





دانشگاه علامه طباطبائی

دانشکده علوم اجتماعی

گروه علوم ارتباطات اجتماعی
رساله دکتری علوم ارتباطات

الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران

از دیدگاه صاحب نظران و دست اندرکاران

مطالعه تطبیقی ساختار و عملکرد خبرگزاری ایرنا با رویترز، آسوشیتدپرس، خبرگزاری

فرانسه و خبرگزاری ملی هند

استاد راهنما:

دکتر حسینعلی افخمی

استادان مشاور:

دکتر علیرضا حسینی پاکدهی

دکتر سیدمحمد مهدی زاده

دانشجو:

علیرضا عبداللهی نژاد

سال تحصیلی 1391-92

به یاد:

شهیدان انقلاب اسلامی بویژه مرتضی و مجتبی نوروزی

هدیه به:

یگانه دفتر عزیزم **ریمانه** کوپولو؛

همسر صبورم و

پدر و مادر مهربانم؛

به خاطر همه محبت‌ها و زحمات‌هایشان

با سپاس فراوان از زحمات بی دریغ استادان فرهیخته راهنما و مشاور، آقایان دکتر افخمی، دکتر حسینی پاکدهی و دکتر مهدیزاده که در مراحل مختلف ارائه طرح تحقیق، تهیه و تدوین رساله از نظرات و راهنمایی‌های موثر آنها بسیار آموختم و بهره بردم.

سپاس ویژه از زحمات فراوان استاد فرهیخته جناب آقای دکتر جعفر هزار جریبی، رئیس محترم دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات، آقایان دکتر کیا و دکتر سعیدی.

چکیده:

در پرتو فناوری های جدید ارتباطی، سافتار، عملکرد و نقش آفرینی فبرگاری های ملی و بین المللی به عنوان اصلی ترین و مهمترین منابع تولید و انتشار اطلاعات و افبار با تغییرات فراوانی مواجه شده است. در این فضای جدید، فبرگاری ها به ناچار باید برای تداوم بقا و مفظ جایگاه رقابتی خود بسیاری از الگوها و سرمشق های سنتی خود را وانهاد و با بازتعریف روش ها و الگوها، منطق بر شرایط متغیر زمانی و مکانی ماضر تغییر شکل یا سافتار دهند. در وضعیت کنونی، ضروری است، ایرنا به عنوان فبرگاری رسمی جمهوری اسلامی همگام با فبرگاری های بزرگ بین المللی و ملی، سافتار، عملکرد و فعالیت های خود را متناسب با تمولات جدید تغییر دهد یا آن را ارتقاء بخشد. هدف اصلی این پژوهش، تدوین و ارائه الگوی مطلوب برای فعالیت مرفه ای فبرگاری در ایران از منظر صامبنظران و دست اندرکاران رسانه ای در ایران است که در بستر بررسی تطبیقی سافتار و عملکرد فبرگاری های بین المللی رویترز، آسوشیتدپرس و فرانس پرس و فبرگاری ملی هند (پی.تی.آی) انجام می شود. پژوهش حاضر به روش کیفی (ترکیبی از مطالعه تطبیقی و مصامبه عمقی با صامبنظران و دست اندرکاران رسانه ای ایران) انجام شده است. روش نمونه گیری هم به صورت کیفی و براساس رسیدن به نقطه اشباع نظری است. مجم نمونه پژوهش 20 نفر و در چهار گروه استادان ارتباطات، مقوقدانان ارتباطات، سیاستگذاران و مدیران ارشد رسانه ای و کارورزان مرفه ای (باتاکید بر فعالیت در فبرگاری ها) می باشد. در این پژوهش برای نظم دهی به داده های بدست آمده از مصامبه های عمقی، سهولت در کدگذاری، بازیابی بخش های کدگذاری شده در تعامل با کدها و یادداشت های ضمنی پژوهشگر و آماده سافتن مفاهیم و مقوله های سافته شده برای تجزیه و تحلیل و سپس تفسیر آنها از نرم افزار رایانه ای مکس کیودا (نسخه 10) استفاده شده است. براساس یافته های پژوهش، دفالت دولت در فعالیت ها، نبود ثبات مدیریتی، سافتار سازمانی فرسوده و پیر و نگاه کارمندی به فبر، از مهمترین چالش ها و آسیب های کنونی ایرنا در بخش مالکیت و مدیریت سازمانی است که صامبنظران و دست اندرکاران ایرانی، زمینه ها و علت های آن را به سافتار مالکیت دولتی ایرنا نسبت می دهند. با این مال، یافته های پژوهش، تغییر الگوی مالکیتی کنونی ایرنا از دولتی به مدل های دیگر (فصوصی یا تعاونی) با توجه به شرایط کشور، "ناممکن" ارزیابی می کند. در ارائه الگوی مطلوب مالکیتی برای ایرنا، تاکید اصلی پاسفگویان تمقیق بر مفظ مالکیت دولتی ایرنا و در عین مال، کاهش تصدی گری و اعمال نظر دولت (قوه مجریه) در ساز و کارهای مربوط به سیاستگذاری فبری و رسانه ای و تشکیل یک مدیریت قوی و کارآمد مرفه ای و نه سیاسی است. یافته های پژوهش، وضعیت سازگاری ایرنا با فناوری های جدید ارتباطی را مثبت نشان نمی دهد. از این رو، ایرنا باید هرچه بیشتر از امکانات و قابلیت های چندرسانه ای و تعاملی صفمه وب استفاده و همچنین فبرگاری تلویزیونی ایجاد کند. لزوم توجه ایرنا به مشتریان و درآمدزایی مورد تاکید پاسفگویان پژوهش است. ایرنا همچنین باید باتکیه بر مزیت های رقابتی، فعالیت های مرفه ای خود را در موزه رقابت با رسانه های رقیب داخلی و خارجی ارتقاء بخشد. یافته های پژوهش بر لزوم رعایت اصل تعادل و توازن فبری در ایرنا تاکید دارد. ایجاد تضمین ها و قوانین حمایت کننده از فبرنگاران، رعایت صمت در تولید و انتشار افبار، استفاده از تمریری مرفه ای و تقویت نهادهای نظارتی از جمله راهکارهای بهبود این اصل در ایرنا است.

