیه که نگاه افکار عمومی به سیاست حوزه سلامت این است که گروه‌های خطرپذیر از جمله گروه سنی سالمندان به‌طور عادی، نیازمند حمایت بهداشتی، روانی و اجتماعی بیشتری هستند، بالطبع از دولت‌ها و نظام درمانی انتظار می‌رود.

این تحقیق با هدف دست یافتن به رویکرد رسانه‌ها و فضای مجازی کشور نسبت به سالمندان به‌عنوان یکی از گروه‌های حساس در اپیدمی کرونا به‌دنبال پاسخ به این سوال است که نگاه رسانه‌ها و کاربران فضای مجازی به این گروه آسیب‌پذیر در ایران و غرب چگونه است؟ پژوهش حاضر برای این منظور به مطالعه رسانه‌های چاپی، برخط و شبکه‌های اجتماعی پرداخته و برای دست یافتن به نگاه رسانه‌های مختلف به گروه‌های پرخطر در بحران کرونا از «داده‌های بزرگ» و تکنیک «داده‌کاوی» استفاده کرده است.

نتایج تحقیق نشان می‌دهد که رسانه‌ها و کاربران ایرانی با رویکردی مثبت، اخلاقی و حمایتی به مراقبت از سالمندان در بحران کرونا تأکید دارند و نسبت به رفتارهای داخلی و خارجی که بی‌توجه به وضعیت این گروه سنی - اجتماعی به شدت واکنش منفی نشان می‌دهند. در این میان، برخی از رسانه‌ها و کاربران به مقایسه برخورد متفاوت ایرانی‌ها و

* دانشیار دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، adehghan@ut.ac.ir

** دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)، saaskari@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

غربی‌ها در رابطه با سالمندان پرداخته‌اند و با رفتارهایی در فضای مجازی همانند هشتک ایران قوی، نظام اجتماعی ایران را اخلاقی‌تر از غرب دانسته‌اند.

کلیدواژه‌ها: کرونا، گروه‌های آسیب‌پذیر، غرب، رسانه‌های اجتماعی، ارتباطات سلامت.

۱. مقدمه و طرح مسئله

جهان در دو سال اخیر شاهد یک بیماری فراگیر به نام کرونا (COVID-19) شد که معادلات بشری، نظم سابق اجتماعی و حوزه‌های مختلف علمی از جمله ارتباطات سلامت و ارتباطات علم را دچار چالش کرد. چین در ۳۱ دسامبر ۲۰۱۹ شیوع این بیماری مسری را به سازمان بهداشت جهانی اطلاع داد و اولین مورد قربانی این ویروس در ۱۱ ژانویه ۲۰۲۰ گزارش شد (Singhal, 2020: 282).

سیاست‌ها و برنامه‌های حوزه بهداشت در فضای اپیدمی می‌بایست گروه‌های اجتماعی مختلف را مدنظر داشته باشد. در این میان باید مراقب تبعات اجتماعی بیماری برای گروه‌های خاص بود. گروه‌هایی مانند معتادان و مهاجران شرایط خاص خود را دارند (ایمانی جاجرمی، ۱۳۹۹: ۱۰۱). همچنین در کشاکش جامعه بشری با این بیماری، گروه‌های آسیب‌پذیر از جمله جمعیت سالمند (elderly population) که به طور عادی نیازمند مراقبت و حمایت بهداشتی، روانی و اجتماعی هستند، این نیاز به مراقبت در شرایط گسترش بیماری‌های همه‌گیر خیلی بیشتر احساس گردید و جامعه باید در موارد اضطراری بهداشت عمومی، به سالمندان توجه بیشتری نشان دهد و مراقبت‌های انسانی بیشتری برای آنها در نظر بگیرد (Meng, 2020: 1). بنابراین، کوید ۱۹ باید به عنوان زنگ خطری برای اطمینان از مراقبت از سالمندان بر اساس نیازهای سالخورده‌گی، مسئولیت‌پذیری و رفاه اجتماعی درک شود (Fischer et al, 2020: 2).

آمار رسمی نشان می‌دهد میزان ابتلا به کرونا در میان گروه‌های حساس از جمله سالمندان و میانسالان در بیشتر نقاط دنیا بیشتر از سایر گروه‌های سنی بوده است؛ به ویژه اگر برخی از سالمندان رفتار بیماری‌های خاص باشند نیاز به مراقبت بیشتری احساس می‌شود. بر همین اساس، اخبار رسمی حاکی از این است که مراکز مربوط به سلامت و بهداشت و مراقبت از سالمندان اقدامات بیشتری برای این گروه سنی انجام دهند. برای نمونه اداره بهداشتی طی نیم‌سال اول سال جاری، سه مرحله غربالگری تلفنی از حدود ۷

نگاه رسانه‌های ایرانی به مواجهه ایران و غرب با ... (علیرضا دهقان و سید احمد عسکری) ۱۷۳

میلیون سالمند به عمل آورده و مقرر شده است در تمام مراکز نگهداری سالمندان واکسن آنفولانزا به صورت مجانی عرضه شود (خبرگزاری ایسنا ۳۱ شهریور ۱۳۹۹).

سبک زندگی سالم در دوره سالمندی، یک فرایند بلندمدت بهینه سازی فرصت ها برای بهبود و حفظ سلامت و بهزیستی جسمی، اجتماعی و روانی دانسته شده است (معمدی، ۱۳۹۶: ۱۹۳) که در شرایط خاص همانند کرونا اهمیت بیشتری پیدا می کند؛ بنابراین پرخطر بودن زندگی و ارتباطات سالمندان در اپیدمی کرونا و قرارگرفتن آن‌ها در گروه پرخطر، از منظر سیاستگذاری به عنوان «دانش در عمل» (قلی پور و فقیهی، ۱۳۹۳: ۹) و به طور خاص در حوزه سیاستگذاری بهداشت و درمان کشور می بایست مورد توجه دولت‌ها و نظام درمانی قرار دارد. وزیر بهداشت نیز در این رابطه بر «تمرکز وزارت بهداشت بر گروه های هدف و پرخطر جامعه در مواجهه با کرونا» خبر داده و اعلام کرده است: برای ماه های آینده بر روی گروه های هدف و پرخطر جامعه مانند افراد بالای ۶۰ سال و افراد دارای بیماری های زمینه ای که حدود ۸ میلیون نفر هستند، تمرکز می کنیم، چراکه فقط ۱۲.۳ درصد از مرگ و میر بیماران کووید ۱۹ مربوط به افرادی بوده که سن بالا یا بیماری زمینه ای یا سایر عوامل خطر مانند چاقی نداشته اند و مابقی جزو گروه های پرخطر بوده اند (وزارت بهداشت، ۲۹ تیر ۱۳۹۹).

