Social Welfare Quarterly, Vol 25, Summer 2025, No 97

چارچوب‌بندی اینفوگرافیکهای سازمان جهانی بهداشت، وزارت بهداشت و خبرگزاری ایرنا از پاندمی کووید-۱۹

۱. سعیده رضوانی
دکتر علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. هادی خانیکی
دکتر علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)
< khaniki@atu.ac.ir>

۳. زرین زردار
دکتر علوم ارتباطات، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

مقدمه: *با شیوع ویروس کووید-۱۹ نهادهای متولی مبارزه با آن در این خصوص اطلاع‌رسانی کردند. رسانه‌های مختلف هر یک جنبه‌های خاصی از این پدیده را برجسته کردند و افکار عمومی را حول موضوعات خاصی شکل دادند. هدف پژوهش حاضر شناسایی چارچوبهای اینفوگرافیکهای تولیدشده در خصوص پاندمی کرونا توسط سازمان جهانی بهداشت به‌مثابه متولی اصلی کنترل ویروس در سطح بین‌المللی، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی به‌عنوان متولی مبارزه با کرونا در سطح ملی و ایرنا به‌عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران است.*

روش: *در این مطالعه تمام اینفوگرافیکهای تولیدشده توسط سه نهاد مذکور از تاریخ ۱۱ مارس ۲۰۲۰ (۲۱ اسفند ۱۳۹۸) یعنی زمان اعلام همه‌گیری کرونا توسط سازمان جهانی بهداشت (سایت سازمان جهانی بهداشت،۲۰۲۰) تا پایان سال ۱۴۰۰ استخراج شد. سپس بر اساس نمونه‌گیری هدفمند با استفاده از روش تحلیل مضمون و با رویکرد آترایدـاسترلینگ تعداد ۱۹۰ اینفوگرافیک کدگذاری شد. مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر به ترتیب استخراج شد.*

یافته‌ها: *دو نهاد داخلی در چارچوب‌بندی همه‌گیری کرونا بیشتر به بعد سلامت جسمانی پرداختند و ابعاد گسترده‌ای از مخاطرات پاندمی مذکور را نادیده گرفتند. این در حالی است که سازمان جهانی بهداشت به سایر ابعاد آن مانند چارچوبهای سلامت روان، سلامت اجتماعی، عدم استیگما (انگ‌زدایی)، افزایش خشونت در محیط خانه و اقتدار کادر درمان نیز پرداخت.*

بحث: *مقایسه اینفوگرافیهای سازمان جهانی بهداشت با وزارت بهداشت و ایرنا حکایت از نگاه چندبعدی در برابر نگاه تک‌بعدی دارد. تنوع اندک چارچوبهای رسانه‌ای نهادهای یادشده، به این معناست که آنها همه‌گیری را به‌عنوان مسئله سلامت صورت‌بندی کرده‌اند و نیازهای چندجانبه مخاطبان خود را برآورده نمی‌کنند. این امر می‌تواند جایگاه آنها را برای مرجعیت خبری شهروندان در همه‌گیریهای احتمالی آتی به مخاطره اندازد.*

واژه‌های کلیدی:
کووید-۱۹، ارتباطات سلامت، اینفوگرافیک، چارچوب‌بندی، تحلیل مضمون.

تاریخ دریافت: *۱۴۰۳/۰۵/۱۶*
تاریخ پذیرش: *۱۴۰۳/۱۲/۲۲*

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

Social Welfare Quarterly, Vol 25, Summer 2025, No 97

Framing of COVID-19 Pandemic Infographics by the World Health Organization, Iran's Ministry of Health, and IRNA News Agency

1- **Saeideh Rezvani**
Ph.D. in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, School of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2- **Hadi Khaniki**
Ph.D. in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, School of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) <khaniki@atu.ac.ir>

3- **Zarrin Zardar**
Ph.D. in Communication Sciences, Department of Communication Sciences, School of Communication Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Introduction: Following the outbreak of COVID-19, various institutions responsible for pandemic response disseminated critical information about the coronavirus. Different media outlets emphasized particular aspects of the crisis, thereby shaping public perception through selective framing. This research aims to analyze the framing strategies employed in COVID-19 infographics produced by three key organizations: the World Health Organization (WHO) as the primary international authority on pandemic response; Iran's Ministry of Health, Treatment, and Medical Education as the national coordinating body; and the Islamic Republic News Agency (IRNA) as Iran's official state media outlet.

Method: In this study, all infographics produced by the three mentioned institutions were extracted. Then, based on purposeful non-random sampling using the thematic analysis method, 190 infographics were coded.

Findings: The results revealed significant differences in framing approaches between national and international institutions. While domestic institutions predominantly emphasized the physical health dimensions of COVID-19, they largely overlooked broader pandemic-related risks. In contrast, the World Health Organization (WHO) adopted a more comprehensive framing strategy that addressed multiple dimensions, including: mental health impacts, social health consequences, prevention of stigma and discrimination, increased domestic violence during lockdowns, and recognition of healthcare workers as "health heroes."

Discussion: A comparative analysis of COVID-19 infographics reveals distinct framing approaches between the World Health Organization (WHO) and Iran's national institutions (Ministry of Health and IRNA). While WHO adopted a multidimensional perspective addressing various pandemic aspects, the Iranian institutions maintained a predominantly one-dimensional health-focused approach. This narrow framing, which largely overlooked the crisis' social, psychological, and economic dimensions, failed to meet audiences' comprehensive information needs. Such limited representation could ultimately undermine these institutions' credibility as trusted information sources during future public health emergencies.

KeyWords: Covid-19, Health Communication, Infographic, Framing, Thematic Analysis

Received: 2024/08/06

Accepted: 2025/03/12

Citation: Rezvani S, Khaniki H, Zardar Z. (2025). Framing of Infographics on the COVID-19 Pandemic by the World Health Organization, the Ministry of Health, and IRNA. refahj. 25(97), : 1

URL: http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-4377-fa.html

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

Extended Abstract

Introduction

The emergence of any novel virus triggers an immediate response from public health organizations to disseminate critical information. During the COVID-19 pandemic, institutions leveraged digital platforms extensively to communicate about the virus through various formats, particularly infographics. Each organization adopted distinct framing approaches to this unprecedented crisis. Since media representations can significantly influence crisis management—either mitigating or exacerbating public response—their framing choices carry substantial consequences. These constructed narratives shape individual perceptions and ultimately form collective public opinion.

This study examines how institutional framing in COVID-19 infographics influenced public understanding of the pandemic. Specifically, it analyzes the framing strategies employed by three key organizations: Iran's Ministry of Health and Medical Education and the Islamic Republic News Agency (IRNA) at the national level, and the World Health Organization (WHO) at the international level. The central research question investigates: How did these organizations' infographic representations frame the COVID-19 pandemic as an emerging public health crisis?

Method

This study employed thematic analysis to examine health communication messages in COVID-19 infographics, utilizing Attride-Stirling's (2001) framework of thematic networks. This approach categorizes themes into three levels: Basic Themes (specific concepts), Organizing Themes (groupings of related basic themes), and Global Themes (overarching patterns).

The primary research objective focuses on analyzing the framing strategies in COVID-19 infographics produced by national institutions (Iran's Ministry of Health and IRNA) and the World Health Organization (WHO). This involves identifying, describing, and interpreting global themes within the visual health messages.

The study population comprises all COVID-19 infographics published on the official websites and social media platforms of these three organizations during the

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

period from the WHO's pandemic declaration (March 11, 2020) through December 31, 2020

Findings

The analysis identified 15 global themes across the examined infographics. Among these, five framing categories—"conflict," "human interest," "ethical responsibility," "hope," and "economic consequences"—align with frameworks established in prior research. The study revealed ten distinctive framing approaches specific to COVID-19 communication: "physical health," "social health," "mental health," "stigma prevention," "domestic violence awareness," "healthcare worker recognition," "health literacy," "government commendation," "information dissemination," and "vaccine confidence promotion." Notably, three frameworks—"physical health," "health literacy enhancement," and "vaccine confidence building"—were common to all three institutions (WHO, Iran's Ministry of Health, and IRNA).

Comparative analysis demonstrated that WHO's infographics addressed a broader spectrum of pandemic dimensions than the two national institutions. The international organization uniquely incorporated five critical frameworks absent in national communications: "quarantine-related violence," "stigma reduction," "healthcare worker valorization," "mental health awareness," and "social health considerations."

Discussion

Government institutions faced significant challenges in responding to COVID-19 due to inadequate preparedness and lack of necessary pandemic management infrastructure, with official responses largely confined to disseminating basic health and hygiene information despite the crisis' profound social, economic, and cultural impacts. To strengthen future pandemic response, responsible institutions must move beyond this limited approach by developing comprehensive, process-oriented content that addresses three critical areas: (1) long-term viral outbreak containment strategies, (2) guidelines for maintaining morale-boosting social connections during crises, and (3) measures to enhance healthcare worker resilience

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

– recognizing that effective public health communication must address these multidimensional challenges to properly prepare societies for complex emergencies.

Ethical Consideration

Authors' contributions: All authors have made substantial contributions to this study.

Funding: This study was not funded.

Conflicts of interest: There was no conflict of interest between the authors in this article.