شماره صفحه	فهرست مطالب
1	فصل اول: کلیات تحقیق
2	1-1) بیان مساله تحقیق
8	1-2) ضرورت و اهمیت تحقیق
9	1-3) اهداف تحقیق
10	1-4) پرسش های اصلی تحقیق
12	فصل دوم: ادبیات، مبانی و چارچوب نظری تحقیق
13	مقدمه
13	2-1) مرور تجربی
13	2-1-1) تحقیقات انجام شده در ایران
20	2-1-2) تحقیقات انجام شده در جهان
25	2-2) مرور تاریخی
26	2-2-1) پیشینه تاریخی خبرگزاری ها در جهان
27	2-2-1-1) آژانس هاواس - خبرگزاری فرانسه
28	2-2-1-2) آژانس ولف
29	2-2-1-3) خبرگزاری رویترز
31	2-2-1-4) خبرگزاری آسوشیتدپرس
33	2-2-1-5) خبرگزاری یونایتدپرس
35	2-2-2) پیشینه تاریخی خبرگزاری ها در ایران
38	2-2-3) پیشینه تاریخی خبرگزاری ها در هند
41	2-3) مرور مفهومی
41	2-3-1) مفهوم شناسی خبرگزاری و تعریف آن
42	2-3-2) خبرگزاری ها؛ گونه شناسی، ویژگی ها و معیارهای عملکرد حرفه ای
42	2-3-2-1) خبرگزاری های بین المللی
44	2-3-2-1-1) خبرگزاری رویترز
48	2-3-2-1-2) خبرگزاری آسوشیتدپرس

52 2-3-2-1-3) خبرگزاری فرانسه
57 2-3-2-2) خبرگزاری های ملی
58 2-3-2-2-1) خبرگزاری های ملی در اروپا
63 2-3-2-2-2) خبرگزاری ملی در آسیا؛ نمونه پ.تی.آی. هند
69 2-3-2-2-3) خبرگزاری ملی در آسیا و خاورمیانه؛ نمونه خبرگزاری جمهوری اسلامی
75 2-3-3) خبرگزاری ها و فناوری های جدید رسانه ای
75 2-3-3-1) نقش های تغییر یافته خبرگزاری ها در عصر اینترنت
78 2-3-3-2) ظهور تلویزیون های خبری 24 ساعته و ضرورت ایجاد خبرگزاری های تلویزیونی
84 2-3-4) جریان نابرابر اطلاعات و اقدامات جهان سوم برای مقابله
86 2-3-4-1) اقدامات یونسکو
92 2-3-4-2) اقدامات جنبش کشورهای غیرمتعهد
95 2-3-4-3) جریان ها و ضدجریان های خبری
101 2-3-4-4) مساله تعادل اطلاعات میان شمال - جنوب و تاسیس خبرگزاری های جایگزین
104 2-3-5) شاخص های مورد استفاده در مطالعه خبرگزاری ها و تعاریف نظری آنها
104 2-3-5-1) مالکیت
107 2-3-5-2) تنوع
109 2-3-5-3) موقعیت
109 2-3-5-4) استقلال
110 2-3-5-5) رقابت
111 2-3-5-6) بازار و مشتری
112 2-3-5-7) فناوری
113 2-3-5-8) تعادل و توازن خبری
115 2-3-5-9) سیاست فرهنگی ایران
117 2-4) مرور نظری
117 2-4-1) نظریه سیاستگذاری رسانه ای
118 2-4-2) نظریه اقتصاد سیاسی رسانه ها
125 2-4-3) نظریه های مرتبط با جامعه اطلاعاتی و تحولات فناورانه

132 نظریه ها و الگوهای مربوط به مدیریت رسانه
143 (2-5) چارچوب نظری پژوهش
143 (2-5-1) نظریه سیاستگذاری رسانه ای
143 (2-5-1-1) بنیادهای نظری سیاستگذاری رسانه ای
146 (2-5-1-2) قلمروهای موضوعی مهم برای سیاستگذاری رسانه ای در عصرکنونی
148 (2-5-2) نظریه جامعه شبکه ای
150 (2-5-3) نظریه تحلیل بازار رسانه ای
153 (2-6) الگوی نظری فرضی پژوهش
155 (2-7) پرسش های پژوهش
160 فصل سوم: روش شناسی پژوهش
161 مقدمه
161 (3-1) روش تطبیقی
163 (3-2) روش مصاحبه عمقی
163 (3-2-1) انواع مصاحبه در حوزه ارتباطات
165 (3-2-2) مصاحبه عمقی؛ تعریف ها و ویژگی ها
167 (3-2-3) هدف های مصاحبه های عمقی
168 (3-2-4) فرایند انجام مصاحبه عمقی
169 (3-2-5) شیوه های توصیف و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه عمقی
170 (3-3) جامعه آماری
170 (3-4) روش نمونه گیری و حجم نمونه
174 (3-5) تعاریف عملیاتی شاخص های مورد بررسی
175 (3-6) روش های گردآوری داده های پژوهش
175 (3-7) روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات
176 (3-8) فرایند و مراحل عملیاتی انجام پژوهش
176 (3-8-1) مرحله گردآوری داده ها
176 (3-8-2) مرحله مقوله بندی و کدگذاری

