

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

بازنمایی جهش تولید

در روزنامه ها، خبرگزاری ها و پایگاه های خبری و تحلیلی



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع رسانی
دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها
مرداد ۱۳۹۹

بازنمایی جهش تولید در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی

با تلاش همکاران واحد پژوهش دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها

فهرست مطالب

۵	فصل اول: کلیات تحقیق
۶	چکیده
۹	مقدمه
۱۰	روش پژوهش
۱۰	اهداف پژوهش
۱۰	پرسش‌های پژوهش
۱۱	جامعه آماری
۱۱	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۱	محدودیت‌های پژوهش
۱۲	فصل دوم: نتایج پژوهش و فهرست جداول
۱۳	جدول و نمودار شماره ۱: فراوانی نوع رسانه
۱۴	جدول و نمودار شماره ۲: فراوانی خبرگزاری‌ها
۱۵	جدول و نمودار شماره ۳: فراوانی پایگاه خبری
۱۶	جدول و نمودار شماره ۴: فراوانی روزنامه
۱۷	جدول شماره ۵: محتوای جهش تولید به تفکیک ماه و نوع رسانه
۱۸	جدول شماره ۶: محور مطالب
۱۹	جدول شماره ۷: محتوای جهش تولید به تفکیک محور مطالب و نوع رسانه
۲۰	جدول شماره ۸: شاخص‌های جهش تولید
۲۱	جدول شماره ۹: سبک مطالب
۲۲	جدول شماره ۱۰: گستره مطالب
۲۳	جدول شماره ۱۱: نهادها و سازمان‌های ذینفع
۲۴	جدول و نمودار شماره ۱۲: منبع مطلب
۲۵	جدول و نمودار شماره ۱۳: رویکرد مطلب
۲۶	جدول و نمودار شماره ۱۴: فراوانی محتوای جهش تولید به تفکیک رویکرد مطالب و نوع رسانه
۲۷	جدول و نمودار شماره ۱۵: جهت‌گیری مطالب
۲۸	جدول و نمودار شماره ۱۶: فراوانی جهت‌گیری به تفکیک نوع رسانه
۲۹	جدول و نمودار شماره ۱۷: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در روزنامه جهان صنعت
۳۰	جدول و نمودار شماره ۱۸: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایرنا
۳۱	جدول و نمودار شماره ۱۹: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری مهر
۳۲	جدول و نمودار شماره ۲۰: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری تسنیم

- جدول و نمودار شماره ۲۱: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایسنا ۳۳
- جدول و نمودار شماره ۲۲: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری شبستان ۳۴
- جدول و نمودار شماره ۲۳: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری فارس ۳۵
- جدول و نمودار شماره ۲۴: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایلنا ۳۶
- جدول و نمودار شماره ۲۵: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری تابناک ۳۷
- جدول و نمودار شماره ۲۰: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری جماران ۳۸

فصل اول

کلیات پژوهش

چکیده

سال ۱۳۹۹ با بحران کرونا آغاز شد. کرونا باعث شد فعالیت اقتصادی در سراسر جهان به طرز چشمگیری دچار رکود شود. راهکار قرنطینه‌سازی شهرها، اقتصاد را در سراسری رکود قرار داد. در این میانه مساله کشورمان کمی متفاوت تر بوده است. بحران کرونا، تحریم‌های کمرشکن و سقوط قیمت نفت، بیش از پیش مشکلات اقتصادی عدیده‌ای برای کشور به ارمغان آورده‌اند که کنترل آن به مدیریتی کارآمد نیازمند است. با این پیش‌زمینه آیت‌الله خامنه‌ای امسال را به نام سال جهش تولید نام‌گذاری کردند. اصولاً مقام معظم رهبری در نام‌گذاری سال‌ها اهداف خاصی را دنبال می‌کنند که شاید مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: جهت‌دهی به مسئولین دولتی و حکومتی، توجیه و تنویر افکار عمومی به مسئله مورد اولویت نظام، تعیین سیاست‌های کلی نظام، حرکت پیش‌دستانه در خنثی‌سازی وضعیت نامطلوب جامعه بر اثر فشارهای اقتصادی.

طی مطالعه‌ای که بر روی مطالب خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و پایگاه‌های خبری در مورد موضوع جهش تولید شعار انتخابی رهبر معظم جمهوری اسلامی ایران انجام شده نتایج زیر حاصل شده است:

*از بین ۱۱۷۱ مطلب استخراج شده از رسانه‌های مورد بررسی ۶۷,۸۱ درصد مطالب را خبرگزاری‌ها، ۱۶,۴ درصد را پایگاه‌های خبری و ۱۵,۸ درصد را روزنامه‌ها به چاپ رسانده‌اند.

*از بین خبرگزاری‌ها خبرگزاری فارس با ۲۰,۱۵ درصد بالاترین درصد چاپ مطالب را داشته، ایرنا و ایسنا هرکدام به ترتیب با ۱۸,۰۱ و ۱۷,۸۸ درصد در مرتبه‌های بعدی قرار دارند. کمترین مطلب را باشگاه خبرنگاران جوان با ۰,۲۵ درصد به چاپ رسانده است.

*از بین پایگاه‌های خبری؛ تابناک با ۲۹,۱۷ درصد، جماران با ۲۸,۶۵ درصد و خبرآنلاین با ۷,۲۹ درصد بالاترین درصد چاپ مطالب و پایگاه‌های خبری انتخاب، دانشجو و میزان با ۰,۵۲ درصد کمترین مطالب را داشته‌اند.

*از بین روزنامه‌های مورد بررسی؛ روزنامه جهان صنعت با ۱۷,۸۴، فرهیختگان با ۱۰,۸۱ و ایران با ۹,۷۳ درصد بالاترین و روزنامه‌های کاروکارگر، ابرار و ابرار اقتصادی با ۰,۵۴ درصد کمترین حجم مطالب را در خصوص جهش تولید داشته‌اند.

*از داده‌های جدول محتوای جهش تولید به تفکیک ماه بیشترین مطالب چاپی چه اردیبهشت و چه خردادماه از طرف پایگاه‌های خبری بوده است. این میزان در اردیبهشت ۷۰,۷ درصد و در خردادماه ۶۵,۴ درصد بوده است.

*برآیند جدول محور مطالب نشان می‌دهد مطالب اقتصادی با ۶۶,۶۱ درصد و در پی آن مطالب سیاسی با ۱۶,۱۴ درصد بالاترین میزان را داشته‌اند و مطالب با محور علمی با ۱,۲۸ کمترین توجه را داشته‌اند.

*بررسی داده‌های محتوای جهش تولید به تفکیک محور مطالب و نوع رسانه نیز نشان می‌دهد مطالب اقتصادی در بین سه گروه رسانه‌های مورد بررسی بالاترین توجه را داشته و در پی آن مطالب با محور سیاسی قرار دارد.

*از بررسی شاخص‌های ۴۷گانه در نظر گرفته شده برای جهش تولید، شاخص‌های حمایت از جهش تولید با ۱۵۳ مطلب، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید با ۱۱۴ مطلب و ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید با ۱۰۷ مطلب رتبه‌های اول را دارا هستند. در قسمت‌های انتهایی این جدول شاخص‌های ضرورت بکارگیری دیپلماسی اقتصادی، کنترل واردات و استفاده از تجارب دیگر کشورها در رونق جهش تولید هر کدام با یک مورد فراوانی قرار دارند.

*جدول بررسی سبک مطالب نشان می‌دهد سبک گزارش با ۶۸,۴۹ درصد، مصاحبه با ۲۱,۹۵ درصد و یادداشت با ۸,۲۸ درصد بیشترین سبک مورد استفاده پوشش مطالب جهش تولید از سوی رسانه‌های مورد بررسی بوده است. در این بین از سبک مقاله علمی با ۱,۲۸ درصد کمترین استفاده شده است.

*بیشتر مطالب این مطالعه بدون گستره چاپ بوده‌اند. ۲۱,۰۹ درصد مطالب با گستره استانی و ۱۴,۸۶ درصد با گستره ملی، ۲,۹۰ درصد مطالب با گستره منطقه‌ای و ۰,۸۵ درصد مطالب با گستره بین‌المللی به چاپ رسیده‌اند.

*۲۱۹ مورد از مطالب منتشر شده بدون سازمان ذینفع بوده است. استانداری و فرمانداری با ۱۳۶ مورد، مجلس شورای اسلامی با ۱۱۴ مورد و مجموعه دولت با ۹۷ مورد بیشترین سازمان‌های ذینفع در این پژوهش بوده‌اند. بیمه تامین اجتماعی، دادگستری و منابع طبیعی و آبخیزداری هر کدام با ۲ مورد فراوانی کمترین سازمان‌های ذینفع بوده‌اند.

*در جدول منبع مطالب ۶۶,۷۸ درصد مطالب تولید روزنامه‌نگاران، ۱۱,۱۹ درصد تولید کارشناسان و ۰,۷۷ درصد از رسانه ملی اقتباس شده است.

*از جدول رویکرد مطالب ۵۵,۱۷ درصد مطالب بدون قضاوت، ۲۹,۳۸ درصد مطالب در حمایت از سیاست جهش تولید و ۱۵,۴۶ درصد مطالب نیز در نقد سیاست جهش تولید بوده است.

