



## The Challenges Confronting Radio News within the Ecosystem of News Production and Distribution

Maryam Vahedi<sup>1</sup> | Davood Nemati Anaraki<sup>2✉</sup> | Nasim Majidi Ghahroodi<sup>3</sup>

1. Ph.D. Candidate, Faculty of Social Sciences, Communication, and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. Email: [maryavahedi2018@gmail.com](mailto:maryavahedi2018@gmail.com)
2. Corresponding Author, Associate Professor, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran, Iran. Email: [nemati@iribu.ac.ir](mailto:nemati@iribu.ac.ir)
3. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Communication, and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. E-mail: [nassim\\_majidi2002@yahoo.com](mailto:nassim_majidi2002@yahoo.com)

### Article Info

### ABSTRACT

**Article type:**

Research Article

**Article history:**

Received: 8 February 2025

Received in revised form: 28

April 2025

Accepted: 20 June 2025

Published online: 23 December  
2025

**Keywords:**

Radio,

News,

Media Ecosystem,

Content Production,

Digital media.

**Objective:** This study aimed to identify the challenges confronting radio within the media content production ecosystem.

**Methods:** The research employed the Delphi technique. Participants comprised media and news experts selected based on their expertise, educational background, and professional experience. A purposive sampling method was applied, and after several refinement rounds, 26 experts participated in the final phase. This method is predominantly utilized in qualitative research to achieve group consensus on specialized issues.

**Results:** The findings indicated that the primary challenges in radio news production and dissemination have evolved across several domains. Initially, the most critical challenges were a lack of impartiality and the production of outdated content. In subsequent stages, issues such as inducing excitement and stimulating audience engagement gained higher priority. Furthermore, traditional gatekeeping and organizational constraints—particularly increased censorship—were identified as major obstacles in the news production process. Additional progressively prominent challenges included the underutilization of citizen journalism capacities, a decline in the speed of event coverage, and a reduction in the diversity of news sources. In the domain of digital content production (broadband), key concerns were the ineffective use of digital platforms such as Telegram and Eitaa, along with weak content appeal for online audiences. In traditional broadcasting (terrestrial radio), significant barriers included reduced direct audience interaction, declining loyal listenership, and technical limitations such as dependence on radio wave propagation and coverage gaps in remote areas.

**Conclusions:** The results suggest that to maintain its position within the media ecosystem, radio must adapt to digital transformations by increasing the speed of news dissemination, leveraging modern technologies, optimizing audience engagement, and employing innovative content production strategies. Failure to address these changes may lead to a decline in radio's influence among contemporary audiences.

**Cite this article:** Vahedi, M.; Nemati Anaraki, D. & Majidi Ghahroodi, N. (2025). The Challenges Confronting Radio News within the Ecosystem of News Production and Distribution. *News Science*, 14 (4), 8-12.

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.507261.1334>



© The Author(s).

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.507261.1334>






**The Journal of News Science**  
Vol. 14, No. 4, Ser.56, Winter 2025, P. 8- 12  
Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>  
DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.507261.1334>

**Open Access**

**ORIGINAL ARTICLE**

## **The Challenges Confronting Radio News within the Ecosystem of News Production and Distribution**

Maryam Vahedi<sup>1</sup>  | Davood Nemati Anaraki<sup>2</sup>  | Nasim Majidi Ghahroodi<sup>3</sup> 

1. Ph.D. Candidate, Faculty of Social Sciences, Communication, and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. Email: [maryavahedi2018@gmail.com](mailto:maryavahedi2018@gmail.com)
2. Corresponding Author, Associate Professor, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran, Iran. Email: [nemati@iribu.ac.ir](mailto:nemati@iribu.ac.ir)
3. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Communication, and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. E-mail: [nassim\\_majidi2002@yahoo.com](mailto:nassim_majidi2002@yahoo.com)

Received: February 8, 2025

Accepted: December 23, 2025

### **EXTENDED ABSTRACT**

#### **Interdiction:**

This study aims to identify the challenges confronting radio broadcasting within the broader ecosystem of media content production. As one of the oldest and most influential media forms, radio continues to play a vital role in disseminating news and information to a wide audience. However, the rapid evolution of technology—particularly the rise of digital media and social platforms—has introduced new challenges that necessitate a reassessment of traditional broadcasting methods. The Delphi method was employed to explore these challenges, focusing on the perspectives of media and journalism experts. This method is especially valuable in qualitative research for achieving group consensus on specific issues. By identifying and analyzing these

challenges, the study offers meaningful insights into the factors that influence radio's ability to compete in a fast-paced media environment and its capacity to adapt to changing audience demands.

### **Methods:**

The study utilized the Delphi method; a qualitative research technique designed to gather expert opinions and facilitate consensus on specific issues. The target population consisted of media and journalism experts with relevant expertise, academic training, or professional experience in broadcasting and journalism. The initial sample size was set at 46 participants, based on criteria derived from prior studies and practical considerations such as accessibility and data collection costs. Following sample refinement, 32 experts participated in the first round, 29 in the second, and 26 in the third. The Delphi method involved several rounds of questionnaires in which participants anonymously provided their perspectives on the challenges facing radio broadcasting. After each round, responses were analyzed, and aggregated feedback was shared to refine the focus of subsequent rounds. This iterative process enabled the identification of key challenges and fostered a shared understanding among participants.

### **Findings:**

The findings reveal significant shifts in the challenges associated with radio news production and dissemination. In the initial phase, the primary concerns related to radio content were issues such as lack of impartiality and outdated content. These were identified as the most pressing challenges, highlighting ethical concerns and the difficulty of meeting the demand for timely, relevant news. However, as the study progressed, priorities evolved. While impartiality remained a critical issue, its relative importance diminished, and new challenges emerged—notably the need to generate excitement and foster emotional engagement with the audience. These shifts reflect broader societal and technological changes, as well as the evolving needs and expectations of radio audiences.

Additionally, traditional gatekeeping processes in radio broadcasting were found to be increasingly problematic. Early in the study, slow news coverage and delays in broadcasting urgent events were major concerns. Over time, however, apprehensions regarding increased censorship and organizational restrictions gained prominence. These changes underscore the growing demand for speed in news delivery, particularly in the digital age, where information spreads rapidly through online channels.

Another key finding was the underutilization of citizen journalism. Initially, radio's inability to compete with other media outlets was viewed as a primary issue. As the study advanced, the need for faster coverage and greater diversity in news sources took precedence. This suggests that while competition remains relevant, speed of coverage and source diversity have become essential for maintaining relevance in today's media landscape.

The study also explored challenges in two main areas: broadband and broadcast. In the broadband sector, the failure to fully utilize digital platforms such as Telegram and Eitaa was identified as a significant challenge. Given audiences' increasing reliance on digital platforms, radio must adapt or risk losing its audience share. The lack of engaging content tailored for digital platforms and the growing preference for multimedia news formats were also cited as major challenges. In the broadcast sector, reduced audience interaction and the loss of loyal listeners emerged as growing concerns. These challenges reflect shifting audience preferences, as listeners increasingly turn to

digital media for news consumption. Radio must find new ways to engage and retain its audience, particularly as younger generations demonstrate a growing preference for digital platforms.

### **Conclusions:**

The study concludes that radio faces several significant challenges in adapting to the rapidly evolving media environment. The findings indicate that while traditional issues such as impartiality and content freshness remain important, new challenges related to emotional engagement, speed of news dissemination, and competition with digital media are becoming increasingly critical. The growing reliance on digital platforms and citizen journalism suggests that radio must evolve to integrate these elements into its content production and distribution strategies.

Furthermore, the study emphasizes the importance of improving audience interaction and engagement, particularly as radio struggles to maintain its position among younger audiences who are gravitating toward digital media. To remain competitive, radio must embrace new technologies, enhance the speed of news delivery, and adopt multimedia techniques to make its content more appealing in the digital age. In addition, improving content quality and expanding coverage through diverse sources are crucial for ensuring radio remains a relevant and trusted news medium.

In conclusion, the radio industry must undergo substantial changes in its approach to content production, distribution, and audience engagement. The study recommends that radio broadcasters leverage new technological advancements, integrate citizen journalism, and adopt strategies aligned with audience expectations in the digital era. Only by adapting to these changes can radio maintain its relevance and continue to serve as a valuable medium for news and information within the evolving media ecosystem.

### **Data Availability Statement**

Data available on request from the authors.

### **Acknowledgements**

The authors would like to thank anonymous reviewers.

### **Ethical considerations**

Not applicable.

### **Funding**

Not applicable.

### **Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.

### **References**

- Ai, M., Gibrilu, A. W., & Zhang, N. (2024). Editors, users and post-publication gatekeeping: A study of news ranking on Chinese digital native media. *Journalism Practice*, 18(4), 783–802. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2055623>
- Ajisafe, I. O., & Dada, D. (2016). Radio broadcasting in the digital age: Adapting to the challenges of the 21st century. *Looking Ahead*, 60.
- Arsenteva, G. L. (2018). The functions and features of verbalics on a radio station format easy listening. *The Journal of Social Sciences Research*, 5, 444–447. <https://doi.org/10.32861/jssr.spi5.444.447>
- Das, S., Ahmed, K. U., & Awal, M. A. (2021). The role of radio and television in the dissemination of agricultural technologies among farmers of Bangladesh. *Bangladesh Journal of Agriculture*, 55–64. <https://doi.org/10.3329/bjagri.v46i1-6.59974>
- Farhangi, A. A., & Ne'mati Anaraki, D. (2015). *Media and news: Some dominant and critical perspectives*. Tehran: University of IRIB Press. (In Persian)

- Hargitai, H. (2021). Content and framing in radio news bulletins in urban and rural Hungary. *European Journal of Communication*, 36(2), 125–147. <https://doi.org/10.1177/0267323120966839>
- Jia, Z. (2022). Analysis methods for the planning and dissemination mode of radio and television assisted by artificial intelligence technology. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(1), 7538692. <https://doi.org/10.1155/2022/7538692>
- Matsilele, T., Mpofo, S., & Moyo, D. (2023). Diasporic media and the appropriation of technologies: The case of Nehanda Radio and Zimbabwean politics. In *New Journalism Ecologies in East and Southern Africa: Innovations, Participatory and Newsmaking Cultures* (pp. 251–266). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-23625-9\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-031-23625-9_14)
- Pałka-Suchojad, K. (2021). Who keeps the gate? Digital gatekeeping in new media. *Zeszyty Prasoznawcze*, (2), 91–100. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.21.012.13477>
- Park, H., Kim, H. S., & Park, H. W. (2021). A scientometric study of digital literacy, ICT literacy, information literacy, and media literacy. *Journal of Data and Information Science*, 6(2), 116–138. <https://doi.org/10.2478/jdis-2021-0001>
- Saqa, J., Shah Mohammadi, A., & Shiri, T. (2019). Factors influencing the trust of audiences in eastern Tehran province in the news of Radio Iran. *Javan va Payam: Quarterly of New Research in Humanities*, 3(26). (In Persian)
- Shokri Rafsanjani, R., & Amjadi, G. (2016). The position of radio audiences in the new media sphere. *Monthly Journal of Media Management*, 19. (In Persian)
- van Rooyen, M., & van Doorslaer, L. (2021). News translation as collaboration in multilingual community radio stations in South Africa. *Language and Intercultural Communication*, 21(3), 411–425. <https://doi.org/10.1080/14708477.2021.1883046>
- Wallace, J. (2018). Modelling contemporary gatekeeping: The rise of individuals, algorithms and platforms in digital news dissemination. *Digital Journalism*, 6(3), 274–293. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1343648>
- Winkel, M. (2024). Controlling the uncontrollable: The public discourse on artificial intelligence between the positions of social and technological determinism. *AI & Society*, 1–13. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01999-z>
- Zhang, H., Huang, R., Zhang, Y., & Buhalis, D. (2022). Cultural ecosystem services evaluation using geolocated social media data: A review. *Tourism Geographies*, 24(4–5), 646–668. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1801828>
- Zoellner, A., & Lax, S. (2017). On-air and online: social media and local radio production in the UK. *Medien Journal*, 39(2), 5. <https://doi.org/10.24989/mj.v39i2.65>