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

مقدمه

در دسامبر ۲۰۱۹، شیوع ذات‌الریه با منشأ ناشناخته در شهر ووهان در کشور چین گزارش شد. این ویروس در اثر «کرونا ویروس سندرم حاد تنفسی ۲» ایجاد شد و هزاران مرگ ناشی از آن منجر به این شد که سازمان جهانی بهداشت[1] در ۱۲ مارس ۲۰۲۰ آن را به‌عنوان یک بیماری همه‌گیر اعلام کند (کیوتی[2] و همکاران، ۲۰۲۰).

هرگاه یک ویروس یا بیماری باکتریایی جدید ظاهر شود، اولین اقدام سازمانهای متولی مبارزه با ویروس، اطلاع‌رسانی در خصوص آن است و اقدامات کنترلی شامل پیش‌بینی در مورد عفونت گسترده احتمالی، تشخیص زودهنگام، کاهش و درنهایت ریشه‌کن کردن ویروس توسط رسانه‌ها بیان می‌شود. به گفته سازمان جهانی بهداشت این اقدامات شامل هماهنگی پاسخ‌دهندگان، سیستم اطلاعات بهداشتی مناسب و مدیریت خطرات ارتباطی است و رسانه‌ها در تمامی مراحل نقش مهمی دارند زیرا روش خبررسانی، رفتار و نگرش افراد را اصلاح می‌کنند (آنوار[3] و همکاران، ۲۰۲۰).

فاصله‌گذاری اجتماعی اعمال‌شده توسط دولتهای مختلف در پی بروز کرونا، بسیاری از کاربران اینترنت را برانگیخت تا از رسانه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات در این خصوص استفاده کنند (ویکه و بولونزی[4]، ۲۰۲۰). ازاین‌رو نهادهای متولی مبارزه با ویروس سعی کردند به‌منظور اطلاع‌رسانی در خصوص ویروس از ظرفیتها و قابلیتهای فضای مجازی بهره ببرند و حجم وسیعی از اطلاعات قابل‌فهم و فراگیر برای عموم در قالبهایی مانند اینفوگرافیک تولید شد. اینفوگرافیکها در این برهه توانستند اطلاعات پیچیده را سریع و در کوتاه‌ترین زمان ممکن در اختیار مخاطب قرار دهند تا مخاطبان این اطلاعات را بدون زحمت درک کنند (سوری[5]، ۲۰۲۰). اینفوگرافیک نمایشهای بصری داده‌هایی است که اطلاعات پیچیده

1. World Health Organization
2. Ciotti
3. Anwar
4. Wicke and Bolognesi
5. Suri

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

را به‌سرعت و واضح ارائه می‌دهد و شامل علائم، عکس نقشه، گرافیک و نمودار می‌شود (ناپارین و سعد[1]، ۲۰۱۷).

ویروس کرونا نه‌تنها جسم بشر را درگیر کرد، بلکه بر تمام ابعاد زندگی انسان تأثیر گذاشت. برای مواجهه با این وضعیت بحرانی نیاز جامعه به اطلاعات و به‌تبع آن وابستگی آنها به رسانه‌ها افزایش چشمگیری یافت و رسانه‌ها به برسازندگان مفهوم همه‌گیری برای مخاطبان خود تبدیل شدند.

هرچند ممکن است این تصور به وجود آید که در دنیای رسانه‌ای امروز به دلیل تعدد منابع، مخاطبان برسازندگان معنا و صاحب اقتدارند، اما باید توجه داشت که در شرایط بحرانی تمام معادلات تغییر می‌کنند. مخاطبان برای کسب اطلاعات بیشتر به منابع رسانه‌ای بیشتر تکیه می‌کنند و به همین دلیل، از چارچوبی که رسانه‌ها برای شکل‌دادن به واقعیت برگزیده‌اند، تأثیر می‌پذیرند.

بسیاری از جامعه‌شناسان سلامت و بیماری (استانیلند و اسمیت[2]، ۲۰۱۳؛ والیس و نرلیچ[3]، ۲۰۰۵؛ واشر[4]، ۲۰۰٤) استدلال کرده‌اند که چارچوبهای بیماری درزمینه‌های اجتماعی و فرهنگی خاصی تعبیه شده‌اند و چارچوبها ممکن است بر درک افراد از بیماری تأثیر بگذارند

شیفله[5] (۱۹۹۹) استدلال می‌کند که چارچوب‌بندی می‌تواند به‌عنوان ساختن واقعیت اجتماعی عمل کند. رسانه‌ها می‌توانند بسته به چارچوبهای اصلی پوشش‌دهی شده، بحران را کاهش دهند یا آن را تشدید کنند و این چارچوبهای رسانه‌ای هستند که به نگرش افراد در خصوص موضوعات مختلف شکل می‌دهند و سبب به وجود آمدن افکار عمومی حول آن موضوع به‌خصوص می‌شوند.

پس مهم است که بدانیم نهادهای مختلف چگونه افکار عمومی را حول یک موضوع

1. Naparin and Saad
2. Staniland and Smith
3. Wallis and Nerlich
4. Washer
5. Scheufele

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

شکل می‌دهند زیرا با توجه به نوع مخاطب، بُرد و اثرات رسانه‌ای، هر یک از نهادها از جنبه‌ای به پدیده‌ها می‌نگرند.

از سوی دیگر در دوران بحران کرونا، پخش شایعات و اطلاعات نادرست از بیماری رشد فراوانی داشت و بستر اصلی انتشار اطلاعات نادرست نیز فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بود (حسینی و گروسی، ۲۰۲۰). به همین دلیل در این برهه نقش رسانه‌ها و نهادهای رسمی بیش از گذشته پررنگ شد؛ زیرا مقابله با بحران بیش از هرچیز نیازمند اطلاعات دقیق از ابعاد بحران است.

ازآنجاکه بخش وسیعی از سلامت انسان به دسترسی به اطلاعات صحیح از ماهیت بیماری برمی‌گردد و این رسانه‌ها هستند که در ساخت و برساخت ما از مسائل نقش محوری دارند، این پژوهش می‌کوشد تا به شناخت چارچوب‌بندی اینفوگرافیکهای وزارت بهداشت و خبرگزاری ایرنا در سطح ملی و سازمان جهانی بهداشت در سطح بین‌المللی از پاندمی ویروس کووید-۱۹ بپردازد و به این سؤال پاسخ دهد که چارچوب‌بندی سازمانهای مذکور از این پدیده نوظهور چگونه بوده است؟ زیرا رسانه‌ها با استفاده از قدرت دروازه‌بانی قادرند تا معنای اجتماعی یک پدیده را تغییر دهند. چارچوب‌بندی از دید انتمن[1] (۱۹۹۳) به این معناست که رسانه‌ها می‌توانند در متون رسانه‌ای جنبه خاصی از یک پدیده را در معرض دید مخاطب قرار داده و جنبه دیگری از آن را پنهان یا کمرنگ کنند.

در خصوص ضرورت انجام پژوهش حاضر باید گفت که چارچوبها یکی از جنبه‌های مهم روایتگری، به‌ویژه در شرایط خاص هستند. نحوه چارچوب‌بندی اینفوگرافیکها ازاین‌جهت اهمیت پیدا می‌کند که رسانه‌ها با استفاده از امر دیداری، نگرش و عقاید افراد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند. ازاین‌رو درک آنچه به‌مثابه واقعیت در فرآیند چارچوب‌بندی بصری ساخته می‌شود، به‌ویژه در مورد موضوع مهمی مثل بحران کرونا ضروری است و انجام این پژوهش می‌تواند

1. Entman

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

خلأ دانش موجود در این زمینه را پر کند. همچنین ویروسهایی مانند کرونا با وجود تمام هزینه‌هایی که شیوع آنها بر جوامع مختلف تحمیل می‌کند، این فرصت را فراهم می‌آورند که به آسیب‌شناسی نحوه عملکرد دولتها و رسانه‌ها در خصوص مهار بحران پرداخته شود تا از طریق نتایج به‌دست‌آمده، برای بحرانهایی که در آینده گریبان بشر را می‌گیرد، مورد بهره‌برداری قرار گیرند و از تکرار اشتباهات گذشته جلوگیری شود.

پیشینه تجربی

با توجه به نوظهوربودن ویروس کرونا پژوهشهای انجام شده در خصوص آن به سال پیدایش این ویروس برمی‌گردد که در ادامه به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود. ظفری[1] و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی به تحلیل محتوای روزنامه‌های بنگلادش در خصوص کرونا پرداختند. بر اساس این پژوهش مهم‌ترین موضوعات مطرح‌شده در روزنامه‌ها عبارت بود از: منشأ و شیوع ویروس کووید-۱۹، آمادگی نظام درمان برای مقابله با ویروس، تأثیر ویروس بر اقتصاد، تأثیر بر سبک زندگی، کمک دولت به بحران، به‌روزرسانی منظم تعداد مبتلایان، جان‌باختگان و واکسیناسیون کرونا ، نظرات کارشناسان، اقدامات دارویی و غیر دارویی برای مبارزه با ویروس و کلاهبرداریهای صورت‌گرفته درزمینه کووید-۱۹.