*جدول محتوای جهش تولید به تفکیک رویکرد مطالب و نوع رسانه نشان می‌دهد بیشترین مطلب در حمایت از سیاست دولت با ۴۰,۱ درصد در پایگاه‌های خبری، در خبرگزاری‌ها با ۲۷,۶ و در روزنامه‌ها ۲۵,۳ درصد بوده است. در نقد سیاست جهش تولید دولت روزنامه‌ها ۲۳,۸ درصد، پایگاه‌های خبری با ۱۶,۷ درصد و خبرگزاری‌ها با ۱۳,۲ درصد بوده است.

*در جدول مربوط به جهت‌گیری مطالب، جهت‌گیری مثبت با ۵۳,۵۴ درصد، خنثی با ۲۵,۷۹ درصد، منفی ۱۲,۵۵ درصد و دوپهلوی با ۸,۱۱ درصد به خود اختصاص داده‌اند.

*جدول بعدی محتوای جهش تولید به تفکیک جهت‌گیری مطالب و نوع رسانه بوده که طی آن مطالب پایگاه‌های خبری با ۵۸,۹ درصد و خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها هر کدام با ۵۲,۵ درصد مثبت بوده‌اند.

*مهمترین شاخص‌های مطرح شده در روزنامه جهان صنعت شاخص نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید بوده است. خبرگزاری‌های ایرنا، ایسنا، تسنیم، شبستان، ایلنا حمایت از جهش تولید و خبرگزاری مهر سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید بوده است. در خبرگزاری فارس نام‌گذاری سال جهش تولید مهمترین شاخص بوده است. در پایگاه خبری تابناک حمایت از جهش تولید و در پایگاه خبری جماران شاخص ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید مهمترین شاخص بوده است.

مقدمه

هرساله و در آغاز بهار رهبر معظم انقلاب، متناسب با شرایط کلی حاکم بر کشور، نامی را انتخاب و کشور را بدان مزین می‌کنند تا این مهم بتواند سرلوحه برنامه‌ریزی‌های مسئولان و مردم قرار بگیرد. با توجه به تشدید مشکلات اقتصادی در سال‌های گذشته، رهبر انقلاب در سال‌های اخیر نام سال‌ها را با موضوع اقتصادی انتخاب کرده‌اند. پس از انتخاب نام رونق تولید برای سال ۹۸، ایشان نام سال ۹۹ را نیز به نام سال جهش تولید نام‌گذاری کردند.

تولید یا فرآوری، از اصطلاحات علم اقتصاد، به معنی تهیه کالا و خدمات مورد نیاز با استفاده از منابع و امکانات موجود است. فعالیت تولیدی سلسله اقداماتی است که برای تبدیل منابع به کالاهای مورد نیاز صورت می‌گیرد.

رهبر معظم انقلاب در تاریخ ۱۳ فروردین سال ۹۵ در مورد ضرورت توجه به تولید و راهکارهای رونق تولید فرموده بودند: انکار نمی‌کنم که تحریم‌ها در رونق تولید تأثیر منفی دارد، اما این را انکار می‌کنم که این تحریم‌ها بتواند برنامه‌ریزی‌ها را برای رونق تولید با مشکل مواجه کند. بنده نگاه می‌کنم به بخش‌هایی که حتی تحریم‌های دشمن در آن بیشتر بوده است، اما به همت مدیران و کارگران تولید پیش رفته است.

بر اساس این بیانات با تلاش مدیران و کارگران و با استفاده از اصول اقتصاد مقاومتی می‌توان موجبات رونق تولید و همچنین جهش تولید را فراهم کرد. اما متأسفانه با این‌که در سال‌های اخیر موضوع اقتصاد همواره دغدغه آیت‌الله خامنه‌ای بوده و بر رونق و جهش تولید اصرار داشته این مهم در حد ملموسی بازنمایی خارجی نداشته است که از مهمترین دلایل آن می‌توان شکاف بین شعارها و عملکردهای مسئولان دانست که موجب تعمیق بی‌اعتمادی مردم نسبت به نظام قانونگذاری و مدیریتی کشور شده است.

در همین راستا بازتاب و پوشش موضوع و عنوان سال ۱۳۹۹ یعنی جهش تولید؛ بحث و بررسی آن از منظر رسانه‌ها را توجیه می‌کند و این پژوهش این مهم را دنبال کرده است. در ادامه به بررسی این موضوع با توجه به ضرورت‌ها و الزامات آن در رسانه‌ها می‌پردازیم.

روش پژوهش

در این تحقیق از روش‌های تحلیل محتوای کمی استفاده شده است. از روش تحلیل محتوای کمی برای استخراج اطلاعات آشکار درباره اعلام سال ۱۳۹۹ به عنوان سال جهش تولید، مشخص کردن سهم هر یک از روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی مورد بررسی در این تحقیق که به شعار اعلامی از سوی مقام معظم رهبری استفاده شده است.

اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش شناخت و بررسی نحوه انعکاس و بازنمایی مطالب مربوط به جهش تولید در بازه زمانی مورد بررسی در روزنامه‌های سراسری، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی است. این پژوهش در صدد دستیابی به اهداف فرعی زیر است:

- شناخت چگونگی بازنمایی و انعکاس مطالب مربوط به سال جهش تولید در روزنامه‌های سراسری، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی

- شناخت محتوا و موضوع‌های مربوط به سال جهش تولید در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی

- شناخت شباهت‌ها و تفاوت‌ها میان روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی در بازنمایی مطالب جهش تولید

- شناخت و بررسی سبک مطالب در نحوه بازنمایی مطالب مربوط به سال جهش تولید.

- شناخت و بررسی رویکرد مطالب مربوط به سال جهش تولید در رسانه‌های مورد مطالعه.

پرسش‌های پژوهش

این پژوهش برای پاسخگویی به سؤال‌های زیر انجام می‌شود:

- سهم هر یک از رسانه‌ها، در انعکاس سال جهش تولید چه میزان است؟

- مطالب مربوط به سال جهش تولید بیشتر حول چه محورهایی است؟

- مطالب مربوط به سال جهش تولید بیشتر با کدام سبک ژورنالیستی (گزارش، مقاله، مصاحبه و ...) منتشر شده است؟

- در مطالب مربوط به سال جهش تولید سازمان‌های ذی‌نفع کدام سازمان‌ها هستند؟

جامعه آماری

جامعه آماری که به آن جمعیت آماری نیز گفته‌اند به مجموعه افراد یا عناصر (بستگی به موضوع تحقیق دارد) که دارای ویژگی یا ویژگی‌های مشترکی هستند و تحقیق در مورد آنها انجام می‌شود گفته می‌شود.

جامعه آماری تحلیل محتوا با توجه به اهداف مشخص می‌شود یکی از مهم‌ترین اهداف پژوهش حاضر شناسایی و بررسی تفاوت بین بازنمایی و برجسته‌سازی مطالب مربوط به سال جهش تولید در روزنامه‌های سراسری، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی مورد مطالعه است. جامعه آماری این پژوهش شامل روزنامه‌های سراسری کشور، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی است. مبنای انتخاب این رسانه‌ها، آخرین رتبه‌بندی‌های اعلام شده از سوی معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. از سوی دیگر این تحقیق با استفاده از برنامه نیوزهاب و هوش مصنوعی انجام گرفته است. روزنامه‌های انتخابی برای این پژوهش عبارت‌اند از: روزنامه جهان صنعت، فرهیختگان، ایران، دنیای اقتصاد، رسالت، کیهان، کسب و کار، شرق، مردم‌سالاری، ابتکار، همشهری، همدلی، اطلاعات، آفتاب‌یزد، وطن امروز، خراسان، جام‌جم، شهروند، عصر اقتصاد، جوان، جمهوری اسلامی، کاروکارگر، ابرار و ابرار اقتصادی. خبرگزاری‌های انتخابی این پژوهش عبارتند از فارس، ایرنا، ایسنا، تسنیم، مهر، شبستان، ایلنا و باشگاه خبرنگاران جوان. پایگاه‌های خبری و تحلیلی انتخابی برای این پژوهش عبارتند از: پایگاه خبری تابناک، جماران، خبرآنلاین، موج، الف، پارسینه، شفقتا، بولتن‌نیوز، مشرق، فرارو، عصر ایران، افکار، دانشجو، انتخاب و میزان.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تحلیل محتوای کمی دستورالعمل کدگذاری بر مبنای موضوع و اهداف تحقیق تهیه شده و بر مبنای آن مطالب مورد نظر از روزنامه‌ها استخراج و کدگذاری شده است. سپس کدهای مطالب در برنامه آماری SPSS که برای تحقیق‌های اجتماعی به کار می‌رود وارد شده و پس از آماده‌سازی و پردازش داده‌ها تجزیه و تحلیل اطلاعات انجام شد. در مطالعه حاضر تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام گرفته است. در آمار توصیفی جداول فراوانی، محاسبه شاخص و نمودارها استفاده شده است. از روش آمار استنباطی برای مقایسه بازنمایی سال جهش تولید و شاخص‌های مربوط به آن در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی مورد مطالعه استفاده شده است.