## چالش‌های پیش روی خبر رادیو در زیست بوم تولید و انتشار خبر

مریم واحدی<sup>۱</sup> | داود نعمتی انارکی<sup>۲</sup> | نسیم مجیدی قهرودی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. رایانامه: [maryavahedi2018@gmail.com](mailto:maryavahedi2018@gmail.com)
۲. نویسنده مسئول، دانشیار، دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. رایانامه: [nemati@iribu.ac.ir](mailto:nemati@iribu.ac.ir)
۳. استادیار، دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. رایانامه: [nas.majidi\\_ghahrodi@iauctb.ac.ir](mailto:nas.majidi_ghahrodi@iauctb.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
<p><b>نوع مقاله:</b> مقاله پژوهشی</p> <p><b>تاریخ دریافت:</b> ۱۴۰۳/۱۱/۲۰</p> <p><b>تاریخ بازنگری:</b> ۱۴۰۴/۲/۸</p> <p><b>تاریخ پذیرش:</b> ۱۴۰۴/۳/۳۰</p> <p><b>تاریخ انتشار:</b> ۱۴۰۴/۱۰/۲</p> <p><b>کلیدواژه‌ها:</b> چالش‌های رادیو، زیست‌بوم رسانه‌ای، تولید محتوا، اخبار، رسانه‌های دیجیتال.</p>	<p><b>هدف:</b> این پژوهش با هدف شناسایی چالش‌های رادیو در زیست‌بوم تولید محتوای رسانه‌ای انجام شد.</p> <p><b>روش:</b> روش پژوهش مبتنی بر تکنیک دلفی بود و جامعه هدف شامل خبرگان حوزه رسانه و خبر بود که بر اساس تخصص، تحصیلات و تجربه انتخاب شدند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد و پس از چندین مرحله پالایش، ۲۶ نفر در مرحله نهایی مشارکت داشتند. این روش به‌ویژه برای دستیابی به اجماع گروهی درباره مسائل تخصصی در پژوهش‌های کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد.</p> <p><b>یافته‌ها:</b> یافته‌های پژوهش نشان داد که چالش‌های اصلی رادیو در تولید و انتشار اخبار در چندین حوزه تغییر کرده‌اند. در ابتدا، مهم‌ترین چالش‌ها شامل عدم رعایت بی‌طرفی و عدم تازگی محتوا بودند، اما در مراحل بعدی، چالش‌هایی مانند القای هیجان و تحریک مخاطب جایگاه بالاتری پیدا کردند. همچنین، مسئله دروازه‌بانی سنتی و محدودیت‌های سازمانی، به‌ویژه افزایش سانسور، به‌عنوان یکی از موانع اصلی در روند تولید اخبار شناسایی شد. علاوه بر این، عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار، کاهش سرعت در پوشش رویدادها و کاهش تنوع منابع خبری به مرور زمان به اولویت‌های مهم‌تری تبدیل شدند. در بخش تولید محتوای دیجیتال (بروبند)، عدم استفاده مؤثر از پلتفرم‌های دیجیتال مانند تلگرام و ایتا و ضعف در جذابیت محتوا برای فضای آنلاین از چالش‌های اساسی محسوب شدند. در حوزه پخش سنتی (برودکست)، کاهش تعامل مستقیم با مخاطبان، ریزش شنوندگان وفادار و محدودیت‌های فنی مانند وابستگی به امواج رادیویی و مشکلات پوشش‌دهی مناطق دورافتاده به‌عنوان موانع مهم شناسایی شدند.</p> <p><b>نتیجه‌گیری:</b> نتایج نشان داد که برای حفظ جایگاه رادیو در اکوسیستم رسانه‌ای، این رسانه باید با افزایش سرعت انتشار اخبار، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، بهینه‌سازی تعامل با مخاطبان و استفاده از شیوه‌های جدید تولید محتوا، خود را با تحولات فضای دیجیتال سازگار کند. عدم توجه به این تغییرات ممکن است منجر به کاهش نفوذ رادیو در میان مخاطبان امروزی شود.</p>



استناد: واحدی، مریم؛ نعمتی انارکی، داود و مجیدی قهرودی، نسیم (۱۴۰۴). چالش‌های پیش روی خبر رادیو در زیست بوم تولید و انتشار خبر. فصلنامه علوم خبری،

۱۴ (۴)، ۱-۲۰.

DOI: <http://doi.org/10.22034/Irsi.2026.507261.1334>



© نویسندگان.

دنیای امروز، عصر رسانه‌ها است و حجم عظیمی از پیام‌ها از طریق انواع مختلف رسانه‌ها به مردم منتقل می‌شود. رسانه‌های سنتی و از جمله رادیو در دوران کنونی با چالش‌های متعددی روبه‌رو هستند و این چالش‌ها رسانه‌های سنتی را تحت فشار قرار داده است. از آنجایی که رسانه‌ها تأثیر زیادی در شکل‌دهی به افکار عمومی، باورها و حتی سبک زندگی افراد دارند، رسانه‌هایی مانند رادیو که در گذشته به‌عنوان یک ابزار اطلاع‌رسانی و آموزشی عمده شناخته می‌شدند، امروزه باید در برابر تحولاتی که در دنیای رسانه‌ای در حال وقوع است، بایستند (متسیل و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۲۳). این تحول از یک‌سو ناشی از سرعت بالای گسترش فناوری‌ها و از سوی دیگر به دلیل تغییر نیازها و علایق مخاطبان است. این موضوع برای رادیو که هنوز در بسیاری از کشورها به‌عنوان یکی از رسانه‌های تأثیرگذار در کنار تلویزیون و اینترنت شناخته می‌شود، امری حیاتی و ضروری به نظر می‌رسد. (جیا<sup>۲</sup>، ۲۰۲۲).

رادیو از دیرباز در ایران نقش بسیار مهمی در اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی داشته است. اما با ظهور رسانه‌های نوین مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، رادیو به‌ویژه در زمینه تولید و انتشار خبر با چالش‌هایی جدی روبه‌رو شده است. این چالش‌ها به‌ویژه در پی ظهور اینترنت و تکنولوژی‌های جدید مانند پادکست‌ها، برنامه‌های رادیویی آنلاین و رسانه‌های اجتماعی به‌وضوح آشکار شده است. علاوه بر این، تغییرات اجتماعی، فرهنگی و سیاسی که در سال‌های اخیر در سطح جهانی و به‌ویژه در ایران رخ داده، به‌طور مستقیم بر نحوه عملکرد رسانه‌ها و به‌ویژه رادیو تأثیر گذاشته است. این تغییرات نه تنها مخاطبان رادیو را به سمت دیگر رسانه‌ها هدایت کرده، بلکه موجب تغییرات اساسی در شیوه‌های تولید محتوا و پخش اخبار شده است (داس و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۲۱). تولید و انتشار خبر یکی از مهم‌ترین اجزای فرآیند ارتباطی است و توجه به نیازهای مخاطب در این فرآیند اهمیت زیادی دارد. از آنجا که مخاطبان به‌طور فزاینده‌ای به دنبال اخبار سریع، دقیق و شفاف هستند، رادیو باید به این تغییرات واکنش نشان دهد (ون‌روین و ن‌درسلیر<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). از سوی دیگر، ظهور فناوری‌های جدید مانند پادکست‌ها، ویدئوهای آنلاین و رادیوهای اینترنتی، فضای جدیدی را برای تولید محتوای صوتی فراهم کرده است که در آن، رسانه‌ها باید با استفاده از ابزارهای نوین محتوایی جذاب و متناسب با سلیقه مخاطب ارائه دهند (نیک‌ملکی، ۱۴۰۰). برخی رسانه‌های رادیویی در جهان با تطبیق خود با تحولات رسانه‌ای، جایگاه خود را در اکوسیستم دیجیتال حفظ کرده‌اند. برای نمونه، رادیو بی‌بی‌سی در بریتانیا با تولید برنامه‌های صوتی متنوع و انتشار آن‌ها در شبکه‌های پخش صوتی مانند اسپاتیفای و اپل پادکست، مخاطبان گسترده‌تری جذب کرده است. این شبکه از هوش مصنوعی برای تحلیل رفتار شنوندگان و بهینه‌سازی زمان‌بندی و محتوای برنامه‌ها بهره می‌گیرد، که تجربه شنیداری را بهبود می‌بخشد. رادیوی عمومی ملی در آمریکا نیز با شبکه‌ای مانند «رادیوی عمومی ملی یک»<sup>۵</sup> و برنامه‌های صوتی محبوبی مانند «زندگی آمریکایی»<sup>۶</sup>، امکان دسترسی لحظه‌ای به محتوا فراهم کرده و از تحلیل داده‌ها برای شخصی‌سازی پیشنهادها استفاده می‌کند. همچنین، رادیوی پادکست در اروپا با پخش نمونه‌های برنامه‌های صوتی و اتصال به شبکه‌های دیگر، مدل جدیدی از رادیوی دیجیتال ارائه داده است. این شبکه‌ها با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تعامل دوسویه با شنوندگان ایجاد کرده و از کاهش مخاطبان جلوگیری کرده‌اند، در حالی که هویت رادیویی خود را حفظ می‌کنند.

این نمونه‌ها نشان‌دهنده راهکارهای موفق برای تطبیق رادیو با تغییرات دیجیتال هستند؛ از این رو، پژوهش حاضر بر این سوال اصلی متمرکز است که رادیو در فرآیند تولید و نشر خبر در زیست‌بوم رسانه‌ای امروزی با چه چالش‌هایی مواجه است. زیست‌بوم تولید محتوا راهی برای افزایش اثربخشی با سازماندهی محتوا در یک رسانه است که در مجموع، شتاب تولید و انتشار اخبار را افزایش می‌دهد و زمینه‌های تولید محتوای جذاب را ایجاد می‌کند (ژانگ و همکاران<sup>۷</sup>، ۲۰۲۲). منظور از زیست‌بوم رسانه‌ای و زیست‌بوم رادیویی در این تحقیق، در واقع بررسی این است که رادیو جمهوری اسلامی ایران چگونه در این فضای رقابتی و در

<sup>1</sup> Matsilele et al.

<sup>2</sup> Jia

<sup>3</sup> Das et al.

<sup>4</sup> Van Rooyen, & van Doorslaer

<sup>5</sup> NPR One

<sup>6</sup> This American Life

<sup>7</sup> Zhang et al.

حال تحول رسانه‌ای عمل می‌کند و چه چالش‌هایی برای تولید و نشر خبر در این محیط دارد. پژوهش حاضر به دنبال تحلیل عواملی است که باعث شده‌اند رادیو در فرآیند ارائه اطلاعات با مشکلاتی مواجه شود و اینکه چگونه می‌تواند در زیست‌بوم رسانه‌ای امروز، خود را بازتعریف و بهبود بخشد.

این موضوع با توجه به اهمیت رادیو به‌عنوان یک رسانه همگانی، نیازمند پژوهش‌های دقیق و بررسی‌های علمی است که به رادیو کمک کند در مسیر پیشرفت گام بردارد. مقصود از «رادیو» در این تحقیق، به‌طور خاص رادیو جمهوری اسلامی ایران (IRIB) است. این رسانه، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی در کشور، نقش ویژه‌ای در اطلاع‌رسانی و نشر اخبار در سطح داخلی و بین‌المللی دارد. با توجه به موقعیت خاص رادیو در ایران، به ویژه در برابر سایر رسانه‌ها، این پژوهش به تحلیل چالش‌هایی می‌پردازد که رادیو جمهوری اسلامی ایران در فرآیند تولید و نشر خبر در دنیای رسانه‌های امروزی با آن روبرو است. لذا این سوال اصلی مطرح است که چالش‌های پیش روی خبر رادیو در زیست‌بوم تولید و انتشار خبر کدامند و چگونه این چالش‌ها بر عملکرد و تاثیرگذاری این رسانه اثر می‌گذارد؟ و لذا ضروری است که در این خصوص تحقیقاتی انجام شود و نتایج آن مورد توجه قرار گیرد. در این تحقیق به سوال‌های فرعی زیر نیز پاسخ داده می‌شود:

- ۱- مهمترین چالش‌های مرتبط با ارزش‌ها و عناصر خبری کدامند؟
- ۲- دروازه بانی سنتی، خبر رادیو را با چه چالش‌هایی مواجه می‌سازد؟
- ۳- عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در اخبار رادیو، این رسانه را با چه چالش‌هایی روبرو می‌کند؟
- ۴- نقاط ضعف‌های خبر رادیو که این رسانه را با چالش‌هایی روبرو می‌کند، کدامند؟
- ۵- خبر رادیو در دو بخش برودبند و برودکست با چه چالش‌هایی مواجه است؟

در نهایت، اهمیت پژوهش حاضر نیز از آنجا ناشی شده که شناخت دقیق چالش‌ها و مشکلات پیش روی رادیو در فرآیند تولید و نشر اخبار، به مدیران رسانه‌ای کمک می‌کند تا راهکارهای مناسبی برای مقابله با این چالش‌ها طراحی کنند و جایگاه رادیو را در میان دیگر رسانه‌ها تقویت کنند. در این زمینه، توجه به نیازهای مخاطبان، تغییرات فناوری و بهره‌گیری از ابزارهای جدید، از جمله مسائلی است که باید مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد تا رادیو بتواند به‌عنوان یک رسانه اثرگذار در جامعه باقی بماند.

## پیشینه پژوهش

در ارتباط با عنوان تحقیق، چالش‌های پیش روی خبر رادیو در زیست‌بوم تولید و انتشار خبر تاکنون به‌صورت محدود مورد مطالعه قرار گرفته است. با وجود اهمیت روزافزون رادیو به‌عنوان یک رسانه قابل‌دسترس و سریع در انتقال اخبار، پژوهش‌های اندکی به بررسی دقیق چالش‌ها، فرصت‌ها و تحولات مرتبط با این حوزه پرداخته‌اند. با این حال، تلاش شده است تا برخی مطالعاتی که به نوعی با موضوع پژوهش ارتباط دارند، مورد بررسی قرار گیرند تا از طریق تحلیل تطبیقی و استفاده از یافته‌های آن‌ها، چارچوب مناسبی برای تحلیل این چالش‌ها ارائه شود. این مطالعات به‌طور خاص به موضوعاتی مانند تغییر عادات مخاطبان، رقابت با رسانه‌های دیجیتال و نحوه ارائه محتوای خبری در رادیو پرداخته و بستری برای پیشبرد پژوهش حاضر فراهم کرده‌اند.