داده های در دسترس از سراسر جهان، تصویر رشد جمعیت افراد مسن در طول قرن بیست و یکم را تایید می کند و پیش بینی می شود جمعیت بالای ۶۵ سال تا سال ۲۰۵۰ با رشد سه برابری نسبت به سال ۲۰۱۰ به ۱/۵۳ میلیارد نفر برسد (معمدی، ۱۳۹۶: ۲۵) بنابراین، مسائل اجتماعی ایران در قلمرو جمعیت شناسی به ما یادآوری می کند که وقتی جمعیت مراحل تحول خود را طی می کند، مسائل جدیدی نیز زاده می شوند که اگر پا به پای تحول جمعیت مورد توجه قرار نگیرند، می توانند به گره های کوری تبدیل شوند (انجمن جامعه شناسی ایران، ۱۳۸۷: ۳۸).

در این راستا در آغاز انتشار اخبار رسمی شیوع ویروس کرونا، این هشدار توسط منابع معتبر به ویژه وزارت بهداشت منتشر شد که افراد دارای بیماری زمینه‌ای جزو گروه‌های پرخطر در ابتلاء به این ویروس هستند. این هشدار به صورت ضمنی به این معنی است که این گروه سنی و اجتماعی علاوه بر نیازمندی‌ها و سیاست‌های رسمی و غیر رسمی که در مورد همه مردم عمومیت دارد، نیازمند حمایت اجتماعی و اقدامات سیاسی و رفاهی بیشتر و عمیق‌تری است. برای نمونه، برنامه‌هایی همانند انزوای اجتماعی به منظور کاهش شیوع

سندرم کرونا ویروس در میان افراد مسن به دلیل افزایش خطر ابتلا به مشکلات قلبی عروقی و بهداشت روانی همانند افسردگی و اضطراب یک نگرانی جدی در حوزه بهداشت عمومی ایجاد کرد (Armitage, 2020). بخش عمده ای از نگرانی ها و اقدامات آگاهی بخش نسبت به گروه های آسیب پذیر از جمله سالمندان می تواند حاصل پوشش رسانه ای موضوع کرونا به طور کلی و پوشش موضوع کرونا و گروه های در معرض خطر به طور خاص باشد.

نکته اصلی این است که دولت در بحران های بزرگ مانند سیل، زلزله و بیماری های همه گیر، نقش اصلی و محوری را در مدیریت بحران دارد و از نهاد دولت انتظار می رود چه از نظر تامین منابع اقتصادی و چه از نظر برنامه ریزی و نظارت و چه از نظر آموزش و اطلاع رسانی در این حوزه به وظیفه خود عمل کند؛ بدیهی است گروه های اجتماعی که منابع اقتصادی و اجتماعی کمتری در اختیار دارند در اقدامات پیشگیری، درمان، آموزش و اطلاع رسانی در اولویت باشند.

در رابطه با حمایت از سالمندان به عنوان یکی از گروه های اولویت دار در بحران کرونا، روزنامه ایران به عنوان روزنامه رسمی دولت (در شماره ششم اردیبهشت ۱۴۰۰) با تیتیر «آغاز واکسیناسیون سالمندان»، خبر از آغاز فاز دوم واکسیناسیون در کشور داد و اعلام کرد از ۷ اردیبهشت ۱۴۰۰ فاز دوم واکسیناسیون در کشور آغاز و واکسن کرونا به افراد ۸۰ سال به بالا تزریق می شود. کندی روند واکسیناسیون در کشور و اطلاع رسانی ناکافی در خصوص چگونگی دریافت واکسن موجب شد تا این گروه سنی - اجتماعی دچار بلاتکلیفی شوند به گونه ای که در گزارش روزنامه ایران می خوانیم:

چند روز پیش برخی از منابع غیر رسمی از آغاز ثبت نام سالمندان برای دریافت واکسن خبر داده بودند. همین موضوع موجب شد تا افراد زیادی که عمدتاً بالای ۶۰ سال سن داشتند؛ به مراکز بهداشتی و درمانی مراجعه کنند. به گفته مدیرکل سلامت شهرداری تهران؛ سرای محلات حتی از مراجعه این افراد بی خبر بودند اما در یکی دو مرکز حجم حضور و اصرار افراد به حدی بود که برای اینکه مراجعه کنندگان محل را ترک کنند؛ اسمشان را نوشتند (روزنامه ایران ۶ اردیبهشت ۱۴۰۰).

از آنجا که ایران در بحران جهانی کرونا یکی از کشورهای درگیر این بیماری اپیدمیک است (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۹: ۵۲) این تحقیق، به هدف دستیابی به رویکرد رسانه های مختلف کشور به موضوع کرونا و گروه های آسیب پذیر با

تمرکز بر روی گروه سنی - اجتماعی سالمندان، به دنبال پاسخ به این پرسش است که نگاه رسانه‌های مختلف به سالمندان در بحران کرونا چگونه است و در شرایط فیزیکی و اجتماعی کرونایی چه انتقاداتی به سیاستگذاری اجتماعی و درمانی ایران و غرب در خصوص حفاظت از گروه‌های آسیب‌پذیر صورت گرفته است؟ برای این منظور، از بین رسانه‌ها چاپی، «روزنامه‌ها»؛ از بین رسانه‌های برخط، «خبرگزاری‌ها و وب‌سایت‌های خبری» و در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی شامل «توییتر، اینستاگرام و تلگرام» برای مطالعه و تحلیل این موضوع انتخاب شده است.

۲. بحث نظری

در بحران اپیدمی کرونا، کارکردهای رسانه‌ها در ترکیب کلی همان است که همیشه بوده است. کارکردهای اصلی ارتباطات با پیروی از هارولد لاسول عبارت از: نظارت بر محیط، ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط و انتقال میراث فرهنگی است (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۱۰۸) که در تحقیق حاضر که به پوشش اخبار و مطالب رسانه‌های ایرانی در شرایط کرونایی پرداخته به صورت تجربی مشاهده گردید. به گونه‌ای که کارکرد ایجاد همبستگی اجتماعی از طریق انتشار اخبار مثبت و انگیزشی و کارکرد نظارت بر محیط از طریق پوشش اخبار انتقادی و هشدار به دولت و سیاستگذاران حوزه بهداشت عمومی برای حفاظت از سالمندان در بحران کرونا در این پژوهش مورد مشاهده قرار گرفت.