گی[2] (۲۰۲۳) در مطالعه خود به تحلیل گزارشهای خبری یکی از رسانه‌های اصلی چین پرداخت و به این نتیجه رسید که چارچوب استعاره از جنگ در سرتاسر بدنه غالب بود. همچنین چند استعاره جزئی مانند مسابقه، چالش، شطرنج وجود داشت که به اندازه استعاره از جنگ غالب نبودند. علاوه بر این، چارچوبهای تحت‌اللفظی مانند مسئولیت و همکاری نیز یافت شد.

1. Zafri
2. Gui

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

اوگبودو[1] و همکاران (۲۰۲۰) به تحلیل محتوای چارچوب‌بندی رسانه‌های جهانی از کووید-۱۹ پرداختند. نویسنده‌ها به این نتیجه رسیدند که چارچوبهای پیامدهای اقتصادی، علائق انسانی، تضاد، اخلاقی، مسئولیت‌پذیری، سیاسی‌شدن ویروس، ترس و امید بر پوشش رسانه‌های جهانی از همه‌گیری غالب بود.

گابور[2] (۲۰۲۰) در پژوهشی به چگونگی پوشش رسانه‌های غربی و چینی از چارچوب‌بندی اخبار کووید-۱۹ در آفریقا پرداخت. نتایج گویای این بود که رسانه‌های غربی رویدادهای آفریقا را در چارچوبهای تعارض، منفی، علاقه انسانی، تأثیر، برجستگی و تازگی و ترکیبی از لحنهای مثبت، خنثی و منفی پوشش می‌دهند، درحالی‌که رسانه‌های چینی عمدتاً اخبار را در قابهای تأثیر، برجستگی، تازگی و عمدتاً با رویکرد مثبت پوشش می‌دهند.

خانیکی و دیگران (۲۰۲٤) به مطالعه ٥٦۰ اینفوگرافیک منتشرشده در وب‌سایت سازمان جهانی بهداشت، وزارت بهداشت و خبرگزاری ایرنا برمبنای دو الگوی اعتقاد بهداشتی و موازی توسعه‌یافته با استفاده از روش تحلیل محتوای کمی پرداختند. هدف این پژوهش سنجش میزان استفاده هریک از نهادها از راهبردهای حفاظتی برمبنای الگوهای ارتباطات سلامت بود. نتایج گویای تفاوت بین دو نهاد بهداشتی با خبرگزاری ایرنا بود.

سازمان جهانی بهداشت و وزارت بهداشت در بیش از ۹۰ درصد موارد از «کارآمدی راه‌حل ارائه‌شده» استفاده کرده بودند، اما تأکید بر راهبرد «شدت» در ایرنا بیشتر بود. صادقی و فتحی (۲۰۲۰) به مطالعه چگونگی چارچوب‌بندی کرونا در متون تصویری کانالهای خبرگزاری صداوسیما و شبکه‌های ماهواره‌ای صدای آمریکا و من‌وتو در پلتفرم تلگرام پرداختند. رویکرد انتشار تصاویر کرونا در تلگرام خبرگزاری صداوسیما، چارچوب «اقتدار پزشکان و همراه‌سازی مردم» بود. خبرگزاری صداوسیما به دنبال تثبیت نظام ارزشها و

1. Ogbodo
2. Gabore

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

حفظ وضع موجود بود، در مقابل، صدای آمریکا و من‌وتو در پی برساخت ایدئولوژیک و بزرگ‌نمایی بحران بودند.

نوابی و دیگران (۲۰۲۱) به مطالعه چگونگی اطلاع‌رسانی در خصوص اخبار واکسن کرونا در سال اول همه‌گیری در خبرگزاریهای داخلی پرداختند و به این نتیجه رسیدند که اطلاع‌رسانی در خصوص واکسن کرونا با بحرانهایی مانند وعده‌های شعارزده و عدم شفافیت مسئولان، تناقض در اظهارنظر آنان، تعارض منافع و تعدد منابع اطلاع‌رسان همراه بود.

مطالعات مختلف، طیف گسترده‌ای از چارچوبها را در پوشش رسانه‌ای کرونا شناسایی کرده‌اند. این چارچوبها شامل چارچوبهای مبتنی بر تهدید (مانند جنگ، بحران)، امید (مانند همکاری، پیشرفت)، مسئولیت (فردی و اجتماعی) و تأثیرگذاری (اقتصادی، اجتماعی) هستند. بااین‌حال، هنوز شکافهای پژوهشی بسیاری در این زمینه وجود دارد که نیازمند مطالعات بیشتر است.

در این پژوهش نیز هدف اصلی شناسایی و استخراج چارچوبهای به‌کاررفته در اینفوگرافیگهای WHO از پاندمی کرونا، به‌عنوان متولی اصلی مبارزه با کووید-۱۹ در جهان و مقایسه آن با وزارت بهداشت به‌عنوان متولی اصلی مبارزه با کرونا در داخل کشور و ایرنا به‌عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران است.

چارچوب نظری

به‌منظور مطالعه چگونگی چارچوب‌بندی اینفوگرافیکهای تولیدشده در خصوص همه‌گیری کرونا از نظریه چارچوب‌بندی[1] استفاده می‌شود. در تعاریفی که از چارچوب بیان‌شده، تأکید بر ویژگی الگوبودن و گزینشگری چارچوبهای مشترک است. مفهوم چارچوب را ابتدا گافمن[2] در سال ۱۹۷٤ در کتاب تحلیل چارچوبها به کار برد. از نظر او

1. framing theory
2. Erving Goffman

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

چارچوبها طرح‌واره‌های تفسیری[1] هستند که افراد را قادر به تعیین موقعیت، درک، شناسایی و برچسب‌گذاری رخدادها در فضای زندگی خود و کل دنیا می‌کنند (بنفورد و اسنو[2]، ۲۰۰۰)

چارچوبها از تنوع بسیاری برخوردار هستند، یعنی می‌توان متناسب با هر موضوع، چارچوب موضوعی مختص به آن را شناسایی کرد. چارچوبهای عام، چارچوبهایی هستند که به طور مفهومی گسترده‌ترند و می‌توان آنها را برای موضوعات خبری مختلف و درزمینه‌های فرهنگی متفاوت به کار گرفت (کماج[3]، ۲۰۱۰).

سمتکو و ولکنبرگ[4] (۲۰۰۰) چارچوبهای «درگیری، اسناد مسئولیت، علائق انسانی، پیامدهای اقتصادی و اخلاقی» را به‌عنوان چارچوبهای عام اعلام کردند. در پژوهش حاضر از سویی به چارچوبهای پژوهشهای پیشین مانند سمتکو و ولکنبرگ و از سوی دیگر به چارچوبهایی که مختص به موضوع مقاله حاضر یعنی کووید-۱۹ است و پژوهشگران در روند تحقیق به آن می‌رسند، پرداخته می‌شود. زیرا دامنه چارچوبهای خاص بسیار گسترده است، اما کاربرد آنها محدود به موقعیت زمانی-مکانی یک رویداد منحصربه‌فرد است (زابلی‌زاده و افخمی، ۲۰۱۳).

روش

تحلیل مضمون برای خلاصه‌کردن الگوهای داده‌های بزرگ و ارائه توصیف عمیق از مجموعه اطلاعات نیز مناسب است، زیرا امکان برجسته‌کردن شباهتها و تفاوتها را در مجموعه بزرگی از داده‌ها فراهم می‌کند (ذکایی، ۲۰۲۴).

واحدهای تحلیل این پژوهش شامل همه اینفوگرافیکهایی است که از زمان اعلام همه‌گیری کرونا توسط سازمان جهانی بهداشت (۱۱ مارس ۲۰۲۰، معادل ۲۱ اسفند سال

1. schemata of interpretation
2. Benford and Snow
3. Camaj
4. Semetko and Valkenburg

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

۱۳۹۸) تا پایان سال ۱۴۰۰ توسط سازمان جهانی بهداشت[1]، وزارت بهداشت[2] و خبرگزاری ایرنا[3] تولید و در وب‌سایت رسمی آنها منتشر شده‌اند.

با توجه به اینکه در سایت سازمان جهانی بهداشت و وزارت بهداشت موضوعات مرتبط با ویروس کرونا با عناوین جداگانه دسته‌بندی شده بودند. ابتدا تمام اینفوگرافیکها استخراج شدند و نمونه‌گیری مرتبط با هر دسته تا زمان رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت. در سایت ایرنا نیز ابتدا اینفوگرافیکهای مرتبط با کرونا جستجو و همه اینفوگرافیکها استخراج شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به حداکثر اطلاعات و عدم دسترسی به داده‌های جدید، ادامه یافت.

با توجه به هدف تحقیق نمونه‌ها به‌صورت نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند انتخاب شدند. برخلاف روشهای نمونه‌گیری احتمالی که در آنها هدف، تعمیم نتایج است، در روشهای کیفی چنین هدفی مدنظر نیست. بنابراین معیاری معرفی می‌شود که در آن رسیدن به حداکثر اطلاعات در مورد پدیده به‌عنوان نقطه پایان در نظر گرفته می‌شود. این معیار اشباع نظری نامیده می‌شود (گوستاوسون[4]، ۲۰۰۷).

