

الگوی همکاری جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در تحلیل و مدیریت مسائل اجتماعی (از تحلیل علمی تا روایت رسانه‌ای)

سعید معیدفر

استاد گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
smoidfar@gmail.com

محمدرضا حسینی

دانشیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم انسانی،
دانشگاه آیت الله بروجردی، بروجرد، ایران
m.hosseini@abru.ac.ir

هادی زمانی

دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش مسایل اجتماعی ایران
،دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران - پردیس بین‌المللی کیش (نویسنده مسئول)
hadizamani1404@yahoo.com

رسول مهماندوست

رییس مسئولیت اجتماعی، شرکت فولاد مبارکه، اصفهان، ایران
rasool.mehmandooost@gmail.com

چکیده

مسائل اجتماعی از مهم‌ترین چالش‌های جوامع معاصر به‌شمار می‌روند که ذهن شهروندان، نهادهای مدنی و نخبگان اجتماعی را به خود مشغول ساخته‌اند. در این میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران به‌عنوان دو گروه مرجع در فرآیند شناخت، تحلیل و بازنمایی مسائل اجتماعی نقش بسزایی ایفا می‌کنند. هدف این پژوهش بررسی تطبیقی نقش و کارکرد این دو گروه در مواجهه با مسائل اجتماعی و بحران‌های ناشی از آن است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش مطالعه کتابخانه‌ای و تکمیل آن با تکنیک دلفی در دو مرحله، دیدگاه‌های ۱۵ نفر از نخبگان حوزه جامعه‌شناسی و روزنامه‌نگاری را گردآوری و تحلیل کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد

که جامعه‌شناسان با اتکا به روش‌های علمی و تحلیل ساختاری و روزنامه‌نگاران با بهره‌گیری از روایت‌گری تحلیلی و برجسته‌سازی رسانه‌ای، می‌توانند به‌صورت مکمل در فرآیند حساس‌سازی، تبیین و حل مسائل اجتماعی ایفای نقش کنند. همچنین هم‌افزایی این دو گروه در قالب کارگروه‌های مشترک، تولید محتوای تحلیلی و آموزش بین‌رشته‌ای، می‌تواند به ارتقاء سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار کمک شایانی نماید.

کلمات کلیدی: جامعه‌شناسی، مسائل اجتماعی، روزنامه‌نگاری تحلیلی، بحران اجتماعی، رسانه، آگاهی اجتماعی

۱- مقدمه و بیان مسئله

در جوامع معاصر، مسائل اجتماعی به مثابه بازتابی از نابرابری‌های ساختاری، تعارضات نهادی و بحران‌های فرهنگی، به یکی از مهم‌ترین چالش‌های سیاست‌گذاری عمومی و حیات اجتماعی بدل شده‌اند. این مسائل، از فقر و نابرابری گرفته تا بحران‌های زیست‌محیطی و فروپاشی سرمایه اجتماعی، نه تنها زندگی روزمره شهروندان را تحت تأثیر قرار می‌دهند، بلکه مشروعیت نهادهای اجتماعی و سیاسی را نیز به چالش می‌کشند (Giddens, 2009; Beck, 1992). در چنین بستری، نقش نخبگان فکری و کنشگران حوزه عمومی، به ویژه جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران، در تحلیل، بازنمایی و جهت‌دهی به افکار عمومی، بیش از پیش اهمیت می‌یابد.

جامعه‌شناسان با بهره‌گیری از روش‌های علمی، تحلیل ساختارهای اجتماعی و تفسیر کنش‌های انسانی، تلاش می‌کنند تا ریشه‌های مسائل اجتماعی را شناسایی کرده و راهکارهای مبتنی بر شواهد ارائه دهند. از منظر وبر، جامعه‌شناسی علمی است که به تفسیر معنای کنش اجتماعی و تبیین علّی پیامدهای آن می‌پردازد (Weber, 1978). در همین راستا، جامعه‌شناسان با تحلیل نظم اجتماعی، تضادهای ساختاری و فرآیندهای بازتولید نابرابری، می‌کوشند تا مسیرهایی برای اصلاح اجتماعی و توسعه پایدار ترسیم کنند (Bourdieu, 1991; Fraser, 1997).

از سوی دیگر، روزنامه‌نگاران به عنوان کنشگران عرصه عمومی با روایت‌گری، برجسته‌سازی و تولید گفتمان، نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند. نظریه برجسته‌سازی^۱ نشان می‌دهد که رسانه‌ها با انتخاب و تأکید بر برخی موضوعات، می‌توانند ادراک عمومی از اهمیت مسائل را شکل دهند (McCombs & Shaw, 1972). همچنین، روزنامه‌نگاری تحلیلی با عبور از سطح توصیف، به کشف روابط علّی، تبیین زمینه‌های ساختاری و مشارکت در فرآیند حل مسئله اجتماعی نزدیک می‌شود (Schudson, 2008; Zelizer, 2004).

با این حال، در بسیاری از موارد جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران به صورت جزیره‌ای عمل می‌کنند. جامعه‌شناسان گاه در برج عاج نظریه باقی می‌مانند و روزنامه‌نگاران نیز در سطح روایت‌گری متوقف می‌شوند. این شکاف، موجب کاهش اثربخشی هر دو حوزه در مواجهه با بحران‌های اجتماعی می‌شود. در حالی که هم‌افزایی میان تحلیل علمی و روایت رسانه‌ای می‌تواند به فهم عمیق‌تر، حساس‌سازی مؤثرتر و ارائه راهکارهای عملی‌تر منجر شود (Habermas, 1989; Cottle, 2006).

¹ Agenda-Setting

۲. چهارچوب مفهومی تحقیق

نقش جامعه‌شناسان در فهم و تبیین مسائل اجتماعی، از بنیان‌های اصلی علوم اجتماعی محسوب می‌شود. ماکس وبر (۱۹۷۸) جامعه‌شناسی را علمی می‌داند که هدف آن «تفسیر معنای کنش اجتماعی» و «تبیین علّی پیامدهای آن» است. این تعریف، جامعه‌شناس را نه صرفاً مشاهده‌گر، بلکه مفسر ساختارهای کنش انسانی معرفی می‌کند. پیر بوردیو^۱ (۱۹۹۱) با نظریه «قدرت نمادین» و مفهوم «میدان اجتماعی»، نشان می‌دهد که جامعه‌شناسان چگونه می‌توانند نابرابری‌های پنهان را افشا کرده و سازوکارهای بازتولید سلطه را تحلیل کنند. در همین راستا، آنتونی گیدنز^۲ (۲۰۰۹) با نظریه ساخت‌یابی، بر تعامل میان ساختار و عاملیت تأکید دارد و نقش جامعه‌شناس را در فهم پویایی‌های اجتماعی برجسته می‌سازد. این دیدگاه‌ها در ایران با مطالعات آثار دکتر سعید معیدفر در خصوص تبیین مسایل اجتماعی در کنار دیدگاه‌های جامعه‌شناسان کلاسیک همچون پارسونز در سطوح تحلیل جامعه شناختی درکی متفاوت از چگونگی نحوه عمل دانش جامعه‌شناسی در برخورد با مسایل اجتماعی و مدیریت بحران‌های اجتماعی را ارائه می‌کند.

یوسفی و اکبری (۱۳۹۰) نیز با بررسی مسائل اجتماعی ایران، بر ضرورت تحلیل ساختاری، توجه به زمینه‌های فرهنگی و بازخوانی تاریخی مسائل تأکید کرده‌اند. آنان جامعه‌شناسی را ابزاری برای تشخیص محدودیت‌های قضاوت‌های عامیانه و ارتقاء آگاهی اجتماعی معرفی می‌کنند. همچنین میرفردی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای درباره چالش‌های نظریه‌پردازی در جامعه‌شناسی ایران، به ضعف تعامل میان جامعه‌شناسان و نهادهای اجرایی اشاره کرده و بر ضرورت تولید نظریه‌های بومی تأکید دارد. مطالعات جدیدتر نیز به رویکردهای تحلیلی نوین پرداخته‌اند. برای مثال کاظمی تربقان و همکاران (۱۴۰۲) با بهره‌گیری از نظریه بازی، تعاملات اجتماعی را به‌عنوان کنش‌های راهبردی تحلیل کرده‌اند و نقش جامعه‌شناس را در مدل‌سازی رفتارهای جمعی برجسته ساخته‌اند.

بر اساس دیدگاه‌های نظریه پردازان جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی؛ همگی مبین آن است که هر مشکل و اتفاقی مسئله اجتماعی نیست و یک مشکل زمانی که با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه در تضاد قرار گیرد و منافع عمومی را در معرض تهدید قرار دهد؛ با انعکاس رسانه‌ای و طرح در اخبار، گزارش‌ها و یادداشت‌های روزنامه‌نگاران که باعث شیوع و فراگیری آن و

¹ Pierre Bourdieu

² Anthony Giddens

برساخت ذهنی جامعه می گردد، می تواند یک مسئله شناخته شود. تقریباً همه آثار منتشر شده در حوزه جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی صراحتاً یا تلویحاً درپچه طرح مسئله اجتماعی را مطبوعات و رسانه و بر اساس عملکرد خبرنگاران و روزنامه‌نگاران مطرح کرده اند. ریچارد فولر و ریچارد مایرز معتقدند که مسایل اجتماعی از نظم و ترکیب خاصی برخوردارند. این دو مدعی اند که همه مسایل اجتماعی مراحل سه گانه آگاهی، سیاستگذاری و اصلاح را طی می‌کنند (رایبینگتن و واینبرگ^۱، ۱۳۹۳).

معیدفر (۱۳۹۷) نیز در کتاب «جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی ایران» در تبیین مسئله اجتماعی از دیدگاه مرتون مطرح می نماید: «یک نظام اجتماعی در ارتباط پیوسته میان اجزایش تحقق می یابد. این ارتباط تحت عنوان روابط سیبرنتیک میان اجزا نظام مطرح می شود... نظام اجتماعی همیشه از بالا تحت تاثیر اطلاعات و از پایین تحت تاثیر انرژی است. این دو عامل کنترل کننده و مشروط کننده از بالا و پایین، نظامی از روابط متقابل را میان چهار خرده نظام برقرار می کنند. این فرایند ارتباط می تواند در درون هر یک از خرده نظام ها نیز برقرار باشد. به هر حال این فرایند میان خرده نظام ها در درون نظام اجتماعی کلی بر اساس تبادل انرژی و اطلاعات حاکی از برقراری تعادل میان نظام اجتماعی و محیط آن و نیز میان هر یک از خرده نظام ها با خرده نظام های دیگر است. این نظام ارتباطات متقابل خرده نظام ها را با یکدیگر و به محیط نزدیک می کند.»

لوزیک^۲ (۱۳۹۸) در کتاب «نگرشی نو در تحلیل مسایل اجتماعی» در تبیین جنبه های عینی و معرفت می نویسد: «زمانی که ما مسایل اجتماعی را به عنوان شرایط عینی مطالعه می کنیم بر معرفتی تکیه داریم که این شرایط را به صورت نموداری از کنش ها نسبت به آن مسایل ترسیم می کند اما جهان پست مدرن یک جهان میانجی است. منظور از جهان میانجی «جهان از طریق رسانه» است. ما برای کسب اطلاعات از جهان طبیعی و اجتماعی غالباً متکی بر رسانه هستیم اما این رسانه نیز تفاوت میان واقعیت و داستان، حقیقت و خیال را کاملاً روشن نمی کند.»

منابع حوزه روزنامه‌نگاری نیز مهمترین وظیفه شاغلین این حرفه را اطلاع رسانی و آگاه سازی مردم از رویدادها و اتفاقات مهمی عنوان نموده اند که مردم از شنیدن شان ذی نفع خواهند شد.

¹ Rubington & Weinberg

² Loseke

اسدی(۱۳۹۷) در کتاب «روزنامه‌نگاری در جهان معاصر» در بخش اول کتاب با عنوان روزنامه‌نگاری و قبض و بسط گفتمان‌ها، بر نقش روزنامه‌نگاری در زایش و تکامل یک گفتمان تاکید می‌کند.

سیسونز^۱(۱۳۹۸) در کتاب «روزنامه‌نگاری در عمل» می‌نویسد: «چگونه می‌توان روزنامه‌نگار بود. و رای تجربه روزنامه‌نگاری موضوع‌هایی از زندگی واقعی را باید بیان کرد.. ما باید رویدادها را بباییم که مردم به آنها علاقه مند شوند و این رویدادها را به هیجان‌انگیزترین و در عین حال صادقانه‌ترین شکل ممکن برای آنها بازگو کنیم».

یوست^۲(۱۳۳۸) در کتاب «اصول روزنامه‌نگاری» می‌نویسد: «نخستین وظیفه روزنامه‌نگاری رسیدن به حقیقت است. دموکراسی به شهروندانی وابسته است که اطلاعات مطمئن و صحیح دارند. روزنامه‌نگاری، حقیقت را در خلاء و یا از منظر فلسفی دنبال نمی‌کند، بلکه می‌تواند و باید حقیقت را در یک فضای واقعی و عینی دنبال کند. حقیقت روزنامه‌نگاری فرایندی است که با مقررات حرفه‌ای، گردآوری اطلاعات و روایت واقعیت و اثبات حقیقت به دست می‌آید. باید به شهروندان وفادار بود. اگر چه سازمان‌های خبری به موسسات بسیاری از جمله آگهی‌دهندگان و سهام‌داران پاسخ می‌دهند؛ اما روزنامه‌نگاران بیش از هر چیزی باید وفاداری به شهروندان و منافع عمومی را در نظر داشته باشند. اثبات حقایق، اساس کار است. روزنامه‌نگاران برای اثبات حقایق به مقررات حرفه‌ای تکیه می‌کنند. وقتی مفهوم عینیت مطرح می‌شود به این معنی نیست که روزنامه‌نگاران از جانبداری کاملاً بری هستند».

«جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری» عنوان کتابی است به قلم مک‌نیر^۳(۱۳۸۸) که به مدلی از روزنامه‌نگاری مدرن اشاره دارد که فرض اصلی در نحوه کارکرد آن، وجود دموکراسی و قبول حق رأی است. مک‌نیر برای برجسته‌سازی بحث خود می‌نویسد: «دغدغه ما درباره دنیا آنقدر به آنچه روی داده مربوط نمی‌شود که به آنچه روزنامه‌نگاران به ما می‌گویند که رخ داده است». در کتاب جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری، خواننده به طرزی ملموس با پیوند عمیق جامعه‌شناسی با تولید محتوای رسانه‌ای آشنا می‌شود. از دیدگاه او اهمیت روزنامه‌نگاری مدرن و ارتباط آن با جامعه‌شناسی به میزان زیادی از انتظارات نویسنده از شکل و محتوای مشخصی که می‌نویسد، مشخص می‌شود. در این حال روزنامه‌نگاری ارتباط معلومی با

¹ Sissons

² Yost

³ McNair

جهش های اجتماعی و تطورات آن دارد. مصداق این مدعا تولد روزنامه‌نگاری در شروع عصر صنعتی است. بنابراین روزنامه‌نگاری باید دارای چند مشخصه اصلی باشد:

۱- حقیقت‌گرایی متکی بر عینت برای اعتماد زایی نزد مخاطب.
۲- تاکید بر عنصر تازگی اخبار و تفسیر آن؛ هنر روزنامه‌نگاری در این دوران سخت، مفهوم بخشی و ساماندهی به اطلاعاتی است که به وفور وجود دارد. همین امر وجه تمایز روزنامه‌نگاری موفق با دیگر منابع اطلاعاتی است.

۳- مفهوم بخشی به شکل روایت و قصه نویسی برای داده‌هایی که هیچ احساسی در آنها نیست.

۴- ارائه مدل های روزنامه‌نگاری با تأسی از خاستگاه های ایدئولوژیک. به عبارت دیگر می‌توان با قبول تکثرگرایی ایدئولوژیک در عرصه ارتباطات، حقیقت را از دل واقعیت‌ها بر اساس برداشت های خود تفسیر و تعبیر کرد.