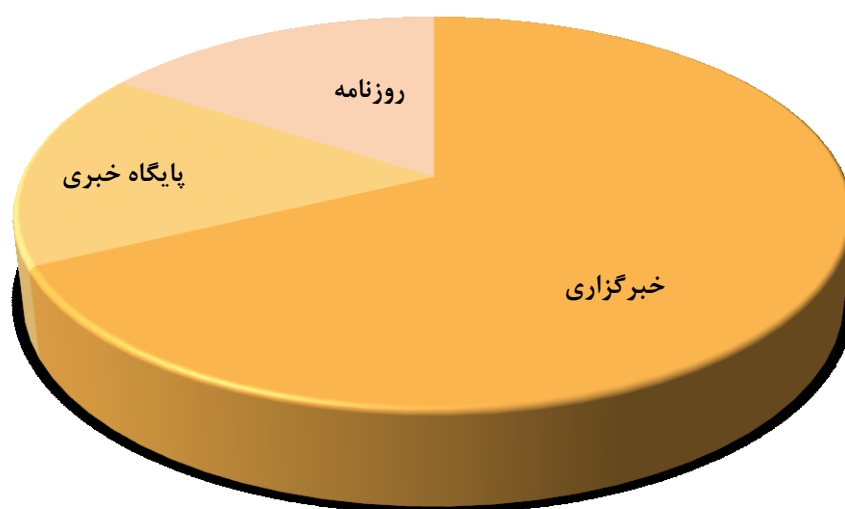
محدویت پژوهش

از آن‌رو که کلیه داده‌های این تحقیق با استفاده از برنامه نیوزهاب استخراج شده است و برنامه نیوزهاب در بخش روزنامه‌ها مواردی همچون صفحه درج مطلب، تیتراژ یک روزنامه‌ها، تیتراژ در صفحه اول و عنوان سرمقاله را مشخص نمی‌کند لذا این موارد در بررسی روزنامه‌ها منظور نشده است.

فصل دوم
نتایج پژوهش و فهرست
جد اول

جدول شماره ۱. فراوانی نوع رسانه

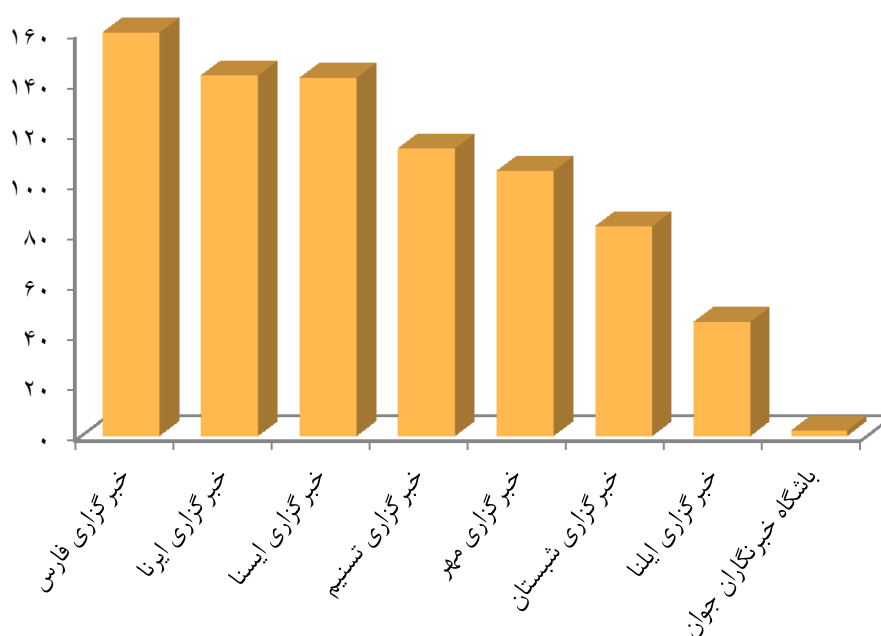
نوع رسانه	فراوانی	درصد
خبرگزاری	۷۹۴	۶۷,۸۱
پایگاه خبری	۱۹۲	۱۶,۴۰
روزنامه	۱۸۵	۱۵,۸۰
کل	۱۱۷۱	۱۰۰



جدول و نمودار شماره ۱ نشان‌دهنده فراوانی محتوای مطالب مربوط به جهش تولید در روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی در بازه زمانی مورد مطالعه است. ارقام جدول گویای آن است که بیش از نیمی از مطالب و یا به طور دقیق‌تر ۶۷/۸۱ درصد از مطالب مربوط به جهش تولید در خبرگزاری‌های مورد بررسی بازنمایی شده است. رتبه دوم جدول با اختصاص ۱۶/۴ درصد مربوط به پایگاه‌های خبری و تحلیلی و رتبه سوم جدول با ۱۵/۸ درصد مربوط به روزنامه‌های مورد بررسی است.

جدول شماره ۲. فراوانی خبرگزاری‌ها

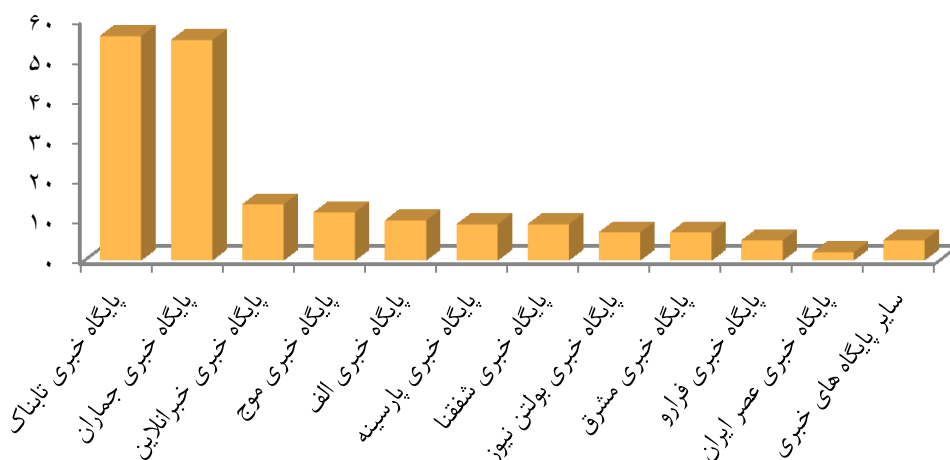
خبرگزاری‌ها	فراوانی	درصد
خبرگزاری فارس	۱۶۰	۲۰,۱۵
خبرگزاری ایرنا	۱۴۳	۱۸,۰۱
خبرگزاری ایسنا	۱۴۲	۱۷,۸۸
خبرگزاری تسنیم	۱۱۴	۱۴,۳۶
خبرگزاری مهر	۱۰۵	۱۳,۲۲
خبرگزاری شبستان	۸۳	۱۰,۴۵
خبرگزاری ایلنا	۴۵	۵,۶۷
باشگاه خبرنگاران جوان	۲	۰,۲۵
کل	۷۹۴	۱۰۰,۰۰



جدول و نمودار شماره ۲ نشان‌دهنده فراوانی محتوای مطالب مربوط به جهش تولید در خبرگزاری‌های مورد بررسی است. براساس داده‌های این جدول بیشترین مطالب محتوای جهش تولید در خبرگزاری فارس با ۲۰/۱۵ درصد بازنمایی شده و این خبرگزاری در مقایسه با سایر خبرگزاری‌ها رتبه نخست را به دست آورده است. خبرگزاری‌های ایرنا با ۱۸/۰۱ درصد، ایسنا با ۱۷/۸۸ درصد رتبه‌های دوم و سوم جدول را به خود اختصاص داده‌اند. لازم به ذکر است باشگاه خبرنگاران جوان تنها با بازنمایی دو مطلب در خصوص جهش تولید کمترین بازنمایی این موضوع را داشته است.

جدول شماره ۳. فراوانی پایگاه‌های خبری

درصد	فراوانی	پایگاه‌های خبری
۲۹,۱۷	۵۶	پایگاه خبری تابناک
۲۸,۶۵	۵۵	پایگاه خبری جماران
۷,۲۹	۱۵	پایگاه خبری خبرآنلاین
۶,۲۵	۱۲	پایگاه خبری موج
۵,۲۱	۱۰	پایگاه خبری الف
۴,۶۹	۹	پایگاه خبری پارسینه
۴,۶۹	۹	پایگاه خبری شفقنا
۳,۶۵	۷	پایگاه خبری بولتن نیوز
۳,۶۵	۷	پایگاه خبری مشرق
۲,۶۰	۵	پایگاه خبری فرارو
۱,۰۴	۲	پایگاه خبری عصر ایران
۰,۵۲	۱	پایگاه خبری افکار
۰,۵۲	۱	پایگاه خبری دانشجو
۰,۵۲	۱	پایگاه خبری انتخاب
۰,۵۲	۱	پایگاه خبری میزان
۱۰۰	۱۹۲	کل



جدول و نمودار شماره ۳ نشان‌دهنده فراوانی محتوای مطالب مربوط به جهش تولید در پایگاه‌های خبری و تحلیلی مورد بررسی است. براساس داده‌های این جدول بیشترین مطالب محتوای جهش تولید در پایگاه خبری تابناک با ۲۹/۱۷ درصد بازنمایی شده که در مقایسه با سایر پایگاه‌های خبری رتبه نخست را به دست آورده است. پایگاه‌های خبری جماران با ۲۸/۶۵ درصد، خبرآنلاین با ۷/۲۹ درصد و پایگاه خبری موج با ۶,۲۵ درصد رتبه‌های دوم و چهارم جدول را به خود اختصاص داده‌اند.