## ۱. مطالعات داخلی

در بین تحقیقات داخلی می‌توان به مطالعه شکری رفسنجانی و امجدی (۱۳۸۸) اشاره کرد که به جایگاه مخاطب رادیو در سپهر نوین رادیویی پرداخته‌اند. بر اساس یافته‌های تحقیق، آینده رادیو با وجود تهدیدات ناشی از گسترش رسانه‌های دیجیتال و فناوری‌های نوین همچنان امیدوارکننده است. هرچند که تعداد مخاطبان رسانه‌های جدید به ویژه ایستگاه‌های اینترنتی رو به افزایش است، اما هنوز مخاطبان وفادار رادیوهای سنتی وجود دارند. این تحقیق بر لزوم سازگاری رادیو با نیازهای اجتماعی و سلیقه‌های شنوندگان تأکید دارد و بیان می‌کند که عدم شناخت درست از مخاطب و نیازهای او می‌تواند به زوال این رسانه محبوب منجر شود. یافته‌ها نشان می‌دهند که موفقیت رادیو در عصر تکنولوژی‌های پیشرفته، بستگی به درک عمیق از مخاطب و تولید برنامه‌هایی متناسب با سلیقه‌ها و نیازهای آنان دارد. به ویژه، بررسی مخاطب از جنبه‌های مختلف مانند مخاطب فعال و منفعل،

پیگیر و رهگذر، برای افزایش تعامل و جذب بیشتر شنوندگان ضروری است. در نهایت، تحقیق بر اهمیت شناخت جامعه‌شناسی و روان‌شناسی مخاطب و همچنین تلاش در جهت بهبود کیفیت برنامه‌ها به عنوان عوامل کلیدی در حفظ جایگاه رادیو تأکید می‌کند. علاوه بر این، سقا و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی عوامل موثر بر اعتماد مخاطبان شرق استان تهران به اخبار رادیو ایران، جوان و پیام مبادرت نمودند. نتایج مبین آن است که صدابرداری رادیویی خبری باید مبتنی بر اصول حرفه‌ای و در خدمت انتقال پیام و اثرگذاری بیشتر مخاطب باشد. هر یک از رسانه‌های خبری برای جذب و وابسته کردن مخاطبان خود باید در رساندن پیام نکاتی را رعایت کنند که اعتمادسازی، در نظر گرفتن نیاز مخاطب و ارائه پیامها در اشکال زیبا و جذاب از آن جمله است. اعتماد، مهمترین داشته یک رسانه برای اثر بخشی بر مخاطب محسوب می‌شود. هرچه رسانه از محبوبیت برخوردار باشد میزان اعتبار و اعتماد مخاطب به آن و اخبار آن نیز بیشتر می‌شود. در واقع، اعتماد مردم و مخاطبان به برنامه‌های خبری رادیویی به کارکرد حرفه‌های رسانه بازمی‌گردد.

## ۲. مطالعات خارجی

در بین پژوهش‌های خارجی انجام شده نیز اجیسیف و ددا<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) به مطالعه پخش رادیویی در عصر دیجیتال مبادرت نمودند. این پژوهش بررسی می‌کند که چگونه پخش‌کنندگان رادیو با تطبیق خود با نیازهای عصر دیجیتال، در این محیط پرتحول حرکت کرده‌اند. پراکندگی مخاطبان، رقابت با پلتفرم‌های دیجیتال، افزایش انتظارات مصرف‌کنندگان و تغییر عادات شنیداری باعث شده است تا راهبردهای خلاقانه‌ای برای توزیع محتوا و تعامل با مخاطبان اتخاذ شود. پخش‌کنندگان رادیو با پذیرش پلتفرم‌های دیجیتال، استفاده از تحلیل داده‌ها برای شخصی‌سازی و ایجاد تجربیات تعاملی، انعطاف‌پذیری و استقامت خود را نشان داده‌اند. بررسی فناوری‌های آینده مانند پخش ترکیبی، صوت فراگیر و تعامل با دستگاه‌های هوشمند و اینترنت اشیا (IoT) فرصت‌های جدیدی را برای گسترش خدمات و جذب مخاطبان جدید فراهم می‌کند. اضافه کردن عناصر بصری، ویژگی‌های تعاملی و محتوای تولیدشده توسط کاربران، تجربه شنیداری را بهبود بخشیده و پیوندهای اجتماعی را تقویت می‌کند. علاوه بر این، پرداختن به مشکلات زیست‌محیطی و تلاش برای تنوع در برنامه‌سازی، اهمیت پایداری و مسئولیت اجتماعی را برجسته کرده است. با نگاهی به آینده، پتانسیل رادیو همچنان گسترده است، زیرا این صنعت در واکنش به پیشرفت‌های دیجیتال و ترجیحات مخاطبان تغییر می‌کند. پخش‌کنندگان رادیو می‌توانند با گوش دادن به نیازهای متغیر بازار دیجیتال و پذیرش فناوری‌های نوآورانه، موفقیت بیشتری کسب کنند و محتوایی جذاب و مرتبط به مخاطبان ارائه دهند. این مقاله در نهایت بررسی جامعی از رادیو در عصر دیجیتال ارائه می‌دهد و به چالش‌ها، راه‌حل‌ها و فرصت‌های توسعه و نوآوری می‌پردازد، در حالی که رادیو همچنان به عنوان یکی از رسانه‌های مهم ارتباطی و سرگرمی در قرن بیست و یکم مخاطبان را مجذوب خود کرده و با عصر دیجیتال سازگار می‌شود. همچنین، هارگیتای<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) به مطالعه محتوا و چارچوب‌بندی در بولتن‌های خبری رادیویی در مناطق شهری و روستایی مجارستان پرداخت. این اولین مطالعه‌ای است که تحلیل دقیقی از محتوای معاصر اخبار رادیویی در تمام قالب‌ها، مخاطبان هدف، صاحبان و مناطق مختلف در مجارستان ارائه می‌دهد. این مطالعه از شاخص‌های کمی و جغرافیایی متعددی استفاده می‌کند که شامل عناصر عینی مانند تنوع اکوسیستم خبری، تولید اخبار محلی، اخبار مرتبط با مسائل محلی، نقل‌قول‌های صوتی، منابع خبری سیاسی ذکرشده، بخش‌های خبری و همچنین عناصر ذهنی‌تر مانند چارچوب‌بندی اخبار و شاخص سوگیری مبتنی بر چارچوب‌بندی است. نتایج نشان می‌دهد که تنوع ایدئولوژیک اخبار رادیویی در منطقه بوداپست بسیار بیشتر از سایر مناطق بود. MTVA، ارائه‌دهنده رسانه دولتی، به‌طور قابل‌توجهی اخبار با سوگیری سیاسی بیشتری نسبت به سایر ایستگاه‌ها منتشر کرده است. رادیوهای محلی هرگز از امور عمومی محلی انتقاد نکردند. تعداد کمی از ایستگاه‌های رادیویی در بوداپست اخبار متعادل، مخالف دولت و انتقادی پخش کردند، اما این ایستگاه‌ها در اقلیت بودند و اخبار طرفدار دولت که در رسانه‌های مناطق روستایی غالب بودند، گزینه‌های بسیار کمتری ارائه می‌دادند.

<sup>1</sup> Ajisafe & Dada

<sup>2</sup> Hargitai

تحقیق حاضر با رویکردی نوین و جامع به بررسی چالش‌های مرتبط با تولید و انتشار خبر در زیست‌بوم رادیویی می‌پردازد و در مقایسه با مطالعات پیشین از چند جهت متمایز است. برخلاف تحقیقات داخلی مانند شکری رفسنجانی و امجدی که بر مخاطبان و آینده رادیو متمرکز بوده‌اند یا پژوهش‌های خارجی نظیر اجیسیف و ددا (۲۰۱۶) که عمدتاً به تطبیق رادیو با عصر دیجیتال پرداخته‌اند، این پژوهش به طور خاص به تحلیل چالش‌های چندوجهی مرتبط با عناصر خبری، ارزش‌های خبری، دروازه‌بانی خبر، نقش شهروند خبرنگار، و چندرسانه‌ای شدن رسانه‌ها در زیست‌بوم خبری رادیو می‌پردازد. روش دلفی در این تحقیق، امکان بهره‌گیری از دیدگاه‌های کارشناسان خبره در زمینه‌های مرتبط را فراهم کرده و رویکردی کاربردی برای شناسایی اولویت‌ها، نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها ارائه می‌دهد. تمرکز بر چالش‌های آینده‌نگر و تأثیر سواد رسانه‌ای مخاطب بر تولید و انتشار اخبار، همراه با ارائه الگوی چالش‌های شناسایی شده، از جمله نوآوری‌های این تحقیق محسوب می‌شود که آن را به مرجعی ارزشمند برای سیاست‌گذاران و فعالان حوزه رادیو تبدیل می‌کند.

### مبانی نظری پژوهش

در این تحقیق، سه نظریه دروازه‌بانی خبر<sup>۱</sup>، فناوری و جامعه<sup>۲</sup>، و سواد رسانه‌ای<sup>۳</sup> به عنوان مبانی نظری در نظر گرفته شده‌اند تا چالش‌ها و فرصت‌های موجود در فرآیند تولید و انتشار اخبار رادیویی مورد بررسی قرار گیرد. این نظریات به نحوی مکمل یکدیگر هستند و می‌توانند به تحلیل عمیق‌تری از تأثیرات رسانه‌های جدید، فرایندهای انتخاب اخبار، و نقش مخاطبان در ارزیابی محتوا بپردازند. این مفاهیم به‌طور ویژه برای درک پیچیدگی‌های رسانه‌های رادیویی در عصر دیجیتال و چندرسانه‌ای ضروری هستند. نظریه دروازه‌بانی خبر یکی از مفاهیم بنیادین در ارتباطات است که به نقش خبرنگاران، سردبیران و سایر فعالان رسانه‌ای به‌عنوان دروازه‌بانان اطلاعات اشاره دارد. این افراد تصمیم می‌گیرند کدام اخبار منتشر شوند و کدام‌یک فیلتر شوند (والیس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸). در رسانه‌های رادیویی، که محدودیت‌های زمانی و منابع از جمله چالش‌های اصلی هستند، این نظریه به‌ویژه اهمیت دارد. خبرنگاران و سردبیران باید تصمیماتی بگیرند که مستقیماً به انتخاب و اولویت‌بندی اخبار مربوط می‌شود (ای و همکاران<sup>۵</sup>، ۲۰۲۴). این نظریه به تحلیل چالش‌های مرتبط با فرآیند دروازه‌بانی اخبار رادیویی و عواملی مانند فشارهای سیاسی، اقتصادی و مسائل اخلاقی پرداخته و نشان می‌دهد که این تصمیمات چگونه بر محتوای خبری تأثیر می‌گذارند.

«پیشرفت فناوری تأثیر عمیقی بر اکوسیستم رسانه‌ای گذاشته و فرآیندهای تولید و نشر خبر را با تغییراتی همراه کرده است، در نتیجه، درک ما نیز از مفهوم دروازه‌بانی با تغییراتی همراه بوده و مفاهیم اساسی دروازه و دروازه‌بان نیز دستخوش تغییر شده‌اند. دروازه‌بانی در دوران جدید، مخاطب را به عنصری کلیدی در این فرآیند تبدیل کرده و نقش دروازه‌بانی ثانویه را برای آن‌ها تعریف می‌کند. در این دوران، مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اطلاعات اغلب نقش دروازه‌بان را در تصمیم‌گیری درباره‌ی آنچه ارزش انتشار دارد، بر عهده گرفته‌اند» (پالکا-سوشوچاد<sup>۶</sup>، ۲۰۲۱: ۹۲-۹۱). تحولات پرشتاب محیط دیجیتال نیازمند بررسی مجدد مفهوم دروازه‌بانی است. در واقع اگر رسانه معیار اصلی انتخاب و انتشار را بر پایه ارزش‌های خبری مستقر در رویداد بگذارد، همراهی مخاطب را در پیگیری اخبار رسانه موجب می‌شود. به عنوان مثال انتشار اخبار رویدادهای نه‌چندان مهم که ارزش خبری خاصی نیز در آن وجود ندارد بر مبنای صرفاً سیاست یک رسانه، مخاطب را به مرحله‌ای از بی‌ثباتی ذهنی نسبت به خبر آن رسانه سوق می‌دهد (فرهنگی، نعمتی، ۱۳۹۴: ۸۰). نظریه فناوری و جامعه نیز بر اثرات تحولات تکنولوژیکی بر ساختارهای اجتماعی و فرهنگی تأکید دارد. در دنیای امروز، فناوری‌های جدید مانند اینترنت، رسانه‌های اجتماعی، پادکست‌ها و پخش آنلاین، به‌طور چشمگیری

<sup>1</sup> Gatekeeping Theory

<sup>2</sup> Technological Determinism

<sup>3</sup> Media Literacy

<sup>4</sup> Wallace

<sup>5</sup> Ai et al.

<sup>6</sup> Suchojad

نحوه تولید و انتشار اخبار را تغییر داده‌اند. این نظریه به چالش‌هایی می‌پردازد که فناوری‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای برای فرآیند دروازه‌بانی اخبار ایجاد می‌کنند. در رادیو، این تغییرات منجر به نیاز به انطباق با سرعت بالای انتشار اخبار و حفظ هویت خاص رسانه‌ها می‌شود (وینکل<sup>۱</sup>، ۲۰۲۴). این نظریه در تحقیق حاضر به تحلیل چالش‌های تطبیق رادیو با تحولات دیجیتال و نحوه حفظ تعادل بین همگامی با فناوری‌های جدید و حفظ ارزش‌های رسانه‌ای می‌پردازد. با ظهور فناوری دیجیتال، شبکه‌های رادیویی مجبور شده‌اند روش‌های جدیدی را برای تولید و توزیع محتوا و خبر به مخاطبان خود اتخاذ کنند. یکی از راه‌هایی که شبکه‌ها و ایستگاه‌های رادیویی برای سازگاری با عصر دیجیتال در پیش گرفته‌اند، استفاده از رسانه‌های اجتماعی است. تهیه‌کنندگان اقدام به استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای تعامل با شنوندگان و ایجاد یک فرهنگ تولید مشارکتی کرده‌اند (زولنر و لکس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۷). علی‌رغم چالش‌هایی که عصر دیجیتال به همراه داشته است، شبکه‌های رادیویی با ارائه رویکردهای جدید همچنان در دریافت و پخش بازخورد از شنوندگان برای جذب مخاطب رقابت می‌کنند (ارستوا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۸). به‌طور کلی، شرایط عصر کنونی تأثیر قابل توجهی بر پخش رادیویی از خبر تا هر برنامه‌ای دیگر گذاشته است. بنابراین ایستگاه‌ها و شبکه‌های رادیویی باید خود را با فناوری‌های جدید تطبیق دهند و روش‌های نوینی برای تعامل با مخاطبان و رفع نیازهای خبری آن‌ها بیابند.