در این تحقیق نیز با توجه به اینکه هدف محقق رسیدن به فهمی همه‌جانبه از اینفوگرافیکهای تولیدشده در خصوص کروناست، مطالعه نمونه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و تعداد ۱۹۰ اینفوگرافیک مورد کدگذاری قرار گرفت (سایت WHO: ۹۵، سایت وزارت بهداشت: ۴۰ و ایرنا: ۵۵ اینفوگرافیک).

در پژوهش حاضر به‌منظور کدگذاری اینفوگرافیکها از رویکرد شبکه مضامین آترایدـ استرلینگ[5] (۲۰۰۱) استفاده می‌شود. مضامین در این رویکرد در سه دسته تقسیم می‌شود که عبارت‌اند از:

- مضمون پایه[6]: کدها و نکات کلیدی موجود در متن هستند. این مضامین مبین نکته

1. www.who.int
2. www.behdasht.gov.ir
3. www.irna.ir
4. Gustavsson
5. Attride-stirling
6. basic themes

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

مهمی در متن هستند و با ترکیب آنها، مضمون سازمان‌دهنده شکل می‌گیرد.

- مضمون سازمان‌دهنده[1]: مقولات به‌دست‌آمده از ترکیب و تلخیص مضمونهای پایه و واسط مضامین فراگیر و پایه هستند.

- مضمون فراگیر[2]: مضمونهای فراگیر دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به‌عنوان یک کل هستند و در کانون شبکه مضامین قرار می‌گیرند. (مضامین فراگیر چارچوبهای اصلی پژوهش را تشکیل می‌دهند).

در این مقاله فرآیند کدگذاری داده‌ها به‌صورت «استقرایی» انجام می‌شود. بدین معنی که کدگذاری داده‌ها بدون تلاش برای انطباق آن با چارچوب کدگذاری از قبل تهیه‌شده یا قالب مضامین صورت می‌گیرد. (عابدی و همکاران، ۲۰۱۲). در خصوص پایایی تحقیق باید گفت که ابتدا سعی شد که جزئیات روش‌شناختی تحقیق (روش و منطق نمونه‌گیری) بیان شود تا هیچ‌گونه ابهامی در خصوص نحوه رسیدن محقق به یافته‌ها باقی نماند.

دوم اینکه داده‌های گردآوری‌شده، به‌دقت پیاده، چندین بار بازخوانی و نهایتاً مضامین اصلی آن استخراج شد. در خصوص اعتبار تحقیق نیز باید گفت که دنزین چهار نوع چندبعدی‌سازی داده‌ها، محققان، نظریه و روش‌شناختی را از یکدیگر تفکیک می‌کند (فلیک، ۲۰۱۴). در این تحقیق چندبعدی‌سازی محققان رخ داده است. به این معنی که هرکدام از محققان با دقت نظر کدها را جداگانه استخراج، تحلیل و درنهایت جمع‌بندی کردند و کدگذاری به طور عملیات رفت‌وبرگشتی بین مراحل اول، دوم و سوم به طور مداوم رخ داد و فرایند ادغام و تصحیح طبقه‌بندیها در طول تحلیل ادامه یافت.

1. organizing themes
2. global

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

یافته‌ها

در این مقاله ابتدا اینفوگرافیکهای تولیدشده توسط سازمان جهانی بهداشت، وزارت بهداشت و ایرنا موردمطالعه و واکاوی دقیق قرار گرفتند. سپس مضامین پایه استخراج شد، پس از کدگذاری اولیه تعدادی مفهوم (مضامین سازمان‌دهنده) و سپس از مفاهیم، مقولات اصلی (مضامین فراگیر) به دست آمد که در ادامه نتایج هر یک از سازمانها در جداولی جداگانه ذکر شده است.

جدول ۱. کدگذاری مضامین اینفوگرافیکهای سازمان جهانی بهداشت

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
سلامت جسمانی	رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی	رعایت بهداشت فردی، سالم‌ماندن در خانه، محیط کار، مدرسه، مهمانیها، رویدادهای ورزشی، مطب پزشک، مراسم مذهبی، رستوران، هنگام استفاده از وسایل نقلیه، مسافرت و خرید، تغییر سبک زندگی
	سلامت جسمی افراد دارای شرایط خاص	سلامت افراد دارای بیماریهای پیش‌زمینه‌ای، معلولان و معتادان
	سلامت جسمی زنان	سلامت زنان باردار و شیرده، زنان در دوران قاعدگی
	سلامت جسمی همه گروههای سنی	توجه به سلامت کودکان و دانش آموزان، جوانان و سالمندان
	معرفی ویروس و گروههای پرخطر	روشهای انتقال ویروس کرونا، معرفی علائم ابتلا، تفاوت علائم ویروس کرونا با سایر ویروسها، بیان اقداماتی که فرد در صورت ابتلا به ویروس باید انجام دهد. معرفی سویه‌های جدید کرونا
سلامت روان	کاهش اضطراب و افسردگی	ارائه راهکارهایی برای کاهش استرس، مراجعه به روانکاو، برقراری تماس مجازی با دوستان، بی‌تفاوت نبودن نسبت به استرس اطرافیان
	سلامت روان گروههای مختلف	سلامت روان سالمندان، معلولان و کودکان
	سلامت روان کادر درمان	طبیعی‌بودن استرس کادر درمان، حساس کردن مخاطب نسبت به زحمات آنان

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
سلامت اجتماعی	تقویت ارتباطات بین فردی	ارتباط مؤثر بین اعضای خانواده، حمایت اجتماعی
عدم استیگما (انگ)	ضد نژادپرستی	انگ‌نزدن به گروههای قومی یا نژادی، جدانشدن گروه «ما» از «آنها»
	عدم تبعیض	برابری بین انسانها، جلب‌توجه مخاطب نسبت به عواقب انگ‌زدن، انگ‌نزدن به کادر درمان
اقتدار کادر درمان	توانایی حل بحران	قهرمان‌بودن، فداکار، شجاع‌بودن
سواد رسانه‌ای	معرفی اخبار جعلی	شناساندن برخی رفتارهای غلط و خطرناک و بیان حقایق
اخلاقی	اتحاد و همبستگی	پشتیبانی انسانها از یکدیگر، حمایت از کادر درمان، دعوت از رهبران کشورها برای مبارزه با کرونا، حفاظت از افراد دارای شرایط خاص
	مسئولیت اجتماعی	عدم خودخواهی/خودمحوری، افزایش پیوندهای هنجاری، جمع‌گرایی
	همکاری	مشارکت با دولت در رعایت پروتکلهای بهداشتی، همکاری با کادر درمان، همکاری کشورها در ساخت واکسن
توجه به عواقب افزایش خشونت در قرنطینه	خشونت علیه زنان	حمایت و آموزش به زنان آسیب‌دیده، جلب‌توجه دولت‌مردان به این موضوع، همکاری نهادهای مسئول به‌منظور مقابله با این آسیب
	خشونت علیه کودکان	توجه به سوءاستفاده از کودکان در فضای مجازی، جلب‌توجه دولت‌مردان به این موضوع، آموزش به مادران
علائق انسانی	ایثار و فداکاری	ازخودگذشتگی به خاطر حفظ جان دیگران و کادر درمان
تعارض	تصور ویروس به‌عنوان یک دشمن	مبارزه با ویروس
امید/خوش‌بینی	امید به بهبودی از کرونا	بهبود اکثریت مبتلایان، خفیف‌بودن علائم بیماری
القای اعتماد به واکسن	مبارزه با تردید نسبت به تزریق واکسن	ایمنی واکسن

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]



[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

با تحلیل مضمون اینفوگرافیکهای WHO، ۹۵ مضمون پایه، ۲۲ مضمون سازمان‌یافته و ۱۲ مضمون فراگیر استخراج شد. به‌عبارت‌دیگر این سازمان پاندمی کووید-۱۹ را در ۱۲ چارچوب بازنمایی کرد که عبارتند از: تعارض، اخلاقی، علائق انسانی، امید/خوش‌بینی، سلامت جسمانی، سلامت روان، سلامت اجتماعی، عدم استیگما (انگ) به دیگران، اقتدار کادر درمان، سواد رسانه‌ای، افزایش خشونت در قرنطینه و القای اعتماد به واکسن.

سلامت جسمانی: چارچوب سلامت جسمانی پرکابردترین چارچوب مورداستفاده در هر سه سازمان بود که به دستورالعملهای بهداشتی در محیط‌های مختلف، معرفی ویروس کرونا، راههای مقابله با آن و گروههای پرخطر پرداخته شده بود.

سلامت روان: در WHO صفحه‌ای با عنوان «سلامت روان[1]» وجود داشت که محتواهایی اختصاصی در خصوص راههای مقابله با اضطراب و افسردگی، تقویت روحیه مخاطب و القای آرامش در دوران کرونا تولید شده بود.

سلامت اجتماعی: اشاره به برقراری ارتباط با دیگران از طریق فضای مجازی در دوران کرونا، برقراری تعامل با اعضای خانواده در قرنطینه و ترغیب به مشارکت به انجام فعالیتهای جمعی.