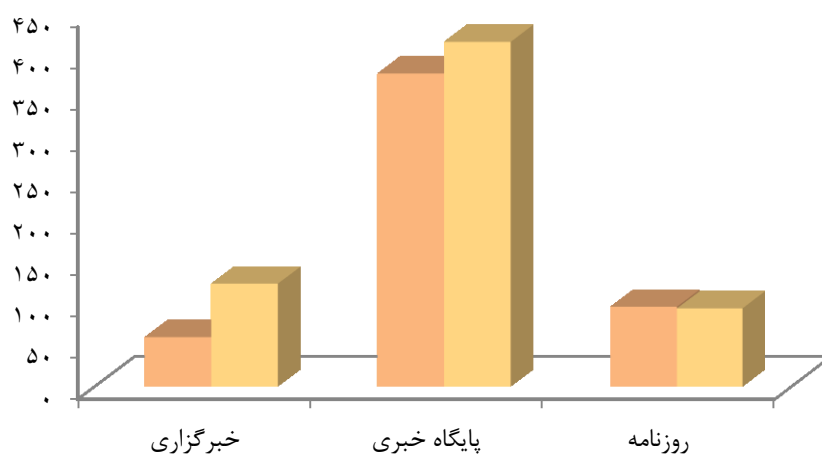
جدول شماره ۴. فراوانی روزنامه‌ها

روزنامه	فراوانی	درصد
روزنامه جهان صنعت	۳۳	۱۷,۸۴
روزنامه فرهیختگان	۲۰	۱۰,۸۱
روزنامه ایران	۱۸	۹,۷۳
روزنامه دنیای اقتصاد	۱۵	۸,۱۱
روزنامه رسالت	۱۲	۶,۴۹
روزنامه کیهان	۱۱	۵,۹۵
روزنامه کسب و کار	۱۰	۵,۴۱
روزنامه شرق	۱۰	۵,۴۱
روزنامه مردم سالاری	۸	۴,۳۲
روزنامه ابتکار	۸	۴,۳۲
روزنامه همشهری	۷	۳,۷۸
روزنامه همدلی	۵	۲,۷۰
روزنامه اطلاعات	۴	۲,۱۶
روزنامه آفتاب یزد	۴	۲,۱۶
روزنامه وطن امروز	۴	۲,۱۶
روزنامه خراسان	۳	۱,۶۲
روزنامه جام جم	۳	۱,۶۲
روزنامه شهروند	۳	۱,۶۲
روزنامه عصر اقتصاد	۲	۱,۰۸
روزنامه جوان	۱	۰,۵۴
روزنامه جمهوری اسلامی	۱	۰,۵۴
روزنامه کار و کارگر	۱	۰,۵۴
روزنامه ابرار	۱	۰,۵۴
روزنامه ابرار اقتصادی	۱	۰,۵۴
کل	۱۸۵	۱۰۰

جدول و نمودار شماره ۴ نشان‌دهنده فراوانی محتوای مطالب مربوط به جهش تولید در روزنامه‌های مورد بررسی است. براساس داده‌های این جدول بیشترین مطالب محتوای جهش تولید در روزنامه جهان صنعت با ۱۷,۸۴ درصد به چاپ رسیده است و در پی آن روزنامه فرهیختگان مرتبه بعدی را با ۱۰/۸۱ درصد داشته است. روزنامه‌های ایران، دنیای اقتصاد، رسالت و کیهان در رتبه‌های بعدی جدول قرار دارند. در این بین روزنامه‌های جوان، جمهوری اسلامی، کار و کارگر، ابرار و ابرار اقتصادی به ترتیب کمترین مطلب را در این خصوص منتشر کرده‌اند.

جدول شماره ۵. فراوانی محتوای جهش تولید به تفکیک ماه و نوع رسانه

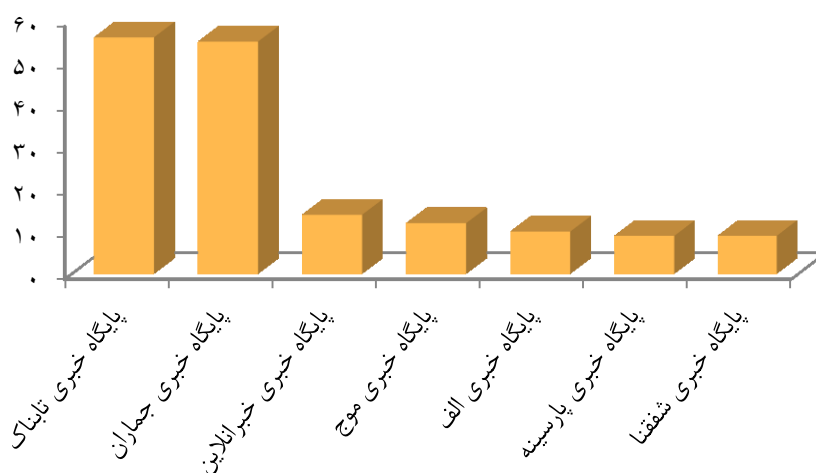
خرداد		اردیبهشت		نوع رسانه
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱۹,۷	۱۲۵	۱۱,۲	۶۰	خبرگزاری
۶۵,۴	۴۱۶	۷۰,۷	۳۷۸	پایگاه خبری
۱۴,۹	۹۵	۱۸,۱	۹۷	روزنامه
۱۰۰	۶۳۶	۱۰۰	۵۳۵	کل



جدول و نمودار شماره ۵ بازنمایی محتوای جهش تولید به تفکیک ماه و نوع رسانه را نشان می‌دهد. با نگاهی به این جدول درمی‌یابیم بین روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری در بازنمایی مطالب اختلافی به چشم می‌خورد به طوری که بیشترین درصد فراوانی مطالب چاپ شده خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری در خصوص جهش تولید در خردادماه سال جاری بوده‌است. روزنامه‌ها مطالب مربوط به جهش تولید را بیشتر در ماه اردیبهشت سال جاری منتشر کرده‌اند.

جدول شماره ۶. محور مطالب

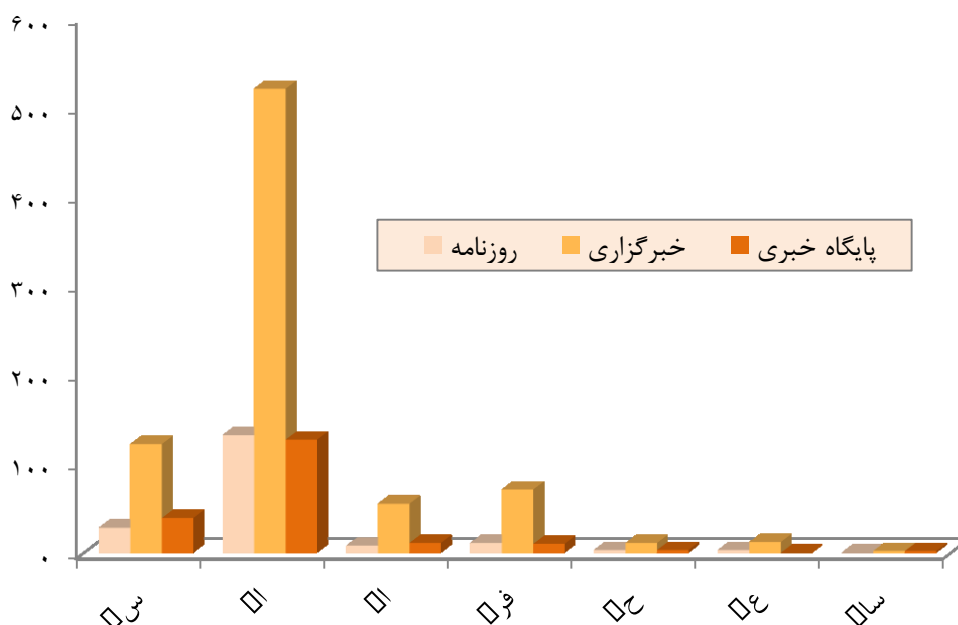
محور مطالب	فراوانی	درصد
اقتصادی	۷۸۰	۶۶,۶۱
سیاسی	۱۸۹	۱۶,۱۴
فرهنگی	۹۲	۷,۸۶
اجتماعی	۷۴	۶,۳۲
حقوقی	۱۷	۱,۴۵
علمی	۱۵	۱,۲۸
سایر محورها	۴	۰,۳۴
کل	۱۱۷۱	۱۰۰



جدول شماره ۶ بیانگر محور مطالب جهش تولید در رسانه‌های مورد بررسی است. آمار جدول گویای آن است که تقریباً بیش از نیمی از مطالب و یا به عبارت دقیق‌تر ۶۶/۶۱ درصد از مطالب مربوط به جهش تولید با موضوع اقتصادی در رسانه‌ها باز نشر یافته است. ۱۶/۱۴ درصد از مطالب مربوط به جهش تولید با محور سیاسی، ۷/۸۶ درصد فرهنگی و ۶/۳۲ درصد با محور اجتماعی بازنمایی شده است.

