

تحلیل سلسله‌مراتبی فازی موانع و چالش‌های شکل‌گیری خبرنگاری تحقیقی در صداوسیما

نوشته

حسین بصیریان جهرمی*

عباس لطفی**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۵/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۲۱

چکیده

روزنامه‌نگاری و خبرنگاری تحقیقی، یکی از تاثیرگذارترین شیوه‌های روزنامه‌نگاری در جهان است؛ با این حال، این سبک روزنامه‌نگاری با همه جذابیت و اهمیتی که دارد، از دیدگاه خبرنگاران و خبرگان رسانه، هنوز در ایران چندان شناخته‌شده نیست. هدف این مقاله "شناسایی موانع و چالش‌های خبرنگاری تحقیقی در سازمان صداوسیما" است و پرسش اصلی این مقاله این است که با توجه به جایگاه صداوسیما در فضای رسانه‌ای کشور، موانع و چالش‌های خبرنگاری تحقیقی در صداوسیما کدام‌اند؟ برای پاسخ به این سؤال، پس از بررسی ادبیات نظری و تجربی تحقیق، مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته با خبرنگاران انجام شده است. برای رسیدن به جامعه نمونه، ویژگی‌هایی تعریف شده است و در نهایت، افراد دارای آن ویژگی‌ها، برای مصاحبه انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند بوده و با ۳۰ نفر از استادان دانشگاه، مدیران ارشد خبر، سردبیران و خبرنگارانی مصاحبه شده که بیش از ۱۰ سال سابقه کار حرفه‌ای مرتبط داشتند؛ معیار بسندگی مصاحبه‌ها، دستیابی به اشباع نظری بوده است. پس از کدگذاری، با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا، اولویت اثرگذاری هر یک از این عوامل، با بهره‌گیری از تحلیل سلسله‌مراتبی و نظرات ۱۰ نفر از داوران در نرم‌افزار ای‌اچ‌پی مشخص شد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد پنج عامل فضای بسته سیاسی، فقدان امنیت شغلی خبرنگاران در ساختار کنونی سازمان صداوسیما و خبرنگاری وابسته به دولت/حاکمیت، رشد فضای خبرنگاری سلبریتی و کاهش آموزش و سواد خبرنگاری، از اصلی‌ترین موانع شکل‌گیری خبرنگاری تحقیقی در سازمان صداوسیما به شمار می‌روند.

کلیدواژه: صداوسیما، خبرنگاری تحقیقی، فضای سیاسی، امنیت شغلی، تحلیل سلسله‌مراتبی فازی.

* دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)، تهران، ایران hossein.basirian@gmail.com
 ** کارشناس ارشد مدیریت رسانه، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران abbaslotfi1971@gmail.com

مقدمه

روزنامه‌نگاری یا خبرنگاری تحقیقی، «تلاشی است برای دستیابی به حقیقت در جایی که حقیقتی پنهان شده و دیگران منتظر دانستن آن هستند تا بر اساس آن، نتایج تحقیق‌های بی‌طرفانه از طریق رسانه، منعکس شود» (دی‌برگ، ۲۰۰۰: ۲۳). این عبارت (خبرنگاری تحقیقی) بیش از همه با «فساد و معضلات سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و نظایر آن» گره خورده است. هرچند به طور کلی فساد از جمله آسیب‌هایی است که اغلب جوامع و کشورهای جهان با آن مواجه هستند. با این حال، کشورهای در حال توسعه و توسعه‌نیافته، بیش از کشورهای توسعه‌یافته از این معضل رنج می‌برند. اگرچه وجود ابعاد مختلفی از فساد، بیشتر معلول توسعه‌نیافتگی است، اما در صورت بی‌توجهی و درمان نشدن آن، می‌تواند به عاملی بازدارنده برای پیشرفت این کشورها تبدیل شود.

ایران نیز از جمله کشورهایی است که گرفتار ابعاد مختلفی از انواع مفاسد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و یا فرهنگی و ورزشی، در برخی سازمان‌ها و مراکز دولتی و یا خصوصی شده است؛ به همین دلیل، مواجهه با این مفاسد از مهم‌ترین دغدغه‌ها و اقدام‌های مقام‌های نظام و نهادهای ذی‌ربط، طی یکی دو دهه گذشته بوده است. با این حال، نه تنها از میزان و حجم آن کاسته نشده، بلکه شواهد حاکی از گسترش بیش از پیش آن بوده است (افقه، ۱۳۹۶: ۲).

برای جست‌وجو و کندوکاو در خصوص چگونگی کاهش یا حذف این پدیده ضد اخلاقی از جامعه، شناخت ریشه‌ها و دلایل گسترش آن از ضرورت‌های جامعه مدنی است. در چنین جامعه‌ای، نقش خبرنگاران و به طور ویژه «خبرنگاران تحقیقی» بسیار مشهود است؛ روزنامه‌نگاری و خبرنگاری تحقیقی، در رسانه‌های جمعی در سراسر جهان جایگاه برجسته‌ای را به خود اختصاص داده و نشان‌دهنده شکل مؤثری از کنترل اجتماعی بر قدرت و نهادهای رسمی در یک جامعه مدنی است. از میان چهار وظیفه اصلی رسانه‌های جمعی، مهم‌ترین و اصلی‌ترین وظیفه، خبررسانی یا اطلاع‌رسانی است. اما در کشور ما با وجود توسعه حرفه روزنامه‌نگاری به طور عام، سبک روزنامه‌نگاری و خبرنگاری تحقیقی در معنای خاص و کاربردی آن، به شکل حرفه‌ای و شایسته، مورد توجه قرار نگرفته است. این گونه روزنامه‌نگاری، که تلاشی را جهت مبارزه و افشای مفاسد اقتصادی، سیاسی و اداری در ساختارهای دولتی و خصوصی دنبال می‌کند، نقشی نظارتی را نیز در نظام‌های مردم‌سالار بر عهده دارد. برای نظام‌های دمکراتیک، چهار رکن کلی ذکر شده است که عبارت‌اند از: ۱. قانون اساسی؛ ۲. نظام پارلمانی (مجلس)؛ ۳. احزاب سیاسی؛ ۴. مطبوعات آزاد (خانیک، ۱۳۸۱).

مطبوعات آزاد، که چهارمین رکن مردم‌سالاری محسوب می‌شود، در سبک تحقیقی، با اصل قرار دادن منافع عمومی و ملی، به افشا و بیان خطاها و ناراستی‌ها می‌پردازد. این سبک

روزنامه‌نگاری/خبرنگاری، در واکنش به روزنامه‌نگاری پس از جنگ جهانی دوم، رشد کرد که با رویکردی توسعه‌محور فعال شده بود. در این سبک، با افشاگری فسادهای اقتصادی و سیاسی دولت‌ها و دستگاه‌های حکومتی، از خطاکاری‌ها و اموری که به صلاح و منفعت عموم جامعه نیست، جلوگیری می‌شود؛ به بیان دیگر، رسانه‌ها بر سازمان‌ها، ارگان‌ها و دستگاه‌های دولتی و خصوصی برای جلوگیری از فساد و پیگیری عدالت و منافع ملی و مردمی نظارت می‌کنند (بدیعی و قندی، ۱۳۸۳: ۲۹۹).

با وجود سابقه بیش از چهار قرن روزنامه‌نگاری و معرفی "روزنامه‌نگاری یا خبرنگاری تحقیقی" از اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی در جهان، متأسفانه در سازمان صداوسیما از زمان تأسیس آن (۱۳۳۷) تاکنون، این نوع از خبرنگاری، جایگاه مطالبه‌گرانه و استیضاح‌گونه خود را نیافته است. حال، مسئله اساسی اینجاست که چرا سازمان صداوسیما با در اختیار داشتن تمام ظرفیت‌های چهارگانه مدیریت رسانه (اعم از فیزیکی، فنی، انسانی و هنری) در بررسی و پرداختن به مفاسد اقتصادی، سیاسی، اداری و نظایر آن، منفعل یا به نسبت ناتوان مانده است؟

پیشینه پژوهش

با توجه به پژوهش‌های انجام‌شده در موضوع تحقیق، برخی پژوهش‌ها، مستقیم و یا غیر مستقیم، به بررسی نسبت صداوسیما/رسانه ملی و خبرنگاری تحقیقی پرداخته‌اند. نتایج نظرسنجی مرکز تحقیقات سازمان صداوسیما، در مورد مخاطبان اخبار، که در بهار ۱۳۹۹ انجام شده، نشان می‌دهد، تنها حدود ۴۱ درصد از پاسخگویان به اخبار صداوسیما در حد "خیلی زیاد" یا زیاد "اعتماد دارند و حدود ۴۴ درصد در حد "کم یا خیلی کم" اعتماد داشته‌اند و نزدیک به ۱۲ درصد نیز "اصلاً" اعتمادی به اخبار صداوسیما ندارند (مرکز تحقیقات صداوسیما، ۱۳۹۹). این آمار، افزون بر آنکه از کاهش شدید میزان اعتماد به اخبار صداوسیما حکایت دارد (بیش از ۵۶ درصد، بی‌اعتماد یا اعتماد کم و خیلی کم)، می‌تواند نشان‌دهنده تمایل مخاطبان به دریافت اخبار از رسانه‌های اجتماعی باشد. با این حال، پژوهش‌ها و یافته‌های مختلفی در حوزه روزنامه‌نگاری تحقیقی و اعتماد به صداوسیما راهگشای نگارش مقاله حاضر بوده که به برخی از مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است.