همچنین در خصوص کارکرد انتقال میراث فرهنگی لازم به ذکر است که احترام به سالمندان و گروه‌های آسیب‌پذیر فقط مختص بحران کرونا نیست بلکه نگرش و برداشت عمومی ایرانیان از پدیده کهنسالی همیشه با احترام و ارزش همراه بوده است و روایاتی و احادیثی در رابطه با احترام به سالمندان در آموزه‌های اسلامی وجود دارد که بخشی از فرهنگ ایرانی - اسلامی است همانند این حدیث از پیامبر اسلام که احترام نهادن به سالخورده امت من احترام نهادن به من است (معمدی، ۱۳۹۶: ۲۶).

همبستگی اجتماعی در ارتباطات بحران به صورت عمیق‌تری شکل می‌گیرد به گونه‌ای که غیر از بحران کرونا در حوادث دیگری همانند زلزله کرمانشاه، سیل خوزستان و خرم‌آباد، آتش سوزی پلاسکو و سایر بحران‌ها شاهد تقویت این کارکرد رسانه‌ای هستیم. همبستگی اجتماعی در پیوند با مفهوم سرمایه اجتماعی ایرانیان در کمک به هم‌نوع قرار می‌گیرد و منجر به نگرش مثبت، تقویت پیوند اجتماعی و کنشگری جمعی برای کمک رسانی

می‌گردد. این موضوع در بحران کرونا در قالب تولید و انتشار پیام‌های گسترده انگیزشی و امیدبخش در رسانه‌های مختلف و توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی صورت گرفت. در همین راستا از روزنامه‌ها انتظار می‌رود با پوشش رسانه‌ای مثبت و انگیزشی به تجارب موفق گروه‌های حساس در شکست بیماری کرونا بپردازند و این نگاه انگیزشی در رابطه با تجربیات موفق شکست کرونا در بین جمعیت سالمندان و گروه‌های حساس در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی نیز قابل پیش‌بینی است.

اما در شرایط کرونایی، برخی از کارکردهای رسانه‌ها همانند رویکرد نظارتی یا سرگرم‌سازی از سایر کارکردها برجسته‌تر می‌شود. به نظر می‌رسد، رسانه‌ها در اپیدمی کرونا امکان نظارت بر محیط سیاسی و اجتماعی بیشتری بدست می‌آورند اما تفاوت‌هایی که در شرایط جدید ایجاد شده این است که اگر در وضعیت عادی، نظارت بر محیط فیزیکی و اجتماعی به ویژه از جهت امنیت روانی و بهداشتی جامعه شدت زیادی نداشت، اکنون این نظارت رسانه‌ای برجسته‌تر و شدیدتر شده است چرا که احساس ناامنی_بهداشتی، روانی و اجتماعی_بیشتری در جامعه شکل گرفته است و رسانه‌ها در این وضعیت مسئولیت حرفه‌ای دارند که به مخاطبان خود اعم از جامعه و دولت یادآوری کنند با رعایت چه نکات بهداشتی و سیاست اجتماعی می‌توان به محافظت از خود و محیط اجتماعی پرداخت. در این شرایط برجسته‌سازی موضوعات می‌تواند کارکردهای رسانه‌ها را تقویت کند و تحکیم بخشد.

برجسته‌سازی یکی از شیوه‌هایی است که رسانه‌ها از طریق آن می‌توانند بر عامه تاثیر بگذارند. طبق نظریه برجسته‌سازی از مک‌کام و شاو، توجه رسانه‌ها به موضوعی موجب می‌شود اهمیت آن از نظر عموم افزایش یابد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۳۲۶ و ۳۲۷). موضوع نظری که در شیوع کرونا نیز شاهد بودیم و رسانه‌های ایرانی به برجسته‌سازی موضوع کرونا نسبت به سایر موضوعاتی مانند گرانی، تورم، مشکلات معیشتی، تحریم‌های جدید آمریکا و سایر موضوعات مختلف روز جامعه پرداختند؛ به گونه‌ای که پوشش گسترده اخبار کرونا توسط رسانه‌های مختلف به عنوان موضوع کلیدی عموم مردم در صدر اخبار رسانه‌های مجازی و تصویری و مکتوب قرار گرفت و سایر موضوعات روز جامعه را به حاشیه برد.

فراگرد برجسته‌سازی در اپیدمی کرونا تحت تاثیر سه اولویت همگان، سیاست و رسانه‌ها عمل کرد و در نهایت این رویدادهای کرونایی در رسانه‌ها به صورت «مسائل» در آمده

و بر اولویت رسانه‌ها اثر گذاشت و فرضیه برجسته سازی در خصوص اخبار کرونا تایید شد چرا که طبق این نظریه، هر چه رسانه‌ها اهمیت بیشتری به یک موضوع یا رویداد بدهند (اولویت رسانه)، مردم هم اهمیت بیشتری برای آن قائل می‌شوند (اولویت همگان) (ویندال و دیگران، ۱۳۹۷: ۳۰۷ و ۳۰۸). این بحث نظری در عمل، در خصوص پوشش اخبار کرونا و پیگیری لحظه‌ای مردم از آخرین رویدادهای کرونایی مشاهده شده است که در بخش یافته‌های تحقیق به آن پرداخته می‌شود.

۳. روش‌شناسی

از آنجا که در عصر اطلاعات، مجموعه داده‌های بی‌شماری وجود دارد (بروگمن، ۱۳۸۹: ۱۶۸)، استفاده پژوهشگران از داده‌های بزرگ، به شناخت دقیق‌تر و فراگیرتری از جامعه آماری پژوهش در فضای ارتباطات دیجیتال می‌انجامد.

این تحقیق برای دست یافتن به نگاه رسانه‌های مختلف کشور (ایران) به گروه آسیب‌پذیر سالمندان در بحران کرونا از «داده‌های بزرگ» (Big Data) و تکنیک «داده‌کاوی» (Data Mining) کمک گرفته است. داده‌های بزرگ و روش‌های دیجیتالی جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها بیش از یک دهه است که وارد ادبیات آکادمیک شده (Van den Bulck and Etc: 2019: 348 & 52) و چند سالی است که در ایران نیز مورد توجه جامعه علمی قرار گرفته است.