177 مرحله تحلیل (3-8-3)
178 مرحله تفسیر (3-8-4)
179 ارزشیابی یافته های پژوهش (3-8-5)
181 فصل چهارم: یافته های تحقیق
182 4-1 یافته های توصیفی و تطبیقی
182 4-1-1 مقایسه تطبیقی خبرگزاری های مورد بررسی از حیث شاخص مالکیت و مدیریت
184 4-1-2 مقایسه تطبیقی خبرگزاری های مورد بررسی از نظر تولید محصولات جدید فناورانه
190 4-1-3 مقایسه تطبیقی خبرگزاری های مورد بررسی از لحاظ بازار، مشتری و درآمدزایی
192 4-1-4 مقایسه تطبیقی خبرگزاری های مورد بررسی از نظر شاخص جایگاه رقابت
193 4-2 یافته های تحلیلی و تبیینی
193 4-2-1 مالکیت و مدیریت
194 4-2-1-1 آسیب ها و چالش های سازمانی و مدیریتی
202 4-2-1-2 ضرورت وجودی خبرگزاری ملی
204 4-2-1-2-1 ویژگی های خبرگزاری ملی
206 4-2-1-2-2 خبرگزاری ملی در مقابل خبرگزاری دولت
207 4-2-1-2-3 دلایل و علل قرار گرفتن زیر نظر ریاست جمهوری
210 4-2-1-2-4 خبرگزاری ملی و مساله تکثر خبرگزاری ها
213 4-2-1-3 مالکیت دولتی و مساله استقلال حرفه ای
213 4-2-1-3-1 دستیابی به استقلال حرفه ای در ایرنا با وجود مالکیت دولتی
216 4-2-1-3-2 نحوه تامین استقلال حرفه ای در ایرنا در عین دولتی بودن
218 4-2-1-3-3 تجربه های تاریخی ایرنا در رعایت استقلال حرفه ای
220 4-2-1-4 الگوی مطلوب برای ایرنا از حیث مالکیت و مدیریت حرفه ای
220 4-2-1-4-1 چرایی و علل عدم تغییر در مالکیت دولتی ایرنا
223 4-2-1-4-2 مدل دولتی به شکل خبرگزاری فرانسه در ایران قابل اجراست؟
225 4-2-1-4-3 الگوی مطلوب برای ایرنا از حیث مالکیت و مدیریت
229 4-2-2 فناوری های جدید

230 چالش های ایرنا در مواجهه با فناوری های جدید
242 لزوم حرکت ایرنا به سوی ایجاد خبرگزاری تلویزیونی و چالش های حقوقی آن
245 فناوری های جدید و تغییر کارکرد خبرگزاری
250 بازار و مشتری و مخاطب
250 چالش های درآمدزایی در ایرنا
254 راهکارهای کسب درآمد در ایرنا
261 جایگاه و موقعیت رقابتی ایرنا
261 مزیت های رقابتی ایرنا
263 وضعیت رقابت در داخل
265 وضعیت رقابت در منطقه و نظام بین الملل
268 راهکارهای موجود در تقویت حضور بین المللی ایرنا
273 تعادل و توازن خبری
273 وضعیت ایرنا از نظر رعایت تعادل و توازن خبری
278 راهکارهای موجود برای دستیابی به تعادل و توازن خبری در ایرنا
282 فصل پنجم: جمع بندی، نتیجه گیری، ارائه پیشنهادها و بیان محدودیت ها
283 جمع بندی و نتیجه گیری
283 ترسیم وضعیت موجود ایرنا
290 ترسیم الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای ایرنا
295 پیشنهادهای پژوهش
295 پیشنهادهای کاربردی
299 پیشنهادهای پژوهشی
300 محدودیت های پژوهش
301 منابع و مآخذ
310 پیوست ها

فصل اول:
کلیات تحقیق

در فصل اول که کلیات تحقیق است، به بیان مساله و سپس ضرورت و اهمیت تحقیق و سرانجام اهداف تحقیق پرداخته می شود.

1-1) بیان مساله تحقیق

خبرگزاری ها، نقش بسیار مهمی در ارائه اطلاعات و آگاهی بخشی پیرامون رخدادهای جامعه دارند. به عبارتی از وظایف مهم خبرگزاری ها، جمع آوری اطلاعات از موضوعات و رویدادهای جاری و تنظیم و سپس انتشار آنها در قالب اخبار و گزارش ها است.

پیچیدگی زندگی و دور از دسترس بودن رویدادها از یک سو و نبود امکان حضور افراد جامعه در تمام صحنه های رخداد از سوی دیگر، خبرگزاری ها را در جایگاه واسطه و میانجی نقل رویدادها قرار داده است. خبرگزاری ها، نقل کننده و راوی رویدادها شده اند و به ما اطلاع می دهند چه اتفاقی در کجا و چگونه به وقوع پیوسته است.

برای روزنامه ها و ایستگاه های رادیو و تلویزیون، داشتن خبرنگاران اختصاصی در سراسر جهان، بسیار دشوار و اغلب غیرممکن است. به همین جهت، وظایف آنها در جمع آوری و پخش اخبار را خبرگزاری ها برعهده گرفته اند.