ساعی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان "موانع ساختاری و حرفه‌ای نظارت رسانه‌ای برکنش دولت در ایران" با روش کیفی (مصاحبه عمیق با روزنامه‌نگاران باتجربه و متخصصان روابط عمومی)، به این نتیجه رسیده که مهم‌ترین موانع فرهنگی در نظارت رسانه‌ای برکنش دولت در کشور، شامل "پنهان‌کاری و هراس از شفافیت در فرهنگ ایرانی، استقبال از تمجید و ستایش و هراس از انتقاد در میان ایرانیان" است. او مهم‌ترین موانع سیاسی را، شامل اسرارگرایی در رسانه بر اثر سایه سنگین سیاست، برخورد سیاسی با رسانه‌ها و کارکرد حزبی

رسانه‌ها و مدیریت رسانه‌ها توسط افراد سیاسی می‌داند. در این پژوهش مهم‌ترین موانع حقوقی و قانونی در نظارت رسانه‌ای بر کنش دولت شامل لزوم دریافت مجوز برای فعالیت‌های رسانه‌ای، گستردگی استثنائات و خطوط قرمز اطلاع‌رسانی، نبود یک تعریف روشن از جرم مطبوعاتی و مهم‌ترین موانع اقتصادی در این زمینه حضور دولت در اقتصاد رسانه، تطمیع خبرنگاران، نابرابری فضای رقابت بین رسانه‌های دولتی و غیردولتی است. همچنین مهم‌ترین موانع درون سازمان‌های دولتی شامل نگاه مالکانه سازمان‌های دولتی به اطلاعات سازمانی، بسته بودن جلسه‌های اداره‌های دولتی بر روی رسانه‌ها، تلقی هجمه‌گرایانه و میچ‌گیرانه مدیران سازمان‌ها از انتقاد رسانه‌ها و مهم‌ترین موانع درون رسانه‌ای شامل خودسانسوری رسانه‌ها، وجود افراد جوان و کم‌تجربه در رسانه‌ها، عدم آشنایی با روزنامه‌نگاری تحقیقی و غلبه رویکرد رویدادمحوری بر فرایندمحوری در رسانه‌ها بوده‌اند (ساعی، ۱۳۹۹: ۳۳).

به همین اعتبار و در پیوند با مسئله و پرسش مقاله حاضر، می‌توان به عنوان یک پیش‌فرض در نظر گرفت که سازمان صداوسیما نیز از برخی موانع درون رسانه‌ای شامل خودسانسوری، وجود افراد جوان و کم‌تجربه، غلبه رویندمحوری بر فرایندمحوری و به‌ویژه "عدم آشنایی با روزنامه‌نگاری تحقیقی" رنج می‌برد.

حسینی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان بررسی چرایی کاهش گرایش روزنامه‌نگاری تحقیقی ایران به گزارش تحقیقی (با تأکید بر ظهور رسانه‌های نوین ارتباطی) انجام داده است. این پژوهش، با روش مصاحبه با افراد مطلع و خبرنگاران روزنامه‌نگاری، و تأکید بر نقش ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی موبایلی، موانع شکل‌گیری گزارش تحقیقی و چرایی کاهش گرایش به این سبک از خبرنگاری را بررسی کرده است طبق نتایج به دست آمده از این پژوهش، کم‌رغبتی به گزارش‌های تحقیقی در بدنه روزنامه‌نگاری ایران، به دلیل هزینه سنگین تهیه این گزارش‌ها، محدودیت‌های حکومتی و نبود قوانین شفاف، مالکیت رسانه، رواج شبکه‌های اجتماعی موبایلی، میزان مهارت روزنامه‌نگاران و ظهور فناوری‌های نوین رسانه‌ای است که از مهم‌ترین عوامل و موانع شکل‌گیری و دلایل چرایی گرایش به سبک خبرنگاری تحقیقی نیز بوده است (حسینی، ۱۳۹۵).

بیلان (۱۳۹۳) نیز، در پژوهش خود با عنوان موانع و چالش‌های روزنامه‌نگاری تحقیقی در کردستان عراق، ضمن مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر از استادان روزنامه‌نگاری و روزنامه‌نگاران عراقی (۵ سردبیر، ۶ استاد و ۶ روزنامه‌نگار)، موانع اصلی روزنامه‌نگاری تحقیقی را در کردستان عراق بر شمرده است؛ که به ترتیب مهم‌ترین موارد عبارت از: عدم آشنایی روزنامه‌نگاران کردستان عراق با گزارش نویسی تحقیقی؛ مستقل نبودن مطبوعات، اهمیت ندادن به این شیوه روزنامه‌نگاری؛ و عدم حمایت مالی از روزنامه‌نگاری در کردستان عراق است (بیلان، ۱۳۹۳).

لامسی (۱۳۸۹) در پژوهش خود با عنوان موانع و چالش‌های شکل‌گیری روزنامه‌نگاری

تحقیقی در ایران، تلاش کرده مهم‌ترین چالش‌ها و موانع شکل‌گیری روزنامه‌نگاری تحقیقی را در ایران بررسی کند. یافته‌های این تحقیق، نشان می‌دهد روزنامه‌نگاری تحقیقی به عنوان یک سبک شناخته‌شده و معتبر جهانی، هنوز میان روزنامه‌نگاران و نیز مدیران روزنامه‌های ایران شناخته‌شده نیست؛ شاید همین امر یکی از اصلی‌ترین موانع شکل‌گیری این سبک در روزنامه‌نگاری ایران باشد تا زمانی که قوانین، حق دسترسی آزاد به اطلاعات و نیز حق انتشار آزاد اطلاعات را برای روزنامه‌نگاران به رسمیت نشناسند، آنچه به عنوان گزارش تحقیقی منتشر می‌شود، تنها چیزی شبیه به گزارش تحقیقی خواهد بود و با استانداردها و معیارهای جهانی فاصله خواهد داشت. از سایر موارد به دست آمده، تأثیر آموزش‌های دانشگاهی بی‌تأثیر نبوده و به نظر می‌رسد تعداد بیشتری از دانش‌آموختگان به مشاغل دیگری بعد از فارغ‌التحصیلی می‌پردازند و از آن طرف، روزنامه‌نگارانی که با رشته‌های غیر مرتبط روزنامه‌نگاری می‌کنند، به همین دلیل، با این نوع از خبرنگاری آشنایی نداشته و تمایلی نیز به آن ندارند (لالمی، ۱۳۸۹).

بصیریان جهرمی (۱۳۸۷) در پژوهش خود با عنوان بررسی مقایسه‌ای میزان اعتماد به اخبار سیما و اخبار و وبسایت‌های خبری و عوامل مؤثر بر آن، به این نتیجه می‌رسد که سازمان صداوسیما، با وجود ظرفیت‌های فراوان، برای جلب اعتماد رسانه‌ای مخاطبان نخبه (دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های شهر تهران)، اهتمام کافی نداشته است. یافته‌های این تحقیق، نشان می‌دهد که میزان سانسور و سوگیری اخبار، با اعتماد مخاطبان، نسبت معکوس و با صحت و جامعیت آن، نسبت مستقیم داشته است. همچنین در دنیایی که میزان اعتماد به رسانه‌های جمعی، به طور کلی، رو به افول است (بیکر و بارلو، ۲۰۰۷: ۵) رسانه‌های جایگزین و در کل، رسانه‌های مبتنی بر اینترنت^۲ (به دلایل مختلفی که نتایج این مقاله نیز آن را تأیید کرده‌اند) از قابلیت بیشتری برای روزنامه‌نگاری/خبرنگاری تحقیقی برخوردارند (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۷: ۱۳۰).

با این حال، او پیشنهاد کرده است که دلایل اعتماد مخاطبان نخبه به تارنما‌های خبری فارسی‌زبان، نظیر بی‌بی‌سی فارسی که از لحاظ میزان مراجعه و اعتماد در مقایسه با سایر بخش‌های خبری صداوسیما عملکرد بهتری داشته است، مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۹: ۵۶). همچنین در پژوهش دیگری با عنوان "بررسی تطبیقی چگونگی به کارگیری نرم‌خبرها: مطالعه موردی بخش‌های خبری ۲۰:۳۰ شبکه دو سیما و ۶۰ دقیقه تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی"، به نحوه به کارگیری نرم‌خبرها^۳ و روزنامه‌نگاری روایتی^۴، به عنوان دو حوزه کمک‌کننده به روزنامه‌نگاری تحقیقی اشاره شده است (بصیریان جهرمی و فهیم‌دانش، ۱۳۹۴: ۱۲۳).