۵- علم فقط وقتی موضوع ژورنالیسم قرار می‌گیرد که با خصلت‌ها و نیازهای اجتماعی همراه شود. بنابراین حوادث علمی هنگامی سوژه روزنامه‌نگاری می‌شود که با زندگی اجتماعی مردم تداخل کند.

۶- تاکید بر ماهیت روزنامه‌نگاری به عنوان منبعی که سرانجام مخاطبان باید به رخدادها از پشت شیشه‌های عینک ژورنالیسم بنگرند. این کار با روش گزارش اخبار، مقاله‌کیفی، تفسیر، نقطه نظر و روش‌هایی شبیه به اینها انجام می‌شود.

۷- ممکن است دست‌اندرکاران رسانه‌ای در جوامع خود حتی منفور باشند اما همگان این قاعده اجتناب‌ناپذیر را می‌پذیرند که «ژورنالیسم به عنوان یک کالا در زمان تقاضا غیر قابل‌جلوگیری است».

۸- سرانجام اینکه ژورنالیسم نمی‌تواند بدون تأثیرپذیری از گفتمان حاکم بر جامعه و ریشه‌های بروز اتفاق‌ها عمل کند. این امر به معنی رابطه عمیق روزنامه‌نگاری با جامعه‌شناسی است. مک‌نیر پس از ارائه تصویری از کار ویژه‌های روزنامه‌نگاری در عصر مدرن در فصول بعد به ساخت و کارهای تولید رسانه‌ای و ارتباط آن با جامعه‌شناسی می‌پردازد. او با بهره‌گیری از جامعه‌شناسی سیاسی و اندشمندان این حوزه بر این امر تاکید دارد که رسانه‌ها همچنان رکن چهارم دموکراسی هستند. اگرچه در ترجمه کتاب این عنوان «وضعیت چهارم» معرفی شده با این حال مؤلف وظایف زیر را برای تولید رسانه‌ای بر می‌شمارد:

- ۱- حفظ بی‌طرفی و ارائه نقش شریک منصف در مناقشات و تعاملات اجتماعی؛
- ۲- حمایت و حفاظت از کثرت‌گرایی؛

- ۳- حراست از فرهنگ و گفتمان دموکراتیک؛
- ۴- حمایت از آزادی عقلانی؛ ایفای نقش به عنوان خدمتگذار به علایق عمومی؛
- ۵- نورافشانی در گستره عمومی و حفظ آن به عنوان شرط تصمیم سازی اشتراکی
- منطقی برای تعامل و تصمیم گیری» (مکنیر، ۱۳۸۸).

یکی از چهره های سرشناس جامعه‌شناسی که موضوع فعالیتها و اقدامات اش ارتباط تنگاتنگی با روزنامه‌نگاری دارد. «رابرت پارک»^۱ (۱۸۴۴-۱۹۴۴) جامعه‌شناس شهری و از چهره‌های برجسته در تاریخ اولیه جامعه‌شناسی در آمریکا و مکتب جامعه‌شناسی شیکاگو است. کارهای تحقیقی پارک در زمینه جامعه‌شناسی شهری از تجربه‌های روزنامه‌نگاری سرچشمه می‌گیرند. مردم نگاری شهری با کاربرد فنون مشاهده مشارکت آمیز که از این طریق درباره ماهیت و کارکرد آن نوع دانشی که اخبارش می‌خوانیم آگاهی بیشتری به دست می‌آوریم تا از آن طریق بتوان رفتار جامعه تحت تاثیر اخبار را به زبان دقیق و کلی علم، توصیف کند. او در ترسیم جامعه‌شناسی به دور از مقررات و غالباً تحلیل تجویزی جامعه در جهت یک روش شناسی عینی مؤثر بود و در این زمینه بر مفهوم «نسبیت نظام اخلاقی» که در کار «جان دیویی»^۲ و «هربرت مید»^۳ به صورت مطلق بود تأکید می‌نماید. پارک به عنوان اولین نظریه پرداز ارتباط جمعی شناخته شده است. او ارتباطات را به عنوان یک فراگرد اجتماعی روان شناختی تعریف می‌کند که از طریق آن فرد قادر می‌شود در پاره ای از موارد برخی رفتارها و نقطه نظرات سایرین را تشخیص دهد، پارک می‌گوید که ارتباطات فراگردی است که در آن یک اصل اخلاقی و منطقی جانشین یک اصل فیزیولوژیکی و غریزی می‌شود. از نظر پارک ارتباطات راه حل مناسبی برای حل مشکلات اجتماعی شهر است.

در تحلیل دیدگاه های نظری اندیشمندان علوم ارتباطات اجتماعی، برخی اندیشمندان مثل بورديو نقش رسانه‌ها و خبرنگاران را زیر سوال می‌برند که در نهایت به این پرسش می‌رسند که آیا خبرنگاران نماینده مردم هستند؟ با مطرح شدن چنین پرسش‌هایی موضوع روزنامه‌نگاری راه‌حل‌گرا در غرب مطرح شد و اوج آن در سال های ۲۰۱۰ میلادی بود اما در ایران از سال ۱۳۹۶ به طور پراکنده به این مفهوم پرداخته شده است. سابقه روزنامه‌نگاری راه حل گرا را می‌توان در روزنامه‌نگاری عمومی یا مدنی در امریکا دید که مدافعان آن معتقد بودند باید مردم در مسائل مختلف ایفای نقش کنند و مردم را وادار به کنش در جامعه کنیم

¹ Park, Robert E.

² Dewey, John

³ Mead, George Herbert

و خود مردم برای بهتر شدن جامعه راه حل بدهند. این رویکرد راه حل گرایانه در رسانه‌ها سپس در دانمارک مطرح شد. «لیبینگ»^۱ معتقد بود روزنامه‌نگاری راه حل گرا به حل مسائل کمک می‌کند. «اوردیک»^۲ و «هاگروپ» و «گیلدنستد»^۳ تلاش‌های بسیاری در این حوزه کردند با این مبنا که روزنامه‌نگاران باید جایگاه خود را عوض کنند و باید این شیوه را تغییر داد. این روزنامه‌نگاری موضوعات اجتماعی را به تصویر می‌کشد که مردم را به کنش وادار کند. در فرانسه روزنامه لیبراسیون و لوموند بخشی را به این اختصاص دادند. روزنامه‌نگاری راه حل گرا شناسایی مسائل، تجزیه و تحلیل آن، راه حل‌های زیست محیطی و اجتماعی را پیشنهاد می‌کن (احمدی، ۱۳۹۹).

مطالعات رسانه‌ای نشان می‌دهند که روزنامه‌نگاران با انتخاب، برجسته‌سازی و روایت مسائل اجتماعی، نقش مهمی در شکل‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند. نظریه «برجسته‌سازی» مک‌کامبز و شاو^۴ (۱۹۷۲) بیان می‌کند که رسانه‌ها با تأکید بر برخی موضوعات، می‌توانند ادراک عمومی از اهمیت آن‌ها را شکل دهند.

مایکل شادسون^۵ (۲۰۰۸) در کتاب «چرا دموکراسی‌ها به رسانه‌های ناخوشایند نیاز دارند»، روزنامه‌نگاری تحلیلی را ابزاری برای مطالبه‌گری، نقد قدرت و ارتقاء گفت‌وگوی عمومی معرفی می‌کند. باربی زلیزر^۶ (۲۰۰۴) نیز بر ضرورت جدی گرفتن روزنامه‌نگاری در مطالعات آکادمیک تأکید دارد و آن را بخشی از فرآیند تولید دانش اجتماعی می‌داند.

در ایران معتمدنژاد (۱۳۸۵) نیز اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری را در زمینه‌های تاریخی و مقررات‌گذاری ملی بررسی کرده و بر مسئولیت اجتماعی روزنامه‌نگاران در بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی تأکید کرده است. رضائیان (۱۳۹۴) با بررسی نسبت روزنامه‌نگاری تحلیلی و جامعه‌شناسی تفسیری، پنج نسبت مفهومی میان این دو حوزه را تبیین کرده است: عینی‌گرایی و اعیان، رویداد و کنش، زیست‌بوم و محیط‌ورزی، فضا و شرایط و آزادی بیان و آزادی تفسیر. این نسبت‌ها نشان می‌دهند که روزنامه‌نگاری تحلیلی می‌تواند به‌مثابه مکمل جامعه‌شناسی تفسیری عمل کند.

¹ Lepping, Christine

² Ording, Cathrine & Haagrup, Sofie

³ Gyldensted, Catherine

⁴ McCombs and Shaw

⁵ Michael Shadson

⁶ Barbie Zelizer

مطالعاتی مانند مقاله گرجی (۱۴۰۴) در روزنامه ستاره صبح نیز بر نقش روزنامه‌نگاری در رشد فکری جامعه، تقویت تفکر انتقادی و ایجاد بستر گفت‌وگوی عمومی تأکید دارند.

در سطح بین‌المللی کاتل^۱ (۲۰۰۶) با طرح مفهوم درگیری رسانه‌ای شده^۲، نشان می‌دهد که رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده منازعات اجتماعی هستند، بلکه در شکل‌گیری، تشدید یا کاهش آن‌ها نیز نقش فعال دارند. این دیدگاه، رسانه را به‌عنوان کنشگر اجتماعی در فرآیند بحران‌سازی یا بحران‌زدایی معرفی می‌کند.

هابرماس^۳ (۱۹۸۹) با نظریه «تحول ساختاری حوزه عمومی» رسانه‌ها را بستر شکل‌گیری گفتمان عقلانی و مشارکت دموکراتیک می‌داند. از منظر او، رسانه‌ها می‌توانند با فراهم‌سازی فضای گفت‌وگو، به ارتقاء عقلانیت ارتباطی و کنش جمعی منجر شوند. این نظریه، جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران را به‌عنوان کنشگران حوزه عمومی در فرآیند دموکراتیزه‌سازی جامعه معرفی می‌کند.

در همین راستا مطالعاتی مانند زلیزر^۴ (۲۰۰۴) و شادسون^۵ (۲۰۰۸) نیز بر نقش روزنامه‌نگاری تحلیلی در مطالبه‌گری، نقد قدرت و تولید دانش اجتماعی تأکید دارند. آنان روزنامه‌نگاری را نه صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی، بلکه بخشی از فرآیند شناخت و تغییر اجتماعی می‌دانند. از طرف دیگر مطالعات فراوانی در خصوص روزنامه‌نگاری و جامعه‌شناسی و حوزه‌های بین رشته‌ای نزدیک به این دو همچون جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری، جامعه‌شناسی خبر و... وجود دارد. برای مثال تحقیق «نگاهی به جایگاه و کارکردهای روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری الکترونیک تعامل سنت و فن آوری در جامعه اطلاعاتی» (فرقانی، ۱۳۸۴)، «چالش‌ها و موانع توسعه روزنامه‌نگاری علم در ایران» (بروجردی علوی و بنیادی، ۱۳۹۴) یا مطالعاتی که در حوزه جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری (مکنیر، ۱۳۸۸) و جامعه‌شناسی خبر (وردی‌نژاد و بهرامی رشتیانی، ۱۳۸۸) انجام شده است اما هیچ یک از تحقیقات مذکور به طور مستقیم به موضوع مورد نظر این تحقیق نپرداخته است.

پژوهش حاضر در پی تبیین نقش مکمل و هم‌افزایی جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با مسائل اجتماعی است. برای این منظور، مفاهیم کلیدی زیر به‌عنوان ستون‌های نظری مقاله تعریف و تحلیل می‌شوند:

¹ Cattle

² Mediatized Conflict

³ Jürgen Habermas

⁴ Barbie Zelizer

⁵ Michael Shadson

۱-۳- مسئله اجتماعی

«مسئله اجتماعی» به وضعیتی اطلاق می‌شود که بخش قابل توجهی از جامعه آن را نامطلوب، ناعادلانه یا تهدیدکننده نظم اجتماعی تلقی کند و خواهان مداخله برای اصلاح آن باشد (Fuller & Myers, 1941). از منظر جامعه‌شناسی تفسیری، مسئله اجتماعی نه صرفاً یک واقعیت عینی، بلکه برساخته‌ای اجتماعی است که از طریق تعاملات، گفتمان‌ها و بازنمایی‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد (Blumer, 1971). در ایران، نوذری (۱۳۸۴) با تحلیل پارادایمی بحران‌ها، بر نقش برداشت‌های ذهنی و زمینه‌های فرهنگی در تعریف مسئله اجتماعی تأکید کرده است.

۲-۳- بحران اجتماعی

«بحران اجتماعی» زمانی رخ می‌دهد که یک مسئله اجتماعی از سطح نارضایتی عمومی فراتر رفته و به تهدیدی برای انسجام، مشروعیت یا بقاء ساختارهای اجتماعی تبدیل شود. بحران‌ها معمولاً با گسترش دامنه، شدت تأثیر و ناتوانی نهادها در پاسخ‌گویی مشخص می‌شوند (Habermas, 1989). از منظر جامعه‌شناسی انتقادی، بحران‌ها فرصت‌هایی برای بازاندیشی در نظم اجتماعی و بازتعریف روابط قدرت هستند. رسانه‌ها در این میان می‌توانند با برجسته‌سازی یا سکوت، در تبدیل مسئله به بحران نقش‌آفرینی کنند (Cottle, 2006).

۳-۳- کنش متقابل نمادین

«کنش متقابل» در نظریه کنش نمادین، به فرآیند تعامل میان افراد اشاره دارد که در آن معانی به صورت پویا شکل می‌گیرند (Mead, 1934; Blumer, 1969). این کنش‌ها در مواجهه با مسائل اجتماعی، به تولید معنا، شکل‌گیری هویت جمعی و بازنمایی بحران‌ها منجر می‌شوند. در روزنامه‌نگاری تحلیلی، کنش متقابل میان رویدادها، روایت‌ها و واکنش‌های اجتماعی، به تولید گفتمان عمومی و حساس‌سازی افکار عمومی منجر می‌شود.

۴-۳- عینی‌گرایی

«عینی‌گرایی» در روزنامه‌نگاری به رویکردی اشاره دارد که بر مشاهده‌پذیری، مستندسازی و بی‌طرفی تأکید دارد. رضائیان (۱۳۹۴) نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاری تحلیلی با حفظ بنیان‌های عینی‌گرایی، به تحلیل ذهنی و جستجوگری نیز می‌پردازد. در جامعه‌شناسی تفسیری، عینی‌گرایی با «اعیان سه‌گانه» (طبیعی، انسانی، انتزاعی) مرتبط است و کنشگر باید میان ذهن و عین تعادل برقرار کند.

۵-۳- حوزه عمومی

«حوزه عمومی» مفهومی کلیدی در نظریه ارتباطات هابرماس است که به عرصه‌ای برای گفت‌وگوی عقلانی، نقد قدرت و مشارکت دموکراتیک اشاره دارد (Habermas, 1989). رسانه‌ها، به‌ویژه روزنامه‌نگاری تحلیلی، نقش مهمی در شکل‌گیری و حفظ این فضا دارند. جامعه‌شناسی تفسیری نیز با تأکید بر شرایط اجتماعی و زیست‌بوم، به تحلیل زمینه‌های شکل‌گیری حوزه عمومی می‌پردازد.

۶-۳- نظریه «کنش ارتباطی» هابرماس

هابرماس در نظریه «کنش ارتباطی»^۱ بر اهمیت گفت‌وگوی عقلانی در فضای عمومی تأکید می‌کند. او معتقد است که کنش ارتباطی زمانی شکل می‌گیرد که کنشگران با هدف تفاهم، نه صرفاً موفقیت، وارد تعامل شوند (Habermas, 1984). در این چارچوب، رسانه‌ها می‌توانند بستر گفت‌وگوی عقلانی را فراهم کنند یا آن را مختل سازند. جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران، به‌عنوان کنشگران حوزه عمومی، نقش کلیدی در حفظ یا بازسازی این فضا دارند.

