

بازتاب مسائل مربوط به تصادف های رانندگی در مطبوعات سراسری

تحلیل محتوای روزنامه های ایران - همشهری - جام جم - شرق - در سه ماه تابستان 89

دکتر سید وحیدعقیلی¹

زینب حدادی²

چکیده:

در این تحقیق، نحوه بازتاب مسائل مربوط به تصادف های رانندگی در مطبوعات با هدف روشن ساختن نحوه پرداختن این رسانه به موضوع مذکور بررسی شده است. همچنین نحوه و چگونگی انعکاس اثرات و عواقب این مسأله اجتماعی و آگاه سازی افکار عمومی از این موضوع مهم، مورد بررسی قرار گرفته است. از نظریه های «کارکرد پیام های ارتباطی»، «یادگیری اجتماعی و جامعه پذیری» و «برجسته سازی» به عنوان چارچوب نظری تحقیق برای تبیین اهداف و پاسخگویی به سوالات استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق، روزنامه های چاپ صبح کشور است که از این میان مطالب مرتبط با تصادف های رانندگی مندرج در روزنامه های ایران، همشهری، شرق و جام جم در دوره زمانی 3 ماهه تابستان 1389، به صورت تمام شماری بررسی شده است. روش انجام این تحقیق، تحلیل محتوا است و در بخش جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای استفاده شده است.

در این پژوهش موضوع ها از جنبه میزان انتشار اخبار، میزان و نحوه برجسته سازی اخبار، نحوه انتشار، سبک خبری مورد استفاده، منبع خبری، میزان توصیفی و تحلیلی بودن مطالب، موضع گیری روزنامه، روز انتشار، حوزه جغرافیایی و محل وقوع تصادف مورد تحلیل قرار گرفت.

یافته ها و نتایج این تحقیق، حاکی از آن است که روزنامه ها درصد بسیار کمی از مطالب خود را به انعکاس اخبار تصادف ها و اثرها و عواقب ناشی از آن اختصاص داده اند. همچنین برجسته سازی بسیار پایینی در این خصوص انجام گرفته است؛ بیشتر مطالب در قالب خبر بیان شده است. تأکید بر عنصر خبری «چه» در اکثر مطالب نیز گویای این است که عموماً مطالب توصیفی بر مطالب تحلیلی برای ذکر خبر تصادف ها اولویت داشته است، پرداختن به عنصر «چرایی» و «چگونگی» در کمترین میزان، نسبت به سایر عناصر خبری تأکیدی بر این امر است. موضع گیری خنثی در بیشتر مطالب و اختصاص ندادن حتی یک سرمقاله در دوره مورد بررسی به تصادف ها و همچنین پرداختن بیشتر به تصادف های داخل شهری، درحالی که آمار گویای وقوع بیشتر تصادف ها در خارج از شهرها است نیز، قابل تأمل است.

واژه های کلیدی: تصادف، تصادف ها و علل آن، تعریف رانندگی، اثرات سنگین تصادف ها، رسانه یا جامعه عامل تغییر.

مقدمه:

seyed_vahid_aqili@yahoo.com

Z13haddadi@gmail.com

¹ عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

² کارشناس ارشد ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

تصادف های رانندگی به عنوان یک معضل اجتماعی سالهاست که در کشور ایران وجود دارد و تبعات ناشی از این امر همچنان رو به فزونی است. این پدیده، به دومین عامل مرگ و میر در کشور تبدیل شده است. آمار موجود گویای این است که، در سال 1389 حدود 23 هزار نفر بر اثر تصادف های رانندگی کشته و 312 هزار نفر نیز مصدوم شده اند. بر اساس نظر کارشناسان، در وقوع یک تصادف رانندگی عوامل مختلفی همچون شرایط محیطی، جاده، وسیله نقلیه و عامل انسانی تأثیر گذار است که در این میان عامل انسانی با سهم بیش از 70 درصد، بخش عمده ای از علل تصادف های رانندگی را به خود اختصاص داده است. از سوی دیگر نقش و تأثیر رسانه ها را، در دنیای کنونی در آگاه سازی، آموزش، رفتار سازی، تفریحی، نظارت و حتی روابط بین ملت ها نمی توان انکار کرد. رسانه ها با استفاده از شیوه های مختلف روبرویی با رویدادها و پدیده های مختلف می توانند به ایجاد باور در اذهان، تخفیف یک بحران، تشدید ابعاد یک رویداد و حادثه و در نهایت تأثیر گذاری مورد نظر خود برسند. نگرش افراد جامعه درباره موضوع های مختلف جامعه تا حد زیادی تحت تأثیر رسانه ها است. تصادف های رانندگی نیز از پدیده هایی است که مردم از طریق رسانه ها از وقوع آن مطلع می شوند. اگر رسانه ها بتوانند تصویری واقع بینانه و دقیق از این پدیده ارائه دهند و آن را در بستر عوامل مختلف تبیین کرده و عوامل و علل زمینه ساز آن را تحلیل کنند، خواهند توانست نگرش افکار عمومی نسبت به آن را به درستی شکل دهند و از این طریق زمینه را برای تدوین و اعمال، سیاست ها و راهکارهای مؤثر و کار آمد در پیشگیری و مقابله با این معضل، فراهم کنند. اگر رسانه ها تصویر دقیق و صحیحی از این پدیده ارائه نکنند، افراد درک درستی از این امر و به طور کلی روندهای جامعه نخواهند داشت. چنین درک نادرستی غالباً به بروز رفتارهای نادرست فردی یا جمعی می انجامد که پیامدها و هزینه های بسیاری برای جامعه، در پی خواهد داشت. این تحقیق بیشتر بر مطالعه عملکرد مطبوعات و سنجش حدود و محتوای فعالیت آنها در راستای آگاه سازی و آموزش به مردم در خصوص خطرها و تبعات تصادف های رانندگی و در نتیجه به ترسیم شرایط موجود و تدوین راهبردهای عملی برای این امر پرداخته است. برای حصول به این هدف در این پژوهش نحوه بازتاب اخبار تصادف های رانندگی در 4 روزنامه ایران، همشهری، جام جم و شرق مورد بررسی قرار گرفته است.

تعریف تصادف:

حادثه ناگواری را که اتفاق می افتد، تصادف یا تصادم می گویند. تصادف به منزله مصادف شدن یا برخورد کردن و تصادم یعنی صدمه دیدن یا صدمه وارد شدن به چیزی مانند اتومبیل و غیره است. به طور کلی هر حادثه ای که منجر به آسیب به استفاده کنندگان از راه یا وسایل نقلیه شود، یک سانحه یا حادثه جاده ای محسوب می شود؛ یعنی برخورد وسایل نقلیه با یکدیگر، با عابران یا احشام، واژگونی وسایل نقلیه، ریزش کوه روی وسایل نقلیه و... همه از موارد سوانح جاده ای هستند. حال اگر این سوانح در قالب برخورد وسایل نقلیه رخ دهند، تصادف نامیده می شود. پس تصادف جزئی از سوانح جاده ای است. سانحه (سوانح)، همان معنی مجازی یا مترادف تصادف یا تصادم را می دهد که به طور معمول سانحه را بیشتر برای سقوط وسیله نقلیه هوایی مانند هواپیما یا بالگرد به کار می برند. چون به طور معمول هواپیما یا بالگرد در آسمان کمتر با هواپیما یا بالگرد دیگری برخورد می کند مگر اینکه اشتباهی در مانورهای هوایی اتفاق بیفتد. لذا فرق سانحه با تصادف این است که سانحه بیشتر در مورد سقوط هواپیما یا بالگرد اطلاق می شود و در اصطلاح، سانحه برای اتومبیل را تصادف یا برخورد اتومبیل با اتومبیل یا عابر پیاده یا مانع رو به رویی می گویند و یا احیاناً، اگر اتومبیل با سرنشین یا فقط با راننده به دره سقوط کند، در اصطلاح سوانح رانندگی یا تصادف می گویند. کلمه سانحه بیشتر در سقوط هواپیما یا بالگرد به کار برده می شود، در حالی که