1. Bakir & Barlow
2. Internet based media
3. Soft news
4. Narrative Journalism

هوگو دی برگ (۲۰۰۰) کتاب روزنامه‌نگاری تحقیقاتی: مفهوم و ممارست^۱ را نگاشته است. این کتاب از مهم‌ترین منابعی است که درباره روزنامه‌نگاری تحقیقی در جهان منتشر شده است. نویسنده، در بخش‌های مختلف، موضوع روزنامه‌نگاری تحقیقی را مورد بررسی قرار داده است. از امتیازهای این کتاب، این است که نویسنده گزیده‌ای کامل و مجزا را از مهم‌ترین تعاریفی که تا کنون در زمینه روزنامه‌نگاری تحقیقی در دنیا ارائه شده، یک‌جا گردآوری کرده است. این کتاب، بارها تجدید چاپ شده و در آخرین نسخه آن بخش‌هایی با موضوع گزارش‌های تحقیقی در رادیو و تلویزیون افزوده شده است. نویسنده این کتاب از برجسته‌ترین محققان روزنامه‌نگاری تحقیقی است. این اثر، بعدها دستمایه پل برادشو^۲ در نگارش کتاب روزنامه‌نگاری تحقیقی در ایالات متحده شده است.

دیوید اندرسون و پیتر بنجامینسون^۳ (۱۹۷۶) نیز کتاب گزارش نویسی تحقیقی^۴ را منتشر کرده‌اند. این کتاب منبع مهمی در تحقیقات مرتبط با حوزه روزنامه‌نگاری تحقیقی است و در بسیاری از مقاله‌ها و پایان‌نامه‌ها مورد استفاده قرار گرفته است و همچنان یکی از معتبرترین منابع موجود در این حوزه به شمار می‌آید که مرجع محققان بسیاری بوده است.

بر این مبنا، می‌توان گفت که روزنامه‌نگاری و خبرنگاری تحقیقی، در رسانه‌های جمعی سراسر جهان جایگاه برجسته‌ای را به خود اختصاص داده و نشان‌دهنده یک شکل مؤثر از کنترل اجتماعی بر قدرت و نهادهای رسمی در یک جامعه مدنی است. در بررسی پیشینه‌های این موضوع، می‌توان هدف کشف و یا افشای عمومی اطلاعات پنهان را، در مورد تخلف از هر نوع مشاهده کرد. بنابراین موضوع تحقیق، واقعیت‌های تخلف از معیارهای مختلف قانونی و اخلاقی اجتماعی و قوانین است که متخلفان به طور عمدی از عموم مردم پنهان می‌کنند. خبرنگاران تحقیقی، درباره فعالیت برخی افراد، سازمان‌ها و ساختارهای مسئول این تخلفات تحقیق می‌کنند. «اغلب گفته می‌شود که روزنامه‌نگاری اولین پیش‌نویس تاریخ خشن است. در مقابل، روزنامه‌نگاری تحقیقاتی اولین پیش‌نویس خشن قانون را ارائه می‌دهد.» (دی برگ ۲۰۰۴؛ به نقل از بندورسکی و حالا^۵، ۲۰۱۰: ۷۲).

این گفته هوگو دی برگ، شاید، هدف اصلی روزنامه‌نگاری/خبرنگاری تحقیقی را منعکس می‌کند که فقط آگاهی دادن به جامعه نیست که اتفاقی در جایی رخ داده است، بلکه عمیق‌تر از آن است؛ سعی می‌شود مفاسدی را کشف کند، که وسعت تأثیرگذاری آن‌ها می‌تواند منجر به ناهنجاری‌های بزرگی برای عدم دستیابی به ارزش‌های اجتماعی بالاتر برای رسیدن به

1. *Investigative Journalism: Context and Practice*
2. Paul Bradshaw
3. David Anderson & Peter Benjaminson
4. *Investigative Reporting*
5. Bandurski & Hala

یک جامعه مدنی سالم شوند (نقل در فرقانی، ۱۳۸۶). این تحقیق‌ها ممکن است منجر به تصمیم‌گیری‌های مهم مقام‌ها یا تجدید نظر در قوانین موجود شوند.

تعریف مفاهیم

در ادامه، برخی از مهم‌ترین واژگان و مفاهیمی که در این مقاله مطرح شده، تشریح و در مورد دیدگاه نویسندگان نسبت به آن‌ها توضیحاتی ارائه شده است.

صداوسیما (رسانه ملی)

سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (رسانه ملی) همان گونه که از نام آن برمی‌آید، از دو بخش رادیو و تلویزیون تشکیل شده است. دو بخشی که در ابتدا، به طور مجزا تأسیس شد و به فعالیت پرداختند. البته، رادیو از قدمت بیشتری نسبت به تلویزیون برخوردار است. در سال ۱۳۵۰، زمینه برای ادغام رادیو ایران و سازمان تلویزیون ملی ایران فراهم شد و واحدی با نام سازمان «رادیو تلویزیون ملی ایران» به طور رسمی، آغاز به کار کرد. در جریان انقلاب اسلامی، سازمان رادیو و تلویزیون ایران از نخستین پایگاه‌هایی بود که به دست نیروهای انقلاب افتاد و پس از پیروزی انقلاب، در ۲۲ بهمن ۱۳۵۷، به "سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران" تغییر نام یافت. رهبر انقلاب، امام خمینی (ره) نیز در همان نخستین روزهای پس از پیروزی انقلاب، صداوسیما را یک "دانشگاه عمومی" نامید و همین عنوان بار سنگینی از مسئولیت را بر عهده مدیران و کارکنان این نهاد فرهنگی قرار داد. "رسانه ملی" نیز، تعبیری است که مقام معظم رهبری، در سال‌های اخیر، با توجه به ویژگی‌ها و رسالت این سازمان به آن اطلاق کرده‌اند.

روزنامه‌نگاری تحقیقی

تحقیقات هیوات، نشان می‌دهد که برای داشتن طیف وسیعی از مخاطب، باید به موضوع‌هایی پرداخت که نه تنها با زندگی روزانه مردم گره خورده‌اند، بلکه آمار و ارقام درست و حقایق را فاش می‌کنند که معمولاً به ندرت در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد؛ این ممکن نخواهد بود، مگر با تکیه بر تقویت "خبرنگاری تحقیقی" (دی برگ، ۲۰۰۰: ۴۸).

در روزنامه‌نگاری/خبرنگاری تحقیقی، گزارشگران با رویکردی عمقی موضوعات مختلف را به صورت تحقیقی و بر مبنای اطلاعات و آمار، مستندات دقیق و اغلب ناگفته‌هایی که مسئولان سعی در پنهان کردن آن دارند دنبال کرده و نتایج را در قالب یک گزارش تحقیقی در رسانه، مجله‌ها یا کتابی بر آمده از تحقیقات روزنامه‌نگاری منتشر می‌کنند. نتایج تحقیقات روزنامه‌نگاران/خبرنگاران تحقیقی در این شیوه، در بیشتر موارد منجر به جریان‌های جنجال‌برانگیز خبری در جوامع می‌شود.

به دلیل اینکه در این نوع از روزنامه‌نگاری/خبرنگاری، حقایق پشت پرده افشا می‌شوند و این امر موجب رسوایی سیاست‌مداران، مسئولان و سایر شخصیت‌ها می‌شود، این روش روزنامه‌نگاری/خبرنگاری به روش افشای اقتضاحات نیز شهرت دارد (بدیعی و قندی، ۱۳۸۳: ۲۹۹).

به تعبیر دیگر، کشف حقایق یا پرده برداشتن از رویدادها، فسادها با جست‌وجوگری، حرف اول را در خبرنگاری تحقیقی می‌زند (رضائیان، ۱۳۹۵). با این توضیح می‌توان گفت روزنامه‌نگاری/خبرنگاری تحقیقی از کنار هم گذاشتن یافته‌ها و اطلاعات دیگران نوشته نمی‌شود؛ بلکه این نوع روزنامه‌نگاری/خبرنگاری، شامل تحقیقات ویژه است که روزنامه‌نگار/خبرنگار، اطلاعات آن را از مصاحبه‌های گسترده و ترکیب و کنار هم گذاشتن اسناد و نکته‌ها و شواهد به دست می‌آورد (پیلگر، ۲۰۰۵: ۶۵). در بسیاری از موارد، نتیجه‌ها و اصالت آن‌ها از کشف طرح‌ها و ربط دادن چیزهایی حاصل می‌شود که معمولاً هیچ‌کس تاکنون، به آن‌ها توجهی نکرده است (رنдал، ۱۳۸۲: ۱۸۴).