جدول شماره ۷. فراوانی محتوای جهش تولید به تفکیک محور مطالب و نوع رسانه

نوع رسانه	روزنامه		خبرگزاری		پایگاه خبری	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
سیاسی	۲۸	۱۵,۱	۱۲۲	۱۵,۴	۳۹	۲۰,۳
اقتصادی	۱۳۲	۷۱,۴	۵۲۱	۶۵,۶	۱۲۷	۶۶,۱
اجتماعی	۸	۴,۳	۵۵	۶,۹	۱۱	۵,۷
فرهنگی	۱۱	۵,۹	۷۱	۸,۹	۱۰	۵,۲
حقوقی	۳	۱,۶	۱۱	۱,۴	۳	۱,۶
علمی	۳	۱,۶	۱۲	۱,۵	۰	۰,۰۰
سایر محورها	۰	۰,۰۰	۲	۰,۳	۲	۱,۰
کل	۱۸۵	۱۰۰	۷۹۴	۱۰۰	۱۹۲	۱۰۰



جدول و نمودار شماره ۷ محتوای جهش تولید به تفکیک محور مطالب و نوع رسانه گستره توزیع محتوای رونق تولید را نشان می‌دهد. براساس داده‌های این جدول بیشترین مطالب مربوط به جهش تولید که با محور اقتصادی تنظیم شده‌اند؛ در رسانه‌های مورد بررسی رتبه نخست را به خود اختصاص داده است. بررسی ارقام جدول گویای آن است که میان رتبه‌های بعدی اختلافی بین رسانه‌های مورد بررسی مشاهده می‌شود به طوری که روزنامه‌ها و خبرگزاری‌های مورد بررسی محورهای سیاسی و فرهنگی را به عنوان رتبه‌های بعدی بازنمایی کرده‌اند، اما پایگاه‌های خبری و تحلیلی محورهای سیاسی و اجتماعی را بیشتر بازنمایی کرده و این دو محور رتبه‌های بعدی را دارا هستند.

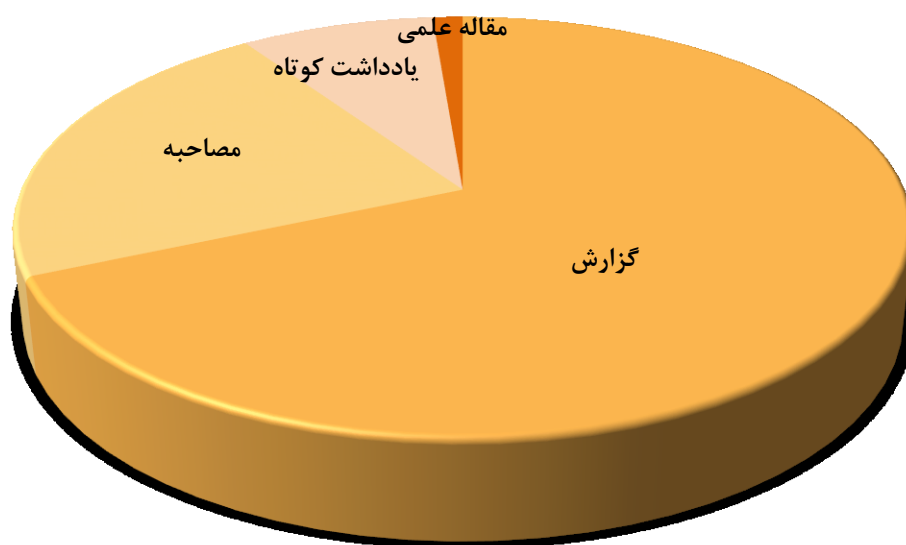
جدول شماره ۸. شاخص‌های جهش تولید

شاخص‌های جهش تولید	فراوانی	مؤلفه‌های زیست‌محیطی	فراوانی
حمایت از جهش تولید	۱۵۳	بازسازی واحدهای تولیدی	۱۱
سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید	۱۱۴	استفاده از فناوری و تکنولوژی روز	۱۰
ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید	۱۰۷	پیامدهای مثبت کرونا در جهش تولید	۱۰
نام‌گذاری سال جهش تولید	۸۵	نقش بورس و سازمان‌های بورسی در جهش تولید	۹
نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید	۶۳	افزایش تولیدات با کیفیت و استاندارد	۸
توجه به صادرات و توسعه تجارت	۴۷	نقش نهادهای مذهبی در تدوین جهش تولید	۸
مبارزه با قاچاق کالا	۴۳	نقش مجلس در رونق جهش تولید	۷
تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان	۴۲	نقش اصلاح الگوی مصرف در رونق جهش تولید	۶
اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات	۴۲	توسعه حمل و نقل	۶
گفتمان جهش تولید	۴۰	اثر تحریم‌ها بر جهش تولید	۶
تشویق مصرف کالای ایرانی	۳۵	اصلاح سیستم بیمه‌ای	۵
توسعه علم و شرکت‌های دانش بنیان	۳۴	پیامد رونق جهش تولید بر زندگی مردم	۵
مشارکت مردمی	۳۱	توسعه اقتصاد مرزی	۴
حضور و نقش بخش خصوصی	۲۸	فرهنگسازی در خصوص جهش تولید	۴
نقش دانشگاهیان و نخبگان در جهش تولید	۲۸	پرهیز از خام‌فروشی	۴
اشتغال‌زایی	۲۵	سیاست‌های دولت در زمینه بودجه بندی	۳
بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید	۲۴	زیرساخت‌های تولیدی در کشور	۳
اصلاح نظام مالیاتی و بانکداری	۲۱	استقلال طلبی و جهش تولید	۳
مبارزه همه جانبه با فساد اقتصادی	۱۹	نقش زنان در جهش تولید	۳
حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی	۱۷	توسعه روستاها با رویکرد جهش تولید	۳
نقش واحدهای صنعتی در تحقق جهش تولید	۱۶	ضرورت بکارگیری دیپلماسی اقتصادی	۱
اصلاح سیستم مالیاتی	۱۳	کنترل واردات	۱
توسعه مهارت آموزی و تربیت نیروهای متخصص	۱۲	استفاده از تجارب کشورها در رونق جهش تولید	۱
نقش سازمانهای دولتی در تحقق جهش تولید	۱۱	کل	۱۱۷۱

جدول شماره ۸ گزاره‌ها و شاخص‌های موضوع جهش تولید و فراوانی آن‌را نشان می‌دهد. براساس مقادیر این جدول شاخص حمایت از جهش تولید بیشترین میزان مطالب را دربرمی‌گیرد. سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید، نام‌گذاری سال جهش تولید، نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید و توجه به صادرات و توسعه تجارت شاخص‌های بعدی هستند که به ترتیب مطالب حول این گزاره‌ها نوشته شده‌اند. از طرفی دیگر کمترین بازنمایی در شاخص‌های ضرورت بکارگیری دیپلماسی اقتصادی، کنترل واردات و استفاده از تجارب کشورها در رونق جهش تولید، هرکدام با یک مورد فراوانی بوده است.

جدول شماره ۹. سبک مطالب

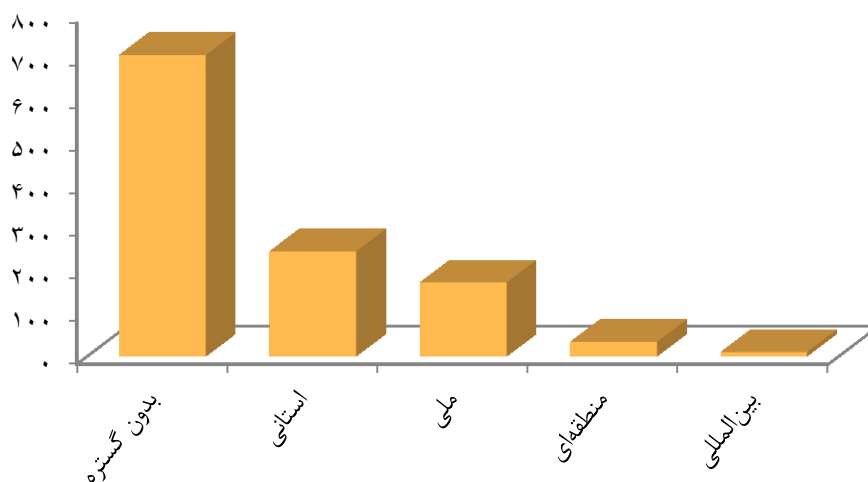
سبک	فراوانی	درصد
گزارش	۸۰۲	۶۸,۴۹
مصاحبه	۲۵۷	۲۱,۹۵
یادداشت کوتاه	۹۷	۸,۲۸
مقاله علمی	۱۵	۱,۲۸
کل	۱۱۷۱	۱۰۰



جدول و نمودار شماره ۹ بیانگر فراوانی سبک بازنمایی جهش تولید است و نشان می‌دهد که تقریباً نیمی از مطالب یا به عبارت دقیق‌تر ۶۸/۴۹ درصد گفتمان جهش تولید به سبک گزارش بازنمایی شده‌اند، ۲۱/۹۵ درصد گفتمان جهش تولید به سبک مصاحبه و ۸/۲۸ درصد به صورت یادداشت کوتاه بازنمایی شده است. نکته قابل تامل اینکه میان رتبه اول و دوم جدول اختلاف چشمگیری مشاهده می‌شود. لازم به ذکر است در بررسی مطالب مربوط به جهش تولید در رسانه‌های مورد بررسی مطالب با سبک‌های ژورنالیستی خیر و گزارش تصویری بررسی نشده است. همچنین از آنجا که این بررسی با استفاده از برنامه نیوزهاب انجام یافته و در این برنامه سبک سرمقاله مشخص نیست لذا در این بررسی این سبک مد نظر قرار نگرفته است.