تصادف، عبارت است از وقوع سانحه منجر به جرح، فوت، خسارت و یا ترکیبی از این سه حالت که در نتیجه برخورد یک وسیله نقلیه با یک یا چند وسیله نقلیه دیگر یا انسان یا حیوان یا شیء به وجود می آید و منجر به وارد آمدن تلفات جانی یا خسارت می شود.

حادثه ناگواری را که اتفاق می افتد، تصادف یک وسیله نقلیه موتوری می گویند، که ممکن است به طور معمول به صورت زیر باشد:

تصادف وسیله نقلیه (اتومبیل) با انسان یا حیوان، تصادف وسیله نقلیه با اتومبیل دیگر، تصادف وسیله نقلیه با تراکتور، تصادف وسیله نقلیه با کوه، تصادف وسیله نقلیه با اشیاء از قبیل: درخت، تیر برق، گاردریل، سنگ و غیره.

تصادف معمولاً بر اثر یک سری وقایعی، آن هم یکی پس از دیگری و در فاصله زمانی بسیار کم رخ می دهد و این سلسله وقایع در هر تصادف مربوط به خود آن تصادف است و ممکن است با سلسله وقایع تصادف دیگر از نظر شکل و برخورد متفاوت باشد. (لایقی، 1384: 11-12)

تصادف ها و علل آن:

بر خلاف تصور بسیاری از رانندگان، تصادف یک پدیده خلق الساعه و امری ناگهانی ناشی از بدشانسی یا تقدیر و مشیت نیست، زیرا بر اساس بررسی های علمی حرکت وسیله نقلیه تابع قوانین شناخته شده علم فیزیک است و از چارچوب خاصی پیروی می کند. مقررات راهنمایی و رانندگی نیز از اصول و قوانین خاصی که مصوبه جهانی است، تبعیت می کند. در واقع حرکت وسایل نقلیه در بیشتر کشورهای جهان از مقررات ویژه ای تأثیر پذیرفته است و اصول رانندگی، کلیت دارد و تمامی رانندگان و عابران پیاده و موتور سواران را در بر می گیرد و برای همه، لازم الاجراست. اما به طور کلی، علل هر حادثه رانندگی را می توان از دو جنبه تبیین و بررسی کرد:

الف) جنبه فنی

ب) جنبه قضایی

جنبه فنی به سه دسته تقسیم می شود:

علل اولیه

علل واسطه (میانی)

علل مستقیم

تعریف علل اولیه:

علل هر تصادف در بدو امر ریشه در رعایت نکردن علل اولیه دارد. عمده ترین مشخصه این عامل بر اساس نظریه های کارشناسی، عدم آموزش کافی رانندگان وسایل نقلیه و راکبین موتورسیکلت و عابران پیاده است، کما اینکه این عامل یعنی نقص آموزش را می توان بزرگترین معضل فرهنگ ترافیکی صحیح دانست.

علل اولیه به طور خلاصه شامل موارد زیر است:

- نداشتن فرهنگ لازم برای رانندگی

- قصور و کوتاهی مربیان آموزش رانندگی

- قصور و کوتاهی مسئولان آموزش و پرورش

- قصور و کوتاهی مسئولان در ترمیم شبکه راهها و پیش بینی نکردن علائم و تجهیزات لازم در معابر
- عدم آموزش مستمر رانندگان

تعریف علل واسطه:

علل واسطه شرایط غیر عادی، غیر طبیعی و غیر قانونی حاکم بر جاده، وسیله نقلیه، راننده و عابر پیاده است که منجر به ایجاد یکی از علل چهارگانه مستقیم می شود. این علل را به این دلیل واسطه می نامند که به طور مستقیم به تصادف مربوط نبوده، بلکه به واسطه علل مستقیم منجر به تصادف می شود. اتومبیلی که با سرعت زیاد در حرکت است و ناگهان ترمز می کند و واژگون می شود، اگر جاده در موقع تصادف لغزنده باشد، در این وضعیت علل اولیه تصادف، نقص در آموزش کافی راننده است که نمی داند در این مواقع چگونه باید رانندگی کند و علل واسطه این وضعیت، لغزندگی سطح جاده و علل مستقیم آن، تجاوز از سرعت مقرر است.

تعریف علل مستقیم:

علل مستقیم عبارت است از هر وضعیت مخاطره آمیز یا عمل و خودداری از عملی که خلاف قانون و قاعده و یا غیر عادی و خطرناک بوده و به طور مستقیم سبب بروز سانحه شود. علل مستقیم بسیار نزدیک به وقوع زمان حادثه است و به طور مستقیم سبب بروز آن می شود.

این علل به چهار دسته تقسیم می شوند:

- 1- تخلف از مقررات
- 2- تخطی از سرعت مطمئنه
- 3- فرار از صحنه تصادف به طور غلط
- 4- تاخیر در رویت. (پارسا، 1388: 33-35)

علت های اولیه به وجود آورنده علت های ثانویه و علت های «ثانویه، شرایط، واسطه» به وجود آورنده علل مستقیم هستند، به طور معمول وقایع اولیه و واسطه که مربوط به شرایط جاده و وسیله نقلیه یا بی احتیاطی و بی مبالاتی راننده است، در وقوع تصادف نقش بسزایی دارد. لذا این شبهه پیش می آید که بعضی از این وقایع آثاری از خود در محل به جا نگذارد؛ مثل بی احتیاطی و بی مبالاتی راننده قبل از تصادف، که در صحنه تصادف، آثاری از آن به چشم نمی خورد، لیکن یافتن آن ها از روی واقعه اصلی یا کلید وقایع مقدر بوده و این نکته اساسی کار کارشناسی را تشکیل می دهد و مشکل کار کارشناسی تصادف ها پیدا کردن علل اولیه و واسطه در واقع مقدمات وقوع تصادف بوده که اغلب آنها آثاری هم در صحنه ندارند.

خواب بودن، چرت زدن، غذا خوردن، بی توجهی به جلو (تأخیر در رویت) یا رعایت نکردن فاصله طولی و عرضی و در مجموع تخلف راننده یا عامل لحظه ای دیگر علل سببی است که پیچیدن اتومبیل دیگر به طرف اتومبیل دیگر باعث تصادف شده باشد. (لایقی، 1384: 14)

تعریف رانندگی:

رانندگی هنری است که در «دیدن و دیده شدن» خلاصه می شود. راننده خوب همواره و پیوسته به عوامل و عناصر مؤثر در رانندگی مانند وضعیت وسیله نقلیه، راه، شرایط محیطی مثل آب و هوا، نور لازم، تعداد وسایل نقلیه در حرکت و وضعیت

جسمانی و روحی خود توجه می کند و مهمتر آن که با برنامه ریزی اصولی پیشگیری های منطقی و مناسبی را برای جلوگیری از بروز تصادف ها انجام می دهد و همواره با سرعت مطمئن رانندگی می کند.