ادبیات نظری

مسئولیت‌پذیری اجتماعی و خبرنگاری تحقیقی

مسئولیت اجتماعی، مفهوم به نسبت جدیدی است که در ادبیات سازمان‌های خدماتی، اقتصادی و رسانه‌ای شکل گرفته است و از دهه ۱۹۸۰ به بعد، آثار آن را می‌توان در سازمان‌های دولتی و خصوصی مشاهده کرد؛ اما تنها سازمانی که بیشترین تأثیر را در حوزه مسئولیت اجتماعی ایفاء کرده است، رسانه‌ها بوده‌اند. زیرا رسانه‌ها، حلقه‌ی رابط بین جامعه و سازمان‌ها، یا مردم با مردم هستند. امروزه سازمان‌ها، برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان و سازمان‌های رسانه‌ای، برای جذب بیشتر مخاطب در حوزه مسئولیت اجتماعی برنامه‌ریزی می‌کنند. همه سازمان‌ها، هم در برابر کارکنان خود و هم در برابر جامعه، مسئولیت دارند. مسئولیت اجتماعی، مفهومی فراتر از قانون است و به نقش سازمان‌ها در بهتر شدن جامعه مربوط است. رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم، مدل پاسخگویی را در سازمان‌ها نهادینه می‌کنند و این مدل، زمینه مطالبه را فراهم می‌سازد؛ این روش، موجب تسریع فرایندها، در فعالیت‌ها می‌شود. سازمان‌هایی که نوگرا باشند از این طرح استقبال می‌کنند و سازمان‌هایی که در گذشته سیر می‌کنند، خود را پاسخگو و مسئول نمی‌بینند. بر این اساس رسانه‌های جمعی، تا حدی مسئولیت ساخت و رشد اجتماعی را، بر اساس پایبندی به حقوق دیگران پذیرفته‌اند؛ بنابراین، آزادی شامل حجم زیادی از مسئولیت اجتماعی است و بر این اساس آزادی، حقی مشروط به مسئولیت‌هاست که انسان در قبال خود و جامعه به آن همت می‌گمارد.

طبق نظریه مسئولیت‌پذیری اجتماعی^۱، رسانه‌ها حق دارند از سازمان‌های مختلف انتقاد کنند و آن‌ها را به چالش بکشند، اما خود نیز، در برابر منافع و نیازهای جامعه مسئول‌اند و باید

1. Pilger

2. Social Responsibility Theory

پاسخگو باشند؛ چراکه با اشتباه آن‌ها افکار عمومی نیز مرتکب خطا می‌شود. به این موضوع، نظریه مسئولیت اجتماعی می‌گویند، نظریه‌ای که با پیش کشیدن این موضوع، میان آزادی و مسئولیت رسانه‌ها، پیوند برقرار کرده است. این نظریه، بیشتر یک نقد اجتماعی و اخلاقی از عملکرد رسانه‌ها، به‌ویژه پیروی از الگوی لیبرالی یا آزاد منش است. نکته محوری در نظریه مسئولیت اجتماعی، اخلاقی و حرفه‌ای عمل کردن رسانه‌ها و پرهیز از غلبه و سلطه اهداف و منافع تجاری بر کار رسانه است (دهقان، ۱۳۹۱). در این نظریه، اصل بر ایجاد پیوند میان "استقلال و آزادی رسانه‌ها" و "وظایف و مسئولیت اجتماعی" آن‌هاست که تأکید می‌کند، رسانه‌ها باید در عین پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان، در برابر فعالیت‌های خود، مسئولیت نیز داشته باشند و وظایف اجتماعی خود را محدود به گیرندگان پیام یا مالکان رسانه‌ها ندانند. مضمون اصلی این نظریه، این است که آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و همان گونه که رسانه‌ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۳۵).

مدافعان نظریه مسئولیت اجتماعی، معتقدند که تحقق این نظریه باعث می‌شود، بین سه اصل به ظاهر ناسازگار آزادی فردی و آزادی رسانه‌ها از یک سو و تعهد رسانه‌ها در برابر جامعه از سوی دیگر، سازگاری ایجاد شده و برای مقابله با تعارض‌های نظریه مطبوعات آزاد در عرصه تجربی، راه حل مناسب پیدا شود (معتد نژاد، ۱۳۸۶: ۲۸۱). از دیدگاه مدافعان نظریه مسئولیت اجتماعی، برای رویارویی با تعارض‌های نظریه مطبوعات آزاد، این دو راه حل از اهمیت خاصی برخوردارند:

۱. توجه به توسعه نهادهای عمومی و مستقل، برای اداره مؤسسه‌های رادیویی و تلویزیونی، به تأمین عینی‌گرایی و حفظ استقلال آن‌ها در برابر دولت و مؤسسه‌های تجاری و ایفای وظایف خاص این رسانه‌ها در برابر جامعه کمک می‌کند و زمینه‌های توسعه بیشتر نظریه مسئولیت اجتماعی را فراهم می‌سازد.
۲. حمایت از توسعه حرفه‌ای‌گرایی مطبوعات و رسانه‌های دیگر، از طریق ارتقاء کیفی استانداردهای عملی روزنامه‌نگاری/خبرنگاری و پیشبرد "خودساماندهی" فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران/خبرنگاران، مسئولیت اجتماعی مورد نظر را تقویت می‌کند (همان: ۲۸۱-۸۲).

مک‌کوایل، اصول اساسی نظریه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را، در این می‌داند که رسانه‌ها باید برخی تعهدات و وظایف را در برابر جامعه بپذیرند و آن‌ها را انجام دهند. برای تحقق این تعهدات، باید به استانداردهای حرفه‌ای خبری مانند حقیقت، صحت، عینیت و توازن توجه فراوانی معطوف شود. همچنین، رسانه‌ها با پذیرش و ایفای تعهدات مورد نظر، باید به خودانضباطی حرفه‌ای خویش در چارچوب قوانین و نهادهای موجود پردازند. رسانه‌ها

باید از آنچه ممکن است به جنایت، خشونت یا بی‌نظمی در کشور یا هتک حرمت گروه‌های اقلیت منجر شود، پرهیز کنند. رسانه‌ها به عنوان یک مجموعه کلی، باید کثرت‌گرا باشند و با ایجاد امکان دسترسی به دیدگاه‌های مختلف و تأمین حق جواب، انعکاس‌دهندهٔ تعدد و تنوع اندیشه‌ها در جامعه باشند. جامعه و مخاطبان رسانه‌ها، با توجه به تعهدات و وظایف اجتماعی مورد نظر، حق دارند خواستار رعایت استانداردهای عالی حرفه‌ای در فعالیت‌های روزنامه‌نگاری باشند و در صورت لزوم، برای تأمین و تضمین منافع و مصالح عمومی در این زمینه، مداخله کنند. روزنامه‌نگاران و همکاران حرفه‌ای رسانه‌ها، باید در برابر جامعه و همچنین کارفرمایان خود و بازار، پاسخگو باشند (مک‌کوایل، ۱۳۸۲: ۱۷۱).

می‌توان گفت از منظر مسئولیت اجتماعی، کارگزاران رسانه‌ای همواره در برابر تولید، توزیع و نشر اطلاعات و دیگر فعالیت‌های ارتباطی، فقط در مقابل سازمان و نظام مدیریتی حاکم بر آن پاسخگو نیستند، بلکه می‌بایست در برابر کلیه مراجعان، بهره‌مندان و ذینفعان سازمان و در نهایت مخاطبان نیز چنین باشند.

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر، با توجه به هدف (شناسایی موانع و چالش‌های خبرنگاری تحقیقی در سازمان صداوسیما) و پرسش اصلی (موانع و چالش‌های خبرنگاری تحقیقی در سازمان صداوسیما کدام‌اند؟) در دو مرحله انجام شده است. در گام نخست، ادبیات تجربی و نظری موجود مورد بررسی قرار گرفته است. در این گام، کوشش شد تا مرتبط‌ترین پژوهش‌های منتشر شده در حوزه خبرنگاری تحقیقی مطالعه شوند. در گام دوم، پس از مطالعهٔ ادبیات تجربی و نظری موجود، مصاحبه با پنج‌گانه رسانه در دستور کار قرار گرفت و در نهایت پنج عامل اصلی مؤثر بر ناتوانی سازمان صداوسیما، در توسعهٔ خبرنگاری تحقیقی استخراج شدند.