جدول شماره ۱۰. گستره مطالب

گستره مطلب	فراوانی	درصد
بدون گستره	۷۰۶	۶۰٫۲۹
استانی	۲۴۷	۲۱٫۰۹
ملی	۱۷۴	۱۴٫۸۶
منطقه‌ای	۳۴	۲٫۹۰
بین‌المللی	۱۰	۰٫۸۵
کل	۱۱۷۱	۱۰۰



جدول و نمودار شماره ۱۰ گستره توزیع محتوای جهش تولید را نشان می‌دهد. براساس داده‌های این جدول بیشترین مطالب با گستره استانی تنظیم شده‌اند. بدین معنا که نویسندگان و صاحب‌نظران معتقدند راهکارهای مربوط به جهش تولید در گستره استانی بهتر است مدنظر باشد. بر این اساس ۲۱/۰۹ درصد مطالب با گستره استانی به چاپ رسیده‌اند. مطالب مربوط به جهش تولید با گستره ملی و منطقه‌ای رتبه‌های بعدی جدول را به خود اختصاص داده است. از طرف دیگر براساس داده‌های جدول کمترین گستره توزیع موضوع جهش تولید به گستره بین‌المللی با ۰/۸۵ درصد بوده است.

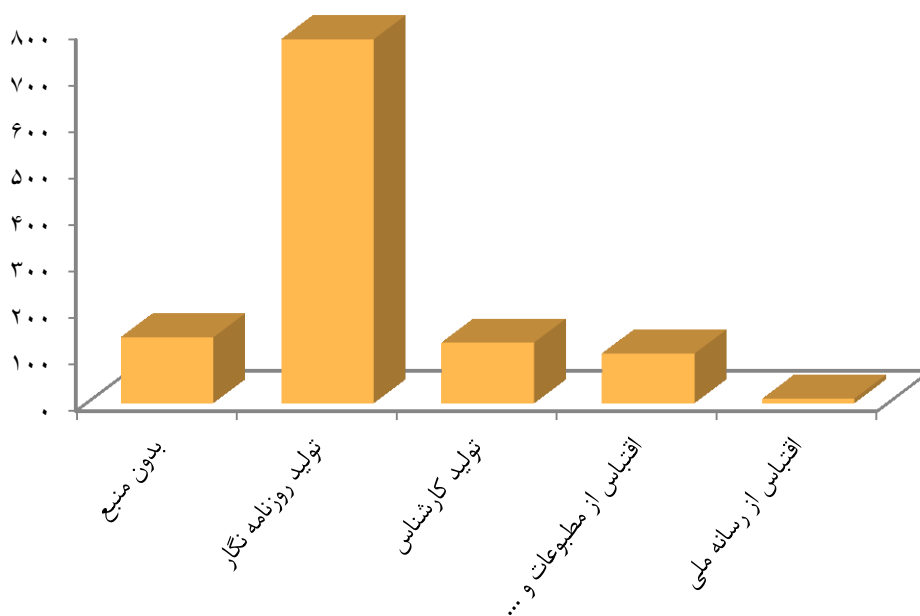
جدول شماره ۱۱. نهادها و سازمان های ذینفع

فرآوانی	نهادها و سازمان های ذینفع	فرآوانی	نهادها و سازمان های ذینفع
۸	سازمان مدیریت و برنامه ریزی	۲۱۹	بدون ذینفع
۸	وزارت بازرگانی	۱۳۶	استانداری و فرمانداری
۷	وزارت کار	۱۱۴	مجلس شورای اسلامی
۶	آموزش و پرورش	۹۷	مجموعه دولت
۶	دهداری ها و سازمان ایلات و عشایر	۹۴	وزارت صنعت معدن تجارت
۶	سازمان اوقاف و امور خیریه	۵۴	ائمه جمعه
۶	حوزه علمیه	۴۶	وزارت کشاورزی
۵	صدا و سیما	۴۴	بانک ها و موسسات مالی
۵	کمیته امداد امام خمینی	۳۵	کارشناسان اقتصادی
۵	سازمان بورس اوراق بهادار	۲۹	قوه قضاییه
۵	سازمان گردشگری	۲۶	وزارت علوم و فناوری
۵	وزارت تعاون	۲۵	سازمان های خصوصی
۴	احزاب سیاسی	۲۳	سازمانهای مردم نهاد
۴	اتاق بازرگانی	۱۷	دانشگاه ها و مراکز آموزش عالی
۴	گمرک ایران	۱۵	وزارت اقتصاد و دارایی
۴	سازمان مدیریت بحران	۱۴	نیروهای مسلح و نظامیان
۳	سازمان محیط زیست	۱۲	وزارت نفت
۳	وزارت کشور	۱۱	وزارت راه و شهرسازی
۲	وزارت مسکن و شهرسازی	۱۱	میراث فرهنگی و گردشگری
۲	بیمه تامین اجتماعی	۱۰	سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور
۲	دادگستری	۱۰	دفتر رهبری
۲	منابع طبیعی و آبخیزداری	۹	شهرداری
۱۰	سایر نهادها	۸	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
		۱۱۷۱	کل

جدول شماره ۱۱ بیانگر ذی نفعان مطالب است و نشان می دهد که استانداری و فرمانداری و مجلس شورای اسلامی با اختلاف زیادی نسبت به سایر نهادها به عنوان سازمان های ذی نفع مطالب جهش تولید هستند و رتبه های نخست را به خود اختصاص داده اند. مجموعه دولت، وزارت صنعت معدن تجارت، ائمه جمعه، وزارت کشاورزی و بانک ها و موسسات مالی رتبه های بعدی جدول به لحاظ سازمان ذی نفع را به خود اختصاص داده اند.

جدول شماره ۱۲. منبع مطلب

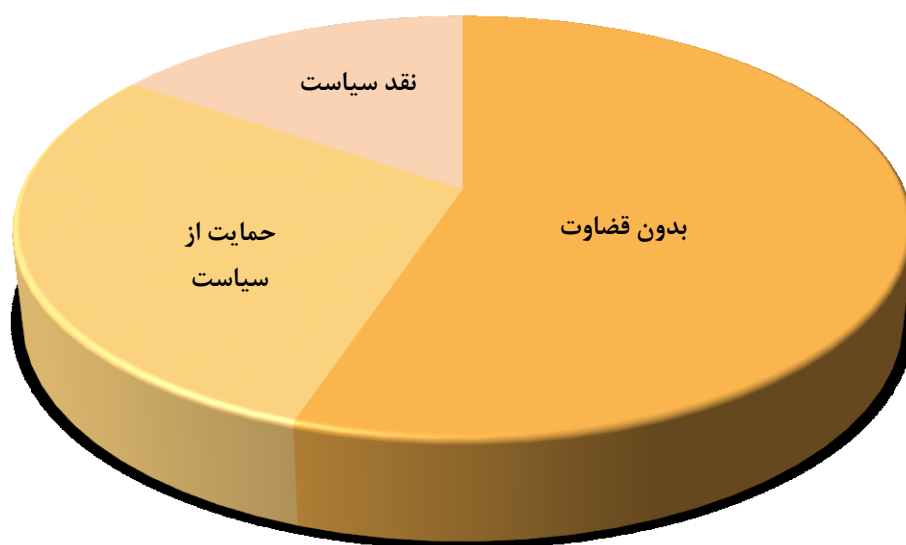
منبع مطلب	فراوانی	درصد
بدون منبع	۱۴۲	۱۲,۱۳
تولید روزنامه نگار	۷۸۲	۶۶,۷۸
تولید کارشناس	۱۳۱	۱۱,۱۹
اقتباس از مطبوعات و خبرگزاری‌ها	۱۰۷	۹,۱۴
اقتباس از رسانه ملی	۹	۰,۷۷
کل	۱۱۷۱	۱۰۰



جدول و نمودار شماره ۱۲ بیانگر منبع مطالب مربوط به جهش تولید در رسانه‌های مورد بررسی است و نشان می‌دهد که منبع مطالب جهش تولید با ۶۶/۷۸ درصد در رسانه‌ها تولید روزنامه نگار ذکر شده است. به عبارت دیگر رسانه‌های در بازنمایی موضوع جهش تولید مطالب تولیدی را بیشتر استفاده کرده‌اند. مطالب تولیدی کارشناسان رسانه با ۱۱/۱۹ درصد در رتبه بعدی جدول قرار دارد.