۷-۳- نظریه «میدان»^۲ بوردیو

بوردیو با نظریه میدان و «هابیتوس»، تعاملات اجتماعی را در بستر ساختارهای قدرت و سرمایه‌های نمادین تحلیل می‌کند. میدان روزنامه‌نگاری (رسانه و افکار عمومی جامعه) و میدان دانشگاهی جامعه‌شناسی هر یک قواعد خاص خود را دارند، اما در نقاطی هم‌پوشانی دارند. تعامل میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در این میدان‌ها، تابع توزیع سرمایه‌های فرهنگی، رسانه‌ای و اجتماعی است (Bourdieu, 1991). این نظریه به فهم بهتر رقابت‌ها، هم‌افزایی‌ها و موانع ارتباطی میان این دو گروه کمک می‌کند.

۸-۳- نظریه «بازنمایی رسانه‌ای واقعیت»

در کتاب «ساخت رسانه‌ای واقعیت»^۳، کولدردی و هپ نشان می‌دهند که «رسانه‌ها نه تنها بازتاب‌دهنده بلکه سازنده واقعیت اجتماعی‌اند» (Couldry & Hepp, 2017). این ساخت واقعیت از طریق انتخاب روایت‌ها، قاب‌بندی و تکرار گفتمان‌ها صورت می‌گیرد. در این چارچوب، روزنامه‌نگاران نقش فعالی در شکل‌دهی به ادراک عمومی از مسائل اجتماعی دارند و جامعه‌شناسان می‌توانند با تحلیل این فرآیند، به نقد و اصلاح آن کمک کنند.

¹ Theory of Communicative Action

² Field Theory

³ The Mediated Construction of Reality

۹-۳- نظریه «قدرت ارتباطات»

مانوئل کاستلز در کتاب «قدرت ارتباطات»^۱، رسانه‌ها را به عنوان ابزار قدرت در جامعه شبکه‌ای معرفی می‌کند. او نشان می‌دهد «قدرت رسانه‌ای در عصر دیجیتال از طریق کنترل روایت‌ها اعمال می‌شود» (Castells, 2009). در این چارچوب، روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان می‌توانند با تولید روایت‌های بدیل، در برابر سلطه گفتمان‌های غالب مقاومت کنند و به بازتعریف قدرت اجتماعی کمک نمایند.

۴-روابط مفهومی مفاهیم نظری

در این پژوهش، مفاهیم نظری در یک روابط دیالکتیک، هر یک در بستر دیگری معنا و کارکرد می‌یابد و به تبیین پرسش اساسی این پژوهش که جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران چگونه می‌توانند در مواجهه با مسائل و بحران‌های اجتماعی، نقش مکمل و هم‌افزا ایفا کنند؟ آیا واکنش این دو گروه به رویدادهای اجتماعی از هم‌پوشانی و هم‌راستایی برخوردار است؟ و چه سازوکارهایی می‌تواند به ارتقاء همکاری میان آن‌ها منجر شود؟ پاسخ به این پرسش‌ها، نه تنها در سطح نظری بلکه در سطح سیاست‌گذاری رسانه‌ای، آموزش بین‌رشته‌ای و توسعه سرمایه اجتماعی نیز اهمیت دارد.

۱-۴- «مسئله اجتماعی» نتیجه «کنش متقابل» در بستر «ساخت اجتماعی»

در نظریه کنش نمادین، کنش متقابل میان افراد، بستر تولید معنا و بازتولید نظم اجتماعی است (Mead, 1934; Blumer, 1969). این کنش‌ها در تعامل با ساخت اجتماعی یعنی الگوهای نهادی، هنجاری و فرهنگی تثبیت شده (Berger & Luckmann, 1966) به شکل‌گیری ادراک جمعی از پدیده‌ها منجر می‌شوند. زمانی که این ادراک جمعی حول یک ناهنجاری یا تعارض شکل گیرد، «مسئله اجتماعی» پدیدار می‌شود (Fuller & Myers, 1941). بنابراین، مسئله اجتماعی محصول تعاملات اجتماعی در بستر ساخت‌های نهادی و فرهنگی است، نه صرفاً یک واقعیت بیرونی.

۲-۴- «عینی‌گرایی» در روزنامه‌نگاری تحلیلی و بازنمایی «بحران اجتماعی»

روزنامه‌نگاری تحلیلی با حفظ بنیان‌های عینی‌گرایی یعنی مستندسازی، مشاهده‌پذیری و بی‌طرفی، به تحلیل زمینه‌های ساختاری و روابط علی مسائل اجتماعی می‌پردازد (Entman, 1993; Schudson, 2008). این رویکرد، امکان بازنمایی دقیق‌تر و چندلایه از بحران‌های اجتماعی را فراهم می‌سازد. بحران اجتماعی زمانی رخ می‌دهد که مسئله‌ای از سطح نارضایتی

¹ Communication Power

فراتر رفته و به تهدیدی برای انسجام اجتماعی تبدیل شود (Habermas, 1989; Cottle, 2006). در این فرآیند، رسانه‌ها با انتخاب قاب‌های خاص، می‌توانند شدت، دامنه و جهت بحران را شکل دهند (Couldry & Hepp, 2017).

۳-۴- «حوزه عمومی» بستری برای تعامل جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در جهت

حل مسائل اجتماعی

فضای عمومی، از منظر هابرماس، عرصه‌ای برای گفت‌وگوی عقلانی، نقد قدرت و مشارکت دموکراتیک است (Habermas, 1989). در این فضا، جامعه‌شناسان با تحلیل ساختارها و ارائه نظریه‌های اصلاحی و روزنامه‌نگاران با روایت‌گری تحلیلی و تولید گفتمان، می‌توانند به هم‌افزایی برسند. نظریه «کنش ارتباطی» هابرماس نشان می‌دهد که این تعامل زمانی اثربخش است که مبتنی بر تفاهم و عقلانیت ارتباطی باشد (Habermas, 1984). همچنین، نظریه «میدان» بوردیو تبیین می‌کند که این تعامل در بستر رقابت‌های نمادین و توزیع سرمایه‌های فرهنگی و رسانه‌ای شکل می‌گیرد (Bourdieu, 1991). در عصر رسانه‌های دیجیتال، این فضا با نظریه «مشارکت رسانه‌ای» (Carpentier, 2011) و «قدرت ارتباطی» (Castells, 2009) بازتعریف می‌شود و امکان کنش جمعی و مطالبه‌گری اجتماعی را فراهم می‌سازد.

۵- سوال پژوهش

سوال اصلی:

الگوی همکاری جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در تحلیل و مدیریت مسائل اجتماعی چیست؟

سوالات فرعی:

۱. معیارهایی که باعث به وجود آمدن یک مسئله اجتماعی می‌شود کدامند؟
۲. مساله تحت چه شرایطی به بحران اجتماعی تبدیل می‌شود؟
۳. نقش رسانه‌ها در شیوع و افزایش حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی چیست؟
۴. نقش جامعه‌شناسان در فرآیند شناخت، تحلیل و حل مسائل اجتماعی چیست؟
۵. حساسیت جامعه‌شناسان به مسائل اجتماعی بدون بازتاب رسانه‌ای چگونه است؟
۶. مشارکت روزنامه‌نگاران در فرآیند علمی حل مسائل اجتماعی چگونه است؟
۷. همکاری مؤثر میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان در تحلیل و مدیریت مسائل اجتماعی چگونه است؟

۸. تجربه‌های موفق هم‌افزایی روزنامه‌نگاری و جامعه‌شناسی در تحلیل و مدیریت مسائل اجتماعی چیست؟

۹. پیشنهاد‌های عملی برای بهبود نقش روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان در مواجهه با بحران‌های اجتماعی کدامند؟

خلاءهای پژوهشی

با وجود مطالعات متعدد در حوزه جامعه‌شناسی رسانه، کمتر پژوهشی به‌صورت مستقیم به تعامل میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با مسائل اجتماعی پرداخته است. اغلب مطالعات یا بر تحلیل نظری تمرکز داشته‌اند یا به بررسی عملکرد رسانه‌ها به‌صورت مستقل پرداخته‌اند. پژوهش حاضر با ترکیب روش مروری و دلفی، تلاش دارد تا این خلأ را پر کرده و الگویی از هم‌افزایی میان این دو گروه ارائه دهد.

۵- روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کیفی و ترکیبی است که با بهره‌گیری از دو روش مکمل مطالعه مروری و تکنیک دلفی به بررسی نقش جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با مسائل اجتماعی می‌پردازد. این رویکرد، امکان تلفیق تحلیل نظری با دریافت دیدگاه‌های تخصصی را فراهم می‌سازد و به غنای مفهومی و اعتبار یافته‌ها کمک می‌کند.

۵-۱- نوع پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد ترکیبی اکتشافی (کیفی-کمی) و با هدف تبیین مفاهیم، استخراج الگوهای مفهومی و تحلیل دیدگاه‌های نخبگان طراحی شده است. روش ترکیبی به‌کاررفته شامل:

- مطالعه مروری نظام‌مند: برای استخراج چارچوب نظری و مفاهیم کلیدی از منابع معتبر داخلی و خارجی

- تکنیک دلفی: برای گردآوری و تحلیل دیدگاه‌های تخصصی جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در دو مرحله

در گام نخست، به‌منظور شناسایی ابعاد مفهومی، شاخص‌ها و مؤلفه‌های مؤثر در شکل‌گیری و مدیریت مسائل اجتماعی، مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با ۱۵ نفر از خبرگان و مطلعان کلیدی (شامل جامعه‌شناسان، روزنامه‌نگاران و صاحب‌نظران حوزه رسانه و مسائل اجتماعی) انجام شد. انتخاب مشارکت‌کنندگان در این مرحله به‌صورت هدفمند و بر اساس معیارهایی چون تجربه حرفه‌ای، آشنایی نظری با موضوع و نقش مؤثر در حوزه رسانه یا علوم اجتماعی

صورت گرفت. مصاحبه‌ها با سؤالات بازپاسخ طراحی شدند و تمرکز آن‌ها بر درک عمیق دیدگاه مشارکت‌کنندگان نسبت به معیارهای تبدیل یک مشکل به مسئله اجتماعی، نقش رسانه‌ها، جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران و نیز راهکارهای همکاری بین‌رشته‌ای در مواجهه با بحران‌های اجتماعی بود. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها با استفاده از تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفت و مفاهیم، مقوله‌ها و گزاره‌های اصلی استخراج شد.

در گام دوم، بر اساس نتایج تحلیل کیفی و با اتکا به ادبیات نظری پژوهش، گویه‌های پرسشنامه تدوین و در قالب مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) تنظیم شدند. پرسشنامه نهایی شامل چند بُعد اصلی از جمله معیارهای شکل‌گیری مسئله اجتماعی، نقش رسانه‌ها، نقش جامعه‌شناسان، نقش روزنامه‌نگاران و سازوکارهای همکاری میان آن‌ها بود.

در گام سوم، به‌منظور اعتبارسنجی اولیه و بررسی انسجام مفهومی ابزار، پرسشنامه طراحی‌شده مجدداً در اختیار همان ۱۵ نفر مشارکت‌کننده قرار گرفت و داده‌های کمی جمع‌آوری شد. این مرحله با هدف ارزیابی میزان توافق خبرگان با گویه‌های استخراج‌شده و سنجش جهت‌گیری کلی نگرش‌ها انجام گرفت. داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی (میانگین و توزیع فراوانی) تحلیل شدند.

با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش و تمرکز آن بر تولید ابزار، شناسایی ابعاد مفهومی و تحلیل نگرش خبرگان، حجم نمونه محدود توجیه‌پذیر تلقی می‌شود و نتایج پژوهش بیشتر ناظر بر تبیین الگوها و جهت‌گیری‌های نظری است تا تعمیم آماری به جامعه گسترده.

۲-۵- جامعه آماری و نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش شامل تمامی نخبگان حوزه جامعه‌شناسی و روزنامه‌نگاری ایران بود که از این میان تعداد ۱۵ نفر بر اساس معیارهای تخصص، تجربه میدانی، و فعالیت تحلیلی انتخاب شده‌اند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام و تنوع جغرافیایی (تهران، اصفهان، شیراز، بوشهر، اراک) در نظر گرفته شد.

ویژگی‌های خبرگان

ترکیب جمعیت‌شناختی و حرفه‌ای خبرگان مشارکت‌کننده در این پژوهش نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری و اعتبار نتایج فرایند دلفی داشته است. حضور غالب افراد با سابقه بیش از ۲۰ سال فعالیت حرفه‌ای، بیانگر آن است که قضاوت‌ها و توافقات حاصل‌شده، مبتنی بر تجربه انباشته، مواجهه مستقیم با مسائل اجتماعی و درک عمیق از پیچیدگی‌های

میدان رسانه و جامعه بوده است. این ویژگی سبب شد شاخص‌ها و محورها صرفاً نظری یا انتزاعی نبوده، بلکه از واقعیت‌های عینی جامعه و رسانه برآمده باشند. همچنین، ترکیب بین‌رشته‌ای خبرگان شامل جامعه‌شناسان، متخصصان علوم ارتباطات و روزنامه‌نگاری، و افراد دارای تخصص ترکیبی، امکان نگاه چندبعدی به مسئله همکاری میان رسانه و علم را فراهم کرد. این تنوع تخصصی در نتایج دلفی به‌صورت برجسته‌شدن هم‌زمان ابعاد «تحلیل علمی مسئله»، «روایت‌گری رسانه‌ای»، «کاربرد داده و شواهد» و «نقش انتقادی و سیاست‌گذارانه رسانه» نمود پیدا کرد. به‌عبارت دیگر، اجماع شکل‌گرفته در محورها حاصل هم‌پوشانی دیدگاه‌های دانشگاهی و میدانی بود. از سوی دیگر، حضور خبرگانی با نقش‌های حرفه‌ای متفاوت، از جمله اعضای هیئت علمی، پژوهشگران مستقل، روزنامه‌نگاران، فعالان اجتماعی و سیاست‌گذاران، باعث شد نتایج دلفی صرفاً بازتاب دیدگاه یک گروه خاص نباشد. این تنوع نقش‌ها در فرایند غربال‌گری و تثبیت گویه‌ها موجب شد محورهای نهایی، هم از نظر علمی معتبر و هم از نظر اجرایی و رسانه‌ای قابل تحقق باشند.

۳-۵- ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه دلفی نیمه‌ساخت‌یافته است که در دو مرحله طراحی و اجرا شده است. مرحله اول شامل پرسش‌های باز درباره تعریف مسئله اجتماعی، نقش رسانه و ظرفیت‌های هم‌افزایی بود. مرحله دوم با هدف اعتبارسنجی و اولویت‌بندی دیدگاه‌ها انجام شد.

۴-۵- روش تحلیل داده‌ها

داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از تحلیل مضمون و دسته‌بندی محوری تحلیل شدند. مراحل تحلیل شامل:

- استخراج مضامین اولیه از پاسخ‌ها
 - کدگذاری باز و محوری برای شناسایی الگوهای مفهومی
 - تلفیق یافته‌ها با چارچوب نظری برای تبیین روابط مفهومی
- برای افزایش اعتبار تحلیل، از روش بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان و مقایسه با منابع نظری استفاده شده است.