از طرفی مجموعه اعمالی که از راننده سر می زند، «رفتار راننده» نامیده می شود. این به معنای آن است که هدایت صحیح خودرو در جاده های شلوغ می تواند مانع از تصادف شود و یک اشتباه و یک رفتار نابجا مثل روشن کردن سیگار، استفاده از تلفن همراه یا صحبت کردن با دیگری در حین رانندگی باعث می شود اتفاقی هولناک پیش آید و این مجموعه رفتارها است که انسان ها را از یکدیگر متمایز می سازد. بنابراین کسانی که همیشه دقت بیشتری داشته باشند، در تمام طول رانندگی کمتر تصادف می کنند. (پارسا، 1388:29)

کشته هایی فراتر از یک سال جنگ:

کشور ایران در زمره کشورهای دارای بالاترین آمار مرگ و میر ناشی از تصادف های رانندگی در جهان قرار دارد و همه ساله تعداد قابل توجهی از هموطنان ما جان خود را در حوادث و سوانح جاده ای از دست می دهند و میلیاردها تومان هزینه غیر قابل جبران انسانی و مادی را به کشور تحمیل می کنند.

تلفات جانی و مالی ناشی از تصادف های رانندگی فقط با تلفات و خسارت های ناشی از جنگ ها قابل مقایسه است. سازمان بهداشت جهانی معتقد است که منطقه آسیا با داشتن 16 درصد خودروهای جهان 60 درصد تلفات ناشی از تصادف های رانندگی را دارد.

برای تبیین وضعیت ایمنی جاده ای کشورمان به آمار زیر (برگرفته از سالنامه آماری کشور در سال های اخیر) اشاره می شود:

- تعداد انواع وسایل نقلیه موتوری و موتورسیکلت شماره گذاری شده در کشور تا پایان سال 1389 در حدود 15 تا 16 میلیون دستگاه بود که این رقم سرانه مالکیت اتومبیل را (بر مبنای جمعیت 75 میلیون نفری)، به 0/2 می رساند (هر نفر 0/2 اتومبیل یا هر 5 نفر یک اتومبیل).

- شبکه راههای برون شهری و روستایی کشور طولی معادل 180 هزار کیلومتر دارد.
- تعداد تلفات سوانح رانندگی در کشور ما معادل 20 تا 25 هزار نفر در سال است (31 نفر به ازای هر 100 هزار نفر جمعیت).

آمار مشابه در کشورهای توسعه یافته (25 کشور عضو اتحادیه اروپا) به این شرح است:

- جمعیت: 501 میلیون نفر
- مالکیت اتومبیل: 75٪
- تلفات سالانه: 8 نفر به ازای هر 100 هزار نفر جمعیت (سالنامه eurostat)

از این آمار می توان نتیجه گرفت که ایران در حدود یک هفتم مجموع کشورهای 27 گانه اتحادیه اروپا جمعیت دارد؛ کمتر از یک سوم آنها اتومبیل دارند، اما در حدود 4 برابر مجموع آنها تلفات ترافیکی سالانه دارد. چنانچه اقدامات لازم در این زمینه از سوی مسئولان ذی ربط انجام نگیرد، کشور ما رکورددار جهانی تلفات جاده ای خواهد شد. علاوه بر وارد آمدن خسارات 7 هزار میلیارد ریالی ناشی از تصادف در طول یک سال بر اقتصاد کشور، شاهد مرگ و میر بسیاری از هموطنان خود در جاده های کشورمان هستیم که به طور معمول 70٪ از آنان مرد و سرپرست خانواده هستند که این موضوع آثار بسیار مخربی بر جامعه وارد می کند و تبعات ناخوشایندی به دنبال دارد.

از سال 1357 تا 1388 بالغ بر 800 هزار نفر بر اثر حوادث جاده ای در کشور جان خود را از دست داده اند. علاوه بر این، در این مدت حدود 9 میلیون نفر در حوادث رانندگی مجروح و بیش از 430 هزار راننده متخلف نیز روانه زندان شده اند. روزانه 102 نفر بر اثر حوادث مختلف از بین می روند که از این تعداد 60 نفر مربوط به حوادث ترافیکی است؛ یعنی به طور متوسط هر 20 دقیقه یک مرگ به علت حوادث ترافیکی اتفاق می افتد. در ایران هر سال حدود 3/5 تا 4 میلیون سال عمر به دلیل مرگ زود هنگام از دست می رود که 2/7 درصد از آن مربوط به حوادث است. (پارسا، 1388: 16-17).

بر اساس آمار موجود در سال 89 حدود 80 درصد کشته شده های ناشی از تصادف ها را مردان و 20 درصد آن را زنان تشکیل می دادند. 17 درصد از این افراد زیر 19 سال هستند و حدود 52 درصد آن ها بین 20 تا 49 سال بوده اند و 31 درصد نیز بالای 50 سال سن داشته اند. (آمار پزشکی قانونی در سال 89)

از طرفی خسارت اقتصادی ناشی از حوادث به سادگی جبران پذیر نیست، چرا که بیش از 10 برابر مرگ، بیماران بستری شده و به دنبال آن معلولیت، از کارافتادگی، سرباری و عوارض روحی و روانی وجود دارد.

شرکت های بیمه سالانه 310 میلیارد تومان در قبال خسارات ناشی از حوادث و سوانح رانندگی پرداخت می کنند که 55 میلیارد تومان آن خسارات مالی و 255 میلیارد تومان نیز بابت خسارات جانی، بوده است. (پارسا، 1388: 18).

اثرات سنگین تصادف ها روی خانواده های مستضعف جامعه:

تصادف و رشد تعداد و شدت آن می تواند منجر به ضایعات اقتصادی جدی و سنگین شود. به ویژه این ضربه های سهمگین برای خانواده ها و افراد فقیر یا با درآمد متوسط و رو به پایین جامعه، گاهی غیر قابل جبران بوده و موجب ساقط شدن از هستی و فروپاشی کامل زندگی آنها می شود. اهمیت جهانی این موضوع در حدی است که در سال 2000 وزارت توسعه ماورا بحار کشور انگلستان، بودجه انجام یک تحقیق مستقل برای بهتر کردن روش های محاسبه هزینه تصادف ها در کشورهای کم درآمد جهان را تأمین کرد. این پژوهش شامل مراجعه مستقیم به خانواده های کم بضاعت در نقاط مختلف، برای روشن کردن آثار واقعی تصادف ها و ضربه های اقتصادی و اجتماعی آن روی اینگونه خانواده ها بود. این تحقیق در کشور بنگلادش و در استان بنگلور کشور هندوستان آثار تصادف ها روی خانواده های ضعیف، متوسط و قوی و مقایسه آنها در مناطق شهری و روستایی را بررسی کرد. (Areon-Thomas, et al.2004)