سواد رسانه‌ای نیز بر توانایی مخاطبان در تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه‌ای تأکید دارد. در دنیای امروز که حجم عظیمی از اطلاعات به سرعت منتشر می‌شود، مخاطبان باید قادر به تفکیک اخبار درست از نادرست و فهم تأثیرات مختلف رسانه‌ها باشند. در زمینه رادیو، این نظریه به‌ویژه در مقابله با اخبار جعلی یا گمراه‌کننده اهمیت دارد. مخاطبان باید توانایی تشخیص محتوای معتبر را داشته باشند تا از اثرات منفی اخبار نادرست جلوگیری کنند (پارک و همکاران<sup>۴</sup>، ۲۰۲۱). در این تحقیق، سواد رسانه‌ای به تحلیل چالش‌هایی که مخاطبان رادیو در مواجهه با اخبار دارند، می‌پردازد و نشان می‌دهد که تقویت این سواد چگونه می‌تواند به بهبود فرآیند تولید و مصرف اخبار کمک کند.

در نهایت، ترکیب این سه نظریه می‌تواند به درک جامع‌تری از چالش‌ها و فرصت‌های موجود در فرآیند تولید و انتشار اخبار رادیویی در عصر دیجیتال و چندرسانه‌ای کمک کند. نظریه دروازه‌بانی به فرآیند انتخاب و اولویت‌بندی اخبار می‌پردازد، نظریه فناوری و جامعه به تأثیرات فناوری‌های جدید بر رسانه‌ها و چالش‌های آن‌ها می‌پردازد و نظریه سواد رسانه‌ای نقش مخاطبان را در تحلیل و ارزیابی محتوا برجسته می‌کند. این سه نظریه به‌طور هم‌زمان می‌توانند راه‌حلی برای مشکلات موجود در رسانه‌های رادیویی ارائه دهند و به شکل‌دهی بهتر استراتژی‌های خبری کمک کنند.

## روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با هدف شناسایی چالش‌های رادیو در زیست‌بوم تولید محتوای رسانه‌ای به‌کارگیری روش دلفی انجام شد. جامعه هدف این تحقیق شامل خبرگان رسانه و خبر است که تخصص، تحصیلات یا تجربه مرتبط در این زمینه دارند. اعضای نمونه از طریق روش دلفی انتخاب شدند، روشی که به‌ویژه در تحقیقات کیفی برای دستیابی به اجماع گروهی در مسائل خاص استفاده می‌شود. تعداد اعضای نمونه با توجه به مطالعات پیشین و معیارهایی چون دسترسی و هزینه‌های گردآوری داده‌ها تعیین شد. در مجموع ۴۶ نفر شناسایی شدند و پس از فیلتر کردن، ۳۲ نفر در دور اول، ۲۹ نفر در دور دوم و ۲۶ نفر در دور سوم در این پژوهش مشارکت داشتند. برای جمع‌آوری داده‌ها، از دو روش اصلی استفاده شد: مطالعه کتابخانه‌ای و پرسشنامه با سوالات چند گزینه‌ای. در بخش مطالعه کتابخانه‌ای، منابع مختلفی از جمله کتاب‌ها، مقالات فارسی و لاتین، و منابع اینترنتی مرتبط با موضوع تحقیق بررسی شدند تا مبانی نظری، پیشینه تحقیق و چالش‌های رادیو در زیست‌بوم تولید محتوای رسانه‌ای استخراج شوند. در کنار این روش، برای جمع‌آوری داده‌ها از خبرگان، پرسشنامه‌ای با سوالات چند گزینه‌ای طراحی شد. این پرسشنامه شامل سوالات مختلفی بود که پاسخ‌دهندگان باید از میان گزینه‌های متعدد، نظرات خود را انتخاب می‌کردند. این روش به‌ویژه برای شناسایی چالش‌ها و فرصت‌ها

<sup>1</sup> Winkel

<sup>2</sup> Zoellner & Lax

<sup>3</sup> Arsenteva

<sup>4</sup> Park et al.

در زمینه تولید و انتشار اخبار استفاده شد. پرسشنامه‌ای که برای این تحقیق طراحی شده، به‌ویژه در بخش چالش‌های رادیو در تولید و انتشار خبر، شامل مجموعه‌ای از سوالات متنوع است که پاسخ‌دهندگان باید میزان موافقت یا مخالفت خود را با هر یک از چالش‌ها در قالب پیوستار پنج گزینه‌ای مشخص کنند. این سوالات در چندین دسته‌بندی مختلف شامل چالش‌های مرتبط با عناصر خبری، ارزش‌های خبری، دروازه‌بانی خبر، مخاطب، و تکنولوژی‌های جدید، تنظیم شده‌اند. همچنین، اگر پاسخ‌دهندگان پیشنهادی برای اضافه کردن چالشی جدید به فهرست موجود داشتند، می‌توانستند آن را ذکر کرده و نظر خود را در مورد آن بیان کنند. با استفاده از این پرسشنامه، داده‌ها به‌طور دقیق جمع‌آوری شده و سپس برای تحلیل و شناسایی چالش‌های اصلی در فرآیند تولید محتوای خبری در رادیو مورد استفاده قرار گرفتند. روش دلفی علی‌رغم دقت در رسیدن به اجماع، محدودیت‌هایی نیز دارد، از جمله تأثیر پیش‌داوری‌های خبرگان بر رتبه‌بندی چالش‌ها. در پژوهش حاضر، برای کاهش این تأثیر، از انتخاب هدفمند متخصصان با تنوع دیدگاه‌ها و اجرای چند مرحله بازخورد در فرآیند دلفی استفاده شده است. علاوه بر این، به منظور افزایش دقت، همگرایی نظرات مورد تحلیل قرار گرفته تا از تأثیر سوگیری‌های فردی بر نتایج نهایی کاسته شود.

پس از جمع‌آوری پاسخ‌ها، تحلیل‌های لازم برای استخراج میانگین‌ها و نظرات گروهی انجام شد و سپس بازخوردهایی برای دستیابی به اجماع و توافق میان اعضای پانل ارائه شد. این فرآیند در سه دور مختلف تکرار شد و در هر دور، نظرات شرکت‌کنندگان تحلیل و چالش‌ها بر اساس میزان اجماع اولویت‌بندی شدند. در دور اول، ۵۸ چالش شناسایی شد که بیشتر از ۳ در مقیاس تأثیرگذاری داشتند، از جمله چالش‌های مهم مانند حفظ بی‌طرفی در گزارش‌دهی، آموزش خبرنگاران و تطابق با فناوری‌های نوین. در دور دوم، ۵۲ مولفه با تأثیر متوسط یا بالاتر باقی ماندند و در دور سوم، تعداد ۵۲ چالش به‌عنوان چالش‌های اصلی مورد توافق قرار گرفتند. در این تحقیق، برای افزایش اعتبار یافته‌ها از تماس طولانی با محیط تحقیق، تبادل نظر با هم‌تایان و تحلیل موارد منفی بهره‌برداری شد. همچنین برای ارتقای قابلیت اعتماد داده‌ها، از روش‌های ساختارمند برای مصاحبه، ثبت، کدگذاری و تحلیل اطلاعات استفاده شد. این فرآیند باعث شد که نتایج پژوهش از انسجام بالایی برخوردار باشند و قابلیت تکرار در پژوهش‌های مشابه را داشته باشند. برای تحلیل داده‌ها از شاخص‌های آماری مختلف مانند درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد تا دقت تحلیل‌ها افزایش یابد. علاوه بر این، برای بررسی میزان توافق بین رتبه‌بندی‌های مختلف در هر دور از تحقیق و تحلیل همبستگی میان نظرات پاسخ‌دهندگان، از ضریب کندال بهره‌گیری شد. این ضریب به محقق کمک می‌کند تا میزان همخوانی و توافق در رتبه‌بندی‌های ارائه‌شده در هر مرحله از تحقیق را ارزیابی کند. ضریب کندال به‌ویژه در بررسی داده‌های مقایسه‌ای با رتبه‌بندی‌های مختلف، از جمله مهم‌ترین ابزارهای آماری در این تحقیق بوده است.

## یافته‌های پژوهش

### ۱. سیمای پاسخگویان

در دور اول تحقیق، از مجموع ۳۲ نفر از پاسخگویان، ۶۵.۶ درصد از مدیران و دست‌اندرکاران رادیو بوده‌اند و ۳۴.۴ درصد باقی‌مانده نیز مدیران سایر رسانه‌ها را شامل می‌شدند. در خصوص سن پاسخ‌دهندگان، ۳۱.۳ درصد از آنها کمتر از ۳۵ سال و ۲۵ درصد بیش از ۴۵ سال سن داشتند. همچنین، ۵۹.۴ درصد از اعضای پانل دارای تحصیلات در سطح کارشناسی ارشد و ۳۷.۵ درصد در مقطع دکترا بودند. از نظر سابقه کاری، ۵۰ درصد از پاسخگویان بیش از ۱۰ سال تجربه داشتند. در دور اول (۱۶ نفر معادل ۵۰ درصد از خبرگان حوزه رادیو و تولید محتوای رادیویی، ۱۰ نفر معادل ۳۰ درصد از متخصصان حوزه روزنامه‌نگاری و خبر، و ۶ نفر معادل ۲۰ درصد از اساتید و پژوهشگران حوزه ارتباطات و رسانه) شرکت کردند. در دور دوم، از مجموع ۲۹ نفر از پاسخگویان، ترکیب پاسخ‌دهندگان مشابه دور اول باقی ماند، به طوری که ۶۵.۵ درصد از مدیران رادیو و ۳۴.۵ درصد از مدیران سایر رسانه‌ها بودند. در این دور، ۳۱.۰ درصد از پاسخگویان کمتر از ۳۵ سال، ۲۴.۴ درصد بین ۳۵ تا ۴۰ سال، و ۲۴.۱ درصد نیز بین ۴۰ تا ۴۵ سال سن داشتند. همچنین، ۵۸.۶ درصد از اعضای پانل دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۳۷.۹ درصد در مقطع دکترا بودند. در این مرحله، ۵۳.۸ درصد از پاسخ‌دهندگان بیش از ۱۰ سال سابقه کاری داشتند. در دور دوم (۱۵ نفر معادل ۵۲ درصد از حوزه رادیو، ۹ نفر معادل ۳۱ درصد از حوزه روزنامه‌نگاری و خبر، و ۵ نفر معادل ۱۷ درصد از حوزه ارتباطات و رسانه) کاهش یافت. در دور سوم، از مجموع

۲۶ نفر از پاسخگویان، ۶۵.۴ درصد از مدیران رادیو و ۳۴.۶ درصد از مدیران سایر رسانه‌ها بودند. در این مرحله، ۲۶.۹ درصد از پاسخ‌دهندگان کمتر از ۳۵ سال و ۲۶.۹ درصد نیز بین ۴۰ تا ۴۵ سال سن داشتند. تحصیلات ۵۷.۷ درصد از اعضای پانل در سطح کارشناسی ارشد و ۳۸.۵ درصد در سطح دکترا بود. همچنین، ۴۸.۲ درصد از پاسخ‌دهندگان بیش از ۱۰ سال سابقه کاری داشتند. دور سوم شامل ۱۴ نفر معادل ۵۴ درصد از حوزه رادیو، ۸ نفر معادل ۳۱ درصد از حوزه روزنامه‌نگاری و خبر، و ۴ نفر معادل ۱۵ درصد از حوزه ارتباطات و رسانه بوده است. این ترکیب موجب شد تا دیدگاه‌های متنوعی از جنبه‌های اجرایی، خبری و علمی در فرآیند تحقیق لحاظ شود.