۶- یافته ها

درک چگونگی شکل‌گیری و تشدید مسائل اجتماعی، مستلزم توجه هم‌زمان به فرآیندهای اجتماعی و نقش کنشگران اثرگذار در بازنمایی، تفسیر و برجسته‌سازی این مسائل است. در این میان، جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران به‌عنوان دو گروه مرجع، نقشی تعیین‌کننده در شناسایی زود هنگام بحران‌های اجتماعی، جهت‌دهی به افکار عمومی و ارائه چارچوب‌های تحلیلی برای فهم و مواجهه با این پدیده‌ها ایفا می‌کنند. تعامل یا گسست میان این دو حوزه می‌تواند به‌طور مستقیم بر نحوه تبدیل یک دغدغه اجتماعی به مسئله یا بحران اجتماعی تأثیرگذار باشد. بر این اساس، پژوهش حاضر با رویکردی کیفی و با هدف واکاوی دیدگاه‌های خبرگان، به بررسی معیارهای شکل‌گیری مسائل اجتماعی و راهکارهای بهبود نقش جامعه‌شناسان و رسانه‌ها در مواجهه با بحران‌های اجتماعی می‌پردازد. برای دستیابی به این هدف، از روش دلفی ضمن طرح سوالات باز و عمیق با صاحب‌نظران و فعالان باسابقه حوزه‌های جامعه‌شناسی، ارتباطات و رسانه استفاده شده است تا تجربه زیسته، دانش حرفه‌ای و برداشت‌های تحلیلی آنان به‌صورت نظام‌مند گردآوری شود. سوالات با تمرکز بر سه محور اصلی انجام شده‌اند: نخست، ادراک مشارکت‌کنندگان از مفهوم و معیارهای شکل‌گیری «مسئله اجتماعی»؛ دوم، ارزیابی نقش رسانه‌ها و جامعه‌شناسان در برجسته‌سازی یا مدیریت این مسائل؛ و سوم، ارائه پیشنهادی عملی برای پیشگیری از تبدیل دغدغه‌های اجتماعی به بحران‌های فراگیر. این رویکرد امکان استخراج مضامین مشترک و الگوهای تفسیری غالب را فراهم کرده و زمینه تحلیل عمیق‌تر پیوند میان دانش اجتماعی و کنش رسانه‌ای را مهیا ساخته است.

الف- داده های کیفی

جدول (۱): معیارهایی که باعث به وجود آمدن یک «مسئله اجتماعی» می‌شود

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	فراگیری و درگیر کردن بخش وسیعی از جامعه	۱۲	۱۵,۶
۲	نقش رسانه‌ها و برجسته‌سازی گفت‌وگو	۱۱	۱۴,۳
۳	ناکارآمدی نهادی، سوءمدیریت و ضعف حکمرانی	۱۰	۱۳
۴	ناابرازی و شکاف‌های اجتماعی-اقتصادی	۹	۱۱,۷
۵	تبدیل رنج فردی به دغدغه جمعی	۹	۱۱,۷
۶	تعارض با ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ جامعه	۸	۱۰,۴
۷	تغییرات اجتماعی، شکاف نسلی و تقابل سنت و مدرنیته	۷	۹,۱
۸	ناآگاهی و فقدان سواد اجتماعی	۶	۷,۸
۹	یأس، ناامیدی و بی‌تفاوتی اجتماعی	۵	۶,۵
کل		۷۷	۱۰۰

نتایج جدول شماره یک؛ نشان می‌دهد بیشترین سهم در شکل‌گیری مسئله اجتماعی مربوط به فراگیری و درگیر کردن بخش وسیعی از جامعه (۱۵,۶٪) و نقش رسانه‌ها در برجسته‌سازی گفتمانی (۱۴,۳٪) است. در مقابل، عوامل روانی-اجتماعی مانند یأس و بی‌تفاوتی اجتماعی با ۶,۵٪ کمترین سهم را دارند. این الگو بیانگر آن است که از دید خبرگان، مسئله اجتماعی بیش از آنکه پدیده‌ای فردی یا ذهنی باشد، محصول تعامل عوامل ساختاری، نهادی و رسانه‌ای است.

جدول (۲): مساله تحت چه عوامل و شرایطی به بحران اجتماعی تبدیل می‌شود

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	ناکارآمدی نهادها، مدیریت ضعیف و عدم اقدام به‌موقع	۱۲	۱۵,۶
۲	گسترش و فراگیری مسئله در سطح جامعه	۱۱	۱۴,۳
۳	بی‌اعتمادی عمومی و ضعف سرمایه اجتماعی	۱۰	۱۳
۴	فقدان آگاهی، سواد اجتماعی و شناخت مسئله	۹	۱۱,۷
۵	تشدید تعارضات ارزشی، فرهنگی و هویتی (سنت-مدرنیته)	۹	۱۱,۷
۶	ناتوانی نظام تصمیم‌گیری و اجرایی در اصلاح مؤثر	۸	۱۰,۴
۷	تهدید زندگی روزمره و افزایش هزینه‌های اجتماعی	۷	۹,۱
۸	سرکوب صداها، فقدان گفت‌وگوی اجتماعی و مشارکت عمومی	۶	۷,۸
۹	انتشار سریع اطلاعات، شایعات و تشدید رسانه‌ای	۵	۶,۵
کل		۷۷	۱۰۰

نتایج این جدول نیز بیانگر تبدیل مسئله اجتماعی به بحران بیش از همه تحت تأثیر ناکامی نهادی و مدیریتی (۱۶,۷٪) و فراگیری و درگیر شدن بخش وسیعی از جامعه (۱۵,۵٪) است. همچنین بی‌اعتمادی عمومی (۱۳,۱٪) و فقدان آگاهی و سواد اجتماعی (۱۱,۹٪) به‌عنوان عوامل تسریع‌کننده بحران نقش مهمی دارند. در مجموع، بحران اجتماعی نه صرفاً ناشی از شدت یک مسئله، بلکه حاصل هم‌زمانی ضعف نهادی، گسست گفتمانی و فرسایش سرمایه اجتماعی است.

جدول (۳): نقش رسانه‌ها در شیوع و افزایش حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	برجسته‌سازی و تعیین دستور کار اجتماعی	۱۶	۱۷,۸
۲	اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و روشن‌گری	۱۵	۱۶,۷
۳	شکل‌دهی به نگرش‌ها، باورها و حساسیت جمعی	۱۳	۱۴,۴٪
۴	ایجاد یا سرکوب گفتمان عمومی و گفت‌وگوی اجتماعی	۱۲	۱۳,۳
۵	مطالبه‌گری، افزایش فشار افکار عمومی و پاسخ‌خواهی از مسئولان	۱۰	۱۱,۱
۶	سرعت انتشار، فراگیری و تشدید رسانه‌ای مسئله	۹	۱۰
۷	تحریک یا کنترل احساسات جمعی (امید، خشم، ترس، آرامش)	۸	۸,۹
۸	حرفه‌ای‌گری رسانه (صداقت، شفافیت، مسئولیت اجتماعی)	۷	۷,۸
کل		۹۰	۱۰۰

یافته‌ها در این بخش نشان می‌دهد، رسانه‌ها بیش از هر چیز از طریق «برجسته‌سازی و تعیین دستور کار اجتماعی» (۱۷,۸٪) و «افزایش آگاهی و روشن‌گری» (۱۶,۷٪) بر شیوع و حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی اثر می‌گذارند. همچنین رسانه‌ها با «شکل‌دهی نگرش‌ها و احساسات جمعی» (۱۴,۴٪) و «ایجاد یا سرکوب گفتمان عمومی» (۱۳,۳٪) می‌توانند یک مسئله را به دغدغه‌ای فراگیر یا موضوعی حاشیه‌ای تبدیل کنند. این نتایج تأکید می‌کند که رسانه‌ها نه صرفاً بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه کنشگرانی فعال در ساخت اجتماعی مسائل هستند.

جدول (۴): نقش جامعه‌شناسان در فرآیند شناخت، تحلیل و حل مسائل اجتماعی

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	تحلیل علمی، ساختاری و ریشه‌یابی مسائل اجتماعی	۱۸	۲۱,۲
۲	شناسایی زود هنگام مسائل و پیشگیری از تبدیل به بحران	۱۲	۱۴,۱
۳	ارائه راهکارهای عملی و مبتنی بر شواهد	۱۱	۱۲,۹
۴	تولید دانش، نظریه‌پردازی و مدل‌سازی اجتماعی	۱۰	۱۱,۸
۵	جمع‌آوری داده، پژوهش میدانی و تحلیل تجربی	۹	۱۰,۶
۶	آگاهی‌بخشی، آموزش و هدایت افکار عمومی	۸	۹,۴
۷	مشارکت در سیاست‌گذاری و تصمیم‌سازی اجتماعی	۷	۸,۲
۸	نقد ساختار قدرت، نگاه انتقادی و نظارت اجتماعی	۶	۷,۱
۹	محدودیت اثرگذاری به دلیل ضعف حمایت نهادی و ساختاری	۴	۴,۷
کل		۸۵	۱۰۰

یافته‌های سوال نقش جامعه‌شناسان در فرآیند شناخت، تحلیل و حل مسائل اجتماعی نشان می‌دهد که از نگاه پاسخ‌دهندگان، مهم‌ترین نقش جامعه‌شناسان «تحلیل علمی و ریشه‌یابی ساختاری مسائل اجتماعی» (۲۱،۲٪) است. همچنین «شناسایی زود هنگام مسائل و هشدار پیش از تبدیل به بحران» (۱۴،۱٪) و «ارائه راهکارهای عملی مبتنی بر شواهد» (۱۲،۹٪) جایگاه برجسته‌ای دارد. در عین حال، بخشی از پاسخ‌ها به محدودیت اثرگذاری جامعه‌شناسان در بسترهای فاقد حمایت نهادی و سیاسی اشاره دارد (۴،۷٪) که نشان‌دهنده شکاف میان تولید دانش و کاربرست اجتماعی آن است.

جدول (۵): حساسیت جامعه‌شناسان به مسائل اجتماعی بدون بازتاب رسانه‌ای

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	جامعه‌شناسان می‌توانند بدون رسانه از طریق پژوهش علمی، میدانی و آینده‌پژوهی حساس شوند	۲۲	۲۸،۹
۲	در عصر حاضر رسانه شرط اصلی شکل‌گیری حساسیت اجتماعی است	۱۸	۲۳،۷
۳	رسانه نقش تقویت‌کننده و شتاب‌دهنده دارد، نه منشأ اولیه حساسیت	۱۴	۱۸،۴
۴	رسانه شرط تبدیل مسئله علمی به مسئله عمومی و اجتماعی است	۱۱	۱۴،۵
۵	در گذشته ممکن بوده، اما در شرایط کنونی تقریباً ناممکن است	۷	۹،۲
۶	جامعه‌شناس خود می‌تواند با رسانه جریان‌سازی کند	۴	۵،۳
کل		۷۶	۱۰۰

یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه بخش قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان (۲۸،۹٪) معتقدند جامعه‌شناسان می‌توانند مستقل از بازتاب رسانه‌ای و از طریق پژوهش‌های میدانی، داده‌های آماری و آینده‌پژوهی نسبت به مسائل اجتماعی حساس شوند، اما هم‌زمان درصد قابل توجهی (۲۳،۷٪) بر این باورند که در عصر ارتباطات، بدون رسانه، حساسیت اجتماعی عملاً شکل نمی‌گیرد. همچنین ۱۸،۴٪ از پاسخ‌ها رسانه را عاملی تقویت‌کننده و تسهیل‌گر می‌دانند که نقش آن بیش از «ایجاد» حساسیت، در «گسترش و عمومی‌سازی» مسئله است.

جدول (۶): مشارکت روزنامه‌نگاران در فرآیند علمی حل مسائل اجتماعی

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	گسترش روزنامه‌نگاری تحقیقی، داده‌محور و مبتنی بر شواهد	۱۹	۲۷,۵
۲	همکاری علمی با دانشگاه‌ها، جامعه‌شناسان و نهادهای پژوهشی	۱۵	۲۱,۷
۳	عبور از روایت توصیفی به تحلیل علی و مسئله‌محور	۱۳	۱۸,۸
۴	آگاهی‌بخشی، آموزش عمومی و تولید محتوای تحلیلی	۹	۱۳
۵	نقش محدود روزنامه‌نگار؛ مشارکت علمی مشروط به ساختار رسانه‌ای و سیاسی	۷	۱۰,۱
۶	پایش نهادهای، افکارسنجی و ارزیابی پیامد راهکارها	۴	۵,۸
۷	نگاه انتقادی به امکان‌پذیری مشارکت علمی روزنامه‌نگاران	۲	۲,۹
کل		۶۹	۱۰۰

نتایج سوالات مشارکت روزنامه‌نگاران در فرآیند علمی حل مسائل اجتماعی نشان می‌دهد بیشترین تأکید پاسخ‌دهندگان (۲۷,۵٪) بر توسعه روزنامه‌نگاری تحقیقی و مبتنی بر داده به‌عنوان مسیر اصلی مشارکت علمی روزنامه‌نگاران در حل مسائل اجتماعی است. همچنین ۲۱,۷٪ از دیدگاه‌ها بر همکاری نظام‌مند میان روزنامه‌نگاران، جامعه‌شناسان و نهادهای دانشگاهی تأکید دارند. در مجموع، ۶۸٪ پاسخ‌ها بر ضرورت عبور از روایت‌گری صرف و حرکت به‌سوی تحلیل علی، تولید شواهد و آگاهی‌بخشی علمی دلالت دارند.

جدول (۷): انواع همکاری مؤثر میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان

ردیف	معیار	تعداد اشاره	درصد نهایی
۱	تولید گزارش‌ها و تحلیل‌های مشترک (پژوهش میدانی + روایت رسانه‌ای)	۱۴	۲۵
۲	تشکیل اتاق‌های فکر، اندیشه‌ورزی و نشست‌های تخصصی مستمر	۱۱	۱۹,۶
۳	پژوهش‌ها و مطالعات میدانی مشترک (کیفی و کمی)	۹	۱۶,۱
۴	آموزش و توانمندسازی متقابل (کارگاه‌های روش تحقیق و روایت‌گری)	۸	۱۴,۳
۵	تقسیم نقش مکمل: طرح مسئله توسط رسانه، تحلیل توسط جامعه‌شناس، ترویج راه‌حل	۷	۱۲,۵
۶	شبکه‌سازی گفتمانی، میزگردها و مشارکت عمومی	۵	۸,۹
۷	همکاری نهادمند از طریق سمن‌ها و رسانه‌های تخصصی	۲	۳,۶
کل		۵۶	۱۰۰

جدول (۸) : تجربه‌ها و نمونه‌های موفق هم‌افزایی روزنامه‌نگاری و جامعه‌شناسی

ردیف	مضمون اصلی	نمونه‌های اشاره شده	درصد
۱	تحول مطبوعات با ورود جامعه شنا سان (دهه ۷۰)	اصلاح نگاه تحلیلی رسانه‌ها	۱۴
۲	حل یا کاهش تنش مسائل اجتماعی (حضور زنان در استادیوم)	مطالبه اجتماعی + تحلیل علمی	۱۲
۳	گزارش‌های میدانی عمیق (حاشیه‌نشینی، مهاجرت، فقر)	چاپ‌ها، مهاجران غیررسمی	۱۶
۴	کمپین‌ها و جنبش‌های اجتماعی رسانه‌ای	MeToo	۱۰
۵	بحران‌های زیست‌محیطی و منابع طبیعی	خشکسالی، زاینده‌رود، فرونشست	۱۲
۶	مدیریت بحران‌ها و انسجام اجتماعی	جنگ ۱۲ روزه، اغتشاشات	۱۰
۷	رسانه و جامعه‌شناسی ارتباطات و فضای مجازی	خانواده، رسانه‌های اجتماعی	۸
۸	تجربه‌های نظری-تاریخی (مکتب فرانکفورت)	پیوند نظریه و رسانه	۶
۹	هم‌افزایی غیررسمی و ناخواسته	عدالت اجتماعی، سیاست‌زدگی	۶
۱۰	فقدان یا تردید نسبت به هم‌افزایی واقعی	نمونه‌ای سراغ ندارم	۶
جمع			۱۰۰

یافته‌های جدول شماره (۷) نشان می‌دهد که از دید پاسخ‌گویان، مؤثرترین شکل همکاری میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان، تولید گزارش‌ها و تحلیل‌های مشترک مبتنی بر پژوهش میدانی و روایت رسانه‌ای است (۲۵٪). پس از آن، تشکیل اتاق‌های فکر و نشست‌های اندیشه‌ورزی مستمر (۱۹٫۶٪) و پژوهش‌های میدانی مشترک (۱۶٫۱٪) بیشترین اهمیت را دارند. در مجموع، بیش از ۶۰٪ پاسخ‌ها بر ضرورت همکاری‌های ساختاریافته، مستمر و میان‌رشته‌ای تأکید دارند و همکاری‌های مقطعی یا صرفاً رسانه‌ای را ناکافی می‌دانند.