پژوهش برای مطالعه موضوع کرونا و سالمندان در بازه زمانی چهار ماهه ۱۵ اسفندماه ۱۳۹۸ تا ۱۵ تیرماه ۱۳۹۹، از میان رسانه‌ها چاپی، «روزنامه‌ها»؛ از میان رسانه‌های برخط، «خبرگزاری‌ها و وب‌سایت‌های خبری» و در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی شامل «توییتر، اینستاگرام و تلگرام» را برای مطالعه این موضوع انتخاب کرده است.

در باره داده‌های شبکه‌های اجتماعی و پرستفاده، در این پژوهش به‌جای روش تحلیل محتوای کمی مرسوم، روش «داده‌کاوی» در نظر گرفته شده است تا از «جامعه نمونه» بزرگ‌تری برای تحقیق استفاده شود و نتایج مطمئن‌تری حاصل شود. به این ترتیب، تحقیق با ردگیری و جستجوی پیشرفته از طریق نرم‌افزار داده‌کاوی با فراوانی بالایی از مطالب روبرو گردید، به گونه‌ای که در موضوع پژوهش، ۶۹,۵۶۳ مطلب مشاهده گردید که شامل ۹,۴۵۵ پست تلگرام، ۱۵,۳۷۰ توییت در توییتر، ۲۱,۰۰۰ پست در صفحات اینستاگرام، ۱۶,۹۱۶ خبر در خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری و ۵,۷۴۲ مطلب روزنامه است.

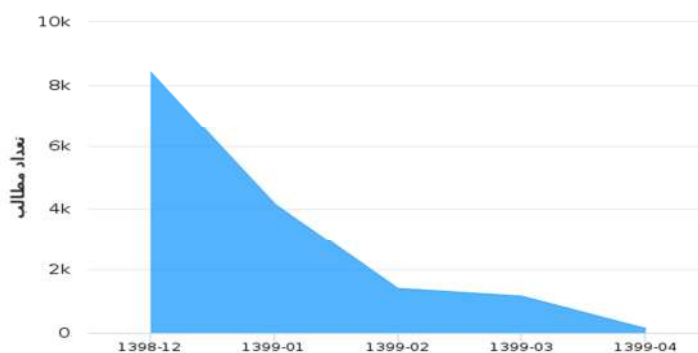
روش انجام تحقیق، بدین گونه است که علاوه بر کلیدواژه «کرونا و سالمندان»، به جستجوی پیشرفته تمام کلمات کرونا و یکی از کلیدواژگان مشابه سالمندان همانند؛ سالمند، مسن و غیره پرداخته شد. تحقیق، در گام دوم و پس از دست یافتن به داده‌های خام حوزه کرونا و سالمندان، ۱۰۰ مطلب برتر این حوزه در بازه زمانی تحقیق که از بیشترین کپی و توجه کاربران و رسانه‌ها برخوردار بود را در رسانه‌های مختلف فلیتر و برای تحلیل مورد انتخاب قرار داد. تحقیق در گام سوم با مراجعه به اصل ۱۰۰ مطلب منتخب در هر یک از روزنامه‌های چاپی، اخبار خبرگزاری‌ها و وبسایت‌های خبری، پیام‌رسان تلگرام، شبکه اجتماعی اینستاگرام، شبکه اجتماعی توئیتر و کامنت کاربران در شبکه‌های اجتماعی، به تحلیل کیفی و محتوایی مطالب پرداخت.

۴. یافته‌ها

۱.۴ شبکه‌های اجتماعی

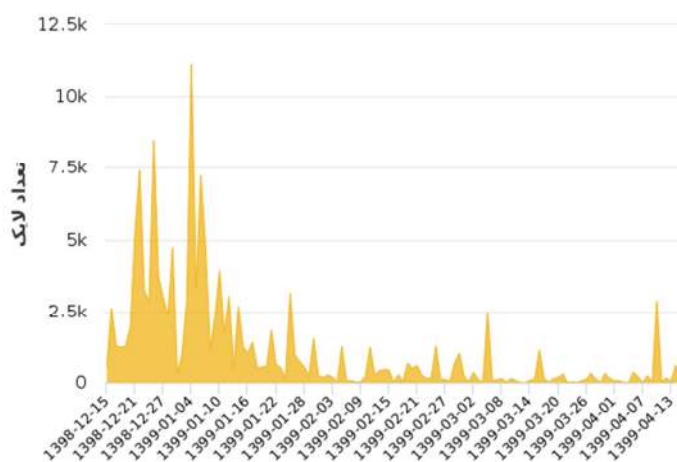
الف) توئیتر

در شکل زیر، نمودار فراوانی مطالب منتشر شده در خصوص موضوع گزارش و مبتنی بر کلیدواژه‌های تعریف‌شده در بازه‌ی زمانی تحقیق نمایش داده شده است. این نمودار نشان می‌دهد که بیشترین حساسیت نسبت به سالمندان در اپیدمی کرونا، در روزهای اول انتشار رسمی اخبار شیوع این بیماری در ایران یعنی در اسفندماه ۱۳۹۸ بوده است و هر روز حساسیت کاربران توئیتر نسبت به این موضوع سیر نزولی به خود گرفته و کمتر مورد توجه قرار گرفته است.



شکل ۱: نمودار فراوانی و روندنمای مطالب توئیتر در رابطه با کرونا و سالمندان

در شکل زیر نیز نمودار تعداد لایک‌های مطالب منتشر شده در بازه‌های مختلف نشان داده شده است. بیشترین لایک در هفته اول عید نوروز ۱۳۹۹ به خصوص روز چهارم فروردین ماه سال جاری صورت گرفته است. تعداد لایک با تعداد کپی مطالب رابطه معناداری دارد و بیشترین لایک و کپی در این بازه زمانی مربوط به هشدارهای کاربران در خصوص دید و بازدید از پدران، مادران و سالمندان در عید نوروز است. وضعیت باز نشر مطالب منتشر شده در بازه زمانی مختلف نیز رابطه معناداری با زمان تعداد لایک و تعداد کپی مطالب توئیتری در رابطه با کرونا و سالمندان دارد.



شکل ۲: نمودار تعداد لایک مطالب منتشر شده در توئیتر در رابطه با کرونا و سالمندان

- تحلیل مطالب توئیتر: نگاه انتقادی به داخل و خارج

فضای انتقادی در توئیتر شامل دو نگاه انتقادی به داخل و خارج است؛ این انتقادات نسبت به اظهار نظر برخی از مدیران کشور و همچنین نسبت به برخورد غرب با سالمندان شکل گرفته است. اظهارات دکتر سهراب پور، معاون وزیر بهداشت در رابطه با «کم‌اهمیت جلوه دادن» جان سالمندان مبتلا به کرونا، مورد واکنش منفی کاربران توئیتر قرار گرفته است.