در این میان، وسایل ارتباط جمعی - روزنامه ها، هفته نامه ها و سایر نشریات دوره ای و ایستگاه های رادیو و تلویزیون - را همه کس می شناسند. همه افراد، هر روز با این رسانه های همگانی، که آنان را از اخبار مطلع می کنند، در تماس اند. اما از خبرگزاری های ملی و بین المللی، اطلاع زیادی ندارند و احتمالاً اگر اطلاعاتی داشته باشند، بسیار کم اند. روزنامه نگاران روزنامه ها، به سبب امضاهای آنان در بالا یا پایین گزارش های خبری و مقاله های تفسیری، برای خوانندگان آشنا هستند. صدای "خبرگوی" رادیو و بیشتر از آن، چهره گوینده و "ارائه دهنده" اخبار تلویزیون، به آسانی شناخته می شود. اما یک "گزارشگر خبرگزاری" برای مردم ناشناخته است. وی یک روزنامه نگار بدون نام، بدون صدا و بدون چهره است. با وجود این، صدها و هزارها خبرنگار و گزارشگر خبرگزاری ها، در تمام ساعات شبانه روز مشغول فعالیت هستند و خبرهای اصلی روزنامه ها و رادیو ها و تلویزیون ها را تهیه می کنند. خبرگزاری "یک کارخانه خبری" است که اخبار و گزارش ها را از سراسر جهان دریافت می کند و به سراسر گیتی می فرستد (معمدنژاد، 1389: 161-160)

نوع نگرش به جهان در میان جوامع، از فردی به فرد دیگر متفاوت است؛ این مساله نه تنها به منافع شخصی آنها بلکه به تصویری که از سوی نویسندگان، سردبیران و ناشران مطبوعاتی که آنها

می خوانند، بستگی دارد. برای بسیاری از سازمان های خبری، این تصویر سازی ها اغلب از سوی خبرنگارانی که در سه خبرگزاری بزرگ بین المللی مستقر در آمریکا و اروپای غربی (آسوشیتدپرس، آژانس فرانس پرس و رویترز) کار می کنند، انجام می شود. هر سه این خبرگزاری ها متعلق به کشورهای عضو دائم شورای امنیت سازمان ملل متحد هستند. گفته می شود که این خبرگزاری های غربی جریان اطلاعات و اخبار را تحت سلطه، کنترل و انحصار خود دارند.

دنيس وو¹ در تحقیق خود دریافت که حضور گسترده خبرگزاری های بزرگ بین المللی در کشورها و مناطق مختلف جهان و پوشش اخبار آنها از طریق نمایندگی ها و دفاتر خود در آن کشورها باعث شده که کشورهای در حال توسعه هنوز در مورد اخبار بین المللی کاملاً به این خبرگزاری ها وابسته باشند. در این بین، آسوشیتدپرس و رویترز همچنان حجم وسیعی از اخبار مورد استفاده در تلویزیون را تامین می کنند. اولیور بوید بارت²، نیز هنوز درباره این موضوع که آیا خبرگزاری های کوچک تر و ملی می توانند با سه خبرگزاری بزرگ بین المللی رقابت کنند، تردید دارد (هورویت، 2006: 249).

آسوشیتدپرس، خبرگزاری آمریکایی که به صورت تعاونی غیرانتفاعی اداره می شود، یکی از مهمترین منابع اخبار تحولات بین المللی برای بیشتر روزنامه های آمریکایی و همچنین نهادی مسلط در نظام جهانی اخبار به شمار می رود. آسوشیتدپرس در سال 2005 اعلام کرد که در 242 دفتر و نمایندگی خبری خود در سراسر جهان حدود 3700 تن مشغول به فعالیت هستند. این خبرگزاری به 121 کشور جهان از جمله 1700 روزنامه در آمریکا و 8500 مشترک بین المللی خدمات ارائه می کند. خبرگزاری فرانسه نیز در این سال اعلام کرد که در سراسر جهان 2000 نیرو در اختیار دارد و این تعداد در 165 کشور جهان مشغول فعالیت می باشند. در این میان، خبرگزاری انگلیسی رویترز نیز با اعلام اینکه 2300 کارمند خبری در 196 دفتر این خبرگزاری در سراسر جهان فعالیت می کنند، خود را بزرگترین خبرگزاری چندرسانه ای بین المللی در جهان می خواند.

بوید-بارت بر این نکته تاکید کرد که وابستگی مشتریان به خبرگزاری های بزرگ بین المللی را می توان در "منابع خبری در دسترس، شخصیت عموماً غیر دولتی آنها، دقت و سخت گیری آنها در ویراستاری و تصحیح خبرها، پوشش گسترده اخبار و همچنین اعتبار بالا و کیفیت اخبار ارائه شده در خبرگزاری ها" جست و جو کرد. روزنبلام به این دسته از عوامل تاثیرگذار، متغیر مهم "توانایی این خبرگزاری ها در توزیع گسترده اخبار در سراسر جهان" را اضافه می کند. با تمام این مسائل،

¹ Denis Wu

² Oliver Boyd-Barrett

خبرگزاری های غربی عاری از انتقاد نیستند. برای مثال، روچ¹ به این نتیجه رسید که خبرگزاری های بزرگ بین المللی ریشه در نگرش ها، تصورها و علائق و منافع خبرنگاران، مدیران و ملت های آنها در کشورهای توسعه یافته (شمال) دارند. از این رو، بخش بزرگی از بحث های گسترده در دهه های 1970 و 1980 در کشورهای جهان سوم درباره جریان یکسویه اخبار به این مساله باز می گردد که سازمان های خبری مسلط به بازتاب عینی تحولات و رویدادهای کشورهای جهان سوم نمی پردازند و به صورت کلیشه ای مسائل جهان سوم را منعکس می کنند و در مقابل بیشتر مسائلی را که در راستای منافع کشورهای ثروتمند قرار دارد را بازتاب می دهند (همان: 430-429).