یافته‌ها در این بخش نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان، بیش از آنکه در قالب سازوکارهای رسمی و نهادمند شکل گرفته باشد، عمدتاً در مواجهه با مسائل و بحران‌های اجتماعی تحقق یافته است. بیشترین بسامد به گزارش‌های میدانی عمیق و پژوهش‌محور (۱۶٪) و همچنین نقش این هم‌افزایی در تحول مطبوعات دهه ۱۳۷۰ (۱۴٪) و کاهش تنش‌های اجتماعی مانند مسئله حضور زنان در استادیوم‌ها (۱۲٪) اختصاص دارد. همچنین، بحران‌های زیست‌محیطی و منابع طبیعی (۱۲٪) و مدیریت بحران‌های ملی و

اجتماعی (۱۰٪) از مهم‌ترین بسترهای بروز این همکاری تلقی شده‌اند. در عین حال، بخشی از پاسخ‌گویان (۶٪) به فقدان هم‌افزایی واقعی، رقابت هویتی و به رسمیت نشناختن متقابل میان این دو حوزه اشاره کرده‌اند که نشان‌دهنده ضعف ساختاری این همکاری در بافت نهادی جامعه است.

جدول (۹): پیشنهاد‌های عملی برای بهبود نقش روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان در مواجهه با

بحران‌های اجتماعی

ردیف	مضمون اصلی	نمونه‌های اشاره شده	درصد
۱	پیشگیری و ورود زودهنگام قبل از بحران	تبیین مسئله، پیشگیری قبل درمان	۱۸
۲	تشکیل کارگروه‌ها و تیم‌های مشترک تخصصی	کارگروه فعال، تیم مشترک، شبکه همکاری	۱۷
۳	آموزش دوسویه و توانمندسازی بین‌رشته‌ای	آموزش روش تحقیق، روایت‌گری، کارگاه مشترک	۱۵
۴	ایجاد پلتفرم‌ها و پایگاه‌های داده مشترک	وبسایت تحلیلی، داده‌های بحران	۱۰
۵	تولید محتوای تحلیلی و چندرسانه‌ای مسئولانه	مستند، پادکست، روایت واقع‌گرایانه	۹
۶	صداقت، شجاعت و مسئولیت‌پذیری حرفه‌ای	راستگویی، اخلاق حرفه‌ای	۹
۷	مدیریت عقلانی بحران و پرهیز از هیجان‌زدگی رسانه‌ای	کنترل احساسات، واقع‌گرایی	۸
۸	حمایت نهادی و سیاست‌گذاری حاکمیتی	نقش دولت، توسعه پایدار	۷
۹	انجام وظایف قانونی و تعهد اجتماعی	بی‌تفاوت نبودن، وظیفه‌گرایی	۷
	جمع		۱۰۰

یافته‌ها نشان می‌دهد که پاسخ دهندگان مهمترین راهکار برای بهبود نقش روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان در مواجهه با بحران‌های اجتماعی را تمرکز بر پیشگیری و ورود زودهنگام به مسائل اجتماعی پیش از تبدیل شدن آن‌ها به بحران (۱۸٪) می‌دانند. در این چارچوب، نقش جامعه‌شناسان در تبیین علمی مسئله و نقش روزنامه‌نگاران در بازنمایی به‌موقع آن، به‌عنوان مکمل یکدیگر برجسته‌اند. همچنین، تشکیل کارگروه‌ها و تیم‌های مشترک تخصصی (۱۷٪) و آموزش دوسویه و بین‌رشته‌ای (۱۵٪) از مهم‌ترین سازوکارهای نهادی پیشنهادی برای ارتقای اثربخشی این هم‌افزایی محسوب می‌شود. پاسخ‌گویان بر این باورند که بدون افزایش سواد روش‌شناختی روزنامه‌نگاران و تقویت مهارت‌های ارتباطی جامعه‌شناسان، همکاری مؤثر

شکل نخواهد گرفت. از سوی دیگر، تأکید بر اخلاق حرفه‌ای، صداقت و مسئولیت‌پذیری (۹٪) و پرهیز از هیجان‌زدگی رسانه‌ای در شرایط بحران (۸٪) نشان می‌دهد که ضعف در مدیریت ارتباطی بحران می‌تواند خود به تشدید تنش‌های اجتماعی بینجامد.

ب- یافته‌های کمی

جدول (۱۰): توزیع فروانی و درصد پاسخ سوال‌های مربوط به

معیارهای شکل‌گیری مسئله اجتماعی

میانگین	کاملاً موافق	موافق	تقریباً ندارم	مخالف	کلیتاً مخالف	گویه‌ها	بند مفهومی
۳٫۹۳	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۲ ۱۳/۳	۱ ۶/۷		هرچه شمار افراد درگیر یک مشکل بیشتر باشد، احتمال تبدیل آن به مسئله اجتماعی افزایش می‌یابد	ساختاری
۳٫۹۶	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷			گسترش جغرافیایی یک مشکل، آن را به مسئله‌ای با اهمیت اجتماعی تبدیل می‌کند.	
۴٫۰۷	۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰			وجود درد و رنج مشترک در میان گروه‌های مختلف جامعه، شاخص مهمی برای شکل‌گیری مسئله اجتماعی است.	
۴٫۱۳	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰			شدت آسیب‌های روانی و اجتماعی ناشی از یک پدیده، نشان‌دهنده تبدیل آن به مسئله اجتماعی است.	
۴٫۲۷	۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۳ ۲۰/۰			افزایش نابرابری‌ها یکی از مهم‌ترین معیارهای هشداردهنده برای شکل‌گیری مسائل اجتماعی است.	
۴	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰			توزیع نامتوازن فرصت‌های اقتصادی باعث تبدیل مشکلات فردی به مسائل اجتماعی می‌شود.	
۴	۲ ۱۳/۳	۱۱ ۷۳/۳	۲ ۱۳/۳			مسائل اجتماعی معمولاً حاصل هم‌افزایی چند معیار هم‌زمان هستند	فردی
۳٫۸۰	۵ ۳۳/۳	۴ ۲۶/۷	۴ ۲۶/۷	۲ ۱۳/۳		ناتوانی یا کندی نهادهای مسئول در حل یک مشکل، آن را به مسئله‌ای اجتماعی ارتقا می‌دهد.	

						مردم نا کارآمدی نهادها را یکی از دلایل اصلی تبدیل مشکلات به مسئله اجتماعی می‌دانند.	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳,۹۳
						ناهماهنگی میان ساختارهای رسمی و تحولات اجتماعی، پتانسیل ایجاد مسئله دارد.	۵ ۳۳/۳	۹ ۶۰/۰		۳,۴۷
رسانه - ارتباطی			۱ ۶/۷	۱ ۶/۷		پوشش گسترده رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند یک مشکل را به مسئله اجتماعی تبدیل کند.	۱ ۶/۷	۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳	۴,۱۳
						برجسته‌سازی رسانه‌ای نقش مهمی در تعیین اولویت مسائل اجتماعی دارد.	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷	۴,۰۷
						ترکیب عواملی مانند گستردگی مشکل، نا کارآمدی نهادها و توجه رسانه‌ای بیشترین احتمال را برای تبدیل یک مشکل به بحران دارد.	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۴,۲۰
فرهنگی - اجتماعی						تعارض یک پدیده با هنجارهای رایج جامعه در تبدیل آن به مسئله اجتماعی مؤثر است.	۶ ۴۰/۰	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳,۷۳
						حساسیت اخلاقی جامعه می‌تواند یک مشکل را به مسئله‌ای فوری تبدیل کند.	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴
			۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	تغییرات سریع فرهنگی و نسلی، زمینه‌ساز شکل‌گیری مسائل اجتماعی جدید است.	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳,۸۰
				۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	کمبود آگاهی عمومی می‌تواند یک مشکل کوچک را به بحرانی اجتماعی تبدیل کند.	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳,۸۷
			۱ ۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	ارتقای سواد اجتماعی نقش مهمی در پیشگیری از شکل‌گیری مسائل اجتماعی دارد.	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۴ ۲۶/۷	۳,۷۳
			۱ ۶/۷	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	اعتراضات، پوشش‌های اجتماعی و واکنش‌های جمعی نشانه فوریت یک مسئله اجتماعی هستند.	۱ ۶/۷	۱۰ ۶۶/۷	۱ ۶/۷	۳,۷۳
				۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	میزان درگیری و حساسیت عمومی یکی از معیارهای اصلی برای اولویت‌بندی مسائل اجتماعی است.	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳,۹۳

نتایج بررسی معیارهای شکل‌گیری مسئله اجتماعی نشان می‌دهد پاسخ‌گویان این معیارها را بالا ارزیابی کرده‌اند (میانگین بالاتر از ۳) که در بعد ساختاری، نابرابری‌های اجتماعی-اقتصادی بیشترین نقش را داشته‌اند (۴,۲۷) و پس از آن آسیب‌های روانی-اجتماعی و درد و رنج مشترک قرار می‌گیرد. در بعد نهادی، ناکارآمدی نهادها عامل مهمی بوده است (۳,۹۳). در بعد رسانه‌ای، برجسته‌سازی رسانه‌ای نقشی اساسی در اجتماعی‌شدن مشکلات داشته است (۴,۲۰). در بعد فرهنگی-اجتماعی نیز حساسیت اخلاقی و واکنش عمومی مؤثر بوده‌اند، هرچند نسبت به عوامل ساختاری و رسانه‌ای ضعیف‌تر ارزیابی شده‌اند. در مجموع، نابرابری‌های ساختاری، عملکرد نهادها و نقش رسانه‌ها مهم‌ترین عوامل در شکل‌گیری مسائل اجتماعی‌اند.

جدول (۱۱): توزیع فروانی و درصد پاسخ سوال‌های مربوط به تأثیر رسانه‌ها بر شیوع و افزایش حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی

بعد مفهومی	گویه‌ها	کلی مخالف	مخالف	فقری ندارم	موافق	کاملاً موافق	میانگین
جهت‌دهی و برجسته‌سازی رسانه‌ای	رسانه‌ها با انتخاب نوع خبر، میزان توجه جامعه را به مسائل اجتماعی جهت‌دهی می‌کنند.			۴ ۲۶/۷	۱۰ ۶۶/۷	۱ ۶/۷	۳/۹۳
	نحوه برجسته‌سازی یک موضوع در رسانه‌ها، برداشت عمومی از آن مسئله را تغییر می‌دهد.			۵ ۳۳/۳	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷	۳/۹۳
	رسانه‌ها بیشتر بر مسائل خاصی تأکید می‌کنند و برخی موضوعات را نادیده می‌گیرند.		۱ ۶/۷	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۲ ۱۳/۳	۴/۰۷
	تیرها و تصاویر خبری می‌توانند شدت حساسیت جامعه را افزایش دهند.			۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۴/۱۳

چارچوب‌بندی و روایت رسانه‌ای	چارچوب‌بندی رسانه‌ای (Framing) باعث می‌شود جامعه مسائل را از زاویه خاصی ببیند.					۷ ۴۶/۷	۸ ۵۳/۳	۴/۱۳
	نحوه روایت یک خبر بر قضاوت اخلاقی و اجتماعی مخاطبان تأثیر می‌گذارد.					۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۴۷
	روایت‌های رسانه‌ای می‌توانند تابوهای ذهنی جامعه را تغییر دهند.					۸ ۵۳/۳	۱ ۶/۷	۴/۰۰
	رسانه‌ها قادرند تصویر عمومی گروه‌های اجتماعی را مثبت یا منفی کنند.					۸ ۵۳/۳	۱ ۶/۷	۳/۸۷
آگاهی بخشی، همدلی و فهم اجتماعی	رسانه‌ها نقش مهمی در افزایش آگاهی مردم درباره مسائل اجتماعی دارند.					۱۱ ۷۳/۳	۲ ۱۳/۳	۴/۰۰
	گزارش‌ها و مستندهای رسانه‌ای به درک بهتر ابعاد پنهان مسائل کمک می‌کنند.					۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴/۰۰
	رسانه‌های حرفه‌ای می‌توانند درک عمومی از یک مسئله اجتماعی را بهبود دهند.					۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴/۰۰
	رسانه‌ها می‌توانند احساس همدلی مردم را نسبت به آسیب‌دیدگان مسائل اجتماعی تقویت کنند.					۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴/۰۰
	مردم برای قضاوت درباره مسائل اجتماعی به رسانه‌ها تکیه می‌کنند.					۹ ۶۰/۰	۴ ۲۶/۷	۳/۱۳

ارتباط گفتمان سازی و مشارکت اجتماعی	۳/۸۰	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰		رسانه ها میان مردم و مسئولان نقش «پل ارتباطی» ایجاد می کنند.
	۴/۰۷	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳		اطلاع رسانی رسانه ای، مقدمه ای برای مطالبه گری و کنش اجتماعی است.
	۳/۴۷	۲ ۱۳/۳	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷		رسانه ها مسائل پراکنده را به موضوع گفت و گوی عمومی تبدیل می کنند.
	۳/۷۳		۱۱ ۷۳/۳	۴ ۲۶/۷		میزگردها، پادکست ها و تحلیل های رسانه ای به شکل گیری گفتمان اجتماعی کمک می کنند.
	۳/۶۷	۱ ۶/۷	۸ ۵۳/۳	۶ ۴۰/۰		رسانه ها می توانند مردم را به مشارکت در حل مسائل اجتماعی ترغیب کنند.
	۳/۶۷	۱ ۶/۷	۹ ۶۰/۰	۴ ۲۶/۷	۱ ۶/۷	گفت و گوهایی رسانه ای موجب می شود مسائل به فراموشی سپرده نشوند.
	۳/۹۳	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷		رسانه ها نقش مهمی در جهت دهی گفتمان های اجتماعی و سیاسی دارند.
	۳/۸۰	۲ ۱۳/۳	۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳		رسانه ها می توانند مسائل را در سطح ملی مطرح کنند و خواست عمومی ایجاد کنند.
پیامدهای منفی، بزرگ نمایی و مدیریت بحران	۴/۰۰	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۴ ۲۶/۷		برخی رسانه ها با انتشار اخبار منفی، ترس یا ناامنی اجتماعی ایجاد می کنند.
	۳/۶۷	۱۰ ۶۶/۷	۵ ۳۳/۳			رسانه ها با انتشار سریع اطلاعات، می توانند شدت یک مسئله اجتماعی را افزایش دهند.
	۳/۷۳	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۵ ۳۳/۳	۱ ۶/۷	رسانه ها می توانند موجب گسترش شایعات یا برداشت های غلط شوند.
	۳/۶۷	۲ ۱۳/۳	۶ ۴۰/۰	۷ ۴۶/۷		نحوه پوشش رسانه ای می تواند سرعت گسترش یک مسئله اجتماعی را کنترل کند.
	۳/۸۰	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰		رسانه ها در مواقع بحرانی، می توانند روند بحران را آرام یا تشدید کنند.
	۳/۴۷	۱ ۶/۷	۶ ۴۰/۰	۷ ۴۶/۷	۱ ۶/۷	بزرگ نمایی رسانه ای مشکلات اجتماعی باعث نگرانی بی مورد در جامعه می شود.