رسانه یا جامعه کدام یک عامل تغییرند؟

در دنیای امروز بسیاری از تجربیات ما از واقعیت های اجتماعی مبتنی بر رسانه ها است. به باور بسیاری از صاحب نظران، رسانه های همگانی نقش واسطه ای بین واقعیت های عینی اجتماعی و تجربه های شخصی دارند. براساس این دیدگاه، رسانه ها نقش وساطت خود را به اشکال مختلف ایفا می کنند. گاه آنها به مثابه پنجره ای رو به تجربه هستند که می توانند دید را گسترش دهند تا آنچه را در اطراف می گذرد، به طور مستقیم مشاهده کنیم و برخی، رسانه ها را یک آئینه می دانند؛ به این معنی که تصویر جامعه را به خود جامعه منعکس می کنند، تصویری که معمولاً تا حدودی تحریف شده است. (مک کوئیل، 1385: 84)

نظریه محوری بودن عامل رسانه ها، بر وسایل و ابزار ارتباطی تأکید می کند و معتقد است که ارتباطات مهمترین عامل ایجاد تحولات اجتماعی هستند؛ هم این تغییر می تواند نتیجه ابزار تکنولوژیک باشد و هم محتوای رسانه ها عامل تغییر محسوب

شوند. در هر دو حال، رسانه‌ها، عامل تغییر در جامعه در نظر گرفته می‌شوند. متقابلاً جامعه محوری بر وابستگی تکنولوژی و رسانه‌ها به نیروی اجتماعی در بطن جامعه، به ویژه نیروهای اقتصادی و سیاسی تأکید می‌کنند. بر اساس این نظریه، اشکال مختلف رسانه‌ها محصول دگرگونی‌های تاریخی هستند.....(مهرداد، 1380: 67)

نظریه یادگیری اجتماعی نیز معتقد است که فرد از طریق مطالعه و مشاهده نمونه‌های رسانه‌ای، رفتارهای مناسب را فرا می‌گیرد، یعنی در واقع می‌فهمد کدام دسته از رفتارها پاداش می‌گیرند و کدام یک کیفر می‌بینند. از این طریق، مخاطبان می‌کوشند در زندگی واقعی پاداش بگیرند. بنابراین به تقلید و الگو برداری از نمونه‌های رسانه‌ای گرایش پیدا می‌کنند.(تن، 1388: 246).

امروزه بسیاری از واقعیت‌ها را نمی‌توان به طور مستقیم و بدون دخالت واسطه‌ها (رسانه‌ها) تجربه کرد و در برخی موارد تنها راه، کسب شناخت درباره این واقعیت‌های موجود توسط رسانه‌های جمعی است. در چنین شرایطی ذهنیت و تصور عموم افراد جامعه از واقعیت موجود بر اساس بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل خواهد گرفت. رسانه‌ها در این گونه موارد حتی تأثیر دیگر نهاد‌های جامعه مانند خانواده، مدرسه و... را نیز تحت الشعاع قرار می‌دهند. حال اگر بازنمایی رسانه‌ای از واقعیت‌های جامعه مخدوش و تحریف شده باشد، ذهنیت و تصور افراد جامعه از آن واقعیتها نیز، به خطا خواهد رفت.

با توجه به اهمیت و قدرت وسایل ارتباط جمعی در دنیای کنونی که هر روز بیش از گذشته در حال گسترش است و رسانه‌ها هر روز جایگزین دیگری می‌شوند، پژوهشگران توجه بیشتری به این امر معطوف داشته‌اند تا رسالت، نقش و کارکردهای آنها را در زاویه‌های مختلف مورد تجزیه و تحلیل قرار دهند. اهمیت خاص پژوهش در زمینه بازتاب اخبار مرتبط با تصادف‌های رانندگی در مطبوعات روزانه از آن روست که این وسایل ارتباطی تمام حیات انسان را در بر گرفته است و معمولاً زندگی بشر از آغاز تا پایان در کنار این وسایل است و پیام‌های این گونه وسایل ارتباطی در همه روزنه‌های زندگی بشر، رسوخ کرده است. از طرفی با توجه به سهم عامل انسانی در وقوع تصادف‌های رانندگی از یک سو و نقش رسانه‌ها در آگاه‌سازی و آموزش مردم، ضروری است تا عملکرد رسانه‌ها در این خصوص مورد بررسی و مطالعه قرار گیرد؛ زیرا به نظر می‌رسد در مطبوعات عموماً به ذکر اخبار مربوط به تصادف‌ها پرداخته می‌شود و رسانه‌ها کمتر به ایفای سایر نقش‌های خود می‌پردازند. شاید تعداد افرادی که در کشور به طور مستقیم شاهد وقوع تصادف‌های رانندگی باشند، کم نباشد، ولی تعداد اندکی از ما از زمینه‌ها و دلایل واقعی بروز حوادث رانندگی و تبعات فردی (جسمی، روحی و روانی)، اجتماعی و اقتصادی این پدیده آگاهی کافی داریم. رسانه‌ها با انعکاس اخبار مربوط به تصادف‌ها نگرش خاصی را به افراد تحمیل می‌کنند و ذهنیت آنها را درباره موضوعاتی از این قبیل شکل می‌دهند. در این میان مطبوعات به دلیل ماهیت خاص خود علاوه بر اینکه می‌توانند سطور بیشتری را نسبت به برخی از رسانه‌ها درباره موضوع درج کنند و در هر زمان قابل دسترس هستند، می‌توانند یک مطلب یا موضوع را در چندین شماره پایایی پیگیری و منتشرکنند، از سابقه رویداد مطالبی تهیه و منتشر کرده و به تفسیر و اظهار نظر درباره آن بپردازند یا انتقاد کنند یا گزارش‌های تحقیقی منتشرکنند.

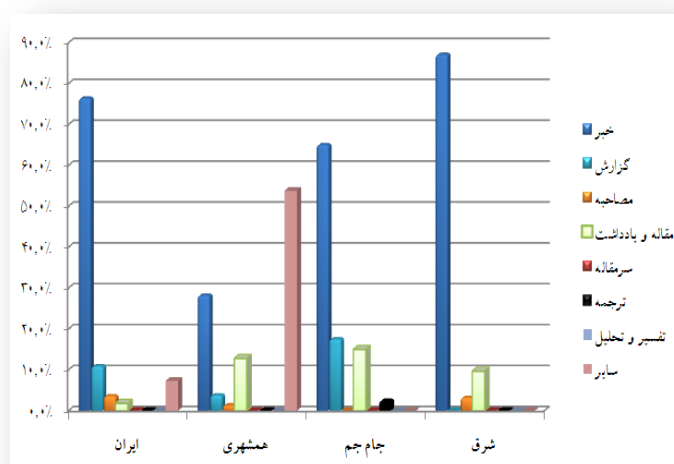
یکی از ابزارهای مهم برای آموزش انسان، رسانه‌های گروهی به خصوص مطبوعات است، گرچه هریک از رسانه‌ها مخاطبان خاص خودشان را دارند و هر کدام تأثیرات متفاوت بر مخاطبان می‌گذارند. همچنین هزینه در بخش آموزش از طریق رسانه‌های گروهی نه تنها هزینه نیست، بلکه چندین برابر برگشت سرمایه دارد، زیرا برابر محاسبات هزینه تصادف‌های در ایران، وقوع یک تصادف فوتی در حدود 1/700 میلیارد تومان، خسارت برای کشور به همراه دارد.(آیتی، 1385: 5)

اگر با این رقم تعداد متوفیان حوادث رانندگی را محاسبه کنیم، متوجه خواهیم شد که رقم بزرگی از سرمایه کشور سالانه در تصادف های رانندگی به هدر می رود، درحالی که اگر هزینه بسیار کمی را صرف آموزش های رسانه ای کنیم، علاوه بر کاهش تلفات جانی، از وارد شدن خسارات مادی نیز جلوگیری کرده ایم.