عدم استیگما[2]: انگ اجتماعی درزمینه سلامت، به معنی ارتباط منفی افراد با یک شخص یا گروهی از مردم که در ویژگیهای معین یک بیماری خاص شریک هستند (یانگ[3] و همکاران، ۲۰۰۷). WHO از این چارچوب در قالب مضامینی مانند عدم تبعیض و انگ به نژادها و ملیتهای مختلف یا کادر درمان بهره برده بود.

اقتدار کادر درمان: در وب‌سایت WHO صفحه‌ای با عنوان «قهرمانان سلامت[4]» وجود داشت که در آن پیامهایی به‌منظور جلب‌توجه مخاطب به تلاش کادر درمان بارگذاری شده

1. mental health
2. not stigma
3. Yang
4. health heroes

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

بود، کادر درمان به قهرمانان سلامت تشبیه و به‌عنوان ناجی جامعه معرفی‌شده بودند.

سواد رسانه‌ای: در WHO صفحه‌ای جداگانه با عنوان «شایعه‌زدایان[1]» وجود داشت. در این اینفوگرافیکها به‌منظور مبارزه با اینفودمیها، اطلاعاتی در پاسخ به تصورات و شایعه‌های نادرست، ارائه شده بود.

اخلاقی[2]: این چارچوب رویداد یا موضوع را در بافت اعتقادات مذهبی یا دستورالعملهای اخلاقی قرار می‌دهد (سمتکو و ولکنبرگ، ۲۰۰۰). در WHO چارچوب اخلاقی در قالب مضامینی مانند توجه به همبستگی اجتماعی، دعوت از رهبران جوامع برای تولید واکسن، ایثار در رعایت پروتکلها به خاطر حفظ جان دیگران و تشویق به تهیه اقلام موردنیاز سالمندان برجسته شده بود.

توجه به افزایش خشونت در قرنطینه: در قرنطینه خانگی ناشی از کرونا، تقریباً ۱۸ درصد از دختران و زنان ۱۵ تا ٤۹ ساله توسط شریک زندگی خود مورد خشونت جسمی یا جنسی قرار گرفتند (دلامینی[3]، ۲۰۲۱). در این راستا WHO در صفحه‌ای جداگانه با عنوان «خشونت خانگی[4]» مبادرت به تولید پیامهایی در خصوص حمایت از زنان در معرض خشونت کرده بود

علائق انسانی[5]: این چارچوب وجهه‌ای انسانی یا زاویه دید عاطفی به بازنمایی یک رویداد، موضوع یا مشکل می‌دهد (سمتکو و ولکنبرگ، ۲۰۰۰).این چارچوب در WHO در قالب مفاهیمی مانند همدردی با فرد مبتلا به ویروس و توجه به شرایط روحی او به دلیل ابتلا به کرونا و همدردی با کادر درمان به دلیل زحمات آنان برجسته شده بود.

برخورد/تعارض[6]: از دید سمتکو و ولکنبرگ (۲۰۰۰) چارچوب تعارض به برخورد میان افراد، گروهها یا نهادها به‌عنوان ابزار جلب‌توجه مخاطب اشاره می‌کند. در اینفوگرافیکهای WHO ویروس به یک دشمن تشبیه شده بود که کادر درمان یا افراد عادی وظیفه مقابله با آن را داشتند.

1. mythbusters
2. morality
3. Dlamini
4. domestic violence
5. human interest
6. conflict

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

امید/خوش‌بینی[1]: در این چارچوب تأکید بر گزارشهایی است که حتی در بحبوحه بحران به مردم امید می‌دهد و به آنها اطمینان می‌دهد (اگبودو، ۲۰۲۰).این چارچوب در WHO بیشتر در قالب مفاهیمی مانند امید به بهبودی از کرونا و خفیف‌بودن علائم به کار رفته بود.

القای اعتماد به واکسن: این چارچوب به ایمنی و مؤثربودن واکسن می‌پردازد. عده‌ای از افراد به علت ترس از واکسن و توجه به شبهات غیرعلمی حاضر به تزریق واکسن نمی‌شدند که این امر می‌توانست منجر به شیوع هرچه بیشتر کرونا شود.

جدول ۲. کدگذاری مضامین اینفوگرافیکهای وزارت بهداشت

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
سلامت جسمانی	رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی	رعایت بهداشت فردی، سالم‌ماندن در محیط کار، مدرسه، اعیاد و هنگام خرید
	توجه به سلامت جسمی گروههای مختلف	سلامت دانش‌آموزان، زنان، سالمندان و کادر درمان
	توصیف ویروس	معرفی روشهای انتقال ویروس، علائم ابتلا، روشهای جلوگیری از انتقال ویروس و گروههای پرخطر
سواد رسانه‌ای	مبارزه با اخبار جعلی	بیان حقایق، برحذر داشتن مخاطب از انتشار شایعه
اخلاقی	مسئولیت اجتماعی	اطلاع به دیگران در صورت ابتلا به ویروس، جمع‌گرایی، مشارکت جامعه برای مقابله با ویروس
علائق انسانی	ایثار و فداکاری	رعایت پروتکلها به خاطر حفظ سلامت دیگران و کم‌کردن زحمات کادر درمان
برخورد (تعارض)	تصور ویروس به‌عنوان یک دشمن	مبارزه با ویروس
امید و خوش‌بینی به آینده	پایان کرونا	شکست کرونا، ترسیم آینده روشن
القای اعتماد نسبت به تزریق واکسن	مبارزه با تردید نسبت به تزریق واکسن	ایمنی واکسن

1. hope

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]



با تحلیل مضمون اینفوگرافیکهای وزارت بهداشت، ۴۰ مضمون پایه، ۱۰ مضمون سازمان‌یافته و ۷ مضمون فراگیر استخراج شد. وزارت بهداشت پاندمی کرونا را در ۷ چارچوب بازنمایی کرده است که عبارتند از: سلامت جسمانی، سواد رسانه‌ای، اخلاقی، علائق انسانی، تعارض، امید و القای اعتماد نسبت به واکسن.

سلامت جسمانی: تولید محتواهایی مانند رعایت شیوه‌نامه‌های بهداشتی و معرفی ویروس ازجمله مواردی است که به‌منظور توجه به افزایش سلامت جسمانی مخاطبان توسط وزارت بهداشت تولید شده بود.

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

سواد رسانه‌ای: وزارت بهداشت نیز در برخی اینفوگرافیکها به بیان حقایق و پاسخ به برخی تصورات غلط در خصوص ویروس کرونا پرداخته بود.

اخلاقی: این چارچوب در قالب مفاهیم جمع‌گرایی و مسئولیت‌پذیری در برابر دیگران برجسته شده بود. یعنی تأکید به مراقبت درزمینه عدم انتشار ویروس به سایر افراد جامعه و الزام به مطلع‌کردن همکاران در صورت ابتلا به بیماری.

علائق انسانی: این چارچوب از جنبه توجه به زحمات کادر درمان و تزریق واکسن به‌منظور حفظ سلامت دیگران به کار رفته بود.

تعارض: در وزارت بهداشت با توجه به تصور ویروس به‌عنوان دشمن؛ شعار «کرونا را شکست می‌دهیم» پرتکرارترین شعار مورداستفاده توسط این وزارتخانه بود.

امید/خوش‌بینی: امید و خوش‌بینی نسبت به شکست کرونا نیز در وزارت بهداشت برجسته بود

القای اعتماد به واکسن: شامل پیامهایی است که به‌منظور اقناع مخاطب درزمینه مؤثربودن، ایمنی و قابلیت اطمینان واکسن تولید شده بود.

جدول ۳. کدگذاری مضامین اینفوگرافیکهای خبرگزاری ایرنا

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
سلامت جسمانی	رعایت پروتکلهای بهداشتی	رعایت بهداشت فردی، سالم ماندن در محیط کار، هنگام خرید، جشنها، مدرسه، خوابگاههای دانشجویی، سفر، مراسم مذهبی، رویدادهای ورزشی، هنگام استفاده از وسایل نقلیه، هنگام زلزله، دوران انتخابات، مراکز تفریحی
	توجه به سلامت جسمی گروههای مختلف	سلامت کودکان، زنان، دانش آموزان، کارکنان مشاغل خاص و معتادان
	بیان علائم بیماری و گروههای پرخطر	معرفی علائم ابتلا به ویروس، روشهای پیشگیری، گروههای پرخطر، بیان عوامل اوج‌گیری مجدد کرونا، اقدامات کشورهای مختلف در مبارزه با ویروس، تفاوت علائم ویروس کرونا با سایر ویروسها، معرفی سویه‌های کرونا