جدول شماره ۱۳. رویکرد مطلب

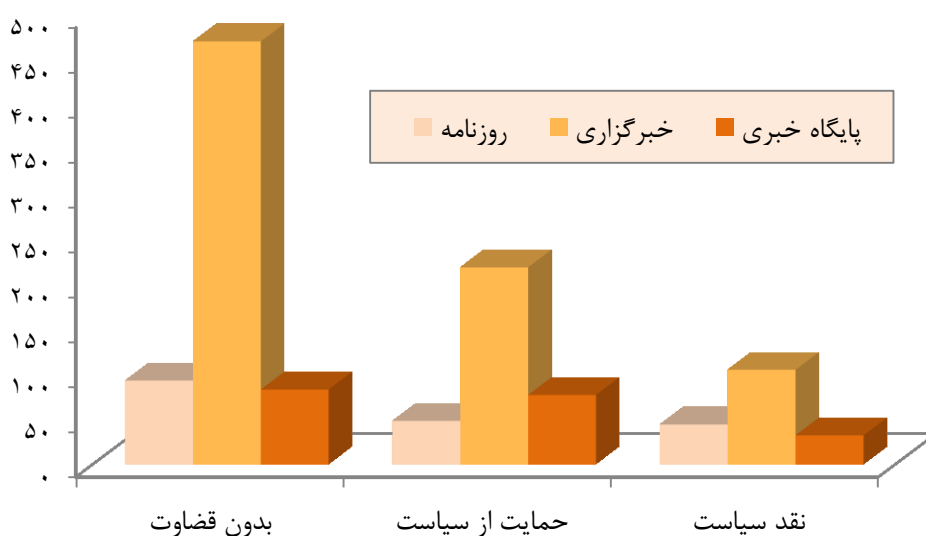
درصد	فراوانی	رویکرد مطلب
۵۵,۱۷	۶۴۶	بدون قضاوت
۲۹,۳۸	۳۴۴	حمایت از سیاست جهش تولید
۱۵,۴۶	۱۸۱	نقد سیاست جهش تولید
۱۰۰	۱۱۷۱	کل



جدول و نمودار شماره ۱۳ رویکرد محتوای مطالب جهش تولید را نشان می‌دهد. براساس داده‌های این جدول ۵۵/۱۷ درصد مطالب چاپ شده در رسانه‌های مورد بررسی با رویکرد بدون قضاوت تنظیم شده است. ۲۹/۳۸ درصد مطالب به سیاست‌های حمایتی جهش تولید و ۱۵/۴۶ درصد مطالب نیز در جهت نقد سیاست جهش تولید بوده است.

جدول شماره ۱۴. فراوانی محتوای جهش تولید به تفکیک رویکرد مطالب و نوع رسانه

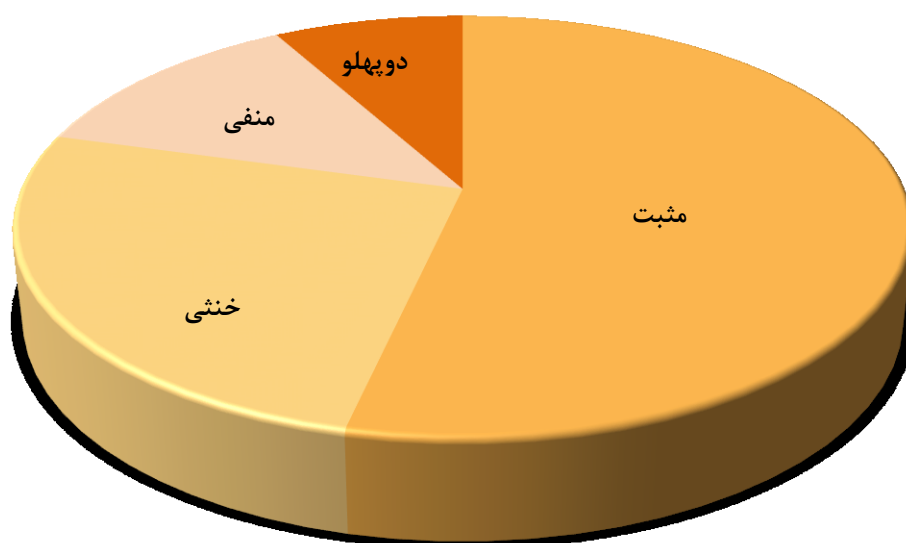
نوع رسانه	روزنامه		خبرگزاری		پایگاه خبری	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
بدون قضاوت	۹۳	۵۰,۳	۴۷۰	۵۹,۲	۸۳	۴۳,۲
حمایت از سیاست دولت	۴۸	۲۵,۹	۲۱۹	۲۷,۶	۷۷	۴۰,۱
نقد سیاست دولت	۴۴	۲۳,۸	۱۰۵	۱۳,۲	۳۲	۱۶,۷
کل	۱۸۵	۱۰۰	۷۹۴	۱۰۰	۱۹۲	۱۰۰



جدول شماره ۱۴ بیانگر رویکرد مطالب و نوع رسانه است و نشان می‌دهد که حمایت از سیاست دولت در مطالب مربوط به جهش تولید در روزنامه، خبرگزاری‌ها و پایگاه‌های خبری و تحلیلی بیشتر بازنمایی شده است و حمایت از سیاست‌های دولت در قبال جهش تولید رتبه نخست را به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۱۵. جهت گیری مطالب

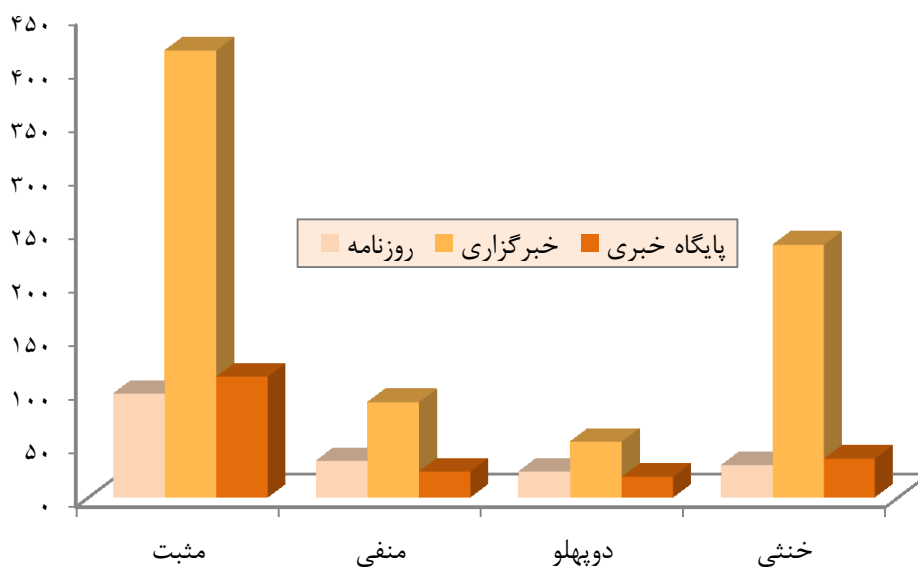
درصد	فراوانی	جهت گیری مطلب
۵۳,۵۴	۶۲۷	مثبت
۲۵,۷۹	۳۰۲	خنثی
۱۲,۵۵	۱۴۷	منفی
۸,۱۱	۹۵	دوپهلو
۱۰۰	۱۱۷۱	کل



جدول و نمودار شماره ۱۵ بازنمایی جهت گیری محتوای مطالب جهش تولید را نشان می دهد. با نگاهی به این جدول در می یابیم که مطالب با جهت گیری مثبت با ۵۳/۵۴ درصد در قبال جهش تولید رتبه نخست را دارد. همچنین مطالب با جهت گیری خنثی با ۲۵/۷۹ درصد و مطالب با جهت گیری منفی با ۱۲/۵۵ درصد در مرتبه های بعدی جدول قرار گرفته است.

جدول شماره ۱۶. فراوانی جهت گیری به تفکیک نوع رسانه

پایگاه خبری		خبرگزاری		روزنامه		جهت گیری
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۵۸,۹	۱۱۳	۵۲,۵	۴۱۷	۵۲,۴	۹۷	مثبت
۱۲,۵	۲۴	۱۱,۲	۸۹	۱۸,۴	۳۴	منفی
۹,۹	۱۹	۶,۵	۵۲	۱۳,۰	۲۴	دوپهلو
۱۸,۸	۳۶	۲۹,۷	۲۳۶	۱۶,۲	۳۰	خنثی
۱۰۰	۱۹۲	۱۰۰	۷۹۴	۱۰۰	۱۸۵	کل



جدول و نمودار شماره ۱۶ بیانگر جهت گیری مطالب و نوع رسانه است و نشان می دهد که مطالب مربوط به جهش تولید با جهت گیری مثبت در روزنامه، خبرگزاری ها و پایگاه های خبری و تحلیلی بیشتر بازنمایی شده است و جهت گیری مثبت رتبه نخست را در هر سه ستون به خود اختصاص داده است.