به باور کرس پترسون²، خبرگزاری ها به دلایل زیر از نقش و جایگاه اساسی و مهم در فرایند تهیه، تولید، انتقال و انتشار اطلاعات، اخبار و گزارش ها برخوردار هستند:

- آنها، اولویت ها و دستورالعمل های دیگر رسانه ها (از جمله تلویزیون، روزنامه ها و نشریه ها و رسانه های جدید مبتنی بر وب) را تعیین می کنند که چه گزارش های بین المللی - محصولات تصویری، تصاویر تلویزیونی و اطلاعات توامان متنی و شنیداری - را برای انتقال و انتشار به مخاطبان خود انتخاب کنند.

- خبرگزاری های جهانی و منطقه ای از نقشی اساسی در فرایند برجسته سازی اخبار و رویدادها برای دیگر رسانه ها برخوردار هستند؛ در شرایط جدید تحت تاثیر تغییرات و تحولات فضای وب، همچنان این نقش مهم به نظر می رسد.

- خبرگزاری ها اغلب به تولید اخبار کمتر جنجالی، قابل پیش بینی و وابسته به منابع رسمی اما تهی از گزارش های متهورانه و جذاب متهم می شوند. به رغم این انتقادات، خبرگزاری ها در میدان فعالیت حرفه ای، بهترین شناخت را از موضوع ها داشته و علاقه زیادی به مناطق بحرانی و مناطق در حال توسعه جهان از خود نشان می دهند؛ خبرگزاری ها اغلب گزارش هایی را تولید و مخابره می کنند که دیگر رسانه ها به این رویدادها دسترسی نداشته و یا آن را از دست داده اند. با وجود این، پژوهش های انجام شده در حوزه فعالیت ها و عملکردهای خبرگزاری ها نشان می دهد که این رسانه محتواهای تحمیل شده و یکسان را - که تحت تاثیر ماهیت فرهنگی، ساختاری و ایدئولوژیکی سازمان های خبری به آنها دیکته شده است - بازتاب می دهند (پترسون، 2006: 6).

¹ Rauch

² Chris Paterson

با این همه، این نقش آفرینی مهم و تعیین کننده خبرگزاری ها، در عصر اطلاعات و اینترنت با چالش های فزاینده ای روبرو شده است. اکنون، اینترنت و قابلیت های بی نظیر تعاملی و فرامنتی (چند رسانه ای) آن بویژه رسانه های جدید مبتنی بر وب 2- موسوم به رسانه های اجتماعی همچون وبلاگ ها، تیوتر، فیس بوک، ویکی ها و ... باعث ایجاد تحولاتی شگرف و عمیق در زیست ارتباطی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی جوامع انسانی شده است.

در سپهر ارتباطات و در حوزه نقش آفرینی رسانه ها، پارادایم ها و الگوی سنتی گردآوری، تهیه، تنظیم، انتقال، انتشار و انباشت اطلاعات و اخبار با تغییرات فراوانی روبرو شده است؛ مخاطبان از حالت انفعال خارج شده و به سطحی از توانمندی رسیده اند که می توانند اطلاعات و اخبار مورد نیاز (نیازهای خبری) را براساس باورها و نگرش ها، منافع و علایق و نیازهای خود گزینش کرده و مورد استفاده قرار دهند.

در واقع، با پیشرفت روزافزون فناوری های نوین ارتباطی و پیدایی اینترنت و به تبع آن، رشد و تکامل روزنامه های الکترونیک و تارنماهای خبری، تحولی شگرف در شیوه جست و جو، کسب خبر، مطالعه و نحوه آگاهی مردم از رویدادها به وجود آمده است. اینترنت، جهانی سازی فرهنگ و ارتباطات را به مثابه مهمترین ویژگی عصر حاضر با خود همراه آورده و مرزهای رسانه های مکتوب، دیداری و شنیداری را نیز به هم پیوند داده است (سورین و تانکارد، 1381: 27).

در چنین فضای مجازی، امروز دیگر نه روزنامه، آن روزنامه مکتوب قرن پیش است، نه رادیو و نه تلویزیون؛ بلکه قابلیت فرامنتی امکان درج محتوا را به صورت متن، تصویر و صوت فراهم آورده است. در این میان، قابلیت های فراوان و بی نظیر شبکه جهانی وب، بسیاری از جنبه های رسانه های سنتی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون و خبرگزاری های ملی و بین المللی را دستخوش تغییر ساخته و ساختار، کارکرد و نقش های جدیدی را برای آنها به ارمغان آورده است.

به نظر می رسد تحت تاثیر فضای تعاملی و فرامنتی (چند رسانه ای) اینترنت، شکل و محتوای رسانه های سنتی بیش از گذشته به یکدیگر نزدیک شده و در واقع اکنون شاهد نوعی هم پوشانی ساختار و کارکردهای متفاوت رسانه های جدید می باشیم.