رویکرد خبری صداوسیما و نوع پوشش‌دهی اخبار کرونا نیز مورد انتقادی گروهی از کاربران توئیتر قرار گرفته است. این کاربران عبارت «نگران نباشید» که در میان اخبار صداوسیما دیده می‌شود و موجب اضطراب سالمندان می‌شود را مورد نقد قرار داده‌اند؛ برای نمونه یکی از کاربران توئیتر کرده است: صدا سیما چرا هی میگه کرونا افراد سالمند

رو میکشه «نگران نباشید!» افراد سالمند پدر مادرهای ما هستن، «نگران نباشیم!؟»
(sajixn@)

از سوی دیگر بیشترین انتقادات کاربران توئیتر متوجه رفتار کشورهای غربی در برخورد با سالمندان در بحران کرونا شده است که اغلب با هشتک #سراب غرب به این انتقادات پرداخته شده است. در این میان، برخی از کاربران به مقایسه برخورد متفاوت ایرانی ها و غربی ها در رابطه با سالمندان پرداخته اند و با هشتک #ایران قوی، نظام اخلاقی ایران را انسانی تر و قوی تر از غرب دانسته اند. برای نمونه یکی از کاربران اظهار داشته: «با موافقت حسن روحانی اتباع خارجی مبتلا به کرونا رایگان درمان می شوند. در اروپا هم سالمندان مبتلا به کرونا به حال خود رها می شوند» (@RobinShour^۱).

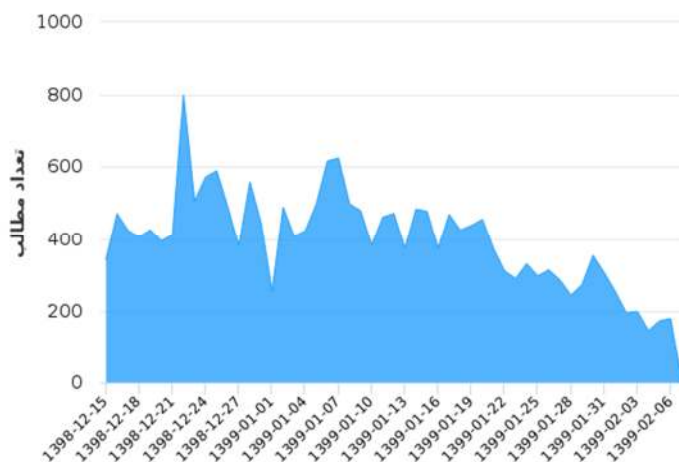
وضعیت بغرنج «خانه سالمندان» در بیشتر کشورهای غربی در بحران کرونا نیز مورد واکنش منفی کاربران ایرانی قرار گرفته است، برای نمونه یکی از کاربران توئیت کرده است: «۸۸۴ نفر از قربانیان کرونا در فرانسه از خانه سالمندان بوده اند. این تک جمله بزرگترین سند نابودی انسانیت تو غربی. پیرمردها...» (@RobinShour1).

تحلیل کامنت های کاربران نیز نشانگر کارکرد نظارت بر محیط رسانه ای است که نمونه ای از این کامنت ها سیاسی و انتقادی بدین گونه است:

اینکه جلوی مسن ترها میگن کرونا بچه ها و جوون ها رو نمیکشه، سالمند آزاریه. (r0Saboo). همچنین توئیتهایی در رابطه با سالمندان در کمپ های مخالفان نظام به چشم می خورد: ویروس کرونا به جان سالمندان تیرانا افتاده و منافقین تلاش داشته این موضوع را از دید سازمان بهداشت جهانی پنهان کنند (ferghehkhaven)

ب) اینستاگرام

در شکل زیر، نمودار فراوانی مطالب منتشر شده در خصوص کرونا و سالمندان در اینستاگرام نمایش داده شده است. طبق این داده های آماری، بیشترین زمانی که در بازه مورد نظر تحقیق به موضوع کرونا و سالمندان در اینستاگرام پرداخته شده است، ۲۲ اسفندماه و قبل از تعطیلات عید نوروز بوده است؛ در این تاریخ، ۸۰۱ مطلب در خصوص کرونا و سالمندان تولید شده است. توجه به موضوع کرونا و سالمندان در هفته اول سال جدید نیز تا حدودی وجود داشته است و با آغاز مسافرت های نوروزی از چهارم تا هفتم فرودین مجدداً مورد توجه کاربران اینستاگرام قرار گرفته است. توجه به این موضوع، بعد از پایان هفته اول عید نوروز به مرور کمتر شده و از اهمیت خود کاسته است.



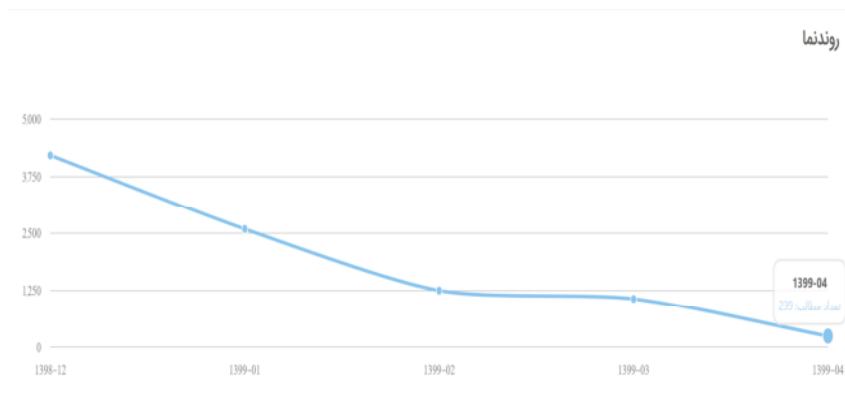
شکل ۳: نمودار فراوانی و روندنمای مطالب منتشر شده در اینستاگرام در رابطه با کرونا و سالمندان