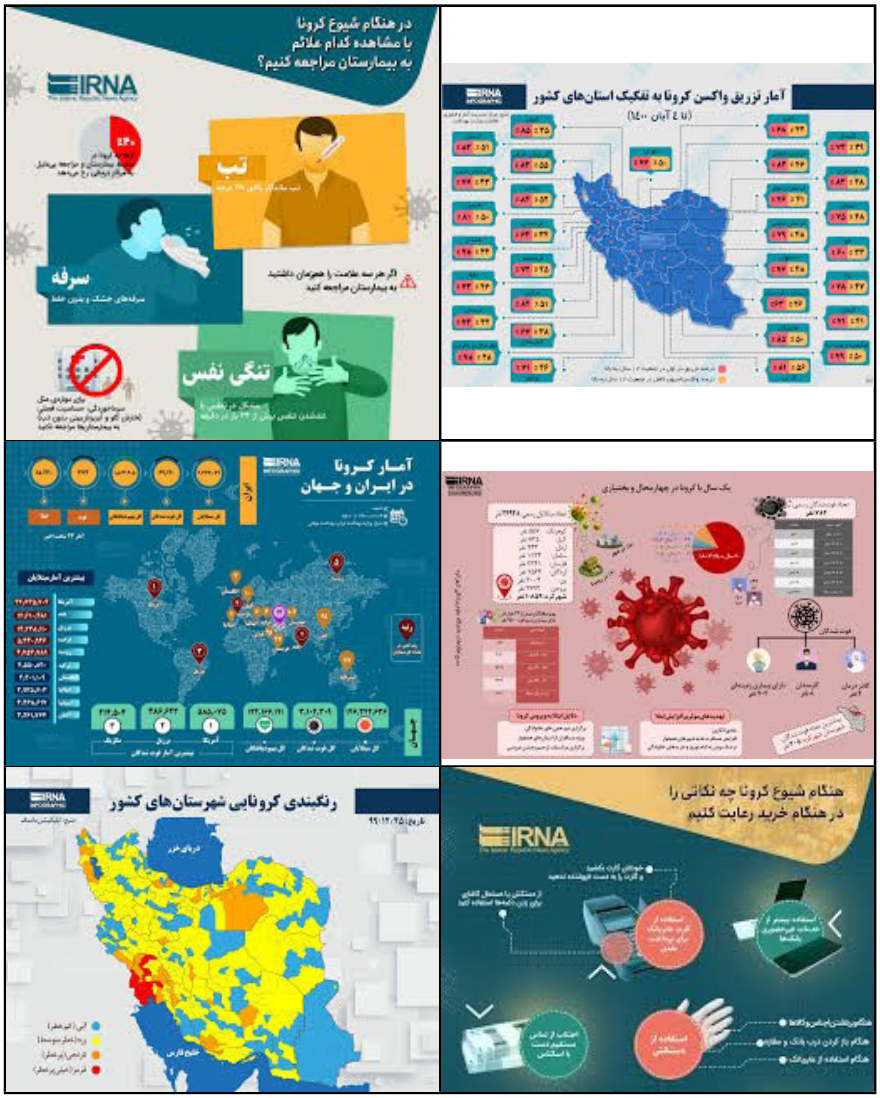
[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه
اطلاع‌رسانی	اطلاع‌رسانی در مورد آمار مبتلایان و جان‌باختگان	آمار کرونا در ایران و جهان
	اطلاع‌رسانی در خصوص واکسن کرونا	آمار تزریق واکسن، آمار واکسنهای وارداتی، روند چگونگی واکسیناسیون، مراحل تولید واکسن در کشور، میزان ایمنی‌زایی واکسنها، عوارض واکسنهای کرونا، تأثیر واکسن بر میزان کاهش تلفات کرونا
	اطلاع‌رسانی در خصوص رعایت پروتکلهای بهداشتی	میزان رعایت پروتکلهای بهداشتی در کشور، هشدار در خصوص کاهش رعایت پروتکلها
	اطلاع‌رسانی در خصوص محدودیتها و تعطیلیها براثر کرونا	جزئیات محدودیتهای کرونایی در شهرهای مختلف، بیان نتایج محدودیتها، معرفی مشاغلی که به خاطر کرونا تعطیل می‌شوند.
پیامدهای اقتصادی کرونا	پیامدهای اقتصادی	پیامدهای اقتصادی کرونا بر زندگی شخصی افراد و اقتصاد کل کشور و جهان
تمجید از دولت	اقدامات دولت در راستای مبارزه با کرونا	اقدامات بهداشتی و اقتصادی دولت، مقایسه اقدامات دولتها درزمینه واردات واکسن
سواد رسانه‌ای	معرفی فیک‌نیوزها	بیان حقایق
القای اعتماد نسبت به تزریق واکسن	مبارزه با تردید نسبت به تزریق واکسن	ایمنی واکسن

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]



با تحلیل مضمون اینفوگرافیکهای ایرنا، ۵۵ مضمون پایه، ۱۱ مضمون سازمان‌یافته و ٦ مضمون فراگیر استخراج شد. خبرگزاری ایرنا ویروس کووید-۱۹ را در ٦ چارچوب بازنمایی

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

کرده است که عبارتند از: اطلاع‌رسانی، پیامدهای اقتصادی، سلامت جسمانی، تمجید از دولت، سواد رسانه‌ای و القای اعتماد نسبت به واکسن.

اطلاع‌رسانی: در این چارچوب اطلاعاتی مانند میزان آمار مبتلایان و جان‌باختگان در اثر ویروس، نقشه رنگ‌بندی شهرهای کرونایی و آمار تزریق واکسن ارائه می‌شد.

پیامدهای اقتصادی[1]: این چارچوب به گزارش یک رویداد، مشکل یا موضوع با توجه به پیامدهای اقتصادی می‌پردازد که برای فرد، گروه، منطقه یا کشور خواهد داشت (سمتکو و ولکنبرگ، ۲۰۰۰).

تمجید از دولت: در این چارچوب دولت می‌کوشد تا تصویر مثبتی از خود در افکار عمومی ایجاد کند. با توجه به انتقاداتی که به عملکرد دولت در خصوص واردات و تزریق واکسن و تجهیزات پزشکی وارد شده بود، ایرنا به‌عنوان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی ایران سعی می‌کرد با بیان عملکرد مثبت دولت در مبارزه با ویروس به انتقادات پاسخ دهد.

در ایرنا نیز مانند دو سازمان بهداشتی شاهد سه چارچوب سلامت جسمانی، القای اعتماد به واکسن و سواد رسانه‌ای بودیم که شرح آن همانند دو نهاد قبلی است.

بحث

در دوران کرونا با توجه به محدودیتهای فاصله‌گذاری اجتماعی، فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به منبع اصلی کسب اطلاعات برای بسیاری از افراد تبدیل شدند. در این میان، اینفوگرافیکها به دلیل جذابیت بصری و قابلیت انتقال سریع و آسان اطلاعات، نقش مؤثری درزمینه اطلاع‌رسانی در مورد کووید-۱۹ ایفا کردند.

با عنایت به ناشناخته بودن این ویروس برای عموم مردم، اینفوگرافیکها می‌توانستند اطلاعات پیچیده را به شکلی ساده و قابل‌فهم ارائه دهند و به افراد در درک بهتر ابعاد مختلف همه‌گیری کمک کنند. با عنایت به اینکه کرونا تمام ابعاد زندگی بشر را درگیر خود

1. economic consequences

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

کرد، در این مقاله چگونگی چارچوب‌بندی اینفوگرافیکهای تولیدشده توسط سازمان جهانی بهداشت، وزارت بهداشت و خبرگزاری ایرنا از همه‌گیری ویروس کرونا با استفاده از روش تحلیل مضمون با رویکرد شبکه مضامین توسط آترایدـاسترلینگ مطالعه شد و مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر در اینفوگرافیکهای هر یک از نهادها جداگانه استخراج شد.

با مطالعه اینفوگرافیکهای نهادهای موردبررسی تعداد ۱۵ مضمون فراگیر استخراج شد. چارچوبهای «تعارض، علائق انسانی، اخلاقی و پیامدهای اقتصادی» جزء چارچوبهایی هستند که با تحقیقات پیشین مانند تحقیق سمتکو و ولکنبرگ همسو هستند. اما چارچوبهای «سلامت جسمانی، سلامت اجتماعی، سلامت روان، امید، عدم استیگما، توجه به خشونت خانگی در قرنطینه، اقتدار کادر درمان، سواد رسانه‌ای، تمجید از دولت، اطلاع‌رسانی و اعتماد به واکسن» جزء چارچوبهایی هستند که نویسندگان در این پژوهش به آن رسیدند. ذکر این نکته نیز لازم است که سه چارچوب «سلامت جسمانی، افزایش سواد رسانه‌ای و القای اعتماد نسبت به واکسن» در هر سه نهاد مشترک بود که در جدول شماره ٤ چارچوبهای هر سازمان به تفکیک ذکر شده است.