در این میان، نزدیکی فناوری میان رادیو و تلویزیون و آژانس های خبری (خبرگزاری ها) با فناوری های نوین ارتباطی از جمله اینترنت و چند رسانه ای ها، چالش هایی را در زمینه کارکرد سنتی، نحوه استفاده، جذب مخاطب، شکل رسانه و نیز محتوای آنها به وجود آورده است. این چالش ها،

رسانه‌ها را ناگزیر کرده برای ادامه حیات در این فضای پیچیده و رقابتی به‌روشی موثر و مطلوب از فناوری‌های نوین استفاده کنند (افخمی و عبدالله، 1388: 2).

بدین ترتیب، جایگاه، ساختار، عملکرد و نقش خبرگزاری‌های ملی و بین‌المللی به عنوان مهمترین منابع تولید و انتشار اطلاعات و اخبار نیز با تغییرات فراوانی مواجه گردیده و وارد مرحله نوینی از فعالیت‌های حرفه‌ای خود شده‌اند. در این فضای جدید، خبرگزاری‌ها به ناچار باید برای بقا و دوام خود بسیاری از الگوها و سرمشق‌های سنتی خود را وانهادند و با بازتعریف روش‌ها و الگوها، منطبق بر شرایط متغیر زمانی و مکانی حاضر تغییر شکل یا ساختار دهند.

در چنین شرایطی، خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی (ایرنا) نیز همچون دیگر خبرگزاری‌های ملی با چالش‌های فراوانی روبرو شده که برای برون رفت از آن باید متناسب با تحولات فناورانه جدید و تغییرات واقع شده در فضای فعالیت و رقابت حرفه‌ای - در داخل و خارج از مرزهای ملی - ساختار، اهداف و مأموریت‌های جدیدی را برای خود تعریف و اجرا نماید.

این در حالی است که هنوز با گذشت نزدیک به 80 سال از تاسیس ایرنا - با وجود برخی شیوه نامه‌های اولیه - هنوز دستور العمل مشخص و مدون علمی¹ برای فعالیت حرفه‌ای این رسانه در کشور وجود ندارد و همچنان از الگوها و روش‌های سنتی برای گردآوری اطلاعات، تهیه، تنظیم و انتشار مطالب خبری استفاده می‌شود.

این مسائل، بویژه در فضای پیدایی و رشد کمی و بسایت‌های خبری - که بیشتر آنها در چارچوب مقررات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به نام خبرگزاری شناخته می‌شوند - چالش‌های بیشماری را در برابر ایرنا قرار داده است.

از این رو، مساله اصلی پژوهش، در وهله نخست، شناخت وضعیت موجود ایرنا با رویکردی آسیب شناسانه در بستری مقایسه‌ای با خبرگزاری‌های منتخب شامل سه خبرگزاری بین‌المللی رویترز، آسوشیتدپرس و فرانس پرس و خبرگزاری ملی هند (پی.تی.آی) است و در وهله دوم، ارائه الگویی بومی و مطلوب برای فعالیت حرفه‌ای ایرنا از منظر صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران ایرانی است. خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) به عنوان نخستین و تنها خبرگزاری رسمی ایران شناخته می‌شود که در مقابل رقیبان داخلی خود که با وجود تعدد عناوین، اندکی بیش از یک دهه از فعالیتشان نمی‌گذرد، از پیشینه‌ای نزدیک به 80 سال برخوردار است. این مهم به همراه پوشش و گستره وسیع فعالیت داخلی و برون مرزی ایرنا - با دارا بودن 64 دفتر و نمایندگی خبری در سراسر کشور و 44

¹ Style Book or Guide Book

نماینده‌گی در سراسر جهان¹ - از جمله مهمترین دلایل انتخاب ایرنا برای مطالعه در این پژوهش به شمار می رود.

دلیل اصلی انتخاب سه خبرگزاری بین المللی (رویترز، آسوشیتدپرس و فرانس پرس) برای مطالعه در این پژوهش، پیشینه تاریخی، پیشگامی در سپهر فعالیت های حرفه ای خبرگزاری ها در جهان، دامنه و حوزه وسیع فعالیت در مرزهای ملی سه کشور انگلستان، ایالات متحده آمریکا و فرانسه و نظام مبادله اخبار در سطح بین المللی و همچنین میزان استفاده رسانه های گوناگون در سراسر جهان اعم از چاپی، دیداری و شنیداری و آنلاین از اخبار و گزارش های منتشر شده از سوی آنها می باشد.

خبرگزاری ملی هند (پی.تی.آی) نیز به عنوان یک نمونه خبرگزاری ملی نزدیک به ایرنا در آسیا، در این پژوهش انتخاب شده که توانسته است در یک دهه اخیر، بویژه در پرتو سازگاری مناسب با قابلیت ها و امکانات چندرسانه ای و تعاملی فضای وب، در یک مسیر حرفه ای قرار گیرد و به رشد قابل توجهی دست پیدا کند.