جامعه آماری شامل صاحب‌نظران و کارشناسان مدیریت رسانه، مدیران شبکه‌های تلویزیونی، مدیران ارشد سازمان صداوسیما و به طور کل، کلیه افرادی بوده که در حوزه رسانه و خبرنگاری تحقیقی صاحب‌نظر بوده‌اند. کارولاین بویس^۱ و پالنا نیل^۲ در تعریف مصاحبه می‌نویسند:

مصاحبه یک تکنیک تحقیق کیفی است که شامل انجام مصاحبه‌های شخصی، عمیق، متمرکز و فشرده است. از دیدگاه‌های پاسخگویان به منظور ارزیابی ایده‌ها، برنامه‌ها و موقعیت‌های معین استفاده می‌شود. برای مثال، ما با استفاده از روش مصاحبه می‌توانیم از مشارکت‌کنندگان، دست‌اندرکاران و افراد مرتبط با یک طرح یا برنامه درباره تجربه‌ها و انتظارات آنها نسبت به این برنامه، نظرات و دغدغه‌های آنها را درباره عملکرد، فرایند و نتایج برنامه و با تغییر و تحولاتی که در حین کار ایجاد شده است، جويا شویم (بویس و نیل، ۲۰۰۶: ۳).

1. Carolyn Boyce
2. Palena Neale

برای رسیدن به جامعه نمونه، ویژگی‌هایی تعریف شده که افراد واجد آن ویژگی، برای انجام مصاحبه انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری، به صورت هدفمند بوده و ۳۰ نفر از پاسخگویان، استادان دانشگاه، مدیران ارشد خبر، سردبیران و خبرنگارانی بودند که بیش از ۱۰ سال سابقه کار حرفه‌ای دارند. انتخاب این افراد، مبتنی بر احراز شایستگی‌هایی بوده است که خلاصه آن در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. ویژگی‌های مورد نظر برای انتخاب خبرگان در پژوهش

ویژگی	توضیحات
سوابق آموزشی	داشتن تحصیلات مرتبط با حوزه مدیریت رسانه و ارتباطات با گرایش خبرنگاری تحقیقی
سوابق اجرایی	داشتن سابقه کاری در زمینه خبر، مدیریت صداوسیما و یا سابقه کاری در سازمان صداوسیما
سوابق پژوهشی	سابقه پژوهشی در زمینه خبرنگاری تحقیقی، مدیریت رسانه، مشاوره مدیران سازمان صداوسیما

نوع انتخاب خبرگان در پژوهش حاضر، مبتنی بر هدف یا نظری بوده است. زیرا افرادی به عنوان مشارکت‌کننده انتخاب شده‌اند که پدیده مورد نظر را مطالعه کرده یا دیدگاه‌های خاصی درباره آن دارند؛ پس از تحلیل هر مصاحبه، با مشخص شدن نقاط مبهم یا ضعف الگو و مقوله‌ها، نفر بعدی، با توجه به تخصص مورد نیاز برای رفع و اصلاح نقاط ابهام یا ضعف انتخاب شد. مصاحبه‌ها به شیوه نیمه ساختاریافته بوده و تحلیل مصاحبه‌ها نیز، با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا^۱ و بر مبنای الگوی کینگ^۲ (۲۰۱۰) انجام شده است.

در گام بعد، برای دستیابی به اولویت تأثیرگذاری هر یک از مؤلفه‌های استخراج‌شده در گام قبل، از مدل تصمیم‌گیری چندمعیاره و نرم‌افزار فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی^۳ استفاده شده است؛ در رویکرد تصمیم‌گیری که در آن، انتخاب یک راهکار از بین راهکارهای موجود و یا اولویت‌بندی راهکارها مطرح است، انتخاب بهترین پیشنهاد/تصمیم با معیارهای چندگانه انجام می‌شود (قدسی‌پور، ۱۳۹۷: ۵۶). در این گونه تصمیم‌گیری‌ها، چندین شاخص یا هدف در نظر گرفته می‌شوند که گاه با هم متضاد هستند. اگر در تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه، منظور از معیار، شاخص باشد، آن را به نام تصمیم‌گیری با شاخص‌های چندگانه می‌شناسند و اگر منظور از معیارهای چندگانه، هدف باشد، به آن تصمیم‌گیری با اهداف چندگانه گویند (مهرگان، ۱۳۹۵: ۱۴). یکی از نخستین روش‌های تصمیم‌گیری با شاخص‌های چندگانه، روش تحلیل سلسله‌مراتبی است که بیش از سایر روش‌ها، در علم مدیریت مورد استفاده قرار گرفته است.

1. MAXQDA
2. King
3. Analytic Hierarchy Process (AHP)

در این تحقیق نیز، که با رویکرد مدیریت رسانه‌ای به انجام رسیده، برای شناسایی روابط و تعیین اولویت شاخص‌های تحقیق حاضر از مدل‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره و مدل AHP استفاده شده است. از این رو، پرسشنامه مرتبط با این عوامل، طراحی شده و در اختیار ۱۰ نفر از خبره‌ترین افراد این حوزه قرار داده شده است. نمونه‌گیری در این گام، به صورت هدفمند و جمعیت پاسخگو نیز، خبرگانی بوده‌اند که در حوزه مدیریت دانش و رسانه صاحب‌نظر یا دارای تجربه قابل توجه بوده‌اند. در نهایت با بهره‌گیری از تحلیل سلسله‌مراتبی و از طریق نرم‌افزار AHP، این متغیرها اولویت‌بندی شده‌اند.

یافته‌های پژوهش

تعیین اولویت عناصر مدل با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)

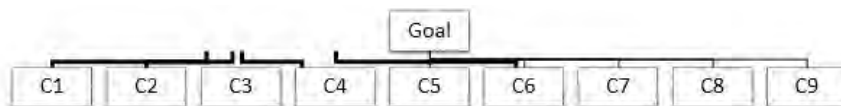
در گام نخست، مؤلفه‌های اصلی و زیرمعیارهای اولویت‌بندی شده عبارت‌اند از:

- فضای بسته سیاسی؛
- فقدان امنیت شغلی خبرنگاران در ساختار کنونی سازمان صداوسیما؛
- خبرنگاری وابسته به دولت/ حاکمیت؛
- رشد فضای خبرنگار-سلبریتی؛
- کاهش آموزش و سواد خبرنگاری در سازمان.

مؤلفه‌های تحقیق، با اندیس عددی، به صورت جدول ۲ نامگذاری شده‌اند تا در جریان تحقیق به‌سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشد. در این راستا، برای تعیین وزن معیارها و شاخص‌های مدل از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی استفاده شده است. الگوی سلسله‌مراتبی (از طریق نرم‌افزار AHP) نیز، در نمودار ۱ ترسیم شده است.

جدول ۲. معیارها و زیرمعیارها

نماد	معیارهای اصلی
C1	فضای بسته سیاسی
C2	فقدان امنیت شغلی خبرنگاران در ساختار کنونی سازمان صداوسیما
C3	خبرنگاری وابسته به دولت/ حاکمیت
C4	رشد فضای خبرنگار - سلبریتی
C5	کاهش آموزش و سواد خبرنگاری



نمودار ۱. نمایش سلسله‌مراتبی معیارها و زیرمعیارها

تعیین اولویت معیارهای اصلی بر اساس هدف

برای انجام تحلیل سلسله‌مراتبی، نخست معیارهای اصلی، بر اساس هدف، به صورت زوجی مقایسه شده‌اند. تکنیک AHP یک تکنیک رتبه‌بندی است و رتبه‌بندی در این تکنیک، بر اساس مقایسه‌های زوجی صورت می‌گیرد. مقایسه زوجی بسیار ساده است و تمام عناصر هر خوشه، باید به صورت دوجه‌دو مقایسه شوند. بنابراین اگر در یک خوشه n عنصر وجود داشته باشد $\frac{n(n-1)}{2}$ مقایسه صورت خواهد گرفت. چون پنج معیار وجود دارد، بنابراین تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر است با:

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{5(5-1)}{2} = 10$$

بنابراین، مقایسه‌های زوجی از دیدگاه گروهی از خبرگان انجام شد و با استفاده از تکنیک میانگین هندسی، دیدگاه آنها جمع شده است. ماتریس مقایسه زوجی، حاصل از تجمیع دیدگاه خبرگان، در جدول ۳ آمده است.