۳/۱۳	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۱ ۶/۷	رسانه ها نقش مهمی در افزایش یا کاهش تنش های اجتماعی دارند.	اعتماد، حرفه ای گری و انسجام اجتماعی
۳/۴۰		۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳	۲ ۱۳/۳		سکوت و سانسور رسانه ها موجب پنهان ماندن مسائل مهم می شود.	
۳/۲۷		۴ ۲۶/۷	۱۱ ۷۳/۳			مردم در پیگیری حقوق خود به رسانه ها اعتماد می کنند.	
۳/۸۷	۳ ۲۰/۰	۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳			انتشار اخبار غیر حرفه ای در رسانه ها باعث بی اعتمادی مردم می شود.	
۳/۸۰	۱ ۶/۷	۱۰ ۶۶/۷	۴ ۲۶/۷			رسانه های دقیق و بی طرف، موجب افزایش آرامش و انسجام اجتماعی می شوند.	
۳/۸۰	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰			رسانه ها مسئولان را نسبت به مسائل اجتماعی پاسخگو می کنند.	ساختار، سیاست گذاری و استقلال رسانه ای
۴/۲۷	۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۳ ۲۰/۰			رسانه های مستقل می توانند با افشاگری، مانع فساد و پنهان کاری شوند.	
۴/۲۰	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰			رسانه های حرفه ای نقش کلیدی در پیگیری اصلاحات اجتماعی دارند.	
۳/۷۳	۱ ۶/۷	۹ ۶۰/۰	۵ ۳۳/۳			محدودیت ها و خط مشی های رسمی بر نحوه پوشش مسائل اجتماعی تأثیر می گذارند.	
۳/۸۷	۴ ۲۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۱ ۶/۷		رسانه های ایرانی کمتر از رسانه های جهانی امکان طرح آزادانه مسائل را دارند.	
۴/۰۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۵ ۳۳/۳			برای نقش آفرینی مؤثر رسانه ها در ایران، نیاز به اصلاحات ساختاری وجود دارد.	
۳/۸۷	۴ ۲۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۱ ۶/۷		نبود استقلال رسانه ای، حساسیت سازی اجتماعی را محدود می کند.	
۳/۸۰	۲ ۱۳/۳	۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳			ا تا ق فکر رسانه ای می تواند نقش رسانه ها را در حل مسائل اجتماعی تقویت کند.	

یافته‌های جدول توزیع فروانی و درصد پاسخ سوال های مربوط به تأثیر رسانه‌ها بر شیوع و افزایش حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی نشان می‌دهد میانگین اغلب گویه‌ها بالاتر از حد متوسط (۳) است؛ بنابراین پاسخ‌گویان رسانه‌ها را بازیگرانی اثرگذار در شکل‌دهی، برجسته‌سازی و مدیریت مسائل اجتماعی می‌دانند. مهم‌ترین ابعاد شامل برجسته‌سازی و دستور کارگذاری، چارچوب‌بندی روایت‌ها، آگاهی‌بخشی و همدلی اجتماعی، گفت‌وگو و مشارکت عمومی، و در کنار آن اعتماد، حرفه‌ای‌گری و استقلال رسانه‌ای هستند. در مجموع، رسانه‌ها از نگاه پاسخ‌گویان نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت بلکه کنشگرانی فعال در ساخت اجتماعی مسئله‌اند.

جدول (۱۲): نقش جامعه‌شناسان در شناخت، تحلیل و ارائه راهکار برای مسائل اجتماعی

بعد مفهومی	گویه‌ها	کاملاً مخالف	مخالف	فقری ندارم	موافق	کاملاً موافق	میانگین
تشخیص زودهنگام و هشداردهی اجتماعی	جامعه‌شناسان می‌توانند پیش از تبدیل مشکلات به بحران هشدارهای لازم را ارائه کنند.			۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۸ ۵۳/۳	۴/۴۰
	حساسیت جامعه‌شناسان نسبت به تغییرات اجتماعی مانع از گسترش بحران‌ها می‌شود.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	جامعه‌شناسان توانایی تشخیص زودهنگام نشانه‌های شکل‌گیری مسائل اجتماعی را دارند.			۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳
آشکارسازی واقعیت اجتماعی و لایه‌های پنهان	جامعه‌شناسان می‌توانند لایه‌های پنهان مشکلات اجتماعی را شناسایی کنند.			۲ ۱۳/۳	۹ ۶۰/۰	۴ ۲۶/۷	۴/۱۳
	تحلیل‌های جامعه‌شناختی تصویر واقعی‌تری از وضعیت اجتماعی ارائه می‌کنند.			۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۴ ۲۶/۷	۴/۰۰
	جامعه‌شناسان نقش آینه اجتماعی دارند و واقعیت‌های نادیده را آشکار می‌سازند.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۳/۸۷

رویکرد علمی، پژوهشی و مبتنی بر شواهد	جامعه‌شناسان با استفاده از روش‌های علمی به تحلیل مسائل اجتماعی می‌پردازند.	۵ ۳۳/۳	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷	۳/۹۳
	تحقیقات جامعه‌شناختی به شناسایی دقیق علل شکل‌گیری مسائل کمک می‌کند.	۴ ۲۶/۷	۹ ۶۰/۰	۲ ۱۳/۳	۳/۹۳
	جامعه‌شناسان از داده‌ها و شواهد تجربی برای ارائه راهکار استفاده می‌کنند.	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۸۷
	جامعه‌شناسان قادرند الگوهای رفتاری و ساختاری را به‌طور علمی تحلیل کنند.	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۷۳
سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و آگاهی‌بخشی اجتماعی	جامعه‌شناسان می‌توانند سیاست‌گذاران را در تصمیم‌سازی‌های مهم یاری کنند.	۳ ۲۰/۰	۱۰ ۶۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۹۳
	جامعه‌شناسان نقش مؤثری در آگاهی‌بخشی و ارتقای بینش اجتماعی مردم دارند.	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴/۰۰
	تحلیل‌های جامعه‌شناسی می‌تواند کیفیت سیاست‌گذاری اجتماعی را بهبود دهد.	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۳ ۲۰/۰	۴/۰۰
	گزارش‌ها و نشست‌های تخصصی جامعه‌شناسان بر سیاست‌های عمومی اثرگذار است.	۱ ۶/۷	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷	۳/۴۷
رابط نهادی، ساختاری و آزادی علمی	اثرگذاری جامعه‌شناسان بستگی زیادی به میزان آزادی علمی در جامعه دارد.	۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳
	در ساختارهای غیردموکراتیک، نقش جامعه‌شناسان محدود می‌شود.	۵ ۳۳/۳	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۳/۹۳
	حمایت نهادی از علوم اجتماعی باعث افزایش اثربخشی جامعه‌شناسان می‌شود.	۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰

رویکردهای تحلیلی و انتقادی جامعه‌شناسی	رویکرد انتقادی جامعه‌شناسان می‌تواند به اصلاح ساختارهای اجتماعی کمک کند.		۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷	۴/۰۷
	رویکرد تحلیلی جامعه‌شناسان موجب شناخت علمی و بی‌طرفانه مسائل می‌شود.	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	ترکیب مناسب رویکردهای انتقادی و تحلیلی نقش جامعه شناس را تقویت می‌کند.		۲ ۱۳/۳	۱۱ ۷۳/۳	۲ ۱۳/۳	۴/۰۰
حالت‌های نظری و بومی‌سازی دانش جامعه‌شناسی	کمبود نظریه‌پردازی بومی توان جامعه شناسان را در ارائه راهکارهای دقیق کاهش می‌دهد.	۲ ۱۳/۳	۳ ۲۰/۰	۵ ۳۳/۳	۵ ۳۳/۳	۳/۸۹
	جامعه‌شناسی در ایران نیازمند توسعه مدل‌های تحلیلی متناسب با فرهنگ بومی است.		۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۸ ۵۳/۳	۴/۴۰
	وابستگی به نظریه‌های وارداتی تحلیل مسائل اجتماعی را دشوارتر می‌کند.	۱ ۶/۷	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۳/۷۳

یافته‌های جدول نشان می‌دهد جامعه‌شناسان در ادراک پاسخ‌دهندگان نقشی چندبعدی و اساسی در شناسایی، تحلیل و مدیریت مسائل اجتماعی دارند؛ نقشی که از تشخیص زود هنگام بحران‌ها و هشداردهی آغاز می‌شود و تا آشکارسازی واقعیت‌های پنهان، تحلیل علمی مبتنی بر شواهد، آگاهی‌بخشی و نقد ساختارهای اجتماعی امتداد می‌یابد. پاسخ‌دهندگان جامعه‌شناسان را «آینه جامعه» دانسته‌اند که با رویکردی علمی و انتقادی، توانایی اصلاح و بازاندیشی در ساختارهای اجتماعی را دارند. با این حال، محدودیت‌های نهادی و کمبود نظریه‌پردازی بومی به‌عنوان موانع اصلی ایفای نقش مؤثر جامعه‌شناسان مطرح شده است. در مجموع، جامعه‌شناسی از نگاه پاسخ‌دهندگان دانشی معتبر، پیش‌بین و کنش‌محور است که اثربخشی آن به آزادی علمی، حمایت نهادی و توسعه چارچوب‌های بومی وابسته است

جدول (۱۳): نقش روزنامه‌نگاران در مشارکت علمی برای حل مسائل اجتماعی

بعد مفهومی	گویه ها	کاملاً مخالف	مخالف	نظری ندارم	موافق	کاملاً موافق	میانگین
همکاری علمی و پیوند رسانه-دانشگاه	همکاری روزنامه‌نگاران با دانشگاهیان می‌تواند کیفیت فهم مسائل اجتماعی را افزایش دهد.			۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۷۳
	استفاده روزنامه‌نگاران از تحلیل‌های پژوهشگران، دقت گزارش‌های اجتماعی را بالا می‌برد.			۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	انتشار گزارش‌های مشترک میان رسانه و پژوهشگران به حل مسائل اجتماعی کمک می‌کند.			۶ ۴۰/۰	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۷۳
	روزنامه‌نگاران می‌توانند یافته‌های علمی را برای عموم مردم قابل فهم کنند.	۲ ۱۳/۳	۲ ۱۳/۳	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	روزنامه‌نگاران باید علاوه بر گزارش رویدادها، به بررسی ریشه‌های مسئله نیز بپردازند.	۳ ۲۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳ ۲۰/۰	۵ ۳۳/۳	۴ ۲۶/۷	۳/۶۷
تحلیل علمی، علی و داده‌محور مسائل اجتماعی	تحلیل علی مسائل اجتماعی توسط روزنامه‌نگاران می‌تواند به درک عمیق‌تر جامعه کمک کند.		۱ ۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۴ ۲۶/۷	۳/۷۳
	طرح پرسش‌های تحقیقاتی توسط روزنامه‌نگاران می‌تواند مسیر پژوهش‌های علمی را جهت دهد.		۱ ۶/۷	۷ ۴۶/۷	۴ ۲۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۶۰
	استفاده از داده و شواهد، کیفیت گزارش‌های اجتماعی را ارتقا می‌دهد.			۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷	۴/۰۷
	ابزارهای تحلیل داده می‌توانند به روزنامه‌نگاران کمک کنند تا ابعاد پنهان مسائل اجتماعی را آشکار کنند.			۴ ۲۶/۷	۱۰ ۶۶/۷	۱ ۶/۷	۳/۸۰

ترویج علم، آگاهی بخشی و گفت و گوی مبتنی بر شواهد	روزنامه نگاری داده محور روایت ها را از سطح تجربه فردی به سطح ساختار های اجتماعی منتقل می کند.	۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۱ ۶/۷	۳/۴۷
	روزنامه نگار می تواند با ارائه محتوای آموزشی، آگاهی عمومی در باره مسائل اجتماعی را افزایش دهد.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	توضیح سازوکارهای علمی توسط روزنامه نگاران می تواند فرهنگ علمی در جامعه را تقویت کند.		۷ ۴۶/۷	۶ ۴۰/۰	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	روزنامه نگاران می توانند گفت و گوی مبتنی بر شواهد را در جامعه گسترش دهند.	۱ ۶/۷	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۸۷
	فناوری های دیجیتال و هوش مصنوعی می توانند توان روزنامه نگاران در تحلیل مسائل اجتماعی را افزایش دهند.	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۳/۸۷
	روزنامه نگاران می توانند از ابزارهای دیجیتال برای جمع سپاری داده های اجتماعی استفاده کنند.		۵ ۳۳/۳	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۳/۹۳
فناوری، داده های اجتماعی و روش های نوین	تحلیل شبکه های اجتماعی توسط روزنامه نگاران می تواند روندها مسائل اجتماعی را شناسایی کند.	۳ ۲۰/۰	۵ ۳۳/۳	۴ ۲۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۴۷
	رسانه ها می توانند با انجام نظرسنجی ها ابعاد پنهان مسائل اجتماعی را روشن کنند.	۲ ۱۳/۳	۴ ۲۶/۷	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳/۶۷
	مشارکت روزنامه نگاران در پیمایش های اجتماعی می تواند به سیاست گذاری عمومی کمک کند.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	رسانه ها می توانند صدای گروه های نادیده اجتماع را از طریق افکار سنجی وارد تصمیم گیری کنند.	۱ ۶/۷	۲ ۱۳/۳	۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۴/۰۷

روزنامه‌نگاران با نقد عملکرد نهادها می‌توانند به شفافیت حکمرانی کمک کنند.			۲ ۱۳/۳	۹ ۶۰/۰	۴ ۲۶/۷	۴/۱۳
ارائه اطلاعات دقیق و زمینه‌مند توسط روزنامه‌نگاران از انتشار اطلاعات نادرست جلوگیری می‌کند.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷	
روزنامه‌نگاری انتقادی می‌تواند مسئولیت‌پذیری نهادهای عمومی را افزایش دهد.		۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳	
روزنامه‌نگاران با طرح پرسش‌های بنیادین می‌توانند به تعریف علمی مسائل کمک کنند.	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۲ ۱۳/۳	۳/۷۳	
تعریف دقیق مسئله توسط روزنامه‌نگار مسیر پژوهش‌های آینده را مشخص می‌کند.	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۴ ۲۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۳۳	
روزنامه‌نگار می‌تواند با شناسایی ابعاد مختلف یک موضوع آن را به یک مسئله علمی تبدیل کند.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷	

نقد نهادی، شفافیت و مسئله‌سازی علمی

نتایج جدول نقش روزنامه‌نگاران در مشارکت علمی برای حل مسائل اجتماعی نشان می‌دهد میانگین همه گویه‌ها بالاتر از حد متوسط (۳) است؛ بنابراین پاسخ‌گویان نقش روزنامه‌نگاران را فراتر از انتقال خبر و به‌عنوان کنشگرانی علمی و تحلیلی ارزیابی کرده‌اند. مهم‌ترین ابعاد شامل همکاری با دانشگاه و ترجمه دانش علمی برای افکار عمومی، تحلیل داده‌محور و استفاده از شواهد تجربی، ترویج علم و شکل‌دهی گفتمان عقلانی، و نقد نهادی و ارتقای شفافیت است. در مجموع، روزنامه‌نگاران از دیدگاه پاسخ‌گویان در مسئله‌سازی علمی، آگاهی‌بخشی و تقویت حکمرانی شفاف نقشی مؤثر دارند؛ یافته‌ای که ضرورت همکاری نهادی میان رسانه‌ها و دانشگاه‌ها را برجسته می‌کند.