جدول ٤. چارچوب‌بندی اینفوگرافیکهای سازمانهای مطالعه‌شده از پاندمی کرونا

سازمان جهانی بهداشت	سلامت جسمانی، سلامت روان، سلامت اجتماعی، علائق انسانی، امید، تعارض، اخلاقی، عدم استیگما، اقتدار پزشکان، توجه به خشونت خانگی در قرنطینه، اعتماد به واکسن، سواد رسانه‌ای
وزارت بهداشت	سلامت جسمانی، علائق انسانی، امید، تعارض، اخلاقی، اعتماد به واکسن، سواد رسانه‌ای
خبرگزاری ایرنا	سلامت جسمانی، اعتماد به واکسن، سواد رسانه‌ای، اطلاع‌رسانی، پیامدهای اقتصادی، تمجید از دولت

در این مطالعه شاهد دو نوع تفاوت بین سه نهاد مذکور بودیم. از یکسو بین سازمان جهانی

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

بهداشت با دو نهاد داخلی و از سوی دیگر بین خبرگزاری ایرنا با توجه به کارکرد خبری آن با دو سازمان بهداشتی تفاوتهایی در نحوه چارچوب‌بندی اینفوگرافیکها از همه‌گیری ویروس کرونا وجود داشت. اگر تعیین چارچوب را شامل انتخاب و برجستگی بدانیم یعنی انتخاب برخی جنبه‌های یک واقعیت ادارک‌شده و برجسته‌شدن آن در یک متن ارتباطی، باید گفت که سازمان جهانی بهداشت بیش از دو نهاد داخلی به ابعاد مختلف همه‌گیری پرداخت و وجوه متنوعی از ویروس را بازنمایی کرد. این سازمان تنها نهادی بود که به چارچوبهای «سلامت روان، سلامت اجتماعی، توجه به افزایش خشونت در قرنطینه، عدم انگ و اقتدار کادر درمان» پرداخته بود.

در اینفوگرافیکهای سازمان جهانی بهداشت محتواهایی به‌منظور اطلاع‌رسانی به زنان و کودکان و جلب‌توجه دولتمردان و نهادهای مسئول در خصوص مخاطرات افزایش خشونت خانگی علیه زنان و کودکان در دوران کرونا تولید شده بود. اما دو نهاد داخلی هیچ محتوایی در این زمینه تولید نکرده بودند که یکی از نقاط ضعف آنها محسوب می‌شود.

در پی شیوع کرونا الزام به ماندن در قرنطینه، حضور طولانی‌مدت زوجین در کنار یکدیگر و مشکلات روحی ناشی از قرنطینه اجباری، موجب تشدید اختلافات در روابط بین همسران شد و افزایش آمار خشونتهای خانگی شد. موضوعی که زنان ایرانی نیز به آن مبتلا شدند. دکتر تهمینه شاوردی عضو هیئت‌مدیره انجمن ایرانی مطالعات زنان در گفتگو با ایسنا از نتیجه مطالعه یک مرکز علمی در خصوص تجربه انواع خشونت توسط ۷۷ درصد زنان ایرانی در دوران قرنطینه خبر داد (ایسنا، ۲۰۲۱).

در خصوص چارچوب عدم استیگما نیز باید گفت که بین سه نهاد مطالعه‌شده صرفاً سازمان جهانی بهداشت محتواهایی در این خصوص تولید کرده بود و این موضوع توسط دو نهاد داخلی مورد غفلت واقع شده بود.

خشی از انگ ناشی از کرونا به نسبت‌دادن این بیماری به چینیها برمی‌گشت. به‌گونه‌ای که

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

عده‌ای نام ویروس چینی را بر آن گذاشته بودند و درنتیجه تصور مردم جهان نسبت به چینیها منفی شده بود.در این میان با توجه به مخاطب جهانی WHO طبیعی است که این سازمان بخشی از محتوای خود را به مبارزه با این تصور غلط اختصاص دهد. اما بخش دیگری از انگ اجتماعی در دوران کووید-۱۹ به افراد مبتلا، خانواده‌های آنها و کادر درمان برمی‌گشت و برخورد نامناسب افراد جامعه با فرد مبتلا یا اعضای خانواده منجر به پنهان‌کاری، طردشدگی از سوی اجتماع و تأخیر در روند درمان می‌شد که در ایران نیز شاهد این مشکلات در بین افراد مبتلا و خانواده‌های آنان بودیم.

در دو وب‌سایت رسمی داخلی توجه به دو بعد «سلامت روان» مانند مواجهه با استرس و اضطراب ناشی از کرونا و «سلامت اجتماعی» مانند ترغیب به برقراری ارتباط مؤثر با دوستان از طریق فضای مجازی نیز مورد غفلت واقع شده بود. همچنین چارچوب اقتدار کادر درمان نیز تنها در سازمان جهانی بهداشت پررنگ شده بود و در اینفوگرافیکهای دو نهاد داخلی شاهد تشبیه کادر درمان به قهرمانان سلامت نبودیم.

از سوی دیگر در سازمان جهانی بهداشت چارچوب «اخلاقی» در قیاس با دو نهاد داخلی بسیار برجسته‌تر بود و این سازمان در قالب مضامینی مانند توجه به همبستگی اجتماعی و القای مسئولیت اجتماعی، ایثار در رعایت پروتکلها و قدردانی از زحمات کادر درمان به آن پرداخته بود. این چارچوب در اینفوگرافیکهای وزارت بهداشت در قالب مضامینی محدودتر بازنمایی شده بود و تنها در قالب مفاهیم جمع‌گرایی و مسئولیت‌پذیری در برابر دیگران پررنگ شده بود. یعنی تأکید به مراقبت درزمینه عدم انتشار ویروس به سایر افراد جامعه و الزام به مطلع‌کردن همکاران در صورت ابتلا به بیماری. جای خالی این چارچوب در ایرنا محسوس بود و هیچ اینفوگرافیکی با این مضمون توسط این خبرگزاری تولید نشده بود.

چارچوب «علائق انسانی» در WHO در قالب مضامین همدردی با فرد مبتلا به ویروس و همدردی با کادر درمان به دلیل زحمات و خستگی مفرط ناشی از ساعات طولانی کار آنان

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

برجسته شده بود. چارچوب مذکور در وزارت بهداشت تنها از جنبه توجه به زحمات کادر درمان به کار رفته بود و میزان استفاده از آن در وزارت بهداشت نسبت به WHO کمتر بود. ذکر این نکته نیز لازم است که ایرنا فاقد چارچوب علائق انسانی بود. به‌عبارت‌دیگر درست که است که مضامین اخلاقی و علائق انسانی در وزارت بهداشت نیز برجسته شده بود، اما WHO چندوجهی و از ابعاد متنوع‌تری به آن نگریسته بود.

چارچوب «خوش‌بینی و القای امید» نسبت به پایان کرونا در اینفوگرافیکهای وزارت بهداشت بسیار پررنگ بود که وجود نگاهی خوش‌بینانه و امید نسبت به شکست این ویروس در بین مسئولان دولتی را نشان می‌داد؛ درحالی‌که چارچوب امید در هیچ یک از اینفوگرافیکهای ایرنا وجود نداشت. این چارچوب در WHO به امید به بهبودی بیماران از کرونا و خفیف‌بودن علائم خلاصه شده بود و در هیچ اینفوگرافیکی مضمونی با عنوان پایان یا شکست کرونا وجود نداشت.

از سوی دیگر نوع چارچوب‌بندی ایرنا با دو سازمان بهداشتی به دلیل ویژگی خبری و رسانه‌ای این سازمان تفاوتهای بارزی داشت. ایرنا فاقد سه چارچوب «علائق انسانی، تعارض و اخلاقی» بود. در مقابل سه چارچوب «اطلاع‌رسانی (آمار روزانه مبتلایان و جان‌باختگان، تعداد واکسنهای وارداتی به کشور و آمار واکسیناسیون)، پیامدهای اقتصادی کرونا (تأثیر کروا بر ثروت جهانی، میزان کاهش تقاضا در برخی اصناف و خدمات و استراتژیهای تاب‌آوری کسب‌وکارها در شرایط بحرانی) و تمجید از دولت (بیان عملکرد مثبت دولت درزمینه مبارزه با ویروس)» تنها در این خبرگزاری یافت شد.

با این توضیحات باید گفت که هر یک از این سه نهاد با توجه به مأموریت، مخاطب و اهداف خود، از چارچوب‌بندی متفاوتی برای انتقال پیام استفاده کردند. WHO یک نهاد بین‌المللی است که مخاطبان آن از سراسر جهان با فرهنگها، زبانها و سطوح سواد سلامت مختلف هستند، لذا موضوعات متنوع‌تر و گسترده‌تری را در دستور کار خود قرار داد و علاوه

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

بر سلامت جسمانی، به سایر ابعاد این همه‌گیری نیز پرداخته بود.

این نشان می‌دهد که WHO به پاندمی به‌صورت تک‌بعدی نگاه نکرده و تلاش کرد از ابعاد مختلف به آن توجه کند. وزارت بهداشت نیز به‌عنوان متولی اصلی مبارزه با کرونا در کشور بیشترین توجه خود را به سلامت جسمانی اختصاص داده بود و ایرنا نیز با رویکرد اطلاع‌رسانی صرف، تبلیغاتی و ترویج گفتمان رسمی حاکمیت به این پدیده نگریسته بود و این تفاوتها در انتخاب موضوعات انتخابی در اینفوگرافیکهای این سه نهاد مشهود بود.

دلیل غفلت دو نهاد داخلی به دیگر ابعاد ویروس این است که نهادهای مذکور در مقابله با مخاطرات مختلف این بحران آمادگی لازم را نداشتند و بیشترین تمرکز و اهتمام آنها به بعد سلامت جسمانی یعنی شناسایی، نحوه پیشگیری و مقابله با ویروس خلاصه شده بود؛ درحالی‌که همه‌گیری تمام ابعاد زندگی انسان اعم از روانی، اجتماعی، اقتصادی و غیره را درگیر و اثرات زیان‌باری بر زندگی افراد وارد کرد.