به این ترتیب، در این پژوهش تلاش می شود، با استفاده از منابع مطالعاتی در دسترس - که بسیاری از آنها از جمله پژوهش های شناخته شده در حوزه خبرگزاری ها (مرتبط با موضوع تحقیق حاضر) هستند - شاخص های مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری به صورت علمی و عملیاتی مشخص شود و سپس در چارچوب موضوع تحقیق، با انجام مطالعه مقایسه ای و تطبیقی میان خبرگزاری رسمی جمهوری اسلامی (ایرنا) و چهار خبرگزاری نمونه مورد بررسی، وجود یا نبود این شاخص ها و میزان، گستره و نوع فعالیت ایرنا در چارچوب شاخص های مذکور بررسی و تشریح گردد. سرانجام مبتنی بر شاخص های مطلوب به دست آمده و وضعیت کنونی ساختار و عملکرد هریک از خبرگزاری های منتخب پژوهش، از دیدگاه صاحب نظران و دست اندرکاران حرفه ای رسانه ها در ایران، الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران (با تاکید بر خبرگزاری جمهوری اسلامی) ترسیم و ارائه گردد. در این بین، پرسش های تحقیق برای انجام مصاحبه های عمقی با صاحب نظران و دست اندرکاران منتخب از بستر ادبیات نظری و بویژه مطالعات مقایسه ای و تطبیقی پژوهش استخراج و طرح شده اند.

1. این آمار مبتنی بر اطلاعات ارائه شده از سوی اداره کل طرح و برنامه سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی در اسفندماه 1391 است.

2-1) ضرورت و اهمیت تحقیق

ضرورت و اهمیت انجام پژوهش حاضر می تواند در دو سطح علمی - نظری و عملی - اجتماعی قابل بررسی باشد:

1-2-1) ضرورت علمی - نظری

با وجود برخورداری بیشتر کشورهای جهان از خبرگزاری ملی، همچنان نظام مبادله اخبار در سطح جهان نابرابر و یکسویه است و بسیاری از رسانه های جمعی در کشورهای در حال توسعه از لحاظ کمیت و کیفیت وابسته به اخبار و گزارش های مخابره شده از سوی خبرگزاری های بزرگ بین المللی هستند. یکی از دلایل مهم این مساله، ناکارآمدی خبرگزاری های ملی بویژه در کشورهای در حال توسعه و در نتیجه ناتوانی آنها در رقابت با خبرگزاری های بزرگ بین المللی است.

در این میان، ایران نیز به عنوان یک کشور در حال توسعه از این امر مستثنی نیست و بنابراین، نیازمند خبرگزاری ملی تاثیرگذار در حوزه های رسانه ای و اطلاع رسانی در داخل و خارج از مرزهاست. از این رو، پژوهشگر با انجام این تحقیق به دنبال تدوین و ارائه الگوی مطلوب بومی برای فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران است. از آنجا که تا به حال در این سطح و به این شکل، پژوهشی در کشور انجام نشده است، نتایج این مطالعه می تواند خلاء های مطالعاتی موجود را برطرف نماید.

از منظر علمی و نظری، نتایج و دستاوردهای پژوهش حاضر می تواند به طور نسبی الگوی جهانی حاکم بر نظام مبادله اخبار در خبرگزاری های بزرگ بین المللی را بررسی و ارزیابی کند و با توجه به خلاء مطالعاتی موجود در این حوزه در ایران و اینکه پیش از این، پژوهش علمی مشابهی در این خصوص در کشور صورت نگرفته یا به طور کلی پژوهش های انجام شده در حوزه خبرگزاری ها در زمینه های دیگر نیز بسیار اندک بوده است، پژوهشگران و دانشجویان حوزه ارتباطات و رسانه را در شناخت علمی فضای فعالیت حرفه ای خبرگزاری ها در نظام ارتباطات جهانی کمک نماید.

همچنین در بعد علمی و نظری، این پژوهش با ارائه الگوی بومی فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران (با تاکید بر خبرگزاری رسمی کشور) می تواند دانش نظری موجود در این حیطه علمی را ارتقاء بخشد و پژوهشگران و صاحب نظران حوزه ارتباطات و رسانه (بویژه خبرگزاری ها) را با الزام ها و بایسته های فعالیت حرفه ای خبرگزاری در کشور آشنا کند.

1-2-2) ضرورت عملی و اجتماعی

از منظر عملی و اجتماعی، تلاش پژوهشگر برای تدوین و ارائه یک الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای و ساختار رسانه ای کارآمد در حوزه خبرگزاری می تواند افق تازه ای را فراروی خبرگزاری رسمی کشور در عصر جدید رسانه ها و در فضای رقابتی چالش انگیز در پرتو رسانه های جدید مبتنی بر وب گشاید و مسیر پیچیده حرکت این رسانه را به سمت حرفه ای گرایی فراهم آورد. به عبارت دیگر، نتایج حاصل از این پژوهش می تواند الگوهای حاکم بر نظام مبادله اخبار در سطح جهان را کشف و مبتنی بر شرایط سیاسی و اجتماعی حاکم بر ایران، مدلی بومی و مطلوب برای فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران از دیدگاه صاحب نظران و دست اندرکاران ایرانی فعال در حوزه ارتباطات و رسانه ارائه دهد.

از این رو، دستاوردها و پیشنهادهای پژوهشی برآمده از این مطالعه می تواند مبنای سیاستگذاری حرفه ای (مدیریتی و خبری) در رسانه ایرنا قرار گیرد و به بهبود جایگاه و عملکرد آن تاحدی کمک کند.

1-3) اهداف تحقیق

بدین ترتیب، هدف اصلی این پژوهش، تدوین و ارائه الگویی مطلوب برای فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران از منظر صاحب نظران ارتباطی و دست اندرکاران رسانه ای است. با توجه به مطالعه های انجام شده در سطح بین المللی، پنج شاخص، مالکیت (مدیریت و سازمان)، فناوری، بازار و مشتری (مخاطب)، رقابت و شرایط حرفه ای (تعادل و توازن خبری) برای دستیابی به مدل مطلوب، در نظر گرفته شده است.