جدول (۱۴): پیشنهاد‌های عملی برای تقویت نقش جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با

بحران‌های اجتماعی

میانگین	کاملاً موافق	موافق	نظری ندارم	مخالف	کاملاً مخالف	گویه‌ها	بعد مفهومی
۳/۴۷	۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۶ ۴۰/۰	۲ ۱۳/۳		تشکیل کارگروه‌های مشترک پایش بحران میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران به تشخیص زودهنگام نشانه‌های بحران کمک می‌کند.	هم‌افزایی نهادی و بین‌رشته‌ای
۳/۶۷	۲ ۱۳/۳	۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۱ ۶/۷		همکاری منظم جامعه‌شناسان و خبرنگاران می‌تواند از تبدیل مطالبات اجتماعی به تنش‌های اجتماعی جلوگیری کند.	
۳/۹۳	۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰			برگزاری کارگاه‌های توانمندسازی مشترک موجب توسعه فهم بین‌رشته‌ای میان رسانه و علوم اجتماعی می‌شود.	
۳/۹۳	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۴ ۲۶/۷			برگزاری نشست‌ها و گفت‌وگوهای منظم میان رسانه و جامعه‌شناسان موجب شکل‌گیری زبان مشترک در تحلیل بحران‌ها می‌شود.	
۳/۸۰	۳ ۲۰/۰	۸ ۵۳/۳	۲ ۱۳/۳	۲ ۱۳/۳		نشست‌های بین‌رشته‌ای به تعریف مسائل جدید و تدوین راهکارهای مشترک کمک می‌کند.	
۳/۹۳	۲ ۱۳/۳	۱۰ ۶۶/۷	۳ ۲۰/۰			تبیین علمی و قابل‌فهم مسائل توسط جامعه‌شناسان، ورود رسانه‌ها را هدفمندتر و دقیق‌تر می‌سازد.	تحلیل علمی، ساختاری و پیشگیرانه بحران
۳/۸۰	۲ ۱۳/۳	۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳			تحلیل ساختاری و ریشه‌ای بحران‌ها توسط جامعه‌شناسان درک رسانه‌ها از وضعیت را بهبود می‌بخشد.	

	ارائه پیامدهای احتمالی مسائل اجتماعی توسط جامعه‌شناسان به رسانه‌ها باعث حساسیت‌سازی و پیشگیری می‌شود.	۲ ۱۳/۳	۲ ۱۳/۳	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	تمرکز مشترک رسانه و جامعه‌شناسان بر پیشگیری، از شدت بحران‌های اجتماعی می‌کاهد.	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	مداخله بدون تحلیل علمی در زمان بحران ممکن است سطح تنش را افزایش دهد.		۳ ۲۰/۰	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۴/۲۷
توانمندسازی حرفه‌ای و یادگیری متقابل	آموزش روش‌های تحقیق اجتماعی به روزنامه‌نگاران کیفیت تحلیل و گزارش‌های آنان را افزایش می‌دهد.		۲ ۱۳/۳	۱۰ ۶۶/۷	۳ ۲۰/۰	۴/۰۷
	آموزش مهارت‌های روایت‌گری و ساده‌سازی مفاهیم به جامعه‌شناسان ارتباط آن‌ها با افکار عمومی را تقویت می‌کند.		۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳
زیرساخت‌های داده، روایت و تولید دانش کاربردی	ایجاد پلتفرم‌های یکپارچه برای انتشار تحلیل‌های جامعه‌شناختی و گزارش‌های رسانه‌ای کارآمدی مواجهه با بحران‌ها را افزایش می‌دهد.		۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳
	تلفیق روایت‌های میدانی خبرنگاران با تحلیل علمی جامعه‌شناسان تصویر دقیق‌تری از بحران‌ها ارائه می‌دهد.		۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۷
	پلتفرم‌های مشترک داده و تحلیل می‌توانند در بحران‌هایی مانند حاشیه‌نشینی، تبعیض و فساد مؤثر باشند.		۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۷
	انجام پژوهش‌های مشترک و آمیخته میان جامعه‌شناسان و	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷	۳/۶۷

					روزنامه‌نگاران منجر به تولید راهکارهای قابل اجرا می‌شود.	
۳/۸۰	۳ ۲۰/۰	۷ ۴۶/۷	۴ ۲۶/۷	۱ ۶/۷	پژوهش‌های مشترک اجتماعی- رسانه‌ای می‌تواند پایه تدوین سیاست‌های مناسب برای نهادهای تصمیم‌گیر باشد.	
۴/۲۰	۵ ۳۳/۳	۸ ۵۳/۳	۲ ۱۳/۳		اطلاع‌رسانی علمی و زودهنگام رسانه‌ها نقش مهمی در جلوگیری از بروز بحران‌های اجتماعی دارد..	اطلاع‌رسانی علمی، اخلاق حرفه‌ای و مدیریت مسئولانه بحران
۴/۱۳	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰		رعایت اصول اخلاقی مانند صداقت و مسئولیت‌پذیری شرط لازم برای اثربخشی رسانه و جامعه‌شناسان در بحران است.	
۳/۶۷	۳ ۲۰/۰	۵ ۳۳/۳	۶ ۴۰/۰	۱ ۶/۷	پرهیز از پنهان‌کاری، سانسور و بزرگ‌نمایی یکی از مهم‌ترین الزامات مدیریت صحیح بحران است.	
۴/۱۳	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰		حضور روان‌شناسان در کنار جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در شرایط بحران از تشدید تنش‌ها جلوگیری می‌کند.	
۳/۶۰	۲ ۱۳/۳	۵ ۳۳/۳	۸ ۵۳/۳		نهادینه سازی نقش رسانه به‌عنوان کنشگر توسعه اجتماعی موجب افزایش مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها می‌شود.	حکمرانی رسانه‌ای و حمایتی ساختاری
۴/۰۰	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۴ ۲۶/۷		حمایت ساختاری نهادهای حکمرانی از رسانه‌های حرفه‌ای به تقویت نقش آن‌ها در مدیریت بحران کمک می‌کند.	

در خصوص پیشنهاد‌های عملی برای تقویت نقش جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با بحران‌های اجتماعی نتایج جدول نشان می‌دهد پاسخ‌گویان نگرشی مثبت نسبت به راهکارهای تقویت نقش جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مدیریت بحران‌های اجتماعی دارند؛ میانگین اغلب گویه‌ها بالاتر از حد متوسط (۳) است. مهم‌ترین ابعاد شامل هم‌افزایی نهادی و بین‌رشته‌ای (تشکیل کارگروه‌ها و نشست‌های مشترک)، تحلیل علمی و پیشگیرانه بحران (ترجیح رویکرد علم‌محور بر واکنش‌های احساسی)، توانمندسازی حرفه‌ای و یادگیری متقابل (آموزش روش‌های تحقیق و روایت‌گری)، ایجاد زیرساخت‌های داده و دانش کاربردی، اطلاع‌رسانی علمی و اخلاق حرفه‌ای، و حکمرانی رسانه‌ای و حمایت ساختاری هستند. در مجموع، پاسخ‌گویان مدیریت مؤثر بحران‌های اجتماعی را در گرو پیوند هم‌زمان علم، رسانه و ساختارهای حکمرانی می‌دانند.

جدول (۱۵): انواع همکاری مؤثر میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان

بند مفهومی	گویه‌ها	کاملاً مخالف	مخالف	فقری ندارم	موافق	کاملاً موافق	میانگین
همکاری تحلیلی و تعریف علمی مسئله	تشکیل اتاق‌های اندیشه‌ورزی مشترک میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان می‌تواند تعریف دقیق‌تری از مسائل اجتماعی ارائه دهد.			۷ ۴۶/۷	۵ ۳۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۷۳
	مشارکت روزنامه‌نگاران در جلسات تحلیل جامعه‌شناسان، از برجسته‌سازی هیجانی مسائل جلوگیری می‌کند.		۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	حضور جامعه‌شناسان در اتاق‌های فکر رسانه‌ای باعث دسترسی آن‌ها به داده‌های میدانی دقیق‌تر می‌شود.			۶ ۴۰/۰	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	انجام پژوهش‌های میدانی مشترک میان خبرنگاران و جامعه‌شناسان کیفیت تحلیل مسائل را افزایش می‌دهد.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰

همکاری میدانی و تولید داده اجتماعی معتبر	همکاری خبرنگاران محلی و پژوهشگران اجتماعی موجب گردآوری داده‌های معتبرتر می‌شود.		۴ ۲۶/۷	۸ ۵۳/۳	۳ ۲۰/۰	۳/۹۳
	تحلیل علمی داده‌ها توسط جامعه‌شناسان و روایت‌گری رسانه‌ای توسط روزنامه‌نگاران ترکیب مؤثری در حل مسائل است.		۲ ۱۳/۳	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷
	برگزاری کارگاه‌های آموزشی مشترک باعث ارتقای مهارت روایت‌گری جامعه‌شناسان می‌شود.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷
تلفیق تحلیل علمی و روایت رسانه‌ای	آموزش روش‌های تحقیق اجتماعی به روزنامه‌نگاران کیفیت گزارش‌های رسانه‌ای را افزایش می‌دهد.		۲ ۱۳/۳	۱۱ ۷۳/۳	۲ ۱۳/۳	۴/۰۰
	تولید گزارش‌ها و پرونده‌های تحلیلی مشترک میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران به فهم عمیق‌تر مسائل کمک می‌کند.		۱ ۶/۷	۳ ۲۰/۰	۹ ۶۰/۰	۲ ۱۳/۳
	روایت روزنامه‌نگاران همراه با تحلیل علمی جامعه‌شناختی اثربخشی گزارش‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۹ ۶۰/۰	۱ ۶/۷
توانمندسازی، آموزش و یادگیری متقابل	برگزاری میزگردها و نشست‌های مشترک میان جامعه‌شناسان، روزنامه‌نگاران و فعالان اجتماعی به طرح بهتر مسائل کمک می‌کند.		۱ ۶/۷	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۵ ۳۳/۳
	شبکه‌سازی میان رسانه‌ها و متخصصان اجتماعی به شکل‌گیری گفت‌وگوی عمومی مؤثر کمک می‌کند.		۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰

نقش انتقادی، گفت‌وگوی عمومی و هشدار اجتماعی	همکاری رسانه‌ها و جامعه‌شناسان در رصد سیاست‌ها پیامدهای اجتماعی تصمیمات را آشکار می‌کند.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۷ ۴۶/۷	۲ ۱۳/۳	۳/۶۷
	تحلیل جامعه‌شناسان از سیاست‌ها همراه با گزارش‌دهی رسانه‌ها هشدارهای لازم درباره بحران‌های اجتماعی را ارائه می‌دهد.	۱ ۶/۷	۵ ۳۳/۳	۶ ۴۰/۰	۳ ۲۰/۰	۳/۷۳
	روزنامه‌نگاری تحقیقی با راهنمایی علمی جامعه‌شناسان می‌تواند ابعاد پنهان مسائل اجتماعی را آشکار کند.	۱ ۶/۷	۴ ۲۶/۷	۷ ۴۶/۷	۳ ۲۰/۰	۳/۸۰
	جامعه‌شناسان می‌توانند جهت‌دهی علمی لازم را برای تحقیقات رسانه‌ای فراهم کنند.		۲ ۱۳/۳	۸ ۵۳/۳	۵ ۳۳/۳	۴/۲۰
	همکاری انتقادی و همدلانه میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان به کاهش تعصب و سطحی‌نگری کمک می‌کند.	۱ ۶/۷	۳ ۲۰/۰	۶ ۴۰/۰	۵ ۳۳/۳	۴/۰۰
	هر دو گروه باید هدف مشترک «فهم واقعیت و بهبود آن» را در همکاری‌ها دنبال کنند.		۲ ۱۳/۳	۹ ۶۰/۰	۴ ۲۶/۷	۴/۱۳

که این نتایج در خصوص همکاری و هم‌افزایی بین جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران نشان می‌دهد پاسخ‌گویان نگرشی مثبت نسبت به همکاری میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان دارند؛ میانگین اغلب گویه‌ها بالاتر از حد متوسط (۳) است. مهم‌ترین ابعاد این همکاری شامل تحلیل مشترک و تعریف علمی مسئله (اتاق‌های اندیشه‌ورزی و پژوهش‌های میدانی)، تولید داده معتبر و روایت مبتنی بر شواهد، تلفیق تحلیل علمی با گزارش‌های رسانه‌ای (میانگین‌های نزدیک به ۴)، توانمندسازی و یادگیری متقابل (نشست‌ها و شبکه‌سازی)، و نقش انتقادی و هشدار اجتماعی (میانگین‌های بالاتر از ۴) است. در مجموع، همکاری تحلیلی و داده‌محور میان این دو حوزه از دیدگاه پاسخ‌گویان، نقشی تعیین‌کننده در تعریف علمی مسائل اجتماعی، ارتقای گفتمان عمومی و پیشگیری از بحران‌ها دارد.

جدول (۱۶): آمار پایایی نقش روزنامه‌نگاران در مشارکت علمی برای حل مسائل اجتماعی

پایایی		
نقش روزنامه‌نگاران در مشارکت علمی برای حل مسائل اجتماعی	گویه‌ها	آلفای کرونباخ
معیارهای شکل‌گیری مسئله اجتماعی	۲۵	۰.۹۵۵
تأثیر رسانه‌ها بر شیوع و حساسیت نسبت به مسائل اجتماعی	۲۰	۰.۹۱۷
نقش جامعه‌شناسان در شناخت، تحلیل و ارائه راهکار برای مسائل اجتماعی	۴۰	۰.۹۴۸
نقش جامعه‌شناسان در شناخت، تحلیل و ارائه راهکار برای مسائل اجتماعی	۲۳	۰.۹۳۶
پیشنهادهای عملی برای تقویت نقش جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با بحران‌های اجتماعی	۲۴	۰.۹۴۵
انواع همکاری مؤثر میان روزنامه‌نگاران و جامعه‌شناسان	۱۸	۰.۹۷۰

به‌منظور بررسی پایایی پرسشنامه، ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد پرسشنامه بالاتر از ۰/۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی بسیار مطلوب و همسانی درونی بالای ابزار می‌باشد. در مجموع، پرسشنامه از انسجام مفهومی و قابلیت اعتماد بالایی برخوردار است.

۷- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با تمرکز بر نقش مکمل جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در مواجهه با مسائل اجتماعی نشان داد که هر یک از این دو گروه، با تکیه بر سرمایه‌های معرفتی و حرفه‌ای خود، می‌توانند در فرآیند شناخت، تحلیل و بازنمایی بحران‌های اجتماعی نقش‌آفرینی کنند. یافته‌های تحقیق بر اساس تکنیک دلفی و تحلیل دیدگاه‌های ۱۵ نفر از خبرگان جامعه‌شناسی و روزنامه‌نگاری نشان داد که جامعه‌شناسان با بهره‌گیری از روش‌های علمی، تحلیل ساختارهای اجتماعی و تفسیر کنش‌های انسانی، قادرند ریشه‌های مسائل اجتماعی را آشکار ساخته و راهکارهای مبتنی بر شواهد ارائه دهند. در مقابل، روزنامه‌نگاران با روایت‌گری تحلیلی، برجسته‌سازی رسانه‌ای و تولید گفتمان، افکار عمومی را حساس کرده و زمینه مشارکت اجتماعی را فراهم می‌کنند. نتایج تحقیق همچنین نشان داد که:

- هم‌افزایی میان دو گروه در قالب کار گروه‌های مشترک و تولید محتوای بین‌رشته‌ای، می‌تواند اثربخشی تحلیل‌ها و روایت‌ها را افزایش دهد.
- آموزش بین‌رشته‌ای و تبادل دانش میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران، به ارتقاء کیفیت بازنمایی مسائل اجتماعی و تقویت سرمایه اجتماعی منجر می‌شود.

- ترکیب تحلیل علمی و روایت رسانه‌ای نه تنها به حساس‌سازی افکار عمومی کمک می‌کند، بلکه امکان ارائه راهکارهای عملی‌تر برای مدیریت بحران‌های اجتماعی را فراهم می‌سازد.

- خبرگان مورد مطالعه تأکید داشتند که در شرایط بحران، همکاری نهادی و سازمان‌یافته میان این دو گروه می‌تواند به بازتعریف نقش نخبگان در حوزه عمومی و افزایش اعتماد اجتماعی منجر شود.