برای دستیابی به این هدف باید تغییراتی در زمینه طرز تلقی و فرهنگ عمومی مردم نسبت به ترافیک ایجاد کرد. در حقیقت تحقق ارتقای ایمنی ترافیک و اصلاح رفتارهای ترافیکی رانندگان، بدون مشارکت رسانه ها به نتیجه مطلوب خود نخواهد رسید.

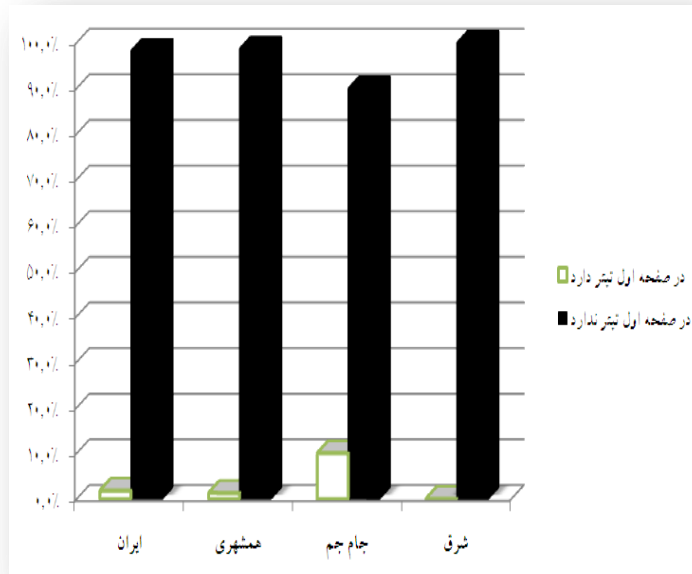
نگاهی اجمالی بر یافته های تحقیق:

280 روزنامه در دوره سه ماهه تابستان 89 مورد بررسی قرار گرفتند که در این دوره 204 مطلب در سبک های مختلف خبری در زمینه تصادف ها منتشر شده است.



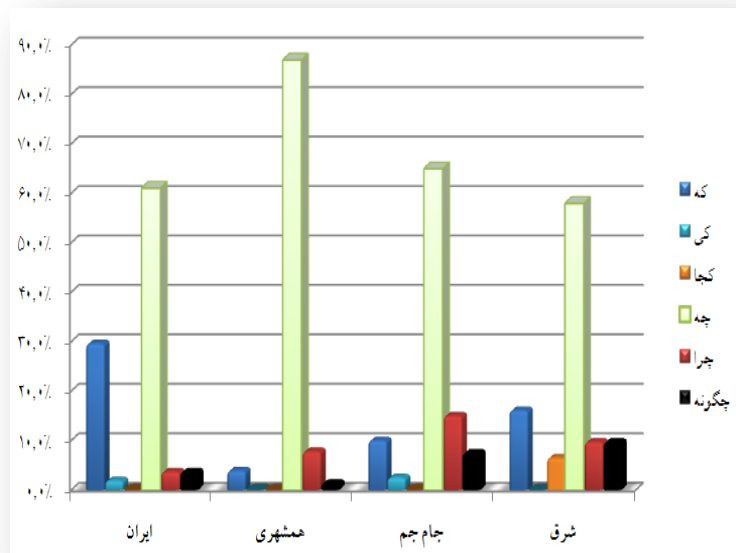
نمودار شماره 1: توزیع قالب خبری بیان مطالب مرتبط با تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

روزنامه های مورد تحقیق اکثر مطالب مرتبط با تصادف ها را در قالب خبر بیان کرده اند، به طوری که در روزنامه جام جم 87/1 درصد، در روزنامه ایران 76/4 درصد و در روزنامه شرق 57/4 درصد مطالب در این قالب بیان شده است. اما در روزنامه همشهری فقط 28/3 درصد مطالب در قالب خبر و بیشتر مطالب مرتبط با تصادف ها در سایر قالب ها بیان شده که عموماً شامل پیام ها و مطالبی است که از سوی خوانندگان به روزنامه ارسال و توسط روزنامه منتشر شده است.



نمودار شماره 2: میزان داشتن تیتر در صفحه اول در ارتباط با تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

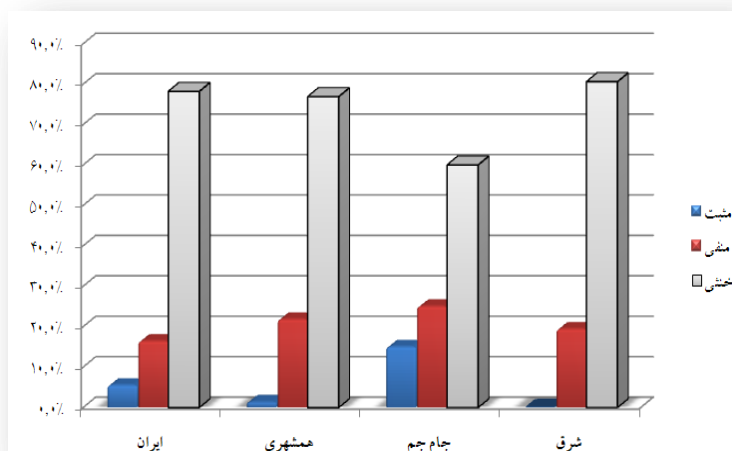
با توجه به نمودار بالا می توان گفت؛ در روزنامه های مورد بررسی بخش بسیار اندکی از خبرهای مربوط به تصادف ها، تیتری در صفحه اول دارند، به طوری که از 55 مطلب موجود در روزنامه ایران و 78 مطلب موجود در روزنامه همشهری، صرفاً یک مطلب در صفحه اول تیتر داشته است، در روزنامه جام جم نیز که بیشترین تیتر را در روزنامه های مورد بررسی در صفحه اول داشته است، به 4 مطلب از 40 مطلب در صفحه اول تیتر اختصاص داده شده است و روزنامه شرق نیز اصلاً تیتری را در صفحه اول به این موضوع اختصاص نداده است.