- تحلیل مطالب اینستاگرام: نقد رفتارهای غیربشردوستانه کشورهای غربی در بحران کرونا

مطالبی با تگ «افراد مسن»، نزدیک به ۲۵۰۰ بار در این شبکه اجتماعی ایجاد شده است. در این میان، بسیاری از کاربران اینستاگرام نسبت به برخورد کشورهای غربی و اروپایی در رهاکردن سالمندان در بحران کرونا و مشکلاتی که در «خانه سالمندان» کشورهای غربی به وجود آمد، واکنش تند و انتقادی داشته اند و این رویکرد را غیراخلاقی و غیربشردوستانه دانسته اند. برای نمونه: نیویورک پست: در طی بحران کرونا در ایتالیا، افراد مسن به حال خود رها می‌شوند تا بمیرند (پیج اخبار سلامت و پزشکی / darmannews@)

ج) پیام‌رسان تلگرام

در شکل زیر نمودار فراوانی مطالب منتشر شده در خصوص موضوع گزارش مبتنی بر کلیدواژه‌های تعریف‌شده در بازه‌ی زمانی ۴ ماهه نمایش داده شده است. نمودار نشان می‌دهد که در ابتدای انتشار اخبار اپیدمی کرونا در اسفندماه ۱۳۹۸، بیشترین مطالب در رابطه با کرونا و سالمندان در پیام‌رسان تلگرام ایجاد شده است و این موضوع با سیر نزولی، اهمیت خود را با مرور زمان در بین کاربران این پیام‌رسان اجتماعی از دست داده است؛ به گونه‌ای که از ۴۲۱۶ مطلب در نیمه اسفند ۹۸ به ۲۳۹ مطلب در نیمه تیر ۱۳۹۹ تنزل کرده است.



شکل ۴: نمودار فراوانی مطالب منتشر شده در رابطه با کرونا و سالمندان در پیام رسان تلگرام

- تحلیل مطالب تلگرام: انتقاد به رفتار غرب در رابطه با سالمندان

کلیدواژه‌های که بیشترین تکرار را در مطالب مرتبط با این کرونا و گروه سنی اجتماعی سالمندان در تلگرام داشته اند به ترتیب عبارت «ویروس کرونا» و «افراد مسن» است که بیشتر مورد توجه کاربران تلگرام قرار گرفته است. همچنین طبق تصویر مربوط به واژه نمای تلگرام، عبارت مشابه افراد مسن مثل «افراد سالمند» نیز مورد توجه کاربران در این پیام رسان اجتماعی قرار گرفته است.

واژه نما



شکل ۵: نمودار واژه نمای تلگرام در رابطه با کرونا و سالمندان

برخی از مطالب انتقادی تلگرام شامل مطالب انتقادی کانال های خبری فارس، تسنیم، باشگاه خبرنگاران جوان، جماران و ... در خصوص وضعیت سالمندان در اروپا و غرب در بحران کرونا است؛ همانند این مطلب کانال تلگرامی جماران که خبری به نقل از سازمان جهانی بهداشت منتشر کرده است: تقریباً نیمی از تلفات کرونا در اروپا مربوط به خانه های سالمندان است (@jahan_24).

همچنین کارکرد اطلاع رسانی و آموزشی در مطالب تلگرام نشان دهنده این موضوع است که بیشترین نگرانی کاربران این شبکه اجتماعی در رابطه با در معرض خطر بودن افراد مسن در برابر ویروس کرونا است و هشدار و آموزش لازم برای مراقبت از سالمندان در برابر ویروس کرونا در این میان کاربران این پیام‌رسان جلب توجه می‌کند. این مطالب که اغلب با نگاه اطلاع‌رسانی نیز همپوشانی پیدا می‌کند سعی دارد علاوه بر خبر، اطلاع رسانی و هشدار، مطالب آموزشی مفید را نیز برای مراقبت از سالمندان در برابر ویروس کرونا ارائه دهد. برای نمونه: چگونه از سالمندان در برابر کرونا حفاظت کنیم؟ (@isna94)

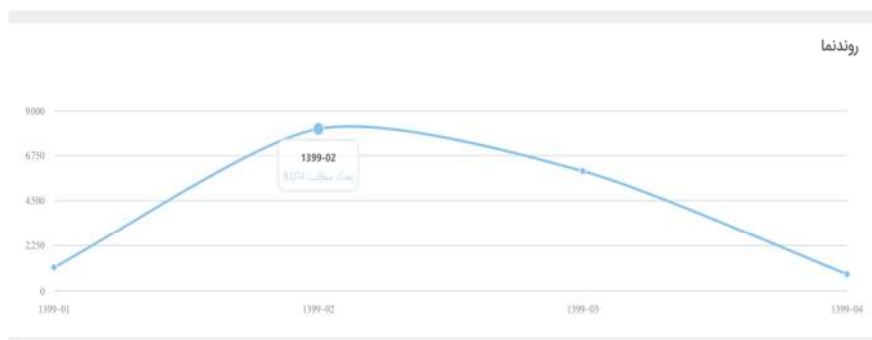
۲.۴ روزنامه‌ها

موضوع کرونا و سالمندان در ۱۶۱ روزنامه و نشریه، بیش از ۴ هزار بار منتشر شده است. روزنامه «جوان» و «آرمان ملی» بیشترین پوشش را برای موضوع کرونا و سالمندان به خود اختصاص داده‌اند. این دو روزنامه با اینکه از نظر سیاسی در دو طیف متضاد و مقابل هم قرار دارند به گونه‌ای که روزنامه جوان رویکردی اصول‌گرایانه و روزنامه آرمان، رویکردی اصلاح طلبانه را دنبال می‌کند اما در خصوص مسئله کرونا و سالمندان، بیشترین توجه را به این موضوع داشته‌اند. تحلیل مطالب این دو روزنامه نشان می‌دهد که روزنامه جوان بیشتر «نگاهی سیاسی» به این موضوع دارد و نظام اجتماعی غرب در برخورد با سالمندان را مورد نقد قرار داده اما روزنامه آرمان بیشتر «نگاهی اجتماعی» به موضوع سالمندان در بحران کرونا داشته است.

- تحلیل مطالب روزنامه‌ها: نگاه انتقادی و مراقبتی

کلیدواژه‌های که بیشترین فراوانی را در صفحات مختلف روزنامه‌ها داشته است، «ویروس کرونا» است. در ادامه مسائل مربوط به بیماری و شیوع این ویروس و برچسب‌هایی (تگ) همانند افراد مسن، افراد سالمند، آسیب دیده، معرض خطر، خانواده‌ها و کشورهای اروپایی نیز در بین مطالب روزنامه‌ها مشاهده می‌شود.

است و این موضوع روز به روز از اهمیت خود در بین اخبار خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری می‌کاهد.