جدول ۳. ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی

میانگین هندسی	کارشناس ۱۰	کارشناس ۹	کارشناس ۸	کارشناس ۷	کارشناس ۶	کارشناس ۵	کارشناس ۴	کارشناس ۳	کارشناس ۲	کارشناس ۱	مقایسه‌های زوجی
۰/۲۶	۱/۵	۱/۳	۱/۳	۱/۵	۱/۴	۱	۱/۵	۱/۷	۱/۳	۱/۵	C1-C2
۲/۷۵	۱	۴	۳	۴	۲	۳	۵	۴	۳	۲	C1-C3
۴/۳۸	۴	۵	۵	۴	۴	۴	۵	۳	۴	۵	C1-C4
۲/۹۰	۶	۱	۳	۱	۷	۲	۳	۴	۵	۴	C1-C5
۴/۲۶	۷	۴	۴	۳	۴	۵	۳	۴	۵	۷	C2-C3
۳/۸۱	۴	۴	۴	۴	۲	۳	۵	۴	۴	۵	C2-C4

۳/۵۶	۲	۳	۴	۴	۵	۴	۲	۳	۵	۴	C2-C5
۳/۸۵	۴	۳	۴	۵	۴	۳	۴	۵	۳	۴	C3-C4
۴/۱۹	۴	۴	۳	۶	۵	۴	۴	۴	۵	۳	C3-C5
۰/۶۲	۵	۴	۱/۵	۱/۷	۱/۵	۱/۴	۱	۱/۵	۱/۷	۳	C4-C5

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ۱۰ کارشناس به صورت زوجی، مؤلفه‌های پنج‌گانه را مقایسه کرده‌اند. برای مثال در جدول ۳ کارشناس ۱، در مقایسه زوجی معیارهای C1 و C2 عدد ۱/۵ را انتخاب کرده است. با توجه به شرط معکوس^۱، معنای عدد ۱/۵ این است که به نظر کارشناس اول، مؤلفه C2 بر معیار C1 خیلی مرجح است. پس از گردآوری نظرهای کارشناسان، برای تجمیع آن‌ها از تکنیک میانگین هندسی استفاده شد. برای انجام تحلیل سلسله‌مراتبی، نخست مؤلفه‌های اصلی، بر اساس هدف، به صورت زوجی مقایسه شده‌اند. برای این منظور از نظر گروهی خبرگان استفاده شده است و با استفاده از تکنیک میانگین هندسی و نرمال‌سازی مقادیر به دست آمده، بردار ویژه محاسبه شده است. در ماتریس مقایسه زوجی حاصل از تجمیع دیدگاه خبرگان، با تقسیم میانگین هندسی هر سطر، بر مجموع میانگین هندسی سطرها، مقدار وزن نرمال به دست می‌آید که به آن "بردار ویژه" نیز گفته می‌شود. خلاصه نتایج در جدول ۴ آمده است؛

جدول ۴. ماتریس مقایسه زوجی مؤلفه‌های اصلی

معیارها	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	میانگین هندسی	بردار ویژه
C1	۱/۰۰	۰/۲۶	۲/۷۵	۴/۳۸	۲/۹۰	۴/۲۳	۳/۴۹	۳/۱۹	۳/۵۶	۲/۲۵	۰/۲۱۱
C2	۳/۹۱	۱/۰۰	۴/۲۶	۳/۸۱	۳/۵۶	۰/۷۵	۰/۹۲	۳/۶۳	۳/۸۸	۲/۳۵	۰/۲۲۱
C3	۰/۳۶	۰/۲۳	۱/۰۰	۳/۸۵	۴/۱۹	۲/۹۹	۴/۱۴	۳/۸۱	۳/۵۶	۱/۸۳	۰/۱۷۲
C4	۰/۲۳	۰/۲۶	۰/۲۶	۱/۰۰	۰/۶۲	۰/۶۸	۰/۶۳	۰/۶۸	۰/۶۸	۰/۵۰	۰/۰۴۷
C5	۰/۳۵	۰/۲۸	۰/۲۴	۰/۲۴	۱/۰۰	۳/۴۵	۰/۹۳	۰/۷۸	۰/۶۳	۰/۷۳	۰/۰۶۹

بر اساس نتایج جدول ۴، بردار ویژه اولویت مؤلفه‌های اصلی به صورت W1 خواهد بود.

۱. شرط معکوس: اگر ترجیح عنصر A بر عنصر B برابر n باشد ترجیح عنصر B بر عنصر A برابر 1/n خواهد بود.

بر اساس بردار ویژه به دست آمده:

$$W_1 = \begin{pmatrix} 0/211 \\ 0/221 \\ 0/172 \\ 0/047 \\ 0/069 \end{pmatrix}$$

فضای بسته سیاسی، با وزن نرمال شده ۰/۲۲۱ در اولویت اول قرار دارد. فقدان امنیت شغلی خبرنگاران (در ساختار کنونی صداوسیما)، با وزن نرمال شده ۰/۲۱۱ در اولویت دوم قرار دارد.

خبرنگاری وابسته به دولت / حاکمیت، با وزن نرمال شده ۰/۱۷۲ در اولویت سوم قرار دارد. رشد فضای خبرنگار - سلبریتی، با وزن نرمال شده ۰/۰۹۷ در اولویت چهارم قرار دارد. کاهش آموزش و سواد خبرنگاری، با وزن نرمال شده ۰/۰۷۰ در اولویت پنجم قرار دارد.

محاسبه نرخ ناسازگاری

در روش تحلیل سلسله مراتبی، باید آزمون سازگاری روی تصمیم گیرندگان و خبرگانی انجام شود که نظر خود را اعلام کرده اند. این آزمون، بر اساس نسبت های سازگاری ماتریس مقایسه ای انجام می گیرد. CR یک زوج ماتریس مقایسه ای، با نسبت درجه سازگاری آن به مقدار تصادفی مربوطه برابر است. اگر ماتریس مقایسات زوجی، در بردار ستونی "وزن نسبی" ضرب شود، بردار مجموع وزنی به دست می آید.

$$AW_1 = (1 \times 0/211) + (0/26 \times 0/221) + (2/75 \times 0/172) + (4/38 \times 0/047) + (2/90 \times 0/069) = 2/183$$

$$AW_2 = 2/81$$

$$AW_3 = 1/76$$

$$AW_4 = 0/40$$

$$AW_5 = 0/68$$

محاسبه بردار سازگاری^۱

برای محاسبه بردار سازگاری، عناصر بردار مجموع وزنی را، بر بردار اولویت نسبی تقسیم می کنیم.

$$AW_1 \div W_1 = 10/32$$

$$AW_2 \div W_2 = 12/71$$

$$AW_r \div W_r = 10/24$$

$$AW_r \div W_r = 8/49$$

$$AW_\Delta \div W_\Delta = 9/97$$

محاسبه Max λ

میانگین عناصر بردار سازگاری Max λ را به دست می دهد.

$$\lambda = \frac{(10/32 + 12/71 + 10/24 + 8/49 + 9/97)}{9} = 9/57$$

محاسبه شاخص سازگاری (CI)

شاخص سازگاری به صورت زیر تعریف می شود.

$$CI = \frac{\lambda_{Max}}{n_1}$$

$$CI = \frac{9/57 \cdot 9}{8} = 0/07$$

نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده، 0/07 به دست آمده که کوچک‌تر از 0/1 است، بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد. در نهایت پنج عامل را که بیشترین رتبه را داشتند، می‌توان مهم‌ترین متغیرهای تاثیرگذار دانست. این عوامل عبارت‌اند از:

1. فضای بسته سیاسی؛
2. فقدان امنیت شغلی خبرنگاران (در ساختار کنونی سازمان صداوسیما)؛
3. خبرنگاری وابسته به دولت / حاکمیت؛
4. رشد فضای خبرنگار - سلبریتی؛
5. کاهش آموزش و سواد حرفه‌ای خبرنگاری در سازمان.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف بررسی موانع و چالش‌های شکل‌گیری خبرنگاری تحقیقی در صداوسیما انجام شده است. در پیوند با نظریه‌های دروازه‌بانی خبر و مسئولیت‌پذیری اجتماعی و یافته‌های حاصل از مصاحبه با صاحب‌نظران عامل نخست، یعنی فضای بسته سیاسی، بیشترین وزن را، بین موانع و چالش‌های فعلی سازمان صداوسیما و پرداختن به خبرنگاری تحقیقی داشته است. متغیرهایی همچون حاکمیتی بودن این سازمان و ساختار متصلب معاونت سیاسی، زیرمقوله‌های آن تلقی می‌شوند. همچنین از آنجا که شیوه استخدام منابع انسانی سازمان صداوسیما، در الگوی شغلی "خبرنگار"، به گونه‌ای است که آن‌ها ثبات و امنیت شغلی لازم را

1. به دلیل نوع برخی از قراردادهای شغلی که بیشتر به شکل پروژه‌ای، خرید خدمات و به هر حال کوتاه‌مدت هستند.

ندارند، دچار هم‌رنگی محافظه‌کارانه و حتی همزیستی ناخواسته با اخباری می‌شوند که حاشیه امن یا ریسک و خطرپذیری خبری کمتری دارند.