## ۲. تحلیل داده‌ها

### سوال اول: مهمترین چالش‌های مرتبط با ارزش‌ها و عناصر خبری کدامند؟

جدول ۱ به بررسی چالش‌های مرتبط با ارزش‌ها و عناصر خبری در تولید و انتشار خبر رادیو در سه دور مختلف تحقیق پرداخته است. در دور اول، چالش‌ها به‌طور عمده حول عدم رعایت بی‌طرفی (با میانگین ۴.۰۹) و عدم تازگی محتوا (۳.۸۴) متمرکز بودند. این چالش‌ها به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌ها در نظر گرفته شدند و از رتبه‌بندی بالاتری برخوردار بودند. در دور دوم، تغییرات در اولویت‌بندی چالش‌ها مشاهده می‌شود، به‌طوری که عدم رعایت بی‌طرفی هنوز در صدر باقی مانده (با میانگین ۴.۰۰)، اما القای هیجان و تحریک مخاطب به رتبه دوم صعود کرده و عدم تازگی محتوا به رتبه سوم سقوط کرده است. در دور سوم نیز همان روند مشاهده می‌شود، با این تفاوت که عدم رعایت بی‌طرفی همچنان رتبه اول را دارد، اما با کاهش میانگین به ۳.۵۸ مواجه شده است و از شدت اهمیت آن کاسته شده است. همچنین، عدم تازگی محتوا با میانگین ۳.۳۸ در رتبه دوم قرار گرفته است. افزایش ضریب کندال از ۰.۳۶ در دور اول به ۰.۵۶ در دور سوم بیانگر روند افزایشی توافق میان پاسخ‌دهندگان در مراحل مختلف تحقیق است. این تغییر نشان می‌دهد که در ابتدا، نظرات شرکت‌کنندگان پراکندگی بیشتری داشته و اختلاف‌نظرها قابل توجه بوده است، اما با تکرار فرآیند دلفی و دریافت بازخوردها، دیدگاه‌ها به مرور همگرا شده و افراد بر سر رتبه‌بندی چالش‌ها به توافق بیشتری رسیده‌اند. در واقع، بالا رفتن ضریب کندال در هر مرحله به معنای کاهش عدم قطعیت، افزایش انسجام پاسخ‌ها و دستیابی به اجماع قوی‌تر در میان خبرگان است. تحلیل این داده‌ها نشان می‌دهد که با گذر زمان و تغییرات در وضعیت رسانه‌ها و نیازهای مخاطبان، چالش‌ها و اولویت‌های مرتبط با تولید خبر در رادیو دچار تغییراتی شده‌اند. در ابتدا، چالش‌هایی چون عدم رعایت بی‌طرفی و عدم تازگی محتوا در رأس مسائل رسانه رادیو قرار داشتند. اما با پیشرفت تکنولوژی و تغییر رفتار مخاطبان، شاهد کاهش اهمیت چالش‌های مربوط به تازگی محتوا و افزایش اهمیت چالش‌هایی مانند القای هیجان و تحریک مخاطب و عدم رعایت بی‌طرفی هستیم. علاوه بر این، افزایش ضریب کندال در دوره‌های بعدی نشان‌دهنده همگرایی بیشتر میان نظرات خبرگان و متخصصان است و از این رو می‌توان نتیجه گرفت که دیدگاه‌ها در مورد چالش‌ها به تدریج دقیق‌تر و هم‌راست‌تر شده‌اند.

جدول ۱. چالش‌های مرتبط با ارزش‌ها و عناصر خبری

مولفه	دور اول			دور دوم			دور سوم		
	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین
عدم تازگی محتوا	۲	۱.۵۷	۳.۸۴	۳	۱.۶۶	۳.۷۹	۲	۱.۷۲	۳.۳۸
عدم جامعیت خبر	۴	۱.۲۴	۳.۴۷	۴	۱.۲۷	۳.۴۱	۴	۱.۴۶	۳.۰۹
عدم رعایت بی‌طرفی	۱	۱.۳	۴.۰۹	۱	۱.۴۶	۴	۱	۱.۷	۳.۵۸
کندی در انتشار خبر	۵	۱.۴۲	۳.۳۱	۵	۱.۳	۳.۲۱	۵	۱.۳۷	۳.۰۴
القای هیجان و تحریک مخاطب	۳	۱.۴۹	۳.۸۱	۲	۱.۴۵	۳.۹	۳	۱.۴۷	۳.۶۲
تعداد پاسخگویان	۳۲			۲۹			۲۶		
ضریب کندال	۰.۳۶			۰.۴۲			۰.۵۶		

## سوال دوم: دروازه بانی سنتی، خبر رادیو را با چه چالش‌هایی مواجه می‌سازد؟

جدول ۲ به بررسی چالش‌های رسانه رادیو از نظر دروازه‌بانی سنتی پرداخته است و تغییرات اولویت‌بندی چالش‌ها را در سه دور مختلف نشان می‌دهد. در دور اول، «دشواری در پوشش خبری فوری رویداد» با میانگین ۳.۹۱ در رتبه اول قرار داشت و از آن پس چالش‌هایی مانند «افزایش سانسور در خبر» (۴.۱۳) و «کندشدن روند انتشار خبر» (۳.۷۵) در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. در دور دوم، شاهد تغییراتی در اولویت‌ها هستیم، به طوری که «افزایش سانسور در خبر» با میانگین ۴.۰۰ به رتبه اول صعود کرده و «دشواری در پوشش خبری فوری رویداد» به رتبه دوم نزول کرده است.

در دور سوم، «کندشدن روند انتشار خبر» با میانگین ۳.۵۸ به رتبه اول صعود کرده و سایر چالش‌ها در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. ضریب کندال در این جدول نیز افزایش یافته و از ۰.۳۵ به ۰.۶۵ در دور سوم رسیده است که نشان‌دهنده همگرایی بیشتر نظرات در این دوره‌ها است. تحلیل این چالش‌ها نشان می‌دهد که اولویت‌های مرتبط با مشکلات دروازه‌بانی سنتی رسانه رادیو در طول زمان تغییر کرده است. در دور اول، مشکلاتی مانند دشواری در پوشش خبری فوری و کندشدن روند انتشار اخبار در صدر قرار داشتند. با گذر زمان، اهمیت چالش‌هایی مانند افزایش سانسور و محدودیت‌های ناشی از ملاحظات سازمانی کاهش یافته است. این تغییرات می‌تواند ناشی از تغییرات سریع در محیط رسانه‌ای و نیازهای مخاطبان باشد.

همچنین، افزایش ضریب کندال از ۰.۳۵ به ۰.۶۵ در دور اول به ۰.۶۵ در دور سوم نشان‌دهنده افزایش میزان توافق و همگرایی نظرات میان پاسخ‌دهندگان در هر مرحله از پژوهش است. این روند صعودی بیانگر آن است که در ابتدا دیدگاه‌ها پراکنده‌تر بوده و اختلاف‌نظرهایی در شناسایی چالش‌ها وجود داشته، اما با پیشرفت فرآیند دلفی و دریافت بازخوردها، شرکت‌کنندگان به درک مشترک‌تری از چالش‌های اصلی رسیده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که بررسی‌های انجام‌شده در هر دور باعث افزایش دقت در رتبه‌بندی مسائل شده و اجماع قوی‌تری میان خبرگان شکل گرفته است.

جدول ۲. چالش‌های رسانه رادیو از نظر دروازه‌بانی سنتی

دور سوم			دور دوم			دور اول			مولفه
رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	
۱	۱.۷	۳.۵۸	۳	۱.۵۷	۳.۶۲	۲	۱.۴۴	۳.۷۵	کند شدن روند انتشار خبر
۳	۱.۶۶	۳.۵	۱	۱.۵۴	۴	۳	۱.۳۴	۴.۱۳	افزایش سانسور در خبر
۴	۱.۴۶	۳.۰۴	۴	۱.۲۴	۳.۳۸	۴	۱.۱۹	۳.۵	عدم انعکاس دیدگاه‌های مختلف
۵	۱.۵۳	۳.۰۲	۵	۱.۲۹	۳.۲۳	۵	۱.۳۵	۳.۴۱	گرفتار شدن خبرنگار در چارچوبی انعطاف-ناپذیر
۲	۱.۷	۳.۵۴	۲	۱.۵۶	۳.۸۳	۱	۱.۴۲	۳.۹۱	دشواری در پوشش خبری فوری رویداد
۶	۱.۴۸	۳.۰۱	۶	۱.۲۸	۳.۰۹	۶	۱.۴۱	۳.۲۵	افزایش ملاحظات سازمانی
۲۶			۲۹			۳۲			تعداد پاسخگویان
۰.۶۵			۰.۵			۰.۳۵			ضریب کندال

سوال سوم: عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در اخبار رادیو، این رسانه را با چه چالش‌هایی روبرو می‌کند؟

جدول ۳ به بررسی چالش‌های عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در اخبار رادیو می‌پردازد و تغییرات اولویت‌بندی چالش‌ها را در سه دور مختلف نشان می‌دهد. در دور اول، چالش «عدم توانایی رقابت با رقبا» با میانگین ۳.۸۸ در رتبه اول قرار دارد، در حالی که «کاهش سرعت در پوشش رویدادهایی که مردم شاهد آن هستند» و «کاهش تنوع منابع خبری» با میانگین‌های مشابه ۳.۸۱ در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در دور دوم، «کاهش سرعت در پوشش رویدادها» همچنان در رتبه دوم باقی مانده و «کاهش تنوع منابع خبری» به رتبه اول صعود کرده است. در دور سوم، چالش‌ها به تدریج تغییراتی در اولویت‌ها تجربه کرده‌اند. «کاهش سرعت در پوشش رویدادهایی که مردم شاهد آن هستند» به رتبه اول صعود کرده و «عدم توانایی رقابت با رقبا» به رتبه دوم نزول کرده است. افزایش ضریب کندال از ۰.۳۴ در دور اول به ۰.۶۳ در دور سوم بیانگر آن است که نظرات پاسخ‌دهندگان در طول فرآیند تحقیق به تدریج همگرا شده و میزان توافق میان آن‌ها بیشتر شده است. این روند نشان می‌دهد که در ابتدا دیدگاه‌ها پراکنده‌تری داشته، اما با پیشرفت مراحل پژوهش و دریافت بازخوردها، اختلاف‌نظرها کاهش یافته و افراد به درک مشترک‌تری از موضوع دست یافته‌اند. در نتیجه، رتبه‌بندی چالش‌ها با دقت بیشتری انجام شده و اجماع قوی‌تری میان شرکت‌کنندگان شکل گرفته است. تحلیل این چالش‌ها نشان می‌دهد که به‌طور کلی، استفاده بهینه از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در اخبار رادیو با مشکلاتی روبه‌رو است که تأثیرات عمده‌ای بر سرعت و تنوع اخبار دارد. در سه دور تحقیق، چالش‌هایی مانند «کاهش سرعت در پوشش رویدادها» و «کاهش تنوع منابع خبری» همواره در رتبه‌های بالا قرار داشتند که نشان‌دهنده اهمیت به‌روزرسانی و تنوع منابع خبری برای رادیو است. افزایش ضریب کندال از ۰.۳۴ در دور اول به ۰.۶۳ در دور سوم نیز بیانگر افزایش همگرایی در نظرخواهی‌ها و تأکید بیشتر بر نیاز به استفاده مؤثر از شهروند خبرنگاران برای تقویت پوشش خبری رادیو است. در نهایت، چالش‌های رقابت با رسانه‌های دیگر و کاهش تنوع منابع خبری می‌تواند به عنوان اولویت‌های اصلی در بهره‌برداری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در رادیو در نظر گرفته شود.

جدول ۳. چالش‌های عدم بهره‌گیری از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در اخبار رادیو

دور سوم			دور دوم			دور اول			مولفه
رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	
۱	۱.۴۴	۳.۶۹	۲	۱.۴۹	۳.۸۳	۲	۱.۴۹	۳.۸۱	کاهش سرعت در پوشش رویدادهایی که مردم شاهد آن هستند.
۳	۱.۶۷	۳.۳۱	۱	۱.۶	۳.۷۶	۲	۱.۴۹	۳.۸۱	کاهش تنوع منابع خبری
۴	۱.۴۴	۳.۱۵	۳	۱.۲۱	۳.۲۴	۳	۱.۱۸	۳.۳۴	عدم تعامل مخاطب با خبر
۲	۱.۷	۳.۵۸	۱	۱.۵۷	۳.۷۶	۱	۱.۴۳	۳.۸۸	عدم توانایی رقابت با رقبا
۵	۱.۴۹	۳.۱۲	۴	۱.۳۴	۳.۲	۴	۱.۱۳	۳.۳	عدم پوشش اخبار محلی
۶	۱.۵۳	۳.۰۵	۵	۱.۳۸	۳.۱۱	۶	۱.۵۳	۳.۰۹	افزایش هزینه‌های تهیه خبر
۲۶			۲۹			۳۲			تعداد پاسخگویان
۰.۶۳			۰.۴۸			۰.۳۴			ضریب کندال

سوال چهارم: نقاط ضعف‌های خبر رادیو که این رسانه را با چالش‌هایی روبرو می‌کند، کدامند؟

جدول ۴ به بررسی نقاط ضعف خبر رادیو می‌پردازد که این رسانه را با چالش‌هایی مواجه می‌کند. در دور اول، بزرگ‌ترین چالش محدودیت زمانی خبر بود که بالاترین میانگین را داشت. این مشکل پس از آن با اختلالات فنی و عدم امکان بازگشت مخاطب به جملات قبلی خبر قرار گرفت که به ترتیب در رتبه‌های دوم و سوم قرار داشتند. پس از آن، ضعف در مهارت گویندگی و اجرای خبر در رتبه بعدی قرار داشت، در حالی که عدم جذب مخاطب جوان و کاهش عادت شنیدن رادیو در بین مردم در رتبه‌های پایین‌تر قرار داشتند. در دور دوم، محدودیت زمانی خبر همچنان به عنوان بزرگ‌ترین چالش باقی ماند، با این حال فاصله آن با اختلالات فنی کاهش یافت و عدم امکان بازگشت مخاطب به جملات قبلی خبر در رتبه دوم قرار گرفت. در دور سوم، عدم امکان بازگشت به جملات قبلی خبر در صدر قرار گرفت و محدودیت زمانی خبر به رتبه سوم نزول پیدا کرد، در حالی که اختلالات فنی در جایگاه دوم باقی ماند. ضریب کندال از ۰.۳۱ در دور اول به ۰.۶۷ در دور سوم افزایش یافت، که این تغییر نشان‌دهنده افزایش تدریجی توافق میان پاسخ‌دهندگان در طول زمان است. این روند نشان می‌دهد که در ابتدا اختلاف‌نظرها بیشتر بوده، اما با پیشرفت مراحل تحقیق و تبادل نظر بیشتر، دیدگاه‌ها به هم نزدیک‌تر شده و سطح توافق میان شرکت‌کنندگان به طور چشمگیری افزایش یافته است. یافته‌های این جدول نشان می‌دهند که ضعف‌های رادیو در فرآیند تولید اخبار در سه دور تحقیق تغییراتی را تجربه کرده‌اند. در ابتدا، چالش محدودیت زمانی خبر به عنوان بزرگ‌ترین مشکل شناخته می‌شد، اما در دور سوم، عدم امکان بازگشت مخاطب به جملات قبلی خبر به عنوان مهم‌ترین چالش مطرح شد که نشان‌دهنده اهمیت فزاینده وضوح و دسترسی آسان به اخبار رادیویی است. اختلالات فنی همچنان به عنوان یک چالش مستمر در رتبه دوم باقی ماند. هرچند عدم جذب مخاطب جوان و کاهش عادت شنیدن رادیو در بین مردم نگرانی‌های کمتری بودند، اما همچنان به عنوان چالش‌هایی در زمینه تعامل و جذب مخاطب مطرح هستند. افزایش ضریب کندال نشان‌دهنده این است که در طول زمان، پاسخ‌دهندگان به درک مشترک‌تری از این مشکلات رسیده‌اند که تصویر روشن‌تری از چالش‌های پیش روی خبر رادیو به دست می‌دهد.