شکل ۷: نمودار روندنمای کرونا و سالمندان در اخبار خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری

در بین منابع خبری ۱۰۰ خبر منتخب که بیشترین کپی را فضای خبری کشور داشته‌اند، خبرگزاری‌های ایسنا و با اختلاف در گام دوم، خبرگزاری ایرنا و در گام سوم باشگاه خبرنگاران جوان، بیشترین پوشش خبری را داشته‌اند و اخبار این منابع خبری بیشتر مورد توجه مخاطبان قرار گرفته است.

- تحلیل مطالب خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری: نگاه انتقادی و آموزشی

نگاه انتقادی خبرگزاری‌ها بیشتر در حوزه کرونا و غرب می‌باشد به گونه‌ای که بی‌توجهی نظام سیاسی و درمانی غرب به گروه‌های حساس را مورد نقد قرار می‌دهد برای نمونه مطالبی شبیه این: یک رسانه انگلیسی (رویترز) با مقایسه آمار مرگ‌ومیر در آسایشگاه‌های سالمندان و معلولین در انگلیس طی ماه‌های مارس و آوریل با دوره مشابه سال‌های قبل برآورد کرد که تاکنون دست‌کم ۲۰ هزار نفر در این آسایشگاه‌ها بر اثر ابتلا به ویروس کرونا جان‌باخته‌اند (خبرگزاری تسنیم)

رسانه‌های در کنار نگاه انتقادی خود، با نگاه آموزشی، مراقبتی و اطلاع‌رسانی به خطرپذیری کرونا برای گروه سالمندان به عنوان یک گروه آسیب‌پذیر پرداخته‌اند و به مطالبی با عنوان: چند راهکار برای مراقبت از سالمندان در برابر کووید ۱۹ (خبرگزاری ایسنا) و یا مطالبی با این ادبیات را منتشر کرده‌اند: افراد سالمند و آن دسته از کسانی که دارای بیماری زمینه‌ای هستند، بیش از سایرین در معرض خطر ابتلا به کووید ۱۹ قرار دارند (باشگاه خبرنگاران جوان)

۵. نتیجه‌گیری

این تحقیق با مطالعه موردی موضوع «کرونا و سالمندان» به عنوان یکی از گروه‌های آسیب‌پذیر در رسانه‌های مختلف، به این نتیجه دست یافت که حساسیت نسبت به گروه سنی اجتماعی سالمندان در اپیدمی کرونا روز به روز سیر نزولی به خود گرفته و اهمیت خود را با مرور زمان در بین رسانه‌ها و کاربران ایرانی از دست می‌دهد به گونه‌ای که فراوانی مطالب تلگرام در رابطه با این موضوع، از ۴ هزار مطلب در نیمه اسفند ۹۸ به ۲۰۰ مطلب در نیمه تیر ۱۳۹۹ تنزل پیدا کرده است. این روند با مبانی نظری ارتباطات جمعی و به ویژه براساس نظریه برجسته‌سازی دور از ذهن نیست. با تجارب حاصل از این نظریه می‌دانیم یکی از عوامل مهم برجسته‌سازی موضوعات در رسانه‌ها این است که موضوع مورد پوشش هم درگیرکننده گروه‌های بیشتری از مردم و هم از تازگی و ناشناختگی بیشتری برخوردار باشد. موضوع کرونا در دو ساه ماه اول هر دو این ویژگی‌ها را داشته است.

یافته‌های برخی از تحقیقات اخیر نیز این را تایید می‌کند؛ براساس نظرسنجی پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات وابسته به وزارت ارشاد اسلامی (سایت رسمی پژوهشگاه) که در اردیبهشت ماه سال جاری انجام گرفته است مردم اخبار مبتلایان و فوت شدگان کرونا را بیشتر از سایر موضوعات دنبال می‌کنند. بعد از این عنوان، موضوع آموزش‌ها و توصیه‌های بهداشتی برای جلوگیری از کرونا بیشتر از موارد دیگر خبری مورد توجه بوده است. در مرتبه سوم از جهت خبرهای مورد توجه، موضوع داروها و پیشرفت‌های پزشکی برای مقابله با کرونا بوده است.

تحقیق حاضر، نگاه رسانه‌های مختلف ایران به موضوع «کرونا و سالمندان» را در چند بخش، همراه با مستندات، آمار و نمونه‌ها مورد تحلیل قرار داد. رسانه‌ها در وهله اول با نگاه اطلاع‌رسانی و آموزشی به موضوع کرونا و سالمندان پرداخته‌اند. از نظر رسانه‌های مختلف در ایران، سالمندان و افرادی که بیماری زمینه‌ای دارند، جزو گروه‌های پرخطر و در معرض ابتلاء به ویروس کرونا هستند. بنابراین، افراد مسن بیشتر در معرض خطر و وضعیت‌کننده این ویروس قرار دارند اما نباید تصور شود که سایر گروه‌های سنی نسبت به این ویروس غیرآسیب‌پذیرند. یک توئیت روشنگر در این زمینه این است: اگر جوان هستید و تصور می‌کنید #کرونا برای پیرمرد و پیرزن هاست و شما قوی هستید و اتفاقی برایتان نمی‌افتد، این پیام «تدروس» رییس سازمان بهداشت جهانی برای شماست: شما شکست‌ناپذیر نیستید و الان دقیقاً زمان همبستگی بین نسلی است (@siamakghassemi)

جو رسانه‌ها و کاربران شبکه‌های اجتماعی مختلف در کشور نسبت به موضوع سالمندان نیز حاکی از همبستگی بین نسلی، اخلاق‌مدارانه و بشردوستانه است به گونه‌ای که رسانه‌ها و کاربران ایرانی علاوه بر پیام‌های مثبت خبری، اطلاع‌رسانی و آموزشی مفید به سوی پیام‌های مراقبتی از سالمندان در بحبوحه اپیدمی کرونا نیز در حرکت بودند. این مطالب با بالابردن حساسیت نسبت به وضعیت جسمی و روحی سالمندان، سعی در افزایش مراقبت و توجه به این گروه سنی دارد. به گفته یکی از فعالان توئیتری «کرونا که آمد توجه‌ها به سالمندان و افراد ضعیف خانواده بیشتر جلب شد!» (DaryabeigiRaha) و مسائلی همانند انزوای اجتماعی، اضطراب و استرس سالمندان در فضای کرونا مورد توجه رسانه‌ها و کاربران قرار گرفت.