درواقع در تولید محتواهای مرتبط با کرونا صرفاً پزشکان و متخصصان سلامت مورد مشورت قرار گرفته بودند و نقش مددکاران اجتماعی، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان در این زمینه نادیده گرفته شده بود.

توجه صرف به بعد سلامتی جسمانی ویروس می‌تواند در مدیریت بحران نیز اختلال ایجاد کند و درنتیجه منجر به تصمیم‌گیریهای نادرست و ناکارآمد شود. زیرا هنگامی‌که یک نهاد فقط به یک بعد از بحران توجه می‌کند، ممکن است منابع خود را به طور نادرست تخصیص دهد. برای مثال، در مورد کرونا، اگر فقط به بعد جسمانی بیماری توجه شود، ممکن است منابع زیادی صرف تأمین تجهیزات پزشکی شود، درحالی‌که نیاز به حمایتهای روانی و اجتماعی و اقتصادی نیز وجود دارد.

از سوی دیگر اگر صرفاً مانند اقدام خبرگزاری ایرنا آمار روزانه جان‌باختگان و مبتلایان به کرونا منتشر شود، بخش رویداد محور قضیه است و می‌توان ادعا کرد که این خبرگزاری

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

صرفاً رسالت اطلاع‌رسانی خود را به‌درستی ایفا کرده است. اما حرکت به سمت فرایندها و توجه به تولید محتواهای فرایندمحور مانند چگونگی تاب‌آوری در برابر ویروس و ارتباط با اعضای خانواده به‌منظور تقویت روحیه و افزایش تاب‌آوری مخاطبان و کادر درمان در بحرانهای آینده ازجمله مسائلی است که باید نهادهای متولی نسبت به آن اهتمام ویژه‌ای داشته باشند و فارغ از سلامت جسم مخاطب، به سایر نیازهای وی نیز توجه شود. در شرایط بحرانی وابستگی مخاطبان به رسانه‌ها به‌منظور کسب اطلاعات درست و دقیق‌تر افزایش می‌یابد و اگر مخاطبان نیازهای خود را دریافت نکنند، رسانه‌های رسمی مرجعیت خود را از دست می‌دهند و درنتیجه کاهش اعتماد عمومی به رسانه‌های رسمی، مخاطبان سراغ سایر منابع جایگزین می‌روند که ممکن است اطلاعات دقیق و درستی در اختیار آنان قرار ندهد.

ملاحظات اخلاقی

مشارکت نویسندگان: همه نویسندگان سهم قابل‌توجهی در این مطالعه داشته‌اند.
بودجه: این مطالعه تأمین مالی نشده است.
تضاد منافع: هیچ تضاد منافعی بین نویسندگان در این مقاله وجود نداشت.

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

- Abedi Jafari, H, Taslimi, M, Faghihi, A, & Sheikhzadeh, M. (2012). Thematic analysis and thematic network: A simple and efficient method for exploring patterns embedded in qualitative data municipalities, ***Strategic management thought***, 5(2(. 151-198. (In Persian). https://smt.isu.ac.ir/article_163.html

- Anwar, A., Malik, M., Raees, V., & Anwar, A. (2020). Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic. Cureus, 12(9). 1-12. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33072461/

- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. ***Qualitative research,*** 1(3), 385-405. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/146879410100100307

- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. ***Annual review of sociology***, 26(1), 611-639. https://www.jstor.org/stable/223459

- Camaj, L. (2010). Media framing through stages of a political discourse: International news agencies' coverage of Kosovo's status negotiations. ***International Communication Gazette***, 72(7), 635-653. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1748048510378147

- Ciotti, M., Ciccozzi, M., Terrinoni, A., Jiang, W. C., Wang, C. B., & Bernardini, S. (2020). The COVID-19 pandemic. ***Critical reviews in clinical laboratory sciences***, 57(6), 365-388. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32645276/

- Dlamini, N. J. (2021). Gender-based violence, twin pandemic to COVID-19. ***Critical Sociology***, 47(4-5), 583-590. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7723732/

- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. ***Journal of communication***, 43(4), 51-58. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

- Flick, U. (2014), ***An Introduction to Qualitative Research***, (translation by Hadi Jalili), 7th edition, Tehran: Nei Publishing. (In Persian)

- Gabore, S. M. (2020). Western and Chinese media representation of Africa in COVID-19 news coverage. ***Asian Journal of Communication***, 30(5), 299-316. https://discovery.researcher.life/article/western-and-chinese-media-representation-of-africa-in-covid-19-news-coverage/a2c7bdc22c4a3fe28d81816fed899f59

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

- Gui, L. (2023). Media framing and public perception: the use of war metaphor in times of COVID-19. ***Journal of Multicultural Discourses,*** 18(2), 140-153. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17447143.2023.2292543

- Gustavsson, B. (Ed.). (2007). The principles of knowledge creation: research methods in the social sciences. Edward Elgar Publishing.

- Hosseini, S. A. and Garusi, H. (2020). The Right to Access Information on the Coronavirus Crisis with Emphasis on the Role of National Public Broadcast. ***Human Rights and Citizenship***, 5(2). (In Persian). https://journals.isu.ac.ir/article_76481.html?lang=en

- Khaniki, H. , Rezvani, S. and Zardar, Z. (2024). The image of Covid-19 on the websites of national and international institutions: Analysis of infographics by World Health Organization, Ministry of Health and Medical Education and IRNA news agency. ***Quarterly of Social Studies and Research in Iran***, 12(4), 515-533. (In Persian). https://jisr.ut.ac.ir/article_95149.html

- Naparin, H, & Saad, A. B. (2017). Infographics in education: Review on infographics design. ***The International Journal of Multimedia & Its Applications (IJMA)***, 9(4), 15-24. https://www.academia.edu/94824692/Infographics_in_Education_Review_on_Infographics_Design

- Navabi, A, Roshanfekr, P & Rezvani, S (2021) The Crisis of Information about the News of the Covid-19 Vaccine in News Agencies in the first year of the Epidemic in Iran. ***Journal of Socio - Cultural Development Studies***, 9(4):133-163. (In Persian). https://journals.sabz.ac.ir/scds/article-1-1477-fa.html

- Ogbodo, J. N., Onwe, E. C., Chukwu, J., Nwasum, C. J., Nwakpu, E. S., Nwankwo, S. U., ... & Ogbaeja, N. I. (2020). Communicating health crisis: a content analysis of global media framing of COVID-19. ***Health promotion perspectives,*** 10(3), 257-269. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7420175/

- Sadeghi, J. & Fathi, E. (2022). Representation of Corona on Telegram Platform of Domestic and Satellite Persian Language Channels; A Comparative Study of the Channels IRIB News Agency, VOA & Manoto. ***Communication Research***, 29(109), 91-129. (In Persian). https://cr.iribresearch.ir/article_251205.html

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. ***Journal of communication***, 49(1), 103-122. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x

- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. ***Journal of communication***, 50(2), 93-109. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02843.x

- Sheikhzade, M & Baniasd, R. (2019). ***Thematic analysis: concepts, Approaches, and Applications***, Tehran: Logos. (In Persian)

- Staniland, K., & Smith, G. (2013). Flu frames. Pandemics and Emerging Infectious Diseases: ***The Sociological Agenda***, 139-152. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23323941/

- Suri,C.S (2020). Analysis of 'Infographics-About Covid-19'published in four national dailies of India. ***PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology***, 17(6), 1985-2002.

- Wallis, P., & Nerlich, B. (2005). Disease metaphors in new epidemics: the UK media framing of the 2003 SARS epidemic. ***Social science & medicine***, 60(11), 2629-2639. https://psycnet.apa.org/record/2005-04199-021

- Washer, P. (2004). Representations of SARS in the British newspapers. ***Social science & medicine,*** 59(12), 2561-2571. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15474209/

- Wicke, P., & Bolognesi, M. M. (2020). Framing COVID-19: How we conceptualize and discuss the pandemic on Twitter. ***Plos one,*** 15(9). https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32997720/

- Yang, L. H., Kleinman, A., Link, B. G., Phelan, J. C., Lee, S., & Good, B. (2007). Culture and stigma: Adding moral experience to stigma theory. ***Social science & medicine***, 64(7), 1524-1535. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/17188411/

- Zabolizadeh, A., & Afkhami, H. (2013). Applying the Theory of Framing in Explaining News Impacts (Concepts and Research). ***Communication Research***, 20(74). (In Persian). https://cr.iribresearch.ir/article_23518.html

- Zafri, N. M., Afroj, S., Nafi, I. M., & Hasan, M. M. U. (2021). A content analysis of newspaper coverage of COVID-19 pandemic for developing a pandemic management framework. ***Heliyon***, 7(3), 1-11. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33758786/

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

- Zokaei, M (2024). ***The Art of Qualitative Research,*** 4th edition, Tehran: Agah. (In Persian).

- ***isna.ir/xdKxBZ***

- ***https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020***

- ***www.irna.ir***

- ***www.behdasht.gov.ir***

[Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2]

[DOI: 10.32598/refahj.25.97.838.2] [Downloaded from refahj.uswr.ac.ir on 2026-11-29]