جدول ۴. بررسی نقاط ضعف‌های خبر رادیو که این رسانه را با چالش‌هایی روبرو می‌کند

دور سوم			دور دوم			دور اول			مولفه
رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	
۳	۱.۴۳	۳.۹۶	۱	۰.۹۴	۴.۳۴	۱	۱.۳۸	۴.۰۳	محدودیت زمانی خبر
۱	۱.۰۸	۴.۱۵	۲	۱.۲۵	۴.۱۴	۳	۱.۴	۳.۹۷	عدم امکان بازگشت مخاطب به جملات قبلی خبر
۴	۱.۴۱	۳.۳۱	۳	۱.۳	۳.۴۱	۴	۱.۳۹	۳.۲۲	ضعف در مهارت گویندگی و اجرای خبر
۲	۱.۳۱	۴.۱۲	۲	۱.۳۳	۴.۱۴	۲	۱.۳۷	۴	وجود اختلالات فنی
۵	۱.۶۱	۳.۲۲	۴	۱.۳۷	۳.۲۸	۵	۱.۴۴	۳.۱۲	عدم جذب مخاطب جوان
۶	۱.۴۴	۳.۰۹	۵	۱.۴۱	۳.۳۵	۶	۱.۶۱	۳.۰۵	کاهش عادت شنیدن رادیو در بین مردم
۲۶			۲۹			۳۲			تعداد پاسخگویان
۰.۶۷			۰.۵۴			۰.۳۱			ضریب کندال

## سوال پنجم: خبر رادیو در دو بخش برودبند و برودکست با چه چالش‌هایی مواجه است؟

جدول ۵ و ۶ به بررسی چالش‌های تولید محتوای خبری در رسانه رادیو در دو بخش برودبند و برودکست می‌پردازند. در جدول شماره ۵ که چالش‌های تولید محتوای برودبند را بررسی می‌کند، «عدم بهره‌گیری از پلتفرم‌ها مانند تلگرام، ای‌تا و...» همواره در رتبه اول قرار دارد. در دور اول میانگین آن ۳.۷۲ بود، که در دور سوم به ۳.۵۸ کاهش یافته است، اما همچنان رتبه اول را حفظ کرده است. سایر مولفه‌ها از جمله «عدم جذاب‌سازی خبر برای فضای دیجیتال» و «عادت کاربران به خبرهای چندرسانه‌ای» در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. ضریب کندال در این جدول از ۰.۳۴ در دور اول به ۰.۷۵ در دور سوم افزایش یافته است، که نشان‌دهنده همگرایی بیشتر دیدگاه‌های پاسخ‌دهندگان است. جدول شماره ۶ چالش‌های تولیدات محتوای برودکست را نشان می‌دهد. در این جدول، «کاهش تعامل مستقیم با مخاطب» در دور اول و دوم در رتبه اول قرار داشته است، ولی در دور سوم به رتبه چهارم سقوط کرده است. «ریزش مخاطبان وفادار رادیو» و «گرایش مخاطبان به رسانه‌های دیجیتال» در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. «وابستگی به تجهیزات و امواج رادیویی» در رتبه‌های چهارم و پنجم ثابت مانده است، در حالی که چالش «محدودیت‌های پوشش‌دهی امواج رادیویی در مناطق دورافتاده» همیشه در رتبه پنجم قرار داشته است. ضریب کندال در این جدول از ۰.۳۶ در دور اول به ۰.۷۴ در دور سوم افزایش یافته که نشان‌دهنده روند همگرایی دیدگاه‌ها و افزایش توافق میان پاسخ‌دهندگان در طول مراحل تحقیق است. این تغییر بیانگر آن است که با پیشرفت تحقیق، اختلاف‌نظرها کاهش یافته و نظرات شرکت‌کنندگان به هم نزدیک‌تر شده، که نشان‌دهنده دقت بالاتر و اجماع قوی‌تر در ارزیابی مسائل مورد بررسی است. تحلیل این دو جدول نشان می‌دهد که چالش‌های کلیدی در هر دو بخش برودبند و برودکست به صورت مشابه حول محور رقابت با رسانه‌های دیجیتال و تغییر رفتار مصرف‌کننده رسانه‌های مخاطبان است. در بخش برودبند، مشکل اصلی در عدم بهره‌گیری مناسب از پلتفرم‌های دیجیتال و عدم جذابیت محتوا برای کاربران فضای دیجیتال است، که به نظر می‌رسد رادیو در تلاش است تا با این تغییرات سازگار شود. در بخش برودکست، کاهش تعامل مستقیم با مخاطب و ریزش مخاطبان وفادار، به‌ویژه به دلیل گرایش به رسانه‌های دیجیتال، از بزرگترین چالش‌ها به شمار می‌رود. علاوه بر این، وابستگی به تجهیزات و امواج رادیویی و محدودیت‌های پوشش‌دهی در مناطق دورافتاده همچنان مشکلات جدی هستند. افزایش ضریب کندال در هر دو جدول نشان‌دهنده همگرایی بیشتر میان پاسخ‌دهندگان در ارزیابی این چالش‌ها در طول زمان است، که حاکی از توافق بیشتر در مورد اهمیت این مشکلات است. این روند تأکید می‌کند

که رسانه‌های رادیویی برای موفقیت در دنیای امروز باید با تغییرات دیجیتالی همگام شوند و خود را با نیازهای مخاطبان جدید تطبیق دهند.

جدول ۵. چالش‌های تولیدات محتوایی در بخش بروdbند

مولفه	دور اول			دور دوم			دور سوم		
	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین
عدم بهره‌گیری از پلتفرم‌ها مانند تلگرام، ایتا و ...	۱	۱.۵۱	۳.۷۲	۱	۱.۴	۴.۰۳	۱	۱.۴۵	۳.۵۸
عدم جذاب‌سازی خبر برای فضای دیجیتال	۳	۱.۶۴	۳.۶۶	۲	۱.۵۲	۳.۷۹	۳	۱.۵۵	۳.۳۵
افزایش هزینه مصرف اینترنت کاربران	۴	۱.۴۲	۳.۱۹	۴	۱.۱۷	۳.۲۱	۴	۱.۵۹	۳.۲۷
عادت کاربران به خبرهای چندرسانه‌ای	۲	۱.۶	۳.۶۹	۳	۱.۵۳	۳.۷۶	۲	۱.۵	۳.۳۸
تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای کاربران	۵	۱.۴۵	۳.۱۳	۵	۱.۳۶	۳.۲۱	۵	۱.۶۱	۳.۱۹
تعداد پاسخگویان	۳۲			۲۹			۲۶		
ضریب کندال	۰.۳۴			۰.۵۴			۰.۷۵		

جدول ۶. چالش‌های تولیدات محتوایی در بخش بروdbکست

مولفه	دور اول			دور دوم			دور سوم		
	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین
وابستگی به تجهیزات و امواج رادیویی	۴	۱.۵۲	۳.۵۹	۳	۱.۴۷	۳.۷۹	۲	۱.۵۸	۳.۵
ریزش مخاطبان وفادار رادیو	۳	۱.۶	۳.۶۳	۳	۱.۴۵	۳.۷۹	۱	۱.۶۳	۳.۵۸
کاهش تعامل مستقیم با مخاطب	۱	۱.۶۱	۳.۸۴	۱	۱.۳۶	۴.۱۷	۴	۱.۵۷	۳.۳۱
محدودیت‌های پوشش‌دهی امواج رادیویی در مناطق دورافتاده	۵	۱.۳۸	۳.۳۱	۴	۱.۱۲	۳.۵۲	۵	۱.۶۷	۳.۰۸
گرایش مخاطبان به رسانه‌های دیجیتال	۲	۱.۵۸	۳.۷۸	۲	۱.۴۱	۴	۳	۱.۵۶	۳.۲۷
تعداد پاسخگویان	۳۲			۲۹			۲۶		
ضریب کندال	۰.۳۶			۰.۵۳			۰.۷۴		

سوال اصلی: رادیو در فرآیند تولید و نشر خبر در زیست‌بوم رسانه‌ای امروزی با چه چالش‌هایی مواجه است؟

جدول ۷ به بررسی چالش‌های پیش روی رسانه رادیو در فرآیند تولید و انتشار خبر در زیست‌بوم رسانه‌ای امروزی پرداخته است. رادیو به عنوان یکی از رسانه‌های سنتی، در دنیای دیجیتال امروز با چالش‌های متعددی در زمینه تولید و انتشار خبر مواجه است. بررسی‌های انجام شده در این تحقیق نشان می‌دهد که مهم‌ترین این چالش‌ها، «عدم رقابت با رسانه‌های دیجیتال» و «تغییر الگوی مصرف خبر» است که در طول سه دور تحقیق، جایگاه برجسته‌تری نسبت به سایر مشکلات پیدا کرده‌اند. در نخستین مرحله تحقیق، «تغییر الگوی مصرف خبر» به عنوان چالش اصلی شناخته شد، اما در مراحل بعدی، «عدم رقابت با رسانه‌های دیجیتال» به مهم‌ترین چالش تبدیل شد و این موضوع بیانگر آن است که متخصصان معتقدند مشکل اصلی رادیو، ناتوانی در همگام‌شدن با سرعت رشد رسانه‌های دیجیتال است. این چالش‌ها از آن جهت اهمیت بیشتری دارند که مستقیماً بر میزان مخاطبان و تأثیرگذاری

رادیو اثر می‌گذارند. تغییر الگوی مصرف خبر به این معناست که افراد دیگر مانند گذشته به منابع خبری سنتی متکی نیستند و به جای آن، از شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های خبری و پلتفرم‌های دیجیتال استفاده می‌کنند. این تحول نه تنها باعث کاهش مخاطبان رادیو شده، بلکه بر نحوه ارائه خبر و سرعت انتشار آن نیز تأثیر گذاشته است. در چنین شرایطی، اگر رادیو نتواند خود را با این تغییرات سازگار کند، به تدریج جایگاه خود را در میان رسانه‌های خبری از دست خواهد داد. از سوی دیگر، رقابت با رسانه‌های دیجیتال به یک چالش اساسی تبدیل شده است، زیرا این رسانه‌ها دارای قابلیت‌هایی هستند که رادیو فاقد آن است. رسانه‌های دیجیتال می‌توانند اخبار را به صورت لحظه‌ای منتشر کنند، محتوای متنوعی مانند ویدئو، تصاویر و متن ارائه دهند و امکان تعامل مستقیم با کاربران را فراهم کنند. این ویژگی‌ها باعث شده است که رسانه‌های دیجیتال بتوانند نیازهای خبری مخاطبان را بهتر و سریع‌تر برآورده کنند، در حالی که رادیو به دلیل ماهیت صوتی و یک‌طرفه بودن خود، از این رقابت عقب مانده است.

چالش دیگری که به طور مستقیم با این مشکلات در ارتباط است، «تاخیر در پوشش خبری رویدادها» است. در دنیای امروز که خبرها در عرض چند ثانیه از طریق رسانه‌های دیجیتال منتشر می‌شوند، هرگونه تأخیر در پوشش رویدادها می‌تواند باعث از دست رفتن مخاطب شود. در حالی که رادیو می‌تواند اخبار را سریع‌تر از روزنامه‌ها ارائه دهد، اما در مقایسه با رسانه‌های دیجیتال همچنان کندتر است. این مسئله، جذابیت رادیو را به عنوان یک منبع خبری فوری کاهش داده و موجب شده است که بسیاری از مخاطبان به رسانه‌هایی روی آورند که اطلاعات را در لحظه ارائه می‌دهند. علاوه بر این، «عدم دریافت بازخورد سریع» نیز یکی دیگر از چالش‌های مهمی است که اهمیت آن کمتر از رقابت با رسانه‌های دیجیتال و تغییر الگوی مصرف خبر نیست. امروزه تعامل مخاطبان با رسانه‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و کاربران تمایل دارند نظرات خود را درباره اخبار و رویدادها به سرعت بیان کنند. رسانه‌های دیجیتال این امکان را فراهم کرده‌اند که افراد بتوانند در لحظه واکنش نشان دهند، اما رادیو به دلیل ماهیت خود، امکان تعامل مستقیم و آنی با مخاطب را ندارد. این موضوع باعث کاهش تعاملات و در نتیجه کاهش میزان درگیری مخاطب با محتوای رادیویی می‌شود که در نهایت به کاهش تأثیرگذاری آن منجر خواهد شد.