در این پژوهش، نخست، خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) به عنوان خبرگزاری رسمی ایران براساس شاخص های مذکور با سه خبرگزاری بزرگ بین المللی شامل رویترز، آسوشیتدپرس و فرانس پرس و خبرگزاری ملی هند موسوم به پی.تی.آی به طور تطبیقی و مقایسه ای مورد مطالعه قرار می گیرد و سپس برای دستیابی به یک مدل بومی و مطلوب تلاش می شود تا با توجه به وضعیت و شرایط موجود کشور، الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری رسمی کشور از نگاه کارشناسان و متخصصان ایرانی آشنا به ساز و کار خبرگزاری، تهیه، تدوین و ارائه شود.

به عبارت دیگر، هدف اصلی پژوهش، رسیدن به الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری رسمی کشور (ایرنا) از نگاه کارشناسان و دست اندرکاران ایرانی است که در پرتو مطالعه تطبیقی و

مقایسه ای الگوهای حرفه ای خبرگزاری های منتخب - رویترز، آسوشیتدپرس، فرانس پرس و بی.تی.وی - به دست می آید.

در بستر این پژوهش، تلاش می شود با توجه به شرایط و وضعیت ایران، الگوی مطلوب و بومی فعالیت حرفه ای خبرگزاری رسمی کشور، ویژگی ها و شرایط علمی و عملی تحقق آن از نگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات و رسانه ها، مدیران و سیاستگذاران ارشد رسانه ها با تاکید بر دست اندرکاران خبرگزاری ها در ایران، کارورزان حرفه ای رسانه ها و همچنین حقوقدانان ارتباطات تهیه، تدوین و ارائه گردد.

در کنار هدف اصلی پژوهش می توان اهداف فرعی زیر را بیان کرد:

- توصیف وضعیت موجود ایرنا و خبرگزاری های منتخب پژوهش مبتنی بر شاخص های پنجگانه مورد مطالعه

- آسیب شناسی ایرنا از لحاظ مالکیت و ساختار سازمانی و پیشنهاد راهکارهای علمی برای بهبود آن
- آسیب شناسی ایرنا از منظر میزان بهره گیری از فناوری های جدید رسانه ای و پیشنهاد راهکارهای علمی برای بهبود وضعیت موجود

- آسیب شناسی ایرنا از لحاظ نوع ارتباط با مشتریان هدف یا مخاطبان و به طور کلی کسب درآمد و ارائه راهکارهای پیشنهادی برای درآمدزایی به منظور خروج تدریجی از وابستگی صرف به بودجه دولتی

- مطالعه شرایط حرفه ای ایرنا از حیث تعادل و توازن خبری و راهکارهای علمی برای بهبود وضع موجود

- مطالعه وضعیت موجود ایرنا از لحاظ رقابت پذیری در داخل و خارج از کشور و ارائه راهکارهای علمی برای ارتقاء سطح رقابت پذیری ایرنا با تاکید بر مزیت های رقابتی آن

4-1) پرسش های اصلی تحقیق

با توجه به اهداف پژوهش، می توان پرسش های کلی زیر را می توان به صورت هدفمند در اختیار مصاحبه شوندگان پژوهش حاضر قرار داد و مبتنی بر آن، دیدگاه های عمقی و کارشناسی آنها را برای طراحی الگوی مطلوب فعالیت حرفه ای خبرگزاری در ایران به دست آورد.

پرسش (1): دیدگاه های پاسخگویان این تحقیق درباره شیوه های مطلوب نظام اداره خبرگزاری رسمی کشور چیست؟ از نگاه آنها مهمترین آسیب های کلی و نقاط ضعف و قوت خبرگزاری ملی در ایران کدام است؟

- پرسش (2): از نگاه پاسخگویان این تحقیق، کدام یک از شیوه های نظام اداره موجود در خبرگزاری های بزرگ بین المللی (دولتی، خصوصی، تعاونی و ...) با توجه به شرایط ایران، برای خبرگزاری رسمی کشور مطلوب تر است؟
- پرسش (3): الگوی مطلوب در روابط میان دولت و خبرگزاری رسمی کشور از منظر پاسخگویان این تحقیق چیست؟
- پرسش (4): الگوی مطلوب در روابط میان خبرگزاری و مخاطبان (مشتریان) از نگاه پاسخگویان این تحقیق چیست؟
- پرسش (5): پاسخگویان این تحقیق چه دیدگاهی درباره حرکت خبرگزاری رسمی به سوی ایجاد خبرگزاری تلویزیونی دارند؟
- پرسش (6): از نگاه پاسخگویان این تحقیق، آیا در اوضاع جدید فعالیت حرفه ای خبرگزاری ها و دیگر رسانه های بین المللی - بویژه تحت تاثیر رسانه های اجتماعی مبتنی بر وب-2 - دیگر وجود "خبرگزاری رسمی و ملی" ضروری می نماید یا اینکه باید این مدل تغییر یابد؟
- پرسش (7): از منظر پاسخگویان این تحقیق، خبرگزاری رسمی کشور چگونه می تواند با بهره گیری از فن آوری های جدید به پویایی و عملکرد مطلوبتری دست یابد؟
- پرسش (8): از نگاه پاسخگویان این تحقیق، در اوضاع کنونی، تحت تاثیر تحولات و دگرگونی های سیاسی و فن آوری و همچنین رشد خبرگزاری های اینترنتی، چگونه می توان خبرگزاری رسمی کشور را اداره و مدیریت کرد تا با بحران مخاطب و اعتبار مواجه نشود؟