نمودار شماره 3: توزیع عنصر خبری مورد تأکید بر حسب روزنامه

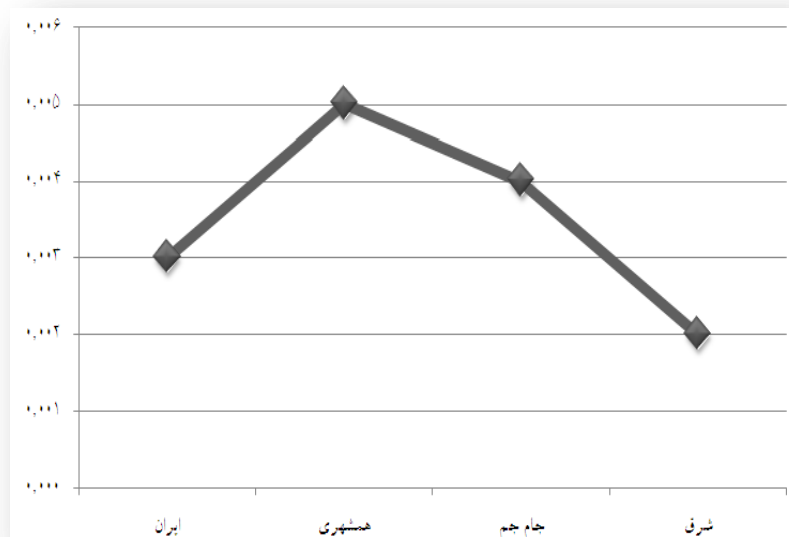
نمودار بالا نشان می دهد که توجه به عنصر «چه» در بیش از 87 درصد مطالب روزنامه همشهری، 65 درصد مطالب روزنامه جام جم، 61/1 درصد مطالب روزنامه ایران و 58 درصد مطالب روزنامه شرق نشانگر این است که روزنامه ها بیشتر به بیان یک رویداد به صورت برجسته تری پرداخته اند و کمتر با نگاه علت گرایانه به آن توجه داشته اند. استفاده از عنصر چرایی و چگونگی در

روزنامه جام جم با 22/5 درصد و پس از آن شرق با 19/4 درصد، همشهری با 9/1 درصد و ایران با 7/4 درصد از این عنصر در اخبار مؤید همین مطلب است.



نمودار شماره 4: توزیع موضع گیری به موضوع تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

ذکر مطالب مربوط به تصادف ها با موضع خنثی در روزنامه های مورد بررسی بیشترین حجم را به خود اختصاص داده است، به طوری که 80/6 درصد مطالب روزنامه شرق، 78/2 درصد مطالب روزنامه ایران، 76/9 درصد مطالب روزنامه همشهری و 60 درصد مطالب روزنامه جام جم با موضع خنثی بیان شده است.



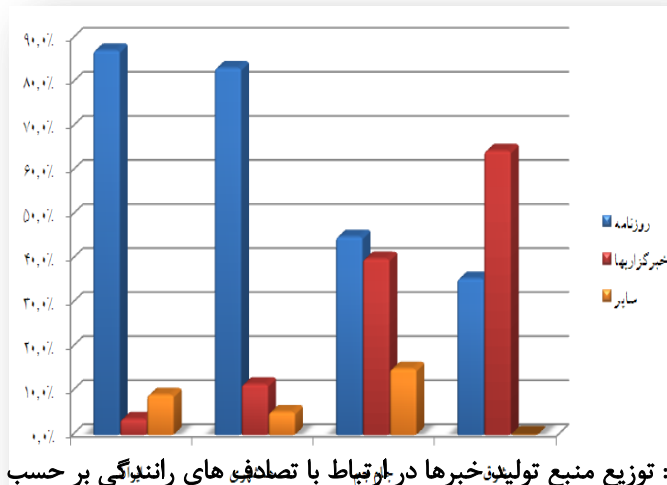
نمودار شماره 5: نسبت پرداختن به اخبار تصادف ها به سطح زیر چاپ بر حسب روزنامه

در خصوص اختصاص مطالب روزنامه ها به تصادف های رانندگی در دوره مورد بررسی، روزنامه همشهری با تعداد 78 مطلب بیشترین تعداد و پس از آن روزنامه ایران با 55 مطلب و جام جم با 40 مطلب قرار دارند و روزنامه شرق نیز با 31 مطلب کمترین تعداد مطلب را به این موضوع اختصاص داده است. از نظر سطح زیر چاپ، روزنامه همشهری 0/005 درصد، روزنامه

جام جم 0/004 درصد، روزنامه ایران 0/003 و روزنامه شرق 0/002 درصد از سطح زیر چاپ روزنامه خودشان را، به موضوع تصادف ها اختصاص داده اند که این ارقام حتی یک درصد از روزنامه را نیز شامل نمی شود .

فرضیه اول:

بین نوع روزنامه و منبع تولید خبر رابطه وجود دارد.

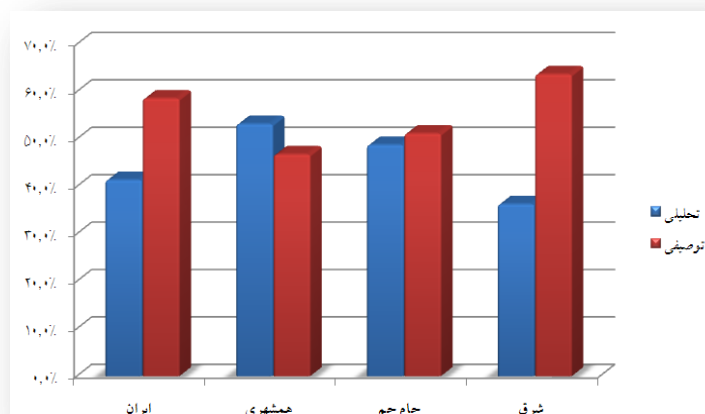


نمودار شماره 6: توزیع منبع تولید خبرها در ارتباط با تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

با توجه به نمودار شماره 6 و نتایج آزمون انجام شده ($\chi^2 = 61/1$ df=6 p < 0/05 sig= 0/0001) می توان گفت، رابطه معناداری بین منبع تولید خبر و نوع روزنامه وجود دارد. به این معنا که روزنامه ها به صورت متفاوتی از منابع برای درج اخبار مورد بررسی استفاده کرده اند و یا به عبارتی روزنامه ها در بیان خبر از منابع مختلف با یکدیگر تفاوت دارند. تولیدی بودن روزنامه های جام جم و شرق که به ترتیب 45 و 35/5 درصد مطالبشان تولیدی است، بیشتر اخبار را به نقل از خبرنگاران خود منتشر کرده اند و استفاده 64/5 درصدی روزنامه شرق از خبرگزاری ها نیز بیانگر این است که این روزنامه کمتر به تولید خبر در این بخش توجه داشته است.

فرضیه دوم:

رویکرد هر کدام از روزنامه ها در پوشش خبری تصادف ها، تفاوت دارد.

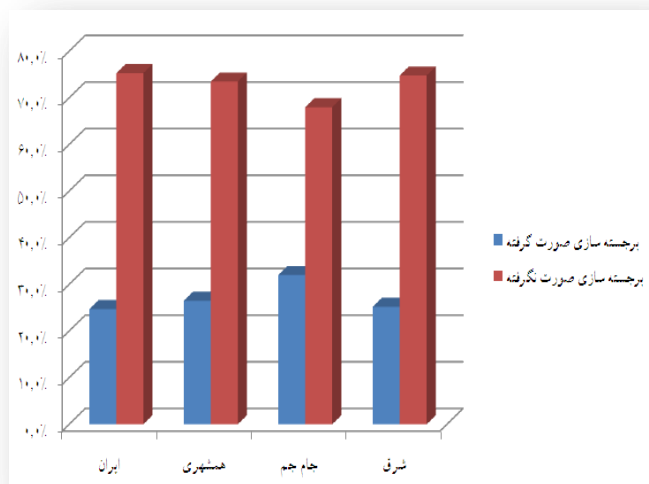


نمودار شماره 7: توزیع توصیفی یا تحلیلی بودن رویکرد به موضوع تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

نتایج آزمون انجام شده ($\chi^2 = 13/5$ df = 3 p < 0/05 sig = 0/004) گویای آن است که رویکرد غالب روزنامه ها در پوشش اخبار تصادف ها با یکدیگر تفاوت معنا داری دارد. به این معنا که رویکرد روزنامه ها در ذکر اخبار به صورت توصیفی و یا تحلیلی یکسان نیست و در برخی رویکرد تحلیلی غالب است و در برخی رویکرد توصیفی. به گونه ای که تنها در روزنامه همشهری رویکرد تحلیلی غالب بوده و در سه روزنامه دیگر رویکرد غالب توصیفی بوده است.