در مجموع یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که خروج جامعه‌شناسان از «برج عاج نظریه» و عبور روزنامه‌نگاران از سطح روایت‌گری صرف، در کنار تعامل و هم‌افزایی میان آن‌ها، می‌تواند به ارتقاء سرمایه اجتماعی، توسعه پایدار و بازسازی عقلانیت ارتباطی در فضای عمومی کمک کند.

۱-۷- نکات کلیدی بحث

۱-۷-۱- هم‌افزایی میان دو حوزه

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ترکیب تحلیل علمی جامعه‌شناسان با روایت رسانه‌ای روزنامه‌نگاران، نه تنها به فهم عمیق‌تر مسائل اجتماعی منجر می‌شود، بلکه امکان ارائه راهکارهای عملی‌تر و قابل اجرا را نیز فراهم می‌آورد. جامعه‌شناسان با اتکا به روش‌های علمی و نظریه‌های اجتماعی، ریشه‌ها و ساختارهای پنهان بحران‌ها را آشکار می‌سازند؛ در حالی که روزنامه‌نگاران با برجسته‌سازی رسانه‌ای و روایت‌گری تحلیلی، این یافته‌ها را به زبان عمومی ترجمه کرده و در دسترس افکار عمومی قرار می‌دهند. این هم‌افزایی، شکاف میان «دانش تخصصی» و «گفتمان اجتماعی» را کاهش داده و اثربخشی هر دو حوزه را افزایش می‌دهد.

۱-۷-۲- کاربرد عملی

نتایج تحقیق نشان داد که همکاری میان این دو گروه می‌تواند در قالب کارگروه‌های مشترک، تولید محتوای تحلیلی و آموزش بین‌رشته‌ای تحقق یابد. چنین سازوکارهایی نه تنها به ارتقاء کیفیت تحلیل‌ها و روایت‌ها کمک می‌کند، بلکه مسیری برای تقویت سرمایه اجتماعی و دستیابی به توسعه پایدار فراهم می‌آورد. به‌ویژه، آموزش بین‌رشته‌ای می‌تواند نسل جدیدی از متخصصان را تربیت کند که قادرند همزمان از ابزارهای جامعه‌شناسی و روزنامه‌نگاری برای مواجهه با مسائل اجتماعی بهره گیرند.

۱-۷-۳- سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار

تعامل میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران، فراتر از سطح نظری، پیامدهای عملی مهمی برای جامعه دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که این همکاری می‌تواند به حساس‌سازی افکار عمومی

نسبت به مسائل اجتماعی، افزایش اعتماد اجتماعی و تقویت انسجام جمعی منجر شود. در نتیجه، سرمایه اجتماعی به عنوان یکی از پیش شرط‌های توسعه پایدار ارتقاء می‌یابد و جامعه توانمندتر در مواجهه با بحران‌ها ظاهر می‌شود.

۱-۷-۴- فضای عمومی و کنش ارتباطی

بر اساس نظریه هابرماس، فضای عمومی عرصه‌ای برای گفت‌وگوی عقلانی و مشارکت دموکراتیک است. پژوهش حاضر نشان داد که جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران، در کنار یکدیگر، می‌توانند این فضا را بازسازی کرده و به ارتقاء عقلانیت ارتباطی کمک کنند. جامعه‌شناسان با ارائه تحلیل‌های علمی و روزنامه‌نگاران با روایت‌گری تحلیلی، امکان شکل‌گیری گفتمان‌های عقلانی و مشارکت گسترده‌تر شهروندان را فراهم می‌سازند. این تعامل، به بازتعریف نقش خبرنگاران در حوزه عمومی و تقویت فرآیند دموکراتیزه‌سازی جامعه منجر می‌شود.

۱-۷-۵- قدرت رسانه‌ای و بازنمایی واقعیت

در عصر دیجیتال، رسانه‌ها تنها بازتاب‌دهنده واقعیت نیستند، بلکه در ساخت و بازنمایی آن نقش فعال دارند. یافته‌های تحقیق نشان داد که همکاری میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران می‌تواند روایت‌های بدیل و مقاومتی در برابر گفتمان‌های مسلط ایجاد کند. جامعه‌شناسان با نقد علمی فرآیندهای بازنمایی و روزنامه‌نگاران با تولید روایت‌های تازه، قادرند واقعیت اجتماعی را بازتعریف کرده و به شکل‌گیری افکار عمومی متکثر و انتقادی کمک کنند. این امر، قدرت رسانه‌ای را از انحصار گفتمان‌های غالب خارج کرده و امکان مشارکت گسترده‌تر شهروندان در فرآیندهای اجتماعی و سیاسی را فراهم می‌آورد.

۲-۷- محدودیت‌های پژوهش

- تعداد محدود خبرگان (۱۵ نفر) در تکنیک دلفی، امکان تعمیم نتایج را کاهش می‌دهد.
- تمرکز بر روش کیفی و مروری، نیازمند تکمیل با مطالعات میدانی و داده‌های تجربی گسترده‌تر است.
- فقدان مطالعات موردی عینی از همکاری میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در ایران، یکی از خلأهای پژوهش باقی مانده است.

۳-۷- چشم‌انداز آینده

آینده تعامل میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در گرو بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال، فناوری‌های نوین، تجربه‌های بین‌المللی و سیاست‌گذاری‌های آموزشی و رسانه‌ای است. این چشم‌انداز نشان می‌دهد که همکاری میان این دو گروه نه تنها به ارتقاء سرمایه اجتماعی و

توسعه پایدار منجر خواهد شد، بلکه می‌تواند به بازتعریف نقش نخبگان در حوزه عمومی و تقویت عقلانیت ارتباطی در جامعه کمک کند.

۳-۷-۱- رسانه‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی

با گسترش رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌های تازه‌ای برای تعامل میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران فراهم می‌شود. این بسترها امکان تولید و انتشار سریع محتوا، دسترسی گسترده به مخاطبان و شکل‌گیری گفت‌وگوهای عمومی را فراهم می‌کنند. جامعه‌شناسان می‌توانند یافته‌های علمی خود را در قالب‌های ساده‌تر و قابل فهم‌تر در فضای دیجیتال عرضه کنند و روزنامه‌نگاران نیز با بهره‌گیری از ابزارهای چندرسانه‌ای، روایت‌های تحلیلی را تقویت نمایند. این هم‌افزایی در فضای دیجیتال، به افزایش مشارکت شهروندان و تقویت سرمایه اجتماعی منجر خواهد شد.

۳-۷-۲- هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های اجتماعی

فناوری‌های نوین به‌ویژه هوش مصنوعی، ظرفیت‌های بی‌سابقه‌ای برای تحلیل داده‌های اجتماعی و بازنمایی رسانه‌ای فراهم کرده‌اند. الگوریتم‌های یادگیری ماشین می‌توانند الگوهای پنهان در داده‌های کلان اجتماعی را آشکار سازند و به جامعه‌شناسان در فهم دقیق‌تر مسائل کمک کنند. روزنامه‌نگاران نیز می‌توانند با استفاده از ابزارهای داده‌کاوی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی، روایت‌های مبتنی بر شواهد تولید کنند. همکاری میان این دو گروه در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، می‌تواند به تولید دانش بین‌رشته‌ای و بازنمایی دقیق‌تر واقعیت اجتماعی منجر شود.

۳-۷-۳- مطالعات موردی و بین‌المللی

بررسی نمونه‌های موفق همکاری میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران در سطح جهانی، می‌تواند الگویی برای بومی‌سازی در ایران ارائه دهد. تجربه‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان این دو حوزه، در مدیریت بحران‌های اجتماعی، ارتقاء آگاهی عمومی و تقویت مشارکت مدنی نقش مهمی ایفا کرده است. انتقال این تجربه‌ها به بستر ایران، با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و نهادی، می‌تواند به طراحی مدل‌های بومی همکاری و افزایش اثربخشی تعاملات میان این دو گروه کمک کند.

۳-۷-۴- سیاست‌گذاری رسانه‌ای و آموزش بین‌رشته‌ای

یکی از چشم‌اندازهای مهم آینده، طراحی سیاست‌های رسانه‌ای و آموزشی است که همکاری میان جامعه‌شناسان و روزنامه‌نگاران را نهادینه کند. ایجاد برنامه‌های آموزشی مشترک میان

دانشکده‌های علوم اجتماعی و ارتباطات، می‌تواند به تربیت نسل جدیدی از متخصصان بین‌رشته‌ای منجر شود که قادرند همزمان از ابزارهای علمی و رسانه‌ای برای تحلیل و بازنمایی مسائل اجتماعی بهره گیرند. همچنین، سیاست‌گذاری رسانه‌ای در سطح ملی می‌تواند زمینه‌های نهادی لازم برای همکاری پایدار میان این دو گروه را فراهم سازد و به ارتقاء کیفیت گفت‌وگو عمومی و توسعه پایدار کمک کند.

منابع

- احمدی، علی. (۱۳۹۹). چرا باید از روزنامه‌نگاری راه‌حل‌گرا استفاده کنیم؟. پایگاه خبری عطانا، قابل دسترس در: <https://atna.atu.ac.ir/fa/news/182>
- اسدی، عباس. (۱۳۹۷). روزنامه‌نگاری در جهان معاصر، چاپ چهارم، انتشارات آثار فکر.
- بروجردی علوی، مهدخت و بنیادی، فاطمه. (۱۳۹۴). چالش‌ها و موانع توسعه روزنامه‌نگاری علم در ایران. مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، ۷(۳)، ۱۷۱-۲۰۳.
- رابینگتن، ارل و واینبرگ، مارتین. (۱۳۹۳). رویکردهای نظری هفتگانه در بررسی مسایل اجتماعی، مترجم: رحمت‌الله صدیق سروسستانی، چاپ پنجم. انتشارات دانشگاه تهران.
- رضائیان، مهدی. (۱۳۹۴). نسبت روزنامه‌نگاری تحلیلی با جامعه‌شناسی تفسیری. انجمن جامعه‌شناسی ایران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، قابل دسترس در: <https://ana.ir/000INC>
- سیسونز، هلن. (۱۳۹۶). روزنامه‌نگاری در عمل: چگونه خبر بنویسیم، مترجم: سید محمد تقی‌زاده‌مطلق. چاپ دوم، انتشارات همشهری.
- فرقانی، محمدمهدی. (۱۳۸۴). نگاهی به جایگاه و کارکردهای روزنامه‌نگاری سنتی و روزنامه‌نگاری الکترونیک: تعامل سنت و فن‌آوری در جامعه اطلاعاتی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۲(۲۹)، ۵۷-۸۷.
- کاظمی تربقان، سیدمهدی؛ سهامی، امی و اماندار شقایق، ابراهیمی کیمیا. (۱۴۰۲). تحلیل تعاملات اجتماعی با رویکرد نظریه بازی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۱۶(۳)، ۱۰۱-۱۲۵.
- گرچی، بهداد. (۱۴۰۴). نقش روزنامه‌نگاری در رشد فکری جامعه. روزنامه ستاره صبح، شماره ۲۵۷۱، صفحه ۵.
- لوزیک، دانیلین. (۱۳۹۸). نگرشی نو در تحلیل مسایل اجتماعی، مترجم: سعید معیدفر، چاپ هفتم. شرکت سهامی کتاب‌های جیبی فرانکلین با همکاری انتشارات امیرکبیر.

- معمدنژاد، کاظم. (۱۳۸۵). اصول اخلاقی حرفه روزنامه‌نگاری در ایران. پژوهش‌های ارتباطی، ۱۲(۲)، ۳۳-۵۸.
- معیدفر، سعید. (۱۳۹۷). جامعه‌شناسی مسایل اجتماعی ایران، چاپ پنجم. انتشارات نور علم.
- معیدفر، سعید. (۱۳۸۹). مسایل اجتماعی ایران (جامعه‌شناسی اقشار و گروه‌های آسیب‌پذیر)، چاپ اول. نشر علم.
- مکنیر، برایان. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی روزنامه‌نگاری، مترجمان: محمد رضا رسولی و علی اصغر کیا، چاپ دوم. انتشارات جامعه‌شناسان.
- میرفردی، مهدی. (۱۴۰۰). چالش‌های نظریه‌پردازی در جامعه‌شناسی ایران. فصلنامه مطالعات اجتماعی ایران، ۱۴(۱)، ۸۹-۱۱۰.
- نوذری، حسین. (۱۳۸۴). بحران‌ها و تهدیدهای اجتماعی: تحلیلی پارادایمی در خصوص رویکردها و نظریه‌های جدید پیرامون مفهوم بحران. فصلنامه رفاه اجتماعی، ۴(۱۶)، ۴۳-۷۶.
- وردی‌نژاد، فریدون و بهرامی رشتیانی، شهلا. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی خبر. نشر ثانیه.
- یوست، کاسپرس. (۱۳۳۸). اصول روزنامه‌نگاری، مترجم: مهین‌دخت صبا، چاپ اول. انتشارات دانشگاه تهران.
- یوسفی، علی و اکبری، مجید. (۱۳۹۰). تحلیل مسائل اجتماعی ایران: رویکردی ساختاری و فرهنگی. فصلنامه جامعه‌شناسی ایران، ۱۱(۲)، ۵۵-۷۸.
- Beck, U. (1992). Risk society: Towards a new modernity. London: Sage Publications.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge. Garden City, NY: Anchor Books.
- Blumer, H. (1969). Symbolic interactionism: Perspective and method. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Blumer, H. (1971). Social problems as collective behavior. Social Problems, 18(3), 298-306. <https://doi.org/10.2307/799797>
- Bourdieu, P. (1991). Language and symbolic power (J. B. Thompson, Ed.; G. Raymond & M. Adamson, Trans.). Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Carpentier, N. (2011). Media and participation: A site of ideological-democratic struggle. Bristol: Intellect Books.
- Castells, M. (2009). Communication power. Oxford: Oxford University Press.

- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press.
- Cottle, S. (2006). *Mediatized conflict: Developments in media and conflict studies*. Maidenhead: Open University Press.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. (doi.org in Bing)
- Fraser, N. (1997). *Justice interruptus: Critical reflections on the “postsocialist” condition*. New York: Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. Berkeley: University of California Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action* (Vol. 1–2). Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press.
- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge: Polity Press.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). Berkeley: University of California Press.
- Zelizer, B. (2004). *Taking journalism seriously: News and the academy*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

A Collaborative Model between Sociologists and Journalists in Analyzing and Managing Social Issues: From Scientific Analysis to Media Narration

Saeed Moidfar

Professor of Sociology, Department of Social Sciences,
University of Tehran, Tehran, Iran
smoidfar@gmail.com

Mohammad Reza Hosseini

Associate Professor, Department of Sociology, Faculty of Humanities,
Ayatollah Boroujerdi University, Boroujerd, Iran
m.hosseini@abru.ac.ir

Hadi Zamani

PhD Student in Sociology, University of Tehran,
Kish International Campus (Corresponding Author)
hadizamani1404@yahoo.com

Rasool Mehmandoost

Chief of Sustainability & Social Responsibility, Mobarakeh Steel
Company, Isfahan, Iran
rasool.mehmandoost@gmail.com

Abstract

Social issues represent some of the most pressing challenges of contemporary societies, engaging the attention of citizens, civil institutions, and intellectual elites alike. Within this context, sociologists and journalists, as two reference groups, play a pivotal role in the processes of identifying, analyzing, and representing social problems. The aim of this study is to comparatively examine the roles and functions of these two groups in confronting social issues and the crises arising from them. Employing a qualitative design that combines a systematic literature review with a two-round Delphi technique, the perspectives of 15 experts in sociology and journalism were collected and analyzed. Findings indicate that sociologists, through scientific methods and structural analysis, and journalists, through analytical narration and media framing, can act complementarily in the processes of sensitization, interpretation, and problem-solving. Furthermore, synergy between these two groups -through joint working groups, co-production of analytical content, and

interdisciplinary training- can significantly contribute to the enhancement of social capital and the advancement of sustainable development.

Keywords: Sociology of Social Problems, Analytical Journalism, Social Crisis; Media, Social Awareness