چالش دیگری که به محدودیت‌های رادیو در پوشش خبری دامن می‌زند، «وجود محدودیت‌های قانونی و گستردگی سانسور» است که تأثیر قابل توجهی بر سرعت، دقت و گستره انتشار اخبار دارد. در حالی که رسانه‌های دیجیتال از انعطاف بیشتری در ارائه اخبار برخوردارند، رادیو به عنوان یکی از رسانه‌های رسمی کشور، ملزم به رعایت چارچوب‌های قانونی سخت‌گیرانه و سیاست‌های نظارتی سازمان صداوسیما است. این محدودیت‌ها باعث می‌شود که بسیاری از اخبار پیش از انتشار تحت فرآیند بررسی‌های متعدد قرار گیرند که این امر می‌تواند منجر به تأخیر در انتشار اطلاعات و کاهش جذابیت رادیو برای مخاطبانی شود که به دنبال اخبار فوری و بی‌واسطه هستند. از سوی دیگر، گستردگی سانسور در رسانه‌های رسمی نیز باعث می‌شود که مخاطبان به تدریج به منابع خبری جایگزین، نظیر شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مستقل، روی آورند که این امر در نهایت به تضعیف موقعیت رادیو به عنوان یک منبع خبری معتبر منجر می‌شود. در این میان، نقش سازمان صداوسیما و سیاست‌های دروازه‌بانی خبر نیز از عوامل کلیدی در این چالش به شمار می‌آیند. صداوسیما به عنوان نهاد انحصاری پخش رادیو و تلویزیون در کشور، سیاست‌های سخت‌گیرانه‌ای را در زمینه انتشار اخبار اعمال می‌کند که باعث محدود شدن تنوع و پویایی محتواهای خبری در رادیو شده است. فرآیند دروازه‌بانی خبر که در آن اخبار بر اساس سیاست‌های سازمانی و نظارتی انتخاب، اصلاح یا حذف می‌شوند، موجب می‌شود که بسیاری از رویدادهای مهم با تأخیر یا به صورت گزینشی منتشر شوند. این امر باعث کاهش اعتماد مخاطبان به رادیو به عنوان یک منبع بی‌طرف خبری شده و آن‌ها را به سمت رسانه‌هایی سوق داده است که بدون فیلترهای سازمانی، اطلاعات را سریع‌تر و شفاف‌تر ارائه می‌دهند. در نتیجه، ترکیب این چالش‌ها، از جمله تأخیر در پوشش خبری، نبود تعامل مستقیم، محدودیت‌های قانونی و سیاست‌های سانسور، جایگاه رادیو را در اکوسیستم رسانه‌ای مدرن تضعیف کرده و آن را در رقابت با رسانه‌های دیجیتال در موضعی آسیب‌پذیر قرار داده است.

در مقابل، چالش‌هایی مانند «هزینه‌بر بودن تولید و انتشار خبر» و «وجود اختلالات فنی» در رتبه‌های پایین‌تری قرار گرفته‌اند، چراکه این مشکلات بیشتر به مسائل اجرایی و زیرساختی مربوط می‌شوند و مستقیماً بر جذب مخاطب تأثیر ندارند. اگرچه هزینه‌های

تولید و مشکلات فنی می‌توانند روند کار رسانه را دشوار کنند، اما مسئله اصلی رادیو نه هزینه‌های آن، بلکه کاهش مخاطبان و کاهش میزان تأثیرگذاری آن در دنیای رسانه‌های امروز است.

افزایش ضریب کندال از ۰.۳۷ در دور نخست به ۰.۷۳ در دور سوم تحقیق نشان می‌دهد که با گذشت زمان، متخصصان رسانه بیشتر به یک اجماع نظر در مورد مهم‌ترین چالش‌های رادیو رسیده‌اند. در ابتدای تحقیق، تفاوت‌هایی در دیدگاه‌ها وجود داشت، اما به مرور زمان و با تحلیل‌های بیشتر، مشخص شد که اصلی‌ترین مشکلات رادیو، مواردی هستند که به تغییرات بنیادین در دنیای رسانه مربوط می‌شوند، نه صرفاً مسائل فنی یا مالی. این همگرایی نشان می‌دهد که متخصصان نیز به این نتیجه رسیده‌اند که برای حفظ جایگاه رادیو در فضای رسانه‌های کنونی، باید بر حل مشکلات مربوط به رقابت با رسانه‌های دیجیتال و تغییر الگوی مصرف تمرکز کرد.

در نهایت، اگر رادیو نتواند خود را با شرایط جدید سازگار کند، احتمال دارد به تدریج جایگاه خود را به عنوان یک رسانه خبری از دست بدهد. در شرایطی که رسانه‌های دیجیتال روزبه‌روز در حال پیشرفت هستند و رفتار مخاطبان نیز به سرعت در حال تغییر است، رادیو ناگزیر است که راهکارهای جدیدی را برای بقا و رقابت با سایر رسانه‌ها اتخاذ کند. حفظ مخاطبان فعلی و جذب کاربران جدید، مستلزم آن است که رادیو تغییرات اساسی در نحوه ارائه اخبار، تعامل با مخاطب و سرعت انتشار محتوا ایجاد کند.

جدول شماره ۷. چالش‌های شناسایی شده رادیو در فرآیند تولید و نشر خبر در زیست‌بوم رسانه‌های امروزی

مولفه	دور اول			دور دوم			دور سوم		
	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین	رتبه	انحراف معیار	میانگین
تاخیر در پوشش خبری رویدادها	۲	۱.۶۵	۳.۶۹	۵	۱.۵۲	۳.۱۵	۵	۱.۵۴	۳.۱۷
عدم رقابت با رسانه‌های دیجیتال	۳	۱.۵۴	۳.۶۶	۱	۱.۳۷	۳.۷۳	۱	۱.۳۹	۳.۷۵
عدم دریافت بازخورد سریع	۴	۱.۷۷	۳.۴۳	۶	۱.۵۲	۳.۱۱	۶	۱.۵۴	۳.۱۳
هزینه‌بر بودن تولید و انتشار خبر	۷	۱.۴۴	۳.۲	۷	۱.۶۶	۳.۰۹	۷	۱.۶۱	۳.۰۵
وجود اختلالات فنی	۹	۱.۳۹	۳.۱۳	۹	۱.۶۸	۳.۰۲	۹	۱.۴۸	۳.۰۱
وجود محدودیت‌های قانونی و گستردگی سانسور	۵	۱.۴۴	۳.۳۹	۳	۱.۵۴	۳.۳۱	۳	۱.۵۶	۳.۳۳
عدم وجود تعادل بین سرعت و دقت انتشار خبر	۸	۱.۳۷	۳.۱۵	۴	۱.۶۱	۳.۲۳	۴	۱.۶۳	۳.۲۵
محدودیت در ارائه جزئیات خبر	۶	۱.۵۸	۳.۲۲	۸	۱.۷۹	۳.۰۵	۸	۱.۵۴	۳.۱
تغییر الگوی مصرف خبر	۱	۱.۵۷	۳.۸۱	۲	۱.۵	۳.۳۸	۲	۱.۵۲	۳.۴
تعداد پاسخگویان	۳۲			۲۹			۲۶		
ضریب کندال	۰.۳۷			۰.۵۴			۰.۷۳		

## بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل داده‌های ارائه‌شده درباره چالش‌های رسانه رادیو در فرآیند تولید و انتشار خبر در زیست‌بوم رسانه‌های امروزی، تصویری جامع و پویا از مشکلات این رسانه سنتی در مواجهه با تحولات سریع دنیای دیجیتال و نیازهای جدید مخاطبان ترسیم می‌کند. رادیو، به‌عنوان یکی از قدیمی‌ترین رسانه‌های خبری، با مجموعه‌ای از چالش‌های چندوجهی روبه‌رو است که هم به ماهیت سنتی آن و هم به تغییرات ساختاری و رفتاری در اکوسیستم رسانه‌ای مرتبط هستند. این چالش‌ها در طول زمان، با تغییر اولویت‌ها و همگرایی

بیشتر نظرات متخصصان، به تدریج روشن‌تر و دقیق‌تر شده‌اند، و درک آن‌ها می‌تواند به شناخت عمیق‌تری از وضعیت کنونی این رسانه منجر شود.

یکی از اصلی‌ترین چالش‌هایی که به‌طور مکرر در تحلیل‌ها برجسته شده، ناتوانی رادیو در رقابت با رسانه‌های دیجیتال است. این مشکل به‌عنوان بزرگ‌ترین مانع پیش‌روی رادیو در دنیای امروز شناسایی شده و نشان‌دهنده تأثیر عمیق رسانه‌های نوین بر جایگاه این رسانه سنتی است. رسانه‌های دیجیتال با قابلیت‌هایی مانند انتشار لحظه‌ای اخبار، ارائه محتوای چندرسانه‌ای شامل ویدئو، تصاویر، و متن، و امکان تعامل مستقیم و آنی با مخاطبان، توانسته‌اند نیازهای خبری مخاطبان را سریع‌تر و کامل‌تر برآورده کنند. در مقابل، رادیو به دلیل ماهیت صوتی و یک‌طرفه بودن خود، در این رقابت عقب مانده است.

این ناتوانی نه تنها مخاطبان را به سمت رسانه‌های دیجیتال سوق داده، بلکه باعث کاهش جذابیت رادیو به‌عنوان یک منبع خبری فوری و پویا شده است. این چالش به‌ویژه در تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای مخاطبان ریشه دارد، که دیگر به منابع خبری سنتی مانند رادیو وابسته نیستند و به شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های خبری، و پلتفرم‌های دیجیتال روی آورده‌اند. تغییر الگوی مصرف خبر، به‌عنوان یک چالش مکمل و مرتبط، نقش مهمی در تضعیف جایگاه رادیو ایفا می‌کند. مخاطبان امروزی به دنبال محتواهایی هستند که سریع، متنوع، و تعاملی باشند، ویژگی‌هایی که رادیو به سختی می‌تواند ارائه دهد. این تغییر رفتار مصرفی باعث کاهش عادت شنیدن رادیو در میان مردم، به‌ویژه نسل جوان، شده و به ریزش مخاطبان وفادار این رسانه منجر شده است. همچنین، گرایش مخاطبان به خبرهای چندرسانه‌ای و پلتفرم‌های دیجیتال، رادیو را با چالش‌هایی مانند کاهش تنوع منابع خبری و کاهش سرعت در پوشش رویدادها مواجه کرده است.

این تحولات نشان‌دهنده آن است که رادیو باید راهکارهایی برای تطبیق با نیازهای جدید مخاطبان پیدا کند، در غیر این صورت جایگاه خود را به‌عنوان یک رسانه خبری از دست خواهد داد. یکی دیگر از چالش‌های کلیدی، کندی یا تأخیر در پوشش خبری رویدادها است. در دنیای امروز، که اخبار در عرض چند ثانیه از طریق رسانه‌های دیجیتال منتشر می‌شوند، هرگونه تأخیر در ارائه خبر می‌تواند مخاطبان را از دست بدهد.

رادیو، اگرچه در مقایسه با روزنامه‌ها می‌تواند اخبار را سریع‌تر ارائه دهد، اما در برابر رسانه‌های دیجیتال همچنان کندتر عمل می‌کند. این مشکل به عوامل مختلفی از جمله فرآیندهای سنتی دروازه‌بانی، محدودیت‌های فنی، و سیاست‌های سازمانی مربوط می‌شود. فرآیندهای دروازه‌بانی، که در آن اخبار بر اساس ملاحظات سازمانی و نظارتی انتخاب، اصلاح، یا حذف می‌شوند، اغلب باعث تأخیر در انتشار خبر می‌شوند. همچنین، سیاست‌های سانسور و محدودیت‌های قانونی، که رادیو به‌عنوان یک رسانه رسمی با آن‌ها مواجه است، این تأخیر را تشدید می‌کنند و باعث می‌شوند که بسیاری از رویدادها با تأخیر یا به‌صورت گزینشی منتشر شوند، که این امر اعتماد مخاطبان به رادیو را کاهش می‌دهد.

عدم تعامل مستقیم با مخاطب، چالش دیگری است که جایگاه رادیو را در اکوسیستم رسانه‌ای مدرن تضعیف کرده است. امروزه، تعامل با مخاطبان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، و کاربران انتظار دارند که بتوانند نظرات خود را درباره اخبار و رویدادها به‌سرعت بیان کنند. رسانه‌های دیجیتال این امکان را فراهم کرده‌اند، اما رادیو به دلیل ماهیت یک‌طرفه خود، امکان تعامل آنی و مستقیم با مخاطب را ندارد. این محدودیت باعث کاهش درگیری مخاطب با محتوای رادیویی شده و تأثیرگذاری این رسانه را کاهش داده است. این مشکل به‌ویژه در بخش‌های برودبند و برودکست رادیو، که با کاهش تعامل مستقیم و ریزش مخاطبان وفادار مواجه هستند، به چشم می‌خورد.

محدودیت‌های قانونی، سانسور، و سیاست‌های سازمانی نیز به‌عنوان چالش‌های ساختاری مهم مطرح هستند. رادیو، به‌عنوان یکی از رسانه‌های رسمی تحت نظارت سازمان صداوسیما، ملزم به رعایت چارچوب‌های سخت‌گیرانه قانونی و نظارتی است. این

محدودیت‌ها نه تنها سرعت انتشار خبر را کاهش می‌دهند، بلکه تنوع و پویایی محتوای خبری را نیز محدود می‌کنند. گستردگی سانسور باعث می‌شود که مخاطبان به تدریج به منابع خبری جایگزین، مانند شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مستقل، روی آورند، که این امر جایگاه رادیو را به‌عنوان یک منبع خبری معتبر و بی‌طرف تضعیف می‌کند. این سیاست‌ها، که بخشی از فرآیند دروازه‌بانی سنتی رادیو هستند، باعث شده‌اند که رادیو در مقایسه با رسانه‌های دیجیتال، که از انعطاف بیشتری برخوردارند، کمتر بتوانند به نیازهای خبری مخاطبان پاسخ دهند.