فرضیه سوم:

بین نوع روزنامه و میزان برجسته سازی مطالب مربوط به تصادف ها رابطه وجود دارد.

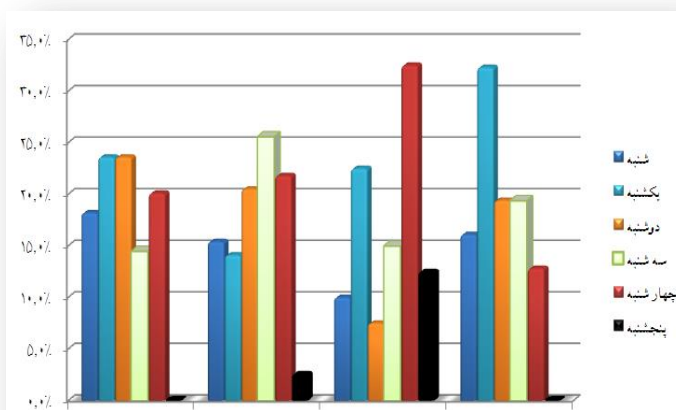


نمودار شماره 8: توزیع برجسته سازی مطالب مربوط به تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

برجسته سازی مطالب تصادف های رانندگی در روزنامه های مورد بررسی پایین است و رابطه معناداری بین میزان برجسته سازی و نوع روزنامه وجود ندارد ($\chi^2 = 3/6$ df = 3 p > 0/05 sig = 0/311). به عبارت دیگر میزان برجسته سازی به نوع روزنامه بستگی نداشته و مستقل از آن است. هرچند به نظر می رسد برجسته سازی در روزنامه جام جم اندکی بیشتر از سایر روزنامه ها است.

فرضیه چهارم:

بین نوع روزنامه و ذکر اخبار تصادف ها در روزنامه های مختلف در روزهای هفته رابطه وجود دارد.

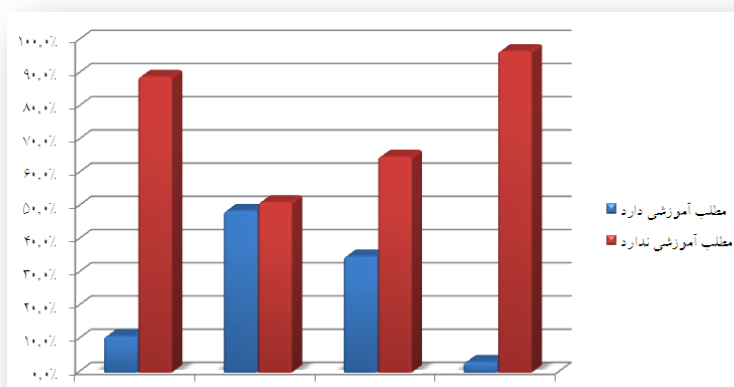


نمودار شماره 9: توزیع ذکر اخبار تصادف ها در روزهای مختلف هفته بر حسب روزنامه

در مورد میزان پرداختن روزنامه ها به خبر تصادف ها در روزهای مختلف بر حسب آزمون انجام شده ($\chi^2 = 27/0$ df = 15 p < 0/05 sig = 0/028) می توان گفت که بین ذکر اخبار در روزهای مختلف هفته و نوع روزنامه رابطه معناداری وجود ندارد و روزنامه ها به صورت متفاوتی در روزهای مختلف اخبار را درج کرده اند، به طوری که روزنامه ایران بیشترین اخبار مربوط به تصادف ها را در روزهای یکشنبه و دوشنبه، روزنامه همشهری در روز سه شنبه، روزنامه جام جم در روز چهارشنبه و روزنامه شرق در روز یکشنبه ذکر کرده اند. همچنین کمترین میزان اخبار مربوط به تصادف ها در همه روزنامه ها به جز جام جم در روز پنجشنبه منتشر شده است

فرضیه پنجم:

تعداد مطالب آموزشی در خصوص تصادف های رانندگی در روزنامه های مورد بررسی تفاوت دارد .



نمودار شماره 10: توزیع مطالب آموزشی پیرامون تصادف های رانندگی بر حسب روزنامه

نمودار شماره 10 گویای این است که بیشترین مطالب آموزشی را روزنامه همشهری با 48/7 درصد و پس از آن روزنامه جام جم با 35 درصد داشته اند و کمترین مطالب با 3/2 درصد در روزنامه شرق و پس از آن با 10/9 درصد در روزنامه ایران منتشر شده است. نتایج آزمون ($\chi^2 = 34/2$ df = 3 p < 0/05 sig = 0/0001) بیانگر این است که روزنامه ها از نظر انتشار مطالب آموزشی با یکدیگر تفاوت معناداری دارند. به این معنا که میزان انتشار مطالب آموزشی در روزنامه های مختلف با یکدیگر متفاوت است.

نتیجه گیری:

تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش در خصوص بازتاب مسائل مرتبط با تصادف های رانندگی در مطبوعات روزانه بیانگر آن است که:

اختصاص ندادن حتی یک سرمقاله در دوره مورد بررسی به موضوع تصادف ها در هیچ یک از روزنامه ها نشانگر این است که موضوع تصادف ها و پیامدهای آن مورد توجه جدی روزنامه ها نبوده است که سرمقاله ای به آن اختصاص داده شود . روزنامه های مورد تحقیق اکثر مطالب مرتبط با تصادف ها را در قالب خبر بیان کرده اند، به طوری که در روزنامه جام جم 87/1 درصد، در روزنامه ایران 76/4 درصد و در روزنامه شرق 57/4 درصد مطالب در این قالب بیان شده است، اما در روزنامه همشهری 28/3 درصد مطالب در قالب خبری بیان شده و در این روزنامه بیشتر مطالب مرتبط با تصادف ها در سایر قالبها بیان شده است که عموماً شامل پیام ها و مطالبی است که از سوی خوانندگان به روزنامه ارسال و منتشر شده است. با توجه به اینکه تصادف های رانندگی یک بحران در کشور محسوب می شود، منطقی تر به نظر می رسد که مطبوعات به این امر بیشتر پرداخته و با اولویت دادن به آن در قالب های متنوع خبری به این امر بپردازند.

بر اساس بررسی ها بخش بسیار اندکی از خبرهای مربوط به تصادف ها، تیتري در صفحه اول دارند، به طوری که از 55 مطلب موجود در روزنامه ایران و 78 مطلب موجود در روزنامه همشهری صرفاً یک مطلب تیتري در صفحه اول داشته اند؛ یعنی حدود 1/8 درصد از مطالب روزنامه ایران و 1/3 درصد مطالب روزنامه همشهری در زمینه تصادف ها یک تیتري در صفحه اول داشته اند، در روزنامه جام جم نیز که بیشترین تیتري را در روزنامه های مورد بررسی در صفحه اول داشته است، 4 مطلب از 40 مطلب یعنی 10 درصد مطالب را در صفحه اول تیتري اختصاص داده و روزنامه شرق نیز اصلاً تیتري را در صفحه اول به این موضوع اختصاص نداده است.