در وهله دوم، رسانه‌ها و کاربران به برخی از رفتارهای داخلی و خارجی نسبت به سالمندان نگاه انتقادی داشته‌اند؛ این انتقادات به اظهارنظر برخی از مدیران کشور، پوشش اخبار صداوسیما و همچنین نسبت به برخورد غیراخلاقی غرب در برخورد با سالمندان در بحران کرونا است. در این میان، برخی از کاربران به مقایسه برخورد متفاوت ایرانی‌ها و غربی‌ها در رابطه با سالمندان پرداخته‌اند و نظام اجتماعی ایران را اخلاقی‌تر از غرب دانسته‌اند. به گونه‌ای که مطالبی شبیه این توئیٹ در شبکه‌های اجتماعی به تعدد مشاهده می‌شود: «فرانسه رسماً گفته سالمندان اگر کرونا بگیرن ره‌اشون میکنیم چون جون‌ها واجب ترن. حالا تو ایران میگن مواظب سالمندان باشید» (RT @Enayat_andish). رسانه‌ها و کاربران ایرانی با رویکردی اخلاقی و بشردوستانه، نگاه مثبتی به سالمندان در بحران کرونا دارند و نسبت به رفتارهای داخلی و خارجی که بی‌توجه به وضعیت این گروه سنی در فضای کرونا است به شدت واکنش منفی و انتقادی نشان داده‌اند.

رسانه‌ها در وهله سوم سعی کردند فشار روانی را از روی سالمندان کم کنند و این کلیشه که کرونا مختص سالمندان و بلای جان آنها است را زیرسوال ببرند؛ به همین سبب شاهد حجم بسیار بالایی از اخبار مثبت و انگیزشی از تجارب موفق و متعدد سالمندان در شکست کرونا در رسانه‌های مختلف بودیم. انتشار اخبار مثبت و انگیزشی در توئیٹر، تلگرام، ایستاگرام، خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری و دیگر رسانه‌ها از شکست کرونا توسط سالمندان در چین تا شهرهای مختلف ایران به شکل دادن جوی مثبت و امیدبخش کمک زیادی کرد.

نتایج تحقیق نشان داد که رسانه‌ها در شرایط کرونایی علاوه بر کارکرد نظارت بر محیط و آموزش به مردم برای مراقبت از خود و جامعه و هشدار به دولت برای مسئولیت‌پذیری در قبال گروه‌های حساس از جمله سالمندان، به کارکردهای دیگر خود نیز پرداخته‌اند. کارکردهای رسانه‌ای از جمله تولید پیام‌های انگیزشی برای گروه‌های هدف از جمله گروه آسیب‌پذیر سالمندان که در قرنطینه‌خانه‌گی به سر می‌برند از جمله مسئولیت رسانه‌ای در وضعیت بحران کرونا است که در کنار کارکردهای نظارت و آموزش سعی دارند فرهنگ امید، دوری از یأس و افسردگی، همیاری و مساعدت به هم‌نوع و مقاومت در برابر مشکلات و کاهش عدم اطمینان محیطی را انعکاس دهند.

کتاب‌نامه

- انجمن جامعه‌شناسی ایران (۱۳۸۷). مجموعه مقالات مسائل اجتماعی ایران: تهران: نشر آگه. اینسا، «واکسن رایگان آنفلوآنزا برای مراکز نگهداری از سالمندان و معلولان»، ۱ مهر ۱۳۹۹، بازیابی: <https://www.isna.ir/news/99070100498/>
- ایمانی جاجرمی (۱۳۹۹). پیامدهای اجتماعی شیوع ویروس کرونا در جامعه ایران، فصلنامه ارزیابی تأثیرات اجتماعی، شماره دوم، ویژه‌نامه پیامدهای شیوع ویروس کرونا- کووید ۱۹، صص ۸۷-۱۰۳.
- بروگمن، بیرون (۱۳۸۹). درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی، ترجمه خلیل میرزایی، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، دیدگاه شهروندان در خصوص کرونا (مطالعه‌کشوری)، موج اول، فروردین ۱۳۹۹.
- پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، معرفت و محنت: مجموعه علوم انسانی و کرونا (۲)، تهران: ۱۳۹۹.
- روزنامه ایران، «آغاز واکسیناسیون سالمندان»، ۶ اردیبهشت ۱۴۰۰، شماره ۷۶۱۳، بازیابی: <https://www.irannewspaper.ir/?nid=7613&type=0>
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- قلی‌پور، رحمت‌الله و فقیهی، مهدی (۱۳۹۳). سیاست‌گذاری و تحلیل سیاست‌های عمومی، تهران: انتشارات مه‌کامه.
- مک‌کوایل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجلالی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

نگاه رسانه‌های ایرانی به مواجهه ایران و غرب با ... (علیرضا دهقان و سید احمد عسکری) ۱۸۹

معتدی، عبدالله (۱۳۹۶). روان شناسی سالمندی، تهران: سمت.
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، «تمرکز وزارت بهداشت بر گروه های هدف و پرخطر جامعه در مواجهه با کرونا»، ۲۴ تیر ۱۳۹۹، کد خبر در پایگاه خبری و اطلاع رسانی وزارت بهداشت: ۲۱۰۹۱۲، بازیابی: <https://b2n.ir/595856>
ویندال، سون؛ سیگنایزر، بنو؛ اولسون، جین تی (۱۳۹۷). کاربردهای نظریه های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان، ویراست جدید، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

- Armitage, R., Nellums, L, B. (2020). COVID-19 and the consequences of isolating the elderly. Published by Elsevier Ltd: March 19, 2020. DOI:[https://doi.org/10.1016/S2468-2667\(20\)30061-X](https://doi.org/10.1016/S2468-2667(20)30061-X)
- Fischer F, Raiber L, Boscher C and Winter MH-J (2020). COVID-19 and the Elderly: Who Cares? *Front. Public Health* 8:151. doi: 10.3389/fpubh.2020.00151
- Meng, H., Xu, Y., Dai, J., Zhang, Y., Liu, B., & Yang, H. (2020). Analyze the psychological impact of COVID-19 among the elderly population in China and make corresponding suggestions. *Psychiatry research*, 289, 112983. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.112983>
- Singhal, T (2020). A Review of Coronavirus Disease-2019 (COVID-19). *The Indian Journal of Pediatrics*, 87, 281–286. <https://doi.org/10.1007/s12098-020-03263-6>.
- Van den Bulck, H; Puppis, M; Donders, K; Van Audehove, L (2019). *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*, Switzerland: Palgrave Macmillan.