از سوی دیگر، محدودیت‌های قانونی، سانسور، و سیاست‌های سازمانی، چالش‌های ساختاری کلیدی برای رادیو تحت نظارت سازمان صداوسیما هستند که جایگاه آن را در زیست‌بوم رسانه‌ای امروزی تضعیف کرده‌اند. صداوسیما، با سیاست‌های سخت‌گیرانه و اهداف ایدئولوژیک، چارچوب‌هایی وضع کرده که سرعت و تنوع انتشار خبر را کاهش می‌دهند. قوانین امنیتی و ملاحظات سیاسی، تولید محتوا را محدود کرده و به سانسور گسترده منجر شده‌اند، به طوری که روایت‌های حساس یا انتقادی اغلب حذف می‌شوند. سیاست‌های دروازه‌بانی خبر، که اخبار را بر اساس معیارهای سازمانی فیلتر می‌کنند، این محدودیت‌ها را تشدید کرده و بی‌طرفی و پویایی رادیو را زیر سؤال برده‌اند.

نتیجه، کاهش اعتماد مخاطبان و گرایش آن‌ها به شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مستقل است. این سیاست‌ها، که ریشه در ساختارهای حکومتی و سنتی دارند، رادیو را از رقابت با رسانه‌های دیجیتال، که انعطاف‌پذیری بیشتری دارند، بازمی‌دارند. برای حفظ جایگاه رادیو، صداوسیما باید محدودیت‌ها را کاهش دهد، فرآیندهای دروازه‌بانی را اصلاح کند، و به نیازهای خبری مخاطبان امروزی پاسخ دهد؛ در غیر این صورت، رادیو ممکن است به حاشیه رانده شود.

در کنار این چالش‌های اصلی، مشکلات فنی و زیرساختی نیز به‌عنوان موانع مستمر، اما کم‌اهمیت‌تر، مطرح هستند. وجود اختلالات فنی، وابستگی به تجهیزات و امواج رادیویی، و محدودیت‌های پوشش‌دهی در مناطق دورافتاده، عملکرد رادیو را تحت تأثیر قرار می‌دهند، اما به نظر می‌رسد که این مسائل در مقایسه با چالش‌های رقابتی و تغییر الگوهای مصرف، اولویت کمتری دارند. این مشکلات بیشتر به مسائل اجرایی و زیرساختی مربوط می‌شوند و تأثیر مستقیم کمتری بر جذب و حفظ مخاطب دارند.

نکته قابل توجه در این تحلیل، روند همگرایی فزاینده نظرات متخصصان و خبرگان در طول زمان است. در مراحل اولیه بررسی‌ها، اختلاف‌نظرها و پراکندگی دیدگاه‌ها بیشتر بود، اما با پیشرفت فرآیند تحقیق و تبادل نظر، متخصصان به اجماع قوی‌تری در شناسایی و رتبه‌بندی چالش‌ها رسیده‌اند. این همگرایی نشان‌دهنده آن است که مشکلات اصلی رادیو، مانند ناتوانی در رقابت با رسانه‌های دیجیتال، تغییر الگوهای مصرف خبر، و محدودیت‌های ساختاری، به‌عنوان مسائل بنیادین و مشترک شناخته شده‌اند. این روند، که با افزایش توافق میان پاسخ‌دهندگان در طول زمان مشخص شده، درک دقیق‌تری از چالش‌های پیش روی رادیو فراهم کرده و نشان‌دهنده اهمیت تمرکز بر این مسائل برای بقای این رسانه در دنیای مدرن است.

در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهند که رادیو در زیست‌بوم رسانه‌ای امروزی با چالش‌های چندوجهی مواجه است که ریشه در تحولات فناوری، تغییر رفتار مخاطبان، و محدودیت‌های ساختاری دارند. ناتوانی در رقابت با رسانه‌های دیجیتال، تغییر الگوهای مصرف خبر، تأخیر در پوشش خبری، عدم تعامل مستقیم با مخاطب، و محدودیت‌های قانونی و سانسوری، مهم‌ترین موانع پیش روی رادیو هستند. این چالش‌ها، که در طول زمان اولویت‌بندی‌های متفاوتی یافته‌اند، نشان‌دهنده نیاز فوری به بازنگری در استراتژی‌های تولید و انتشار خبر در این رسانه است. اگر رادیو نتواند خود را با شرایط جدید سازگار کند و به نیازهای مخاطبان امروزی پاسخ دهد، احتمال دارد به تدریج جایگاه خود را در میان رسانه‌های خبری از دست بدهد. این تحلیل‌ها تأکید دارند که حفظ مخاطبان فعلی و جذب کاربران جدید، مستلزم تغییرات اساسی در نحوه ارائه اخبار، افزایش سرعت و تنوع محتوا، و ایجاد امکان تعامل بیشتر با مخاطبان است.

## پیشنهادها

### ۱. پیشنهادهای راهبردی

- برای مقابله با چالش عدم رعایت بی‌طرفی و تازگی محتوا، پیشنهاد می‌شود که رادیو سیاست‌هایی را برای ایجاد تنوع در منابع خبری و حفظ بی‌طرفی در گزارش‌ها به‌ویژه در موضوعات حساس اتخاذ کند. علاوه بر این، باید فرآیندهایی برای به‌روزرسانی مداوم اخبار و ارائه اطلاعات جدید طراحی شود تا مخاطبان همیشه از تازه‌ترین اخبار مطلع شوند.
- برای مقابله با چالش القای هیجان و تحریک مخاطب، رادیو می‌تواند از تکنیک‌های خبری مسئولانه استفاده کرده و از گزارش‌دهی متوازن و غیر احساسی بهره‌گیرد. ارائه اطلاعات دقیق و مبتنی بر داده‌ها به جای استفاده از سبک‌های اغراق‌آمیز و تحریک‌آمیز، می‌تواند اعتبار رسانه را تقویت کند.
- به‌منظور رفع چالش‌های ناشی از دروازه‌بانی سنتی و افزایش سانسور، پیشنهاد می‌شود که رادیو به‌طور شفاف‌تری با مسائل اجتماعی و سیاسی برخورد کرده و فرآیندهای کنترل داخلی را بازنگری کند تا آزادی بیان حفظ شود و محتوای منصفانه و مستقل در دسترس مخاطبان قرار گیرد. علاوه بر این، کاهش موانع قانونی و ایجاد فضای بازتر برای ارائه محتوای خبری، در کنار امکان دریافت بازخوردهای آنی از مخاطبان، می‌تواند جایگاه رادیو را به عنوان یک رسانه پویا و قابل اتکا تقویت کند.
- برای بهره‌گیری بیشتر از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار، رادیو می‌تواند برنامه‌هایی راه‌اندازی کند که به مشارکت عمومی در تولید محتوا و اخبار بپردازد. این مشارکت می‌تواند از طریق پلتفرم‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی تسهیل شود تا خبرهایی که از منابع متنوع و دست‌اول به دست می‌آید، در پوشش خبری گنجانده شوند.
- افزایش سرعت انتشار خبر و بهبود زیرساخت‌های فنی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی برای پردازش سریع اخبار، بهینه‌سازی سیستم‌های مخابراتی و بهبود کیفیت پخش می‌تواند کمک کند که رادیو به عنوان یک رسانه خبری سریع‌تر و کارآمدتر عمل کند. با اجرای این راهکارها، رادیو می‌تواند موقعیت خود را در فضای رقابتی رسانه‌ای حفظ کرده و با چالش‌های پیش‌رو مقابله کند.
- تولید محتوای متناسب با تغییر الگوی مصرف خبر ضروری است. ارائه پادکست‌های تحلیلی، برنامه‌های خبری کوتاه و استفاده از روش‌های خلاقانه در ارائه محتوا می‌تواند باعث افزایش جذابیت رادیو شود.

### ۲. پیشنهادهای پژوهشی

- پژوهش‌های آتی می‌توانند به بررسی چالش‌های فنی و اجتماعی پخش آنلاین رادیو در مناطق دورافتاده و کم‌توسعه پرداخته و راهکارهایی برای رفع این مشکلات، از جمله استفاده از فناوری‌های جدید مانند پخش دیجیتال و اینترنتی، پیشنهاد دهند.
- یکی دیگر از موضوعات تحقیقاتی می‌تواند بررسی تأثیر استفاده از ظرفیت‌های شهروند خبرنگار در تولید اخبار رادیویی باشد. این تحقیق می‌تواند به شناسایی چالش‌ها و مزایای این شیوه در بهبود تنوع و سرعت در پوشش اخبار کمک کند.

## تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

## منابع:

- سقا، جواد؛ شاه محمدی، عبدالرضا؛ شیری، طهمورث، (۱۳۹۸)، عوامل موثر بر اعتماد مخاطبان شرق استان تهران به اخبار رادیو ایران، جوان و پیام، فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی، دوره: ۳، شماره: ۲۶.
- شکری رفسنجانی، رضا؛ امجدی، گلناز، (۱۳۹۵)، جایگاه مخاطب رادیو در سپهر نوین رسانه ای، ماهنامه مدیریت رسانه، شماره ۱۹.
- فرهنگی، علی اکبر، نعمتی انارکی، داود (۱۳۹۴)، رسانه و خبر؛ برخی دیدگاه‌های غالب و انتقادی، تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما.
- نیک‌ملکی، محمد، (۱۴۰۰)، ساختارهای روایت و کارکرد آن در خبر رادیو، دانش آینده پژوهی رسانه، (۲)، ۶۰-۳۲.

## References

- Ai, M., Gibrilu, A. W., & Zhang, N. (2024). Editors, users and post-publication gatekeeping: A study of news ranking on Chinese digital native media. *Journalism Practice*, 18(4), 783–802. <https://doi.org/10.1080/17512786.2022.2055623>
- Ajisafe, I. O., & Dada, D. (2016). Radio broadcasting in the digital age: Adapting to the challenges of the 21st century. *Looking Ahead*, 60.
- Arsenteva, G. L. (2018). The functions and features of verbalics on a radio station format easy listening. *The Journal of Social Sciences Research*, 5, 444–447. <https://doi.org/10.32861/jssr.spi5.444.447>
- Das, S., Ahmed, K. U., & Awal, M. A. (2021). The role of radio and television in the dissemination of agricultural technologies among farmers of Bangladesh. *Bangladesh Journal of Agriculture*, 55–64. <https://doi.org/10.3329/bjagri.v46i1-6.59974>
- Farhangi, A. A., & Ne'mati Anaraki, D. (2015). Media and news: Some dominant and critical perspectives. Tehran: University of IRIB Press. (In Persian)
- Hargitai, H. (2021). Content and framing in radio news bulletins in urban and rural Hungary. *European Journal of Communication*, 36(2), 125–147. <https://doi.org/10.1177/0267323120966839>
- Jia, Z. (2022). Analysis methods for the planning and dissemination mode of radio and television assisted by artificial intelligence technology. *Mathematical Problems in Engineering*, 2022(1), 7538692. <https://doi.org/10.1155/2022/7538692>
- Matsilele, T., Mpfu, S., & Moyo, D. (2023). Diasporic media and the appropriation of technologies: The case of Nehanda Radio and Zimbabwean politics. In *New Journalism Ecologies in East and Southern Africa: Innovations, Participatory and Newsmaking Cultures* (pp. 251–266). Cham: Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-23625-9\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-031-23625-9_14)
- Pałka-Suchojad, K. (2021). Who keeps the gate? Digital gatekeeping in new media. *Zeszyty Prasoznawcze*, (2), 91–100. <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.21.012.13477>
- Park, H., Kim, H. S., & Park, H. W. (2021). A scientometric study of digital literacy, ICT literacy, information literacy, and media literacy. *Journal of Data and Information Science*, 6(2), 116–138. <https://doi.org/10.2478/jdis-2021-0001>
- Saqa, J., Shah Mohammadi, A., & Shiri, T. (2019). Factors influencing the trust of audiences in eastern Tehran province in the news of Radio Iran. *Javan va Payam: Quarterly of New Research in Humanities*, 3(26). (In Persian)
- Shokri Rafsanjani, R., & Amjadi, G. (2016). The position of radio audiences in the new media sphere. *Monthly Journal of Media Management*, 19. (In Persian)
- van Rooyen, M., & van Doorslaer, L. (2021). News translation as collaboration in multilingual community radio stations in South Africa. *Language and Intercultural Communication*, 21(3), 411–425. <https://doi.org/10.1080/14708477.2021.1883046>
- Wallace, J. (2018). Modelling contemporary gatekeeping: The rise of individuals, algorithms and platforms in digital news dissemination. *Digital Journalism*, 6(3), 274–293. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1343648>
- Winkel, M. (2024). Controlling the uncontrollable: The public discourse on artificial intelligence between the positions of social and technological determinism. *AI & Society*, 1–13. <https://doi.org/10.1007/s00146-024-01999-z>
- Zhang, H., Huang, R., Zhang, Y., & Buhalis, D. (2022). Cultural ecosystem services evaluation using geolocated social media data: A review. *Tourism Geographies*, 24(4–5), 646–668. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1801828>
- Zoellner, A., & Lax, S. (2017). On-air and online: social media and local radio production in the UK. *Medien Journal*, 39(2), 5. <https://doi.org/10.24989/mj.v39i2.65>