در ادامه بررسی ها مشخص شد، تولیدی بودن 87/3 درصد مطالب در روزنامه ایران و 83/3 درصد مطالب در روزنامه همشهری گویای این است که این دو روزنامه به نسبت روزنامه های جام جم و شرق که به ترتیب 45 و 35/5 درصد مطالبشان تولیدی است، بیشتر اخبار را به نقل از خبرنگاران خود منتشر کرده اند و استفاده 64/5 درصدی روزنامه شرق از مطالب خبرگزاری ها نیز بیانگر این است که این روزنامه کمتر به تولید خبر در این بخش توجه داشته است. بین منبع تولید خبر و نوع روزنامه رابطه معناداری وجود دارد.

توجه به عنصر «چه» در بیش از 87 درصد مطالب روزنامه همشهری، 65 درصد مطالب روزنامه جام جم، 61/1 درصد روزنامه ایران و 58 درصد مطالب روزنامه شرق نشانگر این است که روزنامه ها بیشتر به بیان یک رویداد به صورت برجسته تری پرداخته اند و کمتر با نگاه علت گرایانه به آن توجه داشته اند.

ذکر مطالب مربوط به تصادف ها با موضع خنثی در روزنامه های مورد بررسی بیشترین حجم را به خود اختصاص داده است، به طوری که 80/6 درصد مطالب روزنامه شرق، 78/4 درصد مطالب روزنامه ایران، 76/9 درصد مطالب روزنامه همشهری و 60 درصد مطالب روزنامه جام جم با موضع خنثی بیان شده است.

روزنامه همشهری با تعداد 78 مطلب در مورد تصادف های رانندگی، بیشترین تعداد و پس از آن روزنامه ایران با 55 مطلب و جام جم با تعداد 40 مطلب قرار دارند و روزنامه شرق نیز با 31 مطلب کمترین تعداد مطلب را به این موضوع اختصاص داده است، ولی از نظر سطح زیر چاپ هر چند میانگین اختصاص سطح زیر چاپ روزنامه جام جم نسبت به سایر روزنامه ها بیشتر است و پس از آن روزنامه های همشهری، ایران و شرق قرار دارند، اما در محاسبه سطح زیر چاپ مطالب اختصاص یافته به تصادف ها در هر روزنامه به سطح کل زیر چاپ آن روزنامه مشخص شد که، روزنامه همشهری 0/005 درصد، روزنامه جام جم 0/004 درصد، روزنامه ایران 0/003 درصد و روزنامه شرق 0/002 درصد از سطح زیر چاپ روزنامه خودشان را به موضوع تصادف های رانندگی اختصاص داده اند که این ارقام حتی یک درصد از روزنامه را نیز شامل نمی شود و در مجموع روزنامه ها از نظر پرداختن به موضوع تصادف ها با یکدیگر تفاوت معناداری دارند.

روزنامه ایران بیشترین اخبار مربوط به تصادف ها را در روزهای یکشنبه و دوشنبه با 23/6 درصد و روزنامه همشهری در روز سه شنبه با 25/6 و روزنامه جام جم در روز چهارشنبه با 32/5 درصد و روزنامه شرق در روز یکشنبه با 32/2 درصد ذکر کرده اند. همچنین کمترین میزان اخبار مربوط به تصادف ها در همه روزنامه ها به جز جام جم در روز پنجشنبه منتشر شده است. روزنامه جام جم کمترین میزان انتشار اخبار را در روز دوشنبه با 7/5 درصد داشته است و می توان گفت بین ذکر اخبار در روزهای مختلف هفته و نوع روزنامه رابطه معنادار وجود دارد.

بیشترین اخبار تصادف های تهران در روزنامه های ایران و همشهری با 38/2 درصد و 32/5 درصد منعکس شده است. همچنین تصادف های به وقوع پیوسته در خارج از کشور بیشتر در روزنامه شرق با 41/8 درصد و پس از آن در روزنامه جام جم با 22/5 درصد ذکر شده است. در تصادف های شهرستان ها نیز همشهری و شرق به ترتیب با 20/8 درصد و 19/4 درصد بیشترین پوشش خبری را داشته اند. اخبار تصادف هایی که محل آن نامشخص است، در روزنامه جام جم با 52/5 درصد و پس از آن با 41/5 درصد در روزنامه همشهری و با 34/5 درصد در روزنامه ایران منعکس شده است. روزنامه جام جم با 22/5 درصد بیشترین استفاده از عنصر چرایی و چگونگی را داشته است و پس از آن شرق با 19/4 درصد، همشهری با 9/1 درصد و ایران با 7/4 درصد از این عنصر در اخبار استفاده کرده اند.

منابع:

1-آیتی، اسماعیل، «هزینه تصادفات ترافیکی ایران»، 1385، مشهد، انتشارات دانشگاه فردوسی مشهد.

- 2-تن، آلکسیس، «نظریه ها و پژوهش های ارتباط جمعی»، 1388، ترجمه نعیم بدیعی، تهران، انتشارات همشهری
- 3-سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور، « سالنامه آماری بخش راهداری و حمل و نقل جاده ای»، 1389، تهران، دفتر فن آوری اطلاعات
- 4-لایقی، ایرج، «تصادفات»، 1384، تهران، انتشارات جهان جام جم.
- 5-مک کوئیل، دنیس، «درآمدی بر نظریه های ارتباطات جمعی»، 1385، ترجمه پرویز اجالالی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، چاپ دوم.
- 6-مهرداد، هرمز، «نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی»، 1388، تهران، انتشارات فاران
- 7-منوچهر پارسا، حسین، «علل تصادفات رانندگی در ایران و راهکارهای کاهش آن»، 1388، تهران، انتشارات امیر علی.

منبع انگلیسی:

1-Aeron-Thomas A., Jacobs G.D., Sexton B, Gururaj G, Rahman F ., "The Inovelement and Impact of Road Crashes on the Poor: Bangladesh and India Case students", TRL Limited, published Projject Report PPR 010, 2004.

Content analysis of driving crashes issues in Iran, Hamshahry, Jame- Jam, Shargh newspapers in summer 89.

Dr. Seyed Vahid Aghili¹
Zeynab Haddadi²

Abstract:

This survey focusing on the content analysis of newspapers coverage for driving crashes issue and how the media can raising awareness of people about the important subject. Theoretical framework of the research include the theories of agenda setting, communicative messages function, social learning and socializing.

The findings of this study indicated that the newspapers, dedicated a low percentage of its subjects to cover crashes news and its result. The agenda setting was very low; there is no meaningful difference among the newspapers in this regard.

Statistic society of the research is Iranian newspapers. The sample allocated to driving crashes issues covered by Iran, Hamshahri, Shargh, Jame-Jam in summer 1389. The research method is content analysis.

¹Assistant Professor and Faculty Member-Islamic Azad University/olomtahghighat Branch/seyed_vahid_aqili@yahoo.com

²MA in Communication-Islamic Azad University/olomtahghighat Branch /Z13haddadi @gmail.com

The findings show that most of subjects were in form of "News". The main emphasis on news element were on "what". There was no editorial in any newspapers in this regard.

Key words: Crash, causes of accidents, Media.