جدول شماره ۱۷: مهمترین شاخص‌های مطرح شده در روزنامه جهان صنعت

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۲۱,۲	۷	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۱۲,۱	۴	تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان
۱۲,۱	۴	مبارزه با قاچاق کالا
۹,۱	۳	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۹,۱	۳	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۹,۱	۳	بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید
۲,۷	۹	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۳۳	کل

جدول شماره ۱۷ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در روزنامه جهان صنعت است. این جدول نشان می‌دهد که روزنامه جهان صنعت در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید، تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان و مبارزه با قاچاق کالا بیشتر باز نشر کرده است. لازم به ذکر است در خصوص جداول مربوط به مهمترین شاخص‌های مطرح شده در رسانه‌ها تنها رسانه‌هایی که بیشترین فراوانی را در خصوص بازتاب مطالب مربوط به جهش تولید دارند مد نظر قرار گرفته است و به همین دلیل جدول مهمترین شاخص‌ها فقط برای روزنامه جهان صنعت، خبرگزاری‌های ایرنا، مهر، تسنیم، ایسنا، ایلنا، فارس، پایگاه خبری و تحلیلی تابناک و جماران طراحی شده است.

جدول شماره ۱۸. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایرنا

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۴,۷	۲۱	حمایت از جهش تولید
۹,۸	۱۴	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۸,۴	۱۲	نام‌گذاری سال جهش تولید
۷,۷	۱۱	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۶,۳	۹	اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات
۴,۹	۷	تشویق مصرف کالای ایرانی
۴,۲	۶	توجه به صادرات و توسعه تجارت
۴,۲	۶	حضور و نقش بخش خصوصی
۳,۵	۵	مشارکت مردمی
۲,۸	۴	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۳۳,۳	۴۸	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۱۴۳	کل

جدول شماره ۱۸ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایرنا است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری ایرنا در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های حمایت از جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، نام‌گذاری سال جهش تولید و ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید بیشتر باز نشر کرده‌است.

جدول شماره ۱۹. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری مهر

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۱,۴	۱۲	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۱۰,۵	۱۱	حمایت از جهش تولید
۱۰,۵	۱۱	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۷,۶	۸	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۶,۷	۷	مبارزه با قاچاق کالا
۶,۷	۷	توجه به صادرات و توسعه تجارت
۶,۷	۷	توسعه علم و شرکت‌های دانش بنیان
۵,۷	۶	تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان
۵,۷	۶	مشارکت مردمی
۳,۸	۴	نام‌گذاری سال جهش تولید
۲۴,۸	۲۶	سایر شاخص‌ها
۱۰۰,۰	۱۰۵	کل

جدول شماره ۱۹ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری مهر است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری مهر در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، حمایت از جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید و نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید را بیشتر باز نشر کرده است.

جدول شماره ۲۰. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری تسنیم

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۷,۴	۲۰	حمایت از جهش تولید
۱۱,۳	۱۳	نام‌گذاری سال جهش تولید
۹,۶	۱۱	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۷,۸	۹	ظرفیتهای کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۷,۰	۸	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۶,۱	۷	مبارزه با قاچاق کالا
۶,۱	۷	اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات
۴,۳	۵	گفتمان جهش تولید
۳,۵	۴	نقش دانشگاهیان و نخبگان در جهش تولید
۲,۶	۳	تشویق مصرف کالای ایرانی
۲۴,۳	۲۸	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۱۱۵	کل

جدول شماره ۲۰ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری تسنیم است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری تسنیم در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های حمایت از جهش تولید، نام‌گذاری سال جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید و ظرفیتهای کشور برای بکارگیری در جهش تولید بیشتر باز نشر کرده‌است.

جدول شماره ۲۱. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایسنا

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۲,۰	۱۷	حمایت از جهش تولید
۱۰,۶	۱۵	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۹,۲	۱۳	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۷,۷	۱۱	نقش دانشگاهیان و نخبگان در جهش تولید
۷,۰	۱۰	نام‌گذاری سال جهش تولید
۶,۳	۹	اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات
۴,۹	۷	تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان
۴,۲	۶	بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید
۳,۵	۵	اصلاح نظام مالیاتی و بانکداری
۲,۸	۴	گفتمان جهش تولید
۳۱,۷	۴۵	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۱۴۲	کل

جدول شماره ۲۰ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایسنا است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری ایسنا در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های حمایت از جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید و نقش دانشگاهیان و نخبگان در جهش تولید را بیشتر باز نشر کرده‌است.

جدول شماره ۲۲. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری شبستان

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۲۰,۵	۱۷	حمایت از جهش تولید
۹,۶	۸	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۸,۴	۷	نقش نهادهای مذهبی در تدوین جهش تولید
۷,۲	۶	مشارکت مردمی
۶,۰	۵	نام‌گذاری سال جهش تولید
۴,۸	۴	گفتمان جهش تولید
۴,۸	۴	تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان
۴,۸	۴	تشویق مصرف کالای ایرانی
۴,۸	۴	حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی
۳,۶	۳	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۲۵,۳	۲۱	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۸۳	کل

جدول شماره ۲۲ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری شبستان است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری شبستان در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های حمایت از جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید، نقش نهادهای مذهبی در تدوین جهش تولید و مشارکت مردمی را بیشتر باز نشر کرده‌است.

جدول شماره ۲۳. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری فارس

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۰,۶	۱۷	نام‌گذاری سال جهش تولید
۱۰,۶	۱۷	توجه به صادرات و توسعه تجارت
۹,۴	۱۵	حمایت از جهش تولید
۸,۸	۱۴	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۶,۹	۱۱	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۶,۹	۱۱	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۳,۸	۶	گفتمان جهش تولید
۳,۸	۶	مبارزه با قاچاق کالا
۳,۱	۵	بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید
۳,۱	۵	مشارکت مردمی
۳۳,۱	۵۳	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۱۶۰	کل

جدول شماره ۲۳ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری فارس است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری فارس در بازه زمانی مورد مطالعه شاخص‌های نام‌گذاری سال جهش تولید، توجه به صادرات و توسعه تجارت، حمایت از جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید و نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید را بیشتر باز نشر کرده است.

جدول شماره ۲۴. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایلنا

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۳,۳	۶	حمایت از جهش تولید
۱۳,۳	۶	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۱۱,۱	۵	نام‌گذاری سال جهش تولید
۸,۹	۴	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۸,۹	۴	اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات
۴,۴	۲	مبارزه با قاچاق کالا
۴,۴	۲	حمایت از سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی
۴,۴	۲	توسعه مهارت‌آموزی و تربیت نیروهای متخصص
۴,۴	۲	اصلاح نظام مالیاتی و بانکداری
۴,۴	۲	مشارکت مردمی
۲۲,۲	۱۰	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۴۵	کل

جدول شماره ۲۴ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در خبرگزاری ایلنا است. این جدول نشان می‌دهد که خبرگزاری ایلنا در بازه زمانی مورد مطالعه حمایت از جهش تولید، ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید، نام‌گذاری سال جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید و اصلاح قوانین مزاحم و افزایش اختیارات را بیشترین بار نشر کرده‌است.

جدول شماره ۲۵. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری تابناک

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۱۴,۳	۸	حمایت از جهش تولید
۱۰,۷	۶	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۸,۹	۵	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۸,۹	۵	توجه به صادرات و توسعه تجارت
۷,۱	۴	حضور و نقش بخش خصوصی
۵,۴	۳	گفتمان جهش تولید
۵,۴	۳	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۵,۴	۳	مبارزه همه جانبه با فساد اقتصادی
۳,۶	۲	توسعه علم و شرکتهای دانش بنیان
۳,۶	۲	بازسازی واحدهای تولیدی
۲۶,۸	۱۵	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۵۶	کل

جدول شماره ۲۵ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری تابناک است. این جدول نشان می‌دهد که پایگاه خبری تابناک در بازه زمانی مورد مطالعه حمایت از جهش تولید، سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید، نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید، توجه به صادرات و توسعه تجارت و حضور و نقش بخش خصوصی را بیشتر باز نشر کرده‌است.

جدول شماره ۲۶. مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری جماران

درصد	فراوانی	مهمترین شاخص‌ها
۲۱,۸	۱۲	ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید
۱۲,۷	۷	حمایت از جهش تولید
۱۰,۹	۶	گفتمان جهش تولید
۱۰,۹	۶	بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید
۷,۳	۴	تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان
۵,۵	۳	سیاست‌های حمایتی دولت برای جهش تولید
۳,۶	۲	نقد سیاست‌های دولت در جهش تولید
۳,۶	۲	تشویق مصرف کالای ایرانی
۳,۶	۲	مبارزه با قاچاق کالا
۳,۶	۲	توسعه اقتصاد مرزی
۱۶,۴	۹	سایر شاخص‌ها
۱۰۰	۵۵	کل

جدول شماره ۲۶ بیانگر مهمترین شاخص‌های مطرح شده در پایگاه خبری و تحلیلی جماران است. این جدول نشان می‌دهد که پایگاه خبری جماران در بازه زمانی مورد مطالعه ظرفیت‌های کشور برای بکارگیری در جهش تولید، حمایت از جهش تولید، گفتمان جهش تولید، بررسی چالش‌های پیش روی جهش تولید و تسهیلات و معافیت‌های بانکی به تولیدکنندگان را بیشتر باز نشر کرده‌است.