در پیوند با مؤلفه سوم (خبرنگاری وابسته به دولت)، از منظر اقتصاد سیاسی، توانمندی سازمان، برای دنبال کردن سوژه‌های مرتبط با سوء مدیریت دولت، به دلیل مسائل مربوط به ردیف بودجه، با احتیاط برون‌سازمانی و لابی‌های دولتی همراه است. به بیان بهتر، حتی خبرنگاران، در یافتن مستندات حساس (غیر محرمانه) از طریق کانال‌های میان‌فردی، به شدت در فشار و مضیقه قرار دارند؛ این مهم، در مصاحبه با مدیران، خبرنگاران و به‌ویژه سردبیران خبر صداوسیما مورد تأکید قرار گرفت. مؤلفه/مقوله چهارم، شامل "رشد فضای خبرنگار-سلبریتی" است، که در سال‌های اخیر، با گزینش و به‌کارگیری خبرنگارانی که فرایند کارآموزی و کسب تجربه را از برخی مبادی ورودی به سازمان صداوسیما (همچون باشگاه خبرنگاران جوان) طی کرده‌اند، کم‌رنگ‌تر شده است. با این حال، تأکید برخی از مدیران معاونت سیاسی، بر استفاده از شهرت خبرنگاران سلبریتی و شناخته‌شده‌تر، که پیرو الگوهای سنتی و محافظه‌کارانه هستند، جسارت پرداختن به خبرنگاری تحقیقی را تنزل می‌دهد.

در نهایت، "کاهش آموزش و سواد حرفه‌ای خبرنگاری" نیز، در کنار دروازه‌بانی خاص و سوگیری‌های تحمیلی یا خودخواسته در حرفه خبرنگاری، به عنوان یک مجموعه رسانه‌ای جریان اصلی، به گونه‌ای پذیرفته و نهادینه شده است که امکان انتشار بسیاری از سوژه‌های میدانی و مهم را برای عبور از دروازه سردبیران خبر گرفته است.

طبق مطالعات اولیه و بر اساس تجمیع دیدگاه صاحب‌نظرانی که با آنها مصاحبه شد، پرداختن جدی، مسئولانه و مبتنی بر خبرنگاری تحقیقی، به سوژه‌هایی همچون فساد در شهرداری (املاک نجومی)، ناپدید شدن دکل نفتی فورچونا یا دکل نفتی گمشده (نوعی فساد سیاسی که با استفاده از قدرت از جانب مقام‌های دولت در بالاترین سطوح و افراد منتخب صورت پذیرفته)، فسادهای ورزشی، نظیر قرارداد سرمربی سابق تیم ملی فوتبال (ویلموتس) و نقش فساد ساختاریافته در آن، تبانی، ارتشاء، دوپینگ، شرط‌بندی غیرمجاز در حوزه ورزش؛ جعل و استفاده از اسناد مجعول؛ تصدیق‌نامه‌های خلاف واقع؛ فرار مالیاتی؛ مصرف مواد مخدر؛ نقض آشکار قوانین و مقررات؛ قراردادهای غیرواقعی؛ اختلاس در حوزه‌های فرهنگی (متهم صندوق ذخیره فرهنگیان)؛ پرونده‌های مشهور فسادهای مالی (۱۰۰۰ میلیارد تومان، ۳ هزار میلیارد تومان و حتی ۱۸ هزار میلیارد تومان)؛ پرونده‌های زمین‌خواری، خرید و فروش خودرو در حجم بالا، استفاده از ویلاهای مصادره‌ای توسط مدیران ارشد؛ رشوه‌گیری و غیره، تنها چند نمونه برجسته از موضوع‌های متفاوتی بودند که سازمان صداوسیما از طریق خبرنگاری تحقیقی می‌توانست نسبت به رسانه‌ای شدن و اطلاع‌رسانی آن‌ها اهتمام ورزد. با این حال، در تمام این موارد جای خالی و یا کم‌رنگ خبرنگاران تحقیقی صداوسیما و سرویس‌های خبری (اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و ورزشی) مشهود است.

هرچند برخی گزارش‌های تحقیقی گذرا، نظیر پیگیری سوخت‌های قاچاق، تخریب باغ‌های شمال تهران و ساخت برج‌ها؛ یا در حوزه پزشکی پیگیری خون‌های آلوده یا نپذیرفتن بیماران بی‌بضاعت از سوی برخی بیمارستان‌ها و همچنین این اواخر، موضوع تزریق حدود سه‌هزار واکسن کرونای تقلبی در تهران (خبرگزاری ایمن، ۱۴۰۰)^۱ نیز از سوی صداوسیما پوشش داده شده است و از سوی افکار عمومی مورد توجه قرار گرفته‌اند، اما انتظار می‌رود سازمان صداوسیما با استفاده از ظرفیت خبرنگاران تحقیقی، در راستای رکن چهارم مردم‌سالاری، رسانه را به تحقیق و تفحص، نظارت و همراهی و شفاف‌سازی و روشن‌نگری افکار عمومی سوق دهند، تا به تعبیر آلتوسر، فراخوانی، صدا زدن و استیضاح (آلتوسر، ۱۹۸۷؛ به نقل از مهدی‌زاده: ۱۳۸۹: ۱۰۷) از طریق رسانه حاصل شود. چراکه برای رسیدن به یک جامعه مدنی سالم، پرداختن به ابعاد مختلف این پرونده‌ها و شناسایی دلایل افزایش آن‌ها و تأثیرهای مخربی که بر شرایط سیاسی، اقتصادی و فرهنگی کشور دارند، مهم و ضروری به نظر می‌رسد.

پیشنهادها

بر اساس یافته‌ها و نتایج این مقاله، می‌توان پیشنهادها و راهکارهای زیر را به صداوسیما ارائه داد:

۱. سازمان صداوسیما، با توجه به چرخه عناصر مرتبط با خبرنگاری و دبیری خبر و همچنین، عوامل مؤثر در تقسیم‌بندی گروه هدف همچون سیاست، اقتصاد، فرهنگ، و نظایر آن، ابتدا سعی در معرفی موارد موفق و تجربه‌شده (مانند نمادهای تداعی‌کننده معنا) داشته باشد و پس از آن، به ایجاد عوامل تداعی‌کننده برای انتقاد از مسئله و رویداد حاضر بپردازد. این شیوه‌ای است که تلویزیون‌های خبری مهم، در عرصه بین‌الملل نیز در راستای رویدادها و سوژه‌های تحقیقی، از آن بهره می‌گیرند.

۲. با توجه به اهمیت روزافزون ژورنالیسم تحقیقی در کشور، لازم است سازمان صداوسیما واحدی متمرکز، برای اولویت‌بخشی به سوژه‌های مهم (از منظر افکار عمومی) و اتخاذ تصمیم نسبت به رسانه‌ای شدن آن‌ها در نظر گیرد. این مرکز، باید در شرایط گوناگون، وضعیت و سناریوهای مقتضی را طراحی کند و بتواند تحول‌های آینده خبر را در چهار حوزه "مخاطب، فناوری، رقبا، پدیده‌ها/ سوژه‌های رسانه‌ای"، بررسی کند و با بهره‌گیری از انعطاف و چالاک‌ی لازم، خود را با شرایط جدید وفق دهد و متمایز سازد.

۳. نیاز است مراکز تصمیم‌گیری خبر، در معاونت سیاسی سازمان صداوسیما، به‌ویژه خبرگزاری صداوسیما، باشگاه خبرنگاران جوان و ادارات کل اخبار، سیاست‌های کلان سازمان را، در قالب‌های محتوایی مناسب در همه حوزه‌ها، بسترها^۲ و قالب‌ها و ژانرهای رسانه‌ای در

1 <https://www.imna.ir/news/515225/>

2. Platform

- حوزه برو دکست و برو دبند، در سطوح استانی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی، تحت پوشش قرار دهند و سوژه‌های خبرنگاری تحقیقی را، به طور ویژه پشتیبانی و حمایت کنند.
۴. از آنجا که نتایج این بررسی نشان داده سازمان صدا و سیما، به دلیل نداشتن چابکی مناسب در برخی حوزه‌های مرتبط، به ویژه در بخش انتقاد از دستگاه‌های حاکمیتی، اقدام مناسبی اتخاذ نکرده است، پیشنهاد می‌شود در حوزه نهادسازی نیز، با ایجاد زنجیره تأمین، مراکزی با عنوان مفهوم‌سازی جدید، غنی‌سازی رسانه‌ها، نوآوری برنامه و سوژه‌سازی، اتاق فکر اخبار ویژه، پژوهش‌های راهبردی رسانه و آزمایشگاه رسانه ایجاد شود تا ضمن پیوند با نهادهای اطلاعاتی، دانشگاه و صنعت، بخشی از آرایش جامع رسانه‌ای خود را، در قبال خبرنگاری تحقیقی - رسانه‌ای مرتبط با دغدغه‌های افکار عمومی، تولید، تأمین و محقق سازد.
۵. از طریق راه‌اندازی صفحه‌های رسمی و همگرا، با شبکه‌های تلویزیونی در بسترهای برخط، فرایند پیشنهاد سوژه‌های تحقیقی یا محبوب و پرطرفدار، تسهیل شود، تا همزمان از مخاطبانی که امروزه به تعبیر کاستلز، به اعتبار نقش‌های سه‌گانه‌ای که در خود تولیدی، خودگردانی و خودگزینی پذیرفته‌اند، به کاربران رسانه تبدیل شده‌اند (کاستلز، ۱۳۹۹: ۱۴۷) نیز، بهره گرفته شود.
۶. از آنجا که هر یک از دستگاه‌های دولتی، خود را محق می‌داند تا با چسباندن یک مهر "محرمانه" بر اسناد و اوراق از دسترسی مردم و خبرنگاران به آن جلوگیری کند، این مسئله یکی بزرگ‌ترین موانع دستیابی به حقوق روزنامه‌نگاران در دسترسی آزاد به اطلاعات است (ماندگاری، ۱۳۸۶). برای حل این مشکل، بیشتر پاسخگویان پیشنهاد داده‌اند که سازمان صدا و سیما از مراجع و نهادهای فرادست، تا جای ممکن اجازه و امکان ورود مقتدرانه و مستقل را به پرونده‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی بگیرد تا بر اساس اصل "منافع ملی" ممنوعیتی برای رسانه‌ای شدن این موضوع‌ها ایجاد نشود.
۷. از آنجا که برخی از بخش‌های خبری صدا و سیما، ساختار رسمی و سنتی سابق را، در ارائه اخبار کنار گذاشته‌اند و به عرصه‌ای برای توجه بیشتر به نیازهای خبر-اطلاع‌رسانی تبدیل شده‌اند، پیشنهاد می‌شود با به‌کارگیری نرم‌خبرها و روزنامه‌نگاری روایتی، زمینه توجه و اقبال طیف گسترده‌ای از مخاطبان و کاربران به روزنامه‌نگاری تحقیقی فراهم آید. بنابراین شایسته است، سیاست‌های مبتنی بر افزایش استفاده از سبک خبرنگاری تحقیقی، به طور خلاقانه در دستور کار قرار گیرد. مقدمات این موضوع را، می‌توان با راه‌اندازی بخش پژوهشی در مرکز تحقیقات سازمان، که به طور ویژه بر روزنامه‌نگاری تحقیقی متمرکز است، محقق ساخت؛ به گونه‌ای که بتوان از خروجی یافته‌های آن در حوزه خبرنگاری تحقیقی، به طور کلی در معاونت سیاسی و به شکل عملیاتی در بخش‌های خبری منتخب بهره گرفت.

منابع

- افقه، سیدمرتضی. ۱۳۹۶. "اصلاح ساختار اداری برای جلوگیری از فساد اداری". تارنمای دنیای اقتصاد. بازیابی شده از: <https://otaghiranonline.ir/news/2/8789>
- بدیعی، نعیم و حسین قندی. ۱۳۸۳. روزنامه‌نگاری نوین. چاپ چهارم. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی. بصیریان جهرمی، حسین و فریمه فهیم دانش. ۱۳۹۴. "بررسی تطبیقی چگونگی به کارگیری نرم خبرها: مطالعه موردی بخش‌های خبری ۲۰:۳۰ شبکه دو سیما و ۶۰ دقیقه تلویزیون بی‌بی‌سی فارسی". فصلنامه رسانه، ۲۶ (۱): ۱۰۵-۱۲۴. بازیابی شده از: http://qjmn.farhang.gov.ir/article_50965.html
- بصیریان جهرمی، حسین. ۱۳۸۷. بررسی مقایسه‌ای میزان اعتماد به اخبار سیمای جمهوری اسلامی ایران و اخبار وب‌سایت‌های خبری و عوامل موثر بر آن. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات. تهران: دانشگاه صداوسیما.
- بصیریان جهرمی، حسین. ۱۳۸۹. "میزان اعتماد مخاطبان نخبه به اخبار وب‌سایت‌های فارسی زبان". فصلنامه رسانه‌های دیداری و شنیداری (رادیو - تلویزیون). ۶ (۱۱): ۵۹-۳۹. بازیابی شده از: http://javm.tribu.ac.ir/article_48431.html
- بیان، محمدمجید. ۱۳۹۴. موانع و چالش‌های روزنامه‌نگاری تحقیقی در کردستان عراق. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات.
- حسینی، سیدمحمد مهدی. ۱۳۹۶. بررسی جرایم کاهش گرایش روزنامه‌نگاری ایران به گزارش تحقیقی (با تأکید بر ظهور رسانه‌های نوین ارتباطی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده مطالعات رسانه و علوم ارتباطات اجتماعی گروه روزنامه‌نگاری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.
- خانیکی، هادی. ۱۳۸۱. قدرت، جامعه مدنی و مطبوعات. تهران: انتشارات طرح نو.
- خبرگزاری ایمن/نخستین خبرگزاری شهر و شهروندی ایران ۱۴۰۰. سه هزار نفر در تهران واکسن آسترانکای قلابی زده‌اند. بازیابی شده از: <https://www.imna.ir/news/515225>
- دهقان، علیرضا. ۱۳۹۱. نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها. تهران: همشهری.
- رضائیان، مجید. ۱۳۹۵. موانع گزارش تحقیقی در ایران با عنایت به قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات تحقیقی کلاسی. دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، دانشگاه آزاد تهران مرکز.
- رنالد، دیوید. ۱۳۸۲. روزنامه‌نگاری حرفه‌ای. ترجمه علی اکبر قاضی‌زاده. تهران: مؤسسه انتشاراتی روزنامه ایران ساعی، منصور. ۱۳۹۹. "موانع ساختاری و حرفه‌ای نظارت رسانه‌ای برکنش دولت در ایران". فصلنامه فرهنگ - ارتباطات. ۲۱ (۲): ۶۶-۳۳. بازیابی شده از: http://www.jccs.ir/article_96357.html
- فرقانی، محمد مهدی. ۱۳۸۶. روزنامه‌نگاری تحقیقی، جزوه کارشناسی ارشد درس روزنامه‌نگاری. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی.
- قدسی‌پور، حسن. ۱۳۹۷. مباحثی در تصمیم‌گیری چند معیاره: برنامه‌ریزی چندهدفه (روش‌های وزن‌دهی بعد از حل). تهران: دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- کاستلز، مانوئل. ۱۳۹۹. قدرت ارتباطات. ترجمه حسین بصیریان جهرمی. ویرایش دوم. چاپ دوم. تهران: انتشارات علمی - فرهنگی.
- لالمی، سیده‌شیده. ۱۳۸۹. موانع و چالش‌های شکل‌گیری روزنامه‌نگاری تحقیقی در ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات.
- ماندگاری، محسن. ۱۳۸۶. "روزنامه‌نگاری بدون جریان آزادی اطلاعات غیرممکن است". مصاحبه سردبیر روزنامه جام‌جم؛ خبرگزاری فارس؛ بازیابی شده از: <https://www.farsnews.ir/news/8609240334>

مرکز تحقیقات صداوسیما. ۱۳۹۹. "نظرسنجی در مورد مخاطبان اخبار صداوسیما در فصل بهار ۱۳۹۹". بازیابی شده از: <http://www.pririb.ir/portal/newsview/36953>

معمد نژاد، کاظم. ۱۳۸۶. مبانی استقلال حرفه روزنامه‌نگاری. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

مک‌کوایل، دنیس. ۱۳۸۰. درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی. ترجمه: پرویز اجلائی، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. ۱۳۸۹. نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: نشر همشهری.

مهرگان، محمدرضا. ۱۳۹۵. پژوهش عملیاتی پیشرفته. تهران: انتشارات کتاب دانشگاهی.

Anderson David & Benjaminson, Peter. 1976. *Investigative reporting*. US: Indiana University Press.

Bakir, Vian & Barlow, David M. 2007. *Communication in the Age of Suspicion: Trust & the Medis*. UK: Palgrave Macmillan.

Bandurski, David & Hala, Martin. 2010. *Investigative Journalism in China Eight Cases in Chinese Watchdog Journalism*. Hong Kong: Hong Kong University Press

Boyce, Carolyn & Neale, Palena. 2006. *Conducting In-depth Interviews: A Guide for Designing and Conducting In-depth Interviews for Evaluation Input*. Pathfinder International.

Bradshaw, Paul. 2008. *Investigative Journalism*. US: Routledge.

De Burgh, Hugo. 2000. *Investigative Journalism: Context and Practice*. London, Routledge.

King, N. , & Horrocks , C. 2010. *Interviews in qualitative research*. Los Angeles: SAGE

Pilger, John. 2005. *Tell me no lies: Investigative journalism that changed the world Language Arts & Disciplines*.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی