

شاپا الکترونیکی: ۱۸۸۷ - ۲۷۸۹

شاپا چاپی: ۱۸۷۹ - ۲۷۸۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۶/۲۰

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵ فصل‌نامه‌ی علمی - پژوهشی رنا، دوره‌ی ۸، شماره‌ی ۴، زمستان ۱۴۰۳

تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت بر ژورنالیزم تخصصی

احمد رشاد عظیمی^۱

چکیده

جهان امروز بی‌هیچ تردید، جهان ارتباطات و رسانه‌ها است. انسان امروز آن‌چه را می‌بیند و می‌شناسد که رسانه‌ها می‌خواهند. به همین دلیل، تاثیر رسانه‌های جمعی در ابعاد مختلف زندگی، قابل توجه است. رسانه‌ها به دلیل محتوای منتشرشده، به نهادهای مهم اجتماعی تبدیل شده‌اند. حضور متخصصان ژورنالیزم در ساختار رسانه‌ها، عاملی مهم است که به‌طور مستقیم بر کیفیت محتوای آن‌ها تاثیر می‌گذارد. با توجه به این موضوع، تحقیق حاضر به شناسایی تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم بر ژورنالیزم تخصصی، با تکیه بر تیوری مسوولیت اجتماعی رسانه‌ها، پرداخته است. این تحقیق به روش پیمایشی انجام شده و ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسش‌نامه‌ای متشکل از ۱۳ گویه در مقیاس لیکرت است. نمونه‌گیری به صورت غیرتصادفی هدف‌مند و شامل ۱۵۰ تن از خبرنگاران، استادان ژورنالیزم و دانشجویان ژورنالیزم در شهر کابل انجام شده است. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها، نشان می‌دهند که رابطه‌ی معنادار و مستقیم میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و ژورنالیزم تخصصی وجود دارد. به عبارت دیگر، حضور افراد غیرمتخصص در رسانه‌ها موجب کاهش کیفیت محتوا، اثرات منفی برنامه‌های رسانه‌ای بر نگرش و دیدگاه مخاطبان و هم‌چنین عدم رعایت قواعد حرفه‌ای شده است. این بدان معنا است که کیفیت محتوا تحت تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت قرار می‌گیرد. تخصص‌زدایی، مسوولیت‌پذیری و ضعف کارکرد رسانه‌ها در بحران‌ها، با این برنامه‌ها رابطه دارند. به‌طور کلی، هرچه زمان آموزش کوتاه‌تر باشد، کیفیت، کارکرد و قدرت رسانه‌ها نیز در این موارد کاهش می‌یابد.

کلیدواژه‌ها: ژورنالیزم تخصصی، آموزش کوتاه‌مدت، کیفیت محتوا، تخصص‌زدایی، مسوولیت‌پذیری رسانه‌ها.

^۱ عضو کادر علمی پوهنتون رنا

ISSN: p 2789 - 1879

ISSN: e 2789 - 1887

Received: 11 / 09 / 2024

Accepted: 15 / 03 / 2025 *Rana Academic & Research Journal – Volume 8, Issue 04 (2025)*

The Impact of Short-Term Training programs on Specialized Journalism

Ahmad Rashad Azimi¹

Abstract

Undoubtedly, the modern world is the world of communication and media. Today, people mostly see and understand what media wants them to. Because of this, media significantly impacts various aspects of life and has become a vital social institution due to its content. The presence of professional journalists within media structures is a key factor directly affecting content quality. Considering this, the study investigates the impact of short-term journalism training on specialized journalism, based on the theory of media social responsibility. Conducted via survey method, the data was collected using a 13-item Likert scale questionnaire. The non-random, targeted sample consisted of 150 journalists, journalism professors, and journalism students in Kabul. Findings show a direct, significant relationship between short-term journalism training and specialized journalism. In other words, non-professionals in the media lead to reduced content quality, negative audience perception, and disregard for professional norms. Content quality is affected by training duration. Issues such as professional dilution, reduced responsibility, and media underperformance in crises are linked to short-term training. In general, the shorter the training, the lower the content quality and effectiveness of media

Keywords: Specialized journalism, short-term training, content quality, de professionalization, media responsibility..

¹ – Faculty Member of Rana University

دانش نظری و کارکرد عملی ژورنالیزم در گذشته و حال، دست خوش تحولات بنیادین و پیچیدگی‌های روزافزون شده است. با این حال، برخورداری از تحصیلات تخصصی در ژورنالیزم، به تنهایی برای تبدیل شدن به خبرنگار حرفه‌ای کافی نیست. موفقیت در این عرصه، مستلزم بهره‌مندی از مجموعه‌ای از ویژگی‌های فردی، علاقه‌مندی، انگیزه‌ی درونی، جسارت، شجاعت، نشاط، پویایی و سایر مهارت‌های نرم است که نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت عمل‌کرد خبرنگار ایفا می‌کنند (قاسمی، ۱۳۷۲: ۶).

با توجه به نقش رسانه‌ها در جامعه، ایجاد نظم اجتماعی، یکپارچگی، هدایت افکار عمومی، سازگاری با محیط و افزایش ظرفیت پاسخ‌گویی در بحران، از جمله وظایف اساسی رسانه‌ها به شمار می‌رود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۵: ۴۹). سازمان‌های رسانه‌ای با داشتن این مسوولیت‌ها، به نهادهای مهم اجتماعی مبدل شده و برای ایفای نقش‌های تخصصی خود، نیازمند خبرنگاران مسلکی و متخصص هستند. این نهادها در کنار ارایه‌ی محتوای سرگرم‌کننده، مسوولیت تولید، بازتولید و توزیع معرفت را نیز بر عهده دارند. انجام چنین وظایفی مستلزم آن است که گردانندگان رسانه‌ها از دانش و تخصص کافی برخوردار باشند.

در یک دهه‌ی پسین، در کنار نهادهای تحصیلی که وظیفه‌ی تربیت کادرهای حرفه‌ای رسانه‌ای را بر عهده دارند، برخی مراکز «آموزشی کوتاه‌مدت» نیز به آموزش ژورنالیزم مشغول‌اند. از این جهت، تحقیق حاضر با هدف فهم این پدیده و شناسایی رابطه میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و کیفیت محتوای رسانه‌ها انجام شده است. در این تحقیق، منظور از ژورنالیزم تخصصی، تحصیلات عالی، آشنایی و توانایی در به‌کارگیری نظریه‌های علمی ارتباطات و رسانه و بازدهی علمی در قالب تولید برنامه، محتوا و سایر فرآورده‌های ژورنالیستی است.

برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم شامل دوره‌هایی از یک تا شش ماه هستند که اصول ابتدایی ژورنالیزم را به شرکت‌کنندگان آموزش می‌دهند. تمرکز این دوره‌ها بر آموزش مهارت‌هایی چون گویندگی، خبرنگاری، گزارش‌نویسی، آشنایی با دوربین فیلم‌برداری و نحوه‌ی انجام مصاحبه است.

در این تحقیق، فرض بر آن است که میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم، تخصص‌زدایی از ژورنالیزم حرفه‌ای، کیفیت محتوای رسانه‌ای و دل‌سردی جوانان از تحصیلات عالی، رابطه‌ای وجود دارد. حضور افراد غیرمتخصص در رسانه‌ها، نه تنها موجب کاهش کیفیت محتوا و اثربخشی آن در حوزه‌هایی چون آموزش، حفظ نظم اجتماعی، یکپارچگی، نظارت بر محیط و انتقال میراث‌های فرهنگی می‌شود، بلکه پی‌آمدهای منفی اجتماعی نیز به دنبال دارد.

از این رو، بررسی تاثیر عدم تخصص‌گرایی در رسانه‌ها و حضور افراد غیرتخصصی در این نهادها ضروری به نظر می‌رسد. یافته‌های این تحقیق می‌تواند در فرایند استخدام و جذب نیرو در رسانه‌ها، یاری‌رسان مدیران بوده و آنان را در پیش‌برد وظایف تخصصی ژورنالیزم یاری دهد. بر اساس نتایج این تحقیق، مدیران رسانه‌ها می‌توانند برای انجام مسوولیت‌های حرفه‌ای و جلب اعتماد و رضایت مخاطبان، اقدام به استخدام افراد متخصص نمایند.

محتوای ارایه شده در این مقاله در سه بخش مجزا سازمان دهی شده است. بخش نخست با عنوان مقدمه، به مسئله‌ی تحقیق، اهداف، فرضیه‌ها، اهمیت و کاربرد تحقیق می‌پردازد. بخش دوم شامل مرور آثار پیشین، روش تحقیق، چارچوب نظری، شیوه‌ی گردآوری داده‌ها و تحلیل آن‌هاست. بخش پایانی مقاله نیز به یافته‌ها، توصیف جداول، آزمون فرضیه‌ها، نتیجه‌گیری و ارایه‌ی پیشنهادها اختصاص دارد.

بررسی آثار

در زمینه‌ی این موضوع، تحقیقات نظری و کاربردی، در حوزه‌ی ژورنالیزم افغانستان تولید نشده است، اما نوشته‌های علمی متعدد در خصوص ژورنالیزم تخصصی، قواعد تخصصی ژورنالیزم و اصول ژورنالیزم حرفه‌ای منتشر شده‌اند (دیوید رندال، ۱۳۹۳). ژورنالیزم را به دو دسته «خوب و بد» تقسیم کرده است. خبرنگاران خوب، ژورنالیستان حرفه‌ای‌اند که در پی داده‌های دقیق و عینی، متعهد به واقعیت مطلق و پایبند به صداقت در تاثیرگذاری‌اند. آنان برای مخاطبانی با موقعیت‌های متنوع، شفاف و قابل فهم می‌نویسند. در مقابل، خبرنگاران بد، ژورنالیستان غیرحرفه‌ای‌اند که در گردآوری اطلاعات شتاب‌زده‌اند، هیجان‌زده می‌نویسند، به بزرگ‌نمایی روی می‌آورند و پیچیدگی را بر صراحت ترجیح می‌دهند.

آقای قدیمی و قشقایی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای دریافته‌اند که شناخت مخاطبان، توان‌مندی‌ها، نیازها و علایق آن‌ها مهم‌ترین ضرورتی است که هر خبرنگار علمی برای عمل به تعهدات اجتماعی و هم‌چنین تثبیت و تقویت موقعیت حرفه‌ای خود به آن نیازمند است. هم‌چنان، آقای قندی (۱۳۷۲) در مقاله‌ای به اهمیت تخصص‌گرایی در ژورنالیزم پرداخته است. نویسنده در این مقاله، زمان را، زمان تخصص‌گرایی در وسایل ارتباط جمعی معرفی می‌کند.

مقاله‌ی از آقای کواچ و رزنتیل (۱۳۸۹) است که به غریزه‌ی آگاهی انسان‌ها پرداخته‌اند. به باور نویسندگان این اثر، انسان‌ها برای ادامه‌ی زندگی، چگونگی محافظت از خود و شناخت دوست و دشمن خویش به اخبار و اطلاعات نیاز دارند. از همین رو، ژورنالیزم را نظامی می‌دانند که جوامع بشری را شکل می‌دهد تا اخبار به جریان بیفتد. نویسندگان این اثر به اهمیت متخصص بودن خبرنگاران و شخصیت مسلکی آنان نیز پرداخته‌اند. هم‌چنان آقای قاسمی (۱۳۷۲) در مقاله‌ای خود، ژورنالیزم تخصصی را عالی‌ترین مرحله‌ی زندگی خبرنگار می‌داند. او به اهمیت تخصص‌گرایی در وسایل ارتباط جمعی پرداخته است. آقای پارتی (۱۳۹۳) در کتاب خود به اهمیت رسانه‌ها در جامعه پرداخته است و هدف اصلی روزنامه‌نگاران را ارایه‌ی اطلاعات به شهروندان می‌داند که برای ادامه‌ی فعالیت در جامعه به آن نیاز دارند. بنابراین، حضور افراد متخصص در سازمان‌های رسانه‌ای و پایبندی آنان به ملاحظات اخلاقی و مسلکی، امری مهم پنداشته می‌شود. با مرور منابع معتبر علمی در زمینه‌ی موضوع مورد بحث، تحقیقات متعددی درباره‌ی تاثیر ژورنالیزم تخصصی از منظرهای مختلف صورت گرفته که چارچوب نظری روشنی از مفاهیم تخصص‌گرایی و تخصص‌زدایی ارائه می‌دهند.

چارچوب نظری

در تحقیق حاضر، از نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی به عنوان الگوی تعریف و ارایه‌ی شاخص‌های مفهوم ژورنالیزم تخصصی استفاده شده است. نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی، رسانه‌ها را ابزار مهمی برای ایجاد ارتباط میان جامعه،

سازمان‌ها و مخاطبان می‌داند که به منظور ارائه‌ی خدمات بهتر به آنان، در چارچوب مسوولیت اجتماعی خود برنامه‌ریزی می‌نمایند. مسوولیت اجتماعی خبرنگاران و رسانه‌ها مفهومی فراتر از الزامات قانونی است و به نقش‌هایی مربوط می‌شود که ژورنالیستان در راستای بهبود وضعیت جامعه ایفا می‌کنند. بر این اساس، رسانه‌ها با توجه به مسوولیت‌های اجتماعی خود در فرایند تهیه و تولید محتوا عمل کرده و به حقوق دیگران پایبند هستند (بیابانی و هم‌کاران، ۱۳۹۴: ۱۶۰). نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی، بر ایجاد پیوند میان وظایف رسانه و تعهدات اجتماعی آن‌ها تأکید دارد. بر این اساس، رسانه‌ها و ژورنالیستان در فرایند پاسخ‌گویی به نیازهای مخاطبان، باید رویکردی مسوولانه اتخاذ کنند و وظایف اجتماعی خود را صرفاً محدود به گیرندگان پیام ندانند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹: ۹۲).

مسوولیت اجتماعی دارای سطوح متعددی است که شامل چارچوب قانونی می‌شود که دولت برای مسوولیت‌های ژورنالیزم تعیین می‌کند، چارچوب حرفه‌ای که نهاد ژورنالیزم براساس وظایف خود تعریف می‌کند، و چارچوب ذاتی که روزنامه‌نگاران با اتکا به تعهدات فردی و اخلاقی خود تعیین می‌کنند. بر مبنای این نظریه، ژورنالیستان افزون بر کسب منافع اقتصادی و پاسخ‌گویی به مالکان رسانه، در برابر مخاطبان و جامعه نیز مسوولیت‌هایی دارند که باید در جریان فعالیت تخصصی رعایت کنند. مسوولیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای تنها زمانی از سوی کارکنان رسانه رعایت می‌شوند که دارای تخصص لازم و شناخت کافی از اصول و قواعد علمی ژورنالیزم باشند. در غیر این صورت، عملکرد آنان صرفاً در راستای کسب سود و پاسخ‌گویی به کارفرمایان تعریف می‌شود.

نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی بر استقلال رسانه‌ها همراه با تعهد آن‌ها نسبت به جامعه تأکید می‌کند. این نظریه می‌کوشد میان سه اصل نسبتاً ناسازگار، یعنی آزادی و انتخاب فردی، آزادی رسانه و تعهد رسانه به جامعه، سازگاری ایجاد کند. برای تحقق این هدف، دو راه‌حل پیشنهاد می‌دهد: نخست، رشد نهادهای عمومی اما مستقل برای مدیریت رسانه و دوم، گسترش تخصص‌گرایی به عنوان ابزاری برای تحقق استانداردهای خودمدیریتی در رسانه‌ها توصیه می‌شود (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۱۷۰). بر پایه‌ی نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی، تحقق ژورنالیزم تخصصی در گروه برخوردار از خبرنگاران از دانش حرفه‌ای و تعهد اجتماعی است. تنها در این صورت است که رسانه‌ها می‌توانند نقشی موثر در بهبود جامعه ایفا کنند.

۱. روش تحقیق

نوع این تحقیق کاربردی است و واحد تحلیل آن فرد می‌باشد. جامعه‌ی آماری تحقیق شامل استادان و شاگردان برنامه‌ی ماستری ارتباطات جمعی پوهنتون کابل، محصلان ژورنالیزم پوهنتون البیرونی و پوهنتون خصوصی رنا، خبرنگاران، مدیران تلویزیون‌های خصوصی طلوع‌نیوز و تلویزیون یک در کابل و هم‌چنین شاگردان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم از طبقه‌ی ذکور و اناث می‌شود. تمامی پاسخ‌گویان این تحقیق به صورت احتمالی-هدف‌مند گزینش شده‌اند. ملاک انتخاب و گزینش در نمونه‌گیری هدف‌مند بر پایه‌ی داوری و تخصص تحقیق‌گر است. در این روش، آزمودنی‌ها بر اساس ویژگی‌های خاص انتخاب شده و افرادی که واجد آن ویژگی‌ها نیستند، حذف می‌شوند (حسن‌آبادی، بی‌تا: ۱۰۲).

روش پیمایشی با ویژگی‌های خاص خود، ابزاری کارآمد برای گردآوری داده‌های گسترده از جامعه‌ی آماری متنوع به شمار می‌رود. با استفاده از روش پیمایشی، امکان تحلیل و تبیین روابط میان متغیرهای مختلف فراهم می‌شود که می‌تواند به استنباط‌های علمی و توسعه‌یافته در زمینه‌ی ارتباطات جمعی و ژورنالیزم کمک کند. در این تحقیق، انتخاب نمونه‌ها به صورت هدف‌مند و بر اساس ویژگی‌های خاص صورت گرفته است تا به داده‌های دقیق و قابل اطمینان دست‌یابیم. در مجموع، این تحقیق بر مبنای رویکرد تحلیلی و پیمایشی به بررسی روابط میان متغیرهای مختلف در حوزه‌ی ارتباطات جمعی پرداخته است.

۱/۱. روش گردآوری داده‌ها

برای دریافت پاسخ به سوالات طرح‌شده، ابزار اندازه‌گیری در این تحقیق، پرسش‌نامه بوده است. یک تحقیق قابل اعتماد، مبتنی بر به‌کارگیری ابزاری کارآمد و معتبر است. پیش از طراحی پرسش‌نامه، تحقیق‌گر مراحل مقدماتی ساخت گویه‌ها را در نظر گرفته است؛ این مراحل شامل مرور دقیق ادبیات مرتبط با موضوع و رعایت منطق درونی در تدوین سوالات می‌باشد. هم‌چنین، برای افزایش اعتبار پرسش‌ها، بهره‌گیری از مشاوره با متخصصان رشته‌ی مربوطه نیز حایز اهمیت است (پرهیزگار و افروزی، ۱۳۹۰: ۱۹۹). پرسش‌نامه شامل دوازده سوال است که در قالب پرسش‌های بسته و بر اساس چهار شاخص طراحی شده‌اند. از میان اعضای جامعه‌ی آماری معرفی شده، ۱۵۰ تن به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. پس از کنار گذاشتن پرسش‌نامه‌های ناقص یا مخدوش، تعداد ۱۴۹ پرسش‌نامه‌ی معتبر مورد تحلیل و پردازش قرار گرفت.

از آن‌جا که روش‌های نمونه‌گیری در تحقیقات علمی با توجه به نوع مسئله‌ی مورد بررسی متفاوت‌اند، تحقیق‌گران باید برای هر موضوع تحقیقی، متناسب با شرایط مکانی و زمانی، از شیوه‌ی نمونه‌گیری مناسب بهره‌گیرند (رفیع‌پور، ۱۳۸۴: ۳۸۴). در این تحقیق، به منظور تعمیم‌پذیری نتایج، از روش نمونه‌گیری احتمالی (تصادفی) استفاده شده است. پرسش‌نامه در این تحقیق در سه بخش تنظیم شده است: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، تخصصی و مهارت‌های حرفه‌ای ژورنالیزم. برای سنجش گویه‌ها، از مقیاس لیکرت استفاده شده است که رایج‌ترین مقیاس در تحقیق‌های مربوط به رسانه‌های جمعی به شمار می‌رود. پاسخ‌گویان به هر گویه با یکی از گزینه‌های «کاملاً موافقم»، «موافقم»، «بینابین»، «مخالقم» و «کاملاً مخالفم» پاسخ داده‌اند.

تحقیق‌گر، مطابق با فرضیه‌ی تحقیق، به هر یک از گویه‌های طرح‌شده وزن مشخصی اختصاص داده است. سپس، مجموع امتیازهای به‌دست‌آمده از پاسخ‌های هر فرد، به عنوان نمره‌ی واکنش او نسبت به موضوع مورد نظر در نظر گرفته شده است (سید امامی، ۱۳۸۹: ۱۰۲). دامنه‌ی نمرات در این مقیاس از حداقل ۱۲ (نشان‌دهنده‌ی «کاملاً مخالفم» در همه‌ی گویه‌ها) تا حداکثر ۶۰ (نشان‌دهنده‌ی «کاملاً موافقم» در همه‌ی گویه‌ها) متغیر است. با جمع‌بندی نمرات مربوط به هر گویه، رابطه میان ژورنالیزم، تخصص‌زدایی و برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت مورد سنجش قرار گرفته است.

برای سنجش پایایی گویه‌های این تحقیق، از ضریب آلفای کرانباخ استفاده شده است. آلفای کرانباخ یکی از رایج‌ترین و معتبرترین آزمون‌ها برای سنجش میزان سازگاری درونی و ثبات اجزای پرسش‌نامه است و میزان

همبستگی بین گویه‌ها را نشان می‌دهد. در صورتی که مقدار آلفای کرانباخ برای یک مقیاس برابر یا بیش‌تر از ۷/۰ باشد، می‌توان آن مقیاس را دارای پایایی مناسب دانست (کریمی، ۱۳۹۴: ۱۸۲).

جدول ۱- سنجش پایایی از حیث هم‌سازی دورنی

پایایی گویه‌های تحقیق	
ضریب آلفای کرانباخ	تعداد پرسش‌ها
۰.۸۱۲	۱۲

جدول شماره (۱) میزان آلفای کرانباخ حاصل از بررسی هم‌سازی دورنی پرسش‌ها را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرانباخ برابر با ۰.۸۱۲ است. این عدد بیان‌گر سطح بالای پایایی این مقیاس است. گویه‌های طرح‌شده از نظر هم‌سازی دورنی و ارتباط منطقی، از اعتبار لازم برخوردار بوده و اعتبار پرسش‌نامه را در دریافت پاسخ‌ها تأیید می‌نماید.

فصل‌نامه‌ی علمی- پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳-ه‌ش

جدول ۲- سنجش پایایی گویه‌ها از حیث شاخص‌بندی

پایایی شاخص‌های آماری تحقیق	
تعداد شاخص‌ها	ضریب آلفای کرانباخ
۳	۰.۷۳۶

جدول شماره‌ی (۲) میزان آلفای کرانباخ به‌دست‌آمده برای شاخص‌های طرح‌شده در پرسش‌نامه را نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌شود، ضریب آلفای کرانباخ برای شاخص‌ها برابر با ۰.۷۳۶ است. این مقدار نشان‌دهنده‌ی پایایی مطلوب گویه‌ها در قالب شاخص‌بندی پرسش‌نامه است. با توجه به این عدد، می‌توان گفت که پرسش‌نامه از نظر سنجش شاخص‌ها قابل اطمینان بوده و اعتبار نتایج به‌دست‌آمده را تأیید می‌کند.

۱/۲. روش تجزیه و تحلیل

تحقیق‌گران برای پاسخ‌گویی به مسئله‌ی تدوین‌شده و یا تصمیم‌گیری در مورد رد یا تأیید فرضیه‌ای که صورت‌بندی کرده‌اند، از روش‌های مختلف تجزیه و تحلیل استفاده می‌نمایند. فعالیت‌های آماری معمولاً شامل دو قلم‌رو توصیفی و استنباطی می‌شوند. آمار توصیفی به‌منظور خلاصه‌سازی حجم زیادی از اطلاعات کمی و نمایش برخی ویژگی‌های مهم، خصوصیات جمعیت‌شناختی و مواردی که به‌سادگی قابل درک باشند، به‌کار گرفته می‌شود (مشتاق و احسانی، ۱۴۰۲: ۹). آمار توصیفی به‌منظور توصیف ویژگی‌های نمونه یا جامعه، در شرایطی که اطلاعات مربوط به کل جامعه می‌باشند به‌کار می‌رود (حسن‌آبادی و هم‌کاران، بی‌تا: ۳۴۲). آمار استنباطی روشی است که ویژگی‌های جامعه به کمک ویژگی‌های نمونه، استنباط می‌گردد.

داده‌های به‌دست‌آمده در این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار SPSS در دو بخش توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. در ابتدا، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و فراوانی داده‌ها از طریق تنظیم جداول و ترسیم نمودارها توصیف شده‌اند. سپس با بهره‌گیری از آمار استنباطی، داده‌ها در محیط SPSS تحلیل شده، آزمون فرضیه‌ها و بررسی همبستگی میان متغیرهای تحقیق انجام گرفته و نتایج حاصل مورد تفسیر قرار گرفته است.

۲. یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق در سه بخش مجزا تشریح شده‌اند. بخش نخست به توصیف ویژگی‌های دموگرافیک یا جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان اختصاص دارد. در بخش دوم، آمار استنباطی مورد بررسی قرار گرفته است و در بخش پایانی، نحوه‌ی آزمون فرضیه‌ها و تحلیل نتایج حاصل از آن‌ها ارائه شده است.

۲/۱. آمار توصیفی

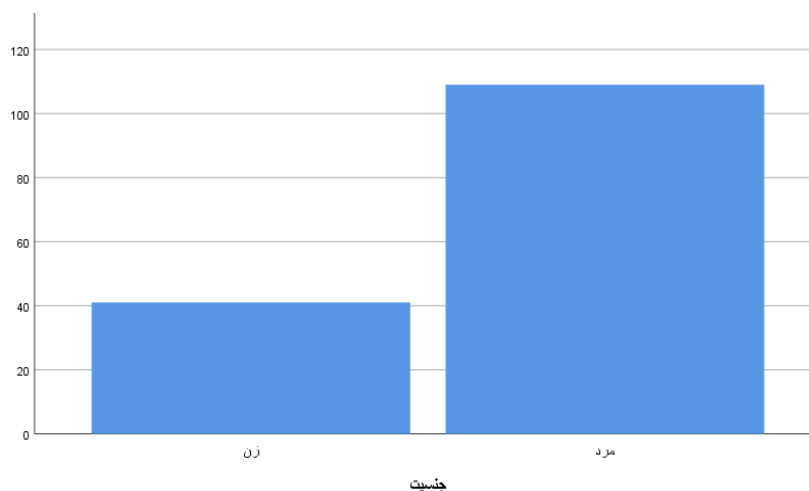
در این بخش، ویژگی‌هایی مانند جنسیت، سن، شغل، سطح تحصیلات و محل سکونت اعضای جامعه‌ی آماری توصیف شده است. جداول و نمودارهای درج‌شده، این خصوصیات را با توجه به فراوانی و درصد‌های آن‌ها به‌طور دقیق توصیف کرده‌اند.

جدول ۳- آمار توصیفی جنسیت

جنسیت				
فراوانی	درصدی فراوانی	درصدی فراوانی معتبر	درصدی فراوانی تجمعی	
۴۱	۲۷.۳	۲۷.۳	۲۷.۳	زن
۱۰۹	۷۲.۷	۷۲.۷	۱۰۰	مرد
۱۵۰	۱۰۰	۱۰۰		مجموعه

جدول شماره سوم، نشان دهنده‌ی متغیر جنسیت است. طوری که مشاهده می‌شود از میان ۱۵۰ تن پاسخ‌گو ۱۰۹ تن آنان مرد بوده که ۷۲،۲ درصد پاسخ‌گویان این تحقیق را به خود اختصاص داده‌اند. از میان ۴۱ تن پاسخ‌گویان زن بوده که ۲۷،۳ درصد در این تحقیق به آنان اختصاص یافته است. هم‌چنین نمودار مقایسه زنان و مردان به شرح زیر می‌باشد:

نمودار ۱- مقایسه‌ی پاسخ‌گویان با تفکیک جنسیت



جدول ۴- آمار توصیفی سن

سن				
فراوانی	درصدی فراوانی	درصدی فراوانی معتبر	درصدی فراوانی تجمعی	
۹	۶.۰	۶.۰	۶.۰	پایین تر از ۲۰ سال
۱۳۷	۹۱.۳	۹۱.۳	۹۷.۳	از ۲۱-۳۰ سال

فصل نامه‌ی

علمی - پژوهشی رنا

سال هشتم، شماره‌ی ۴

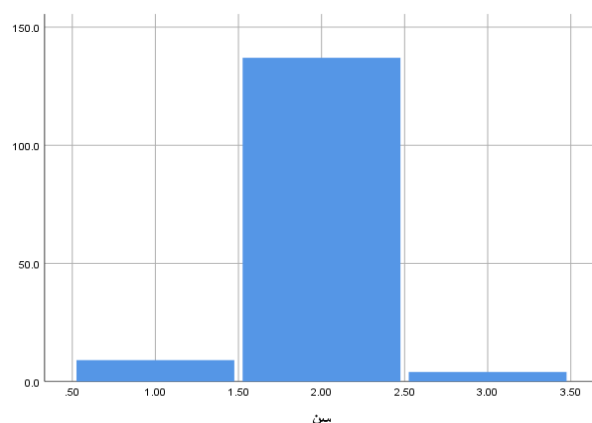
زمستان ۱۴۰۳-هش

از ۳۱-۴۰ سال	۴	۲.۷	۲.۷	۱۰۰
مجموع	۱۵۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

جدول (۴) ویژگی‌های سنی، پاسخ‌گویان را توضیح داده است. همان‌طور که دیده می‌شود، پرسش‌نامه‌ی آماری در میان افراد بین سن ۲۰ تا ۴۰ سال توزیع شده است. بیش‌ترین فراوانی در گروه سنی از ۲۱-۳۰ سال بوده است که ۹۱/۳ درصد کل جمعیت پاسخ‌گویان را به خود اختصاص داده است. دلیل بلند بودن فیصدی این گروه سنی آن است که، محصلان و متعلمان در دوره‌ی ماستری، لیسانس و برنامه‌های کوتاه‌مدت آموزشی در همین رده سنی مصروف تحصیل و آموزش هستند. هم‌چنین، نمودار مقایسه‌ی سن پاسخ‌گویان در این تحقیق قرار زیر ترسیم شده است:

فصل‌نامه‌ی
علمی - پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳ هـ.ش

نمودار ۲- مقایسه‌ی زنان و مردان

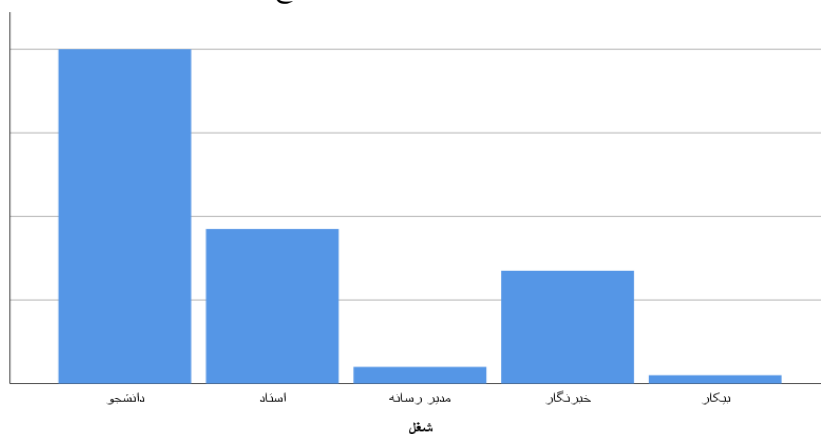


جدول ۵- آمار توصیفی شغل پاسخ‌گویان

شغل				
درصدی فراوانی	درصدی فراوانی معتبر	درصدی فراوانی	فراوانی	محل
۵۳.۳	۵۳.۳	۵۳.۳	۸۰	محصل
۷۸.۰	۲۴.۷	۲۴.۷	۳۷	استاد
۸۰.۷	۲.۷	۲.۷	۴	مدیر رسانه
۹۸.۷	۱۸.۰	۱۸.۰	۲۷	خبرنگار
۱۰۰	۱.۳	۱.۳	۲	بیکار
	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۰	مجموع

با در نظر داشت مشخصات جدول شماره پنجم، دیده می‌شود که پرسش‌نامه‌ی آماری به صورت هدف‌مند در جامعه‌ی آماری مشخص مربوط به ژورنالیزم توزیع شده است. از میان ۱۵۰ پاسخ‌گو، بیش‌تر آنان محصل هستند؛ زیرا در این تحقیق، به منظور دخیل ساختن بیش‌تر محصلان هم از پوهنتون و برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم، نمونه‌برداری شده است، از همین‌رو حجم بیش‌تر را به خود گرفته است. درصدی محصلان پاسخ‌گو در این تحقیق، ۵۳/۳ درصد بوده است. ۲۴/۲ درصد دیگر، استادان پوهنتون، ۱۸ درصد خبرنگار، ۲/۷ درصد مدیران رسانه و ۱/۳ درصد دیگر بی‌کار بوده‌اند. هم‌چنان مقایسه‌ی مشخصات شغلی پاسخ‌گویان تحقیق به صورت زیر در نمودار (۳) ترسیم شده است:

نمودار ۳- مقایسه‌ی خصوصیات شغلی پاسخ‌گویان

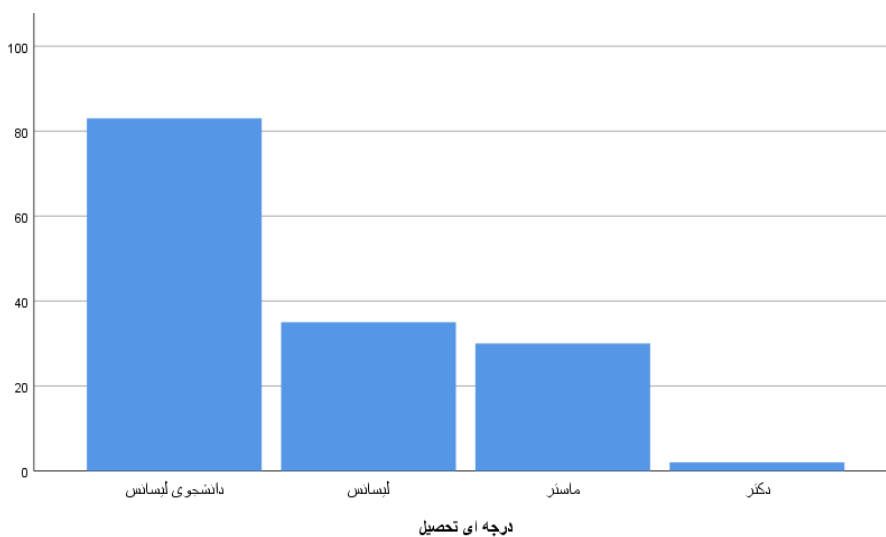


جدول ۶- آمار توصیفی سطح تحصیلی پاسخ‌گویان

تحصیل					
درصدی فراوانی	درصدی فراوانی معتبر	درصدی فراوانی	فراوانی	محل	
۵۵.۳	۵۵.۳	۵۵.۳	۸۳	محصل	
۷۸.۷	۲۳.۳	۲۳.۳	۳۵	لیسانس	
۹۸.۷	۲۰.۳	۲۰.۰	۳۰	ماستر	
۱۰۰	۱.۳	۱.۳	۲	دکتر	
	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۰	مجموع	

همان‌طور که در جدول ششم، آورده شده‌اند، ۸۳ تن از پاسخ‌دهندگان محصل هستند. ۳۵ تن دارای سند لیسانس ژورنالیزم، ۳۰ تن پاسخ‌دهندگان ماستر و ۲ تن آنان دکتر هستند. تمامی پاسخ‌گویان در این تحقیق از حوزه‌ی ژورنالیزم انتخاب شده‌اند. هم‌چنین، جهت مقایسه‌ی پاسخ‌گویان از نظر درجه‌ی تحصیلی نمودار آن نیز در زیر ترسیم شده است:

نمودار ۴- مقایسه‌ی پاسخ‌گویان از نظر درجه‌ی تحصیلی



جدول ۷- خصوصیات جغرافیایی پاسخ‌گویان

سکونت				
درصدی فراوانی	درصدی فراوانی معتبر	درصد فراوانی	فراوانی	
۸۰.۰	۸۰.۰	۸۰.۰	۱۲۰	کابل
۱۰۰	۲۰.۰	۲۰.۰	۳۰	ولایات
	۱۰۰	۱۰۰	۱۵۰	مجموع

جدول (۷) نشان دهنده‌ی مشخصات جغرافیایی پاسخ‌گویان از نظر سکونت است. بر اساس داده‌های ارایه شده در این جدول، پرسش‌نامه‌ی تحقیق در شهر کابل و ولایات دیگر افغانستان در میان جامعه‌ی آماری مورد نظر توزیع شده است. با آن هم بیش‌تر پاسخ‌گویان در شهر کابل بوده که با ۱۲۰ تن ۸۰ درصد پاسخ‌گویان این تحقیق را تشکیل می‌دهند. دلیل افزایش پاسخ‌گویان در شهر کابل این بوده است که برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت، بیش‌تر در شهر کابل فعالیت دارند. فیصدی پاسخ‌گویان که مربوط به ولایات می‌باشد، استادن و محصلان ژورنالیزم می‌باشند که برای پاسخ‌گویی به پرسش‌نامه‌ی آماری این تحقیق به‌گونه‌ی هدف‌مند انتخاب شده‌اند.

فصل‌نامه‌ی علمی - پژوهشی رنا سال هشتم، شماره‌ی ۴ زمستان ۱۴۰۳

۲/۲. آمار استنباطی

شاخص تخصص زدایی، در پرسش‌نامه‌ی طرح شده شامل گویه‌هایی اند که موارد زیر را مورد اندازه‌گیری قرار داده‌اند، فهم لازم از کارکرد ژورنالیزم؛ استخدام در رسانه‌ها بر مبنای روابط با نادیده گرفتن معیارهای تخصصی؛ ایجاد محدودیت کاری برای ژورنالیستان متخصص در رسانه‌ها و عدم فهم تخصصی از مسوولیت‌های حرفه‌ای و اجتماعی ژورنالیزم می‌شوند. شاخص تخصص زدایی از ژورنالیزم، به ترتیب آمار توصیفی این متغیر در جدول هشتم نشان داده می‌شود.

جدول ۸- خلاصه‌ی توزیع فراوانی و شاخص آماری تخصص زدایی

متغیر	کاملاً مخالفم		مخالفم		متوسط		موافقم		کاملاً موافقم		وزیرانس
	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	
عدم فهم تخصصی	۷	۸۰.۰	۱۲	۱۳.۳	۲۰	۳۱.۳	۴۷	۴۲.۷	۶۴	۶۴	۱.۳۰۹
کاربر اساس روابط	۳	۴.۷	۷	۲۸.۰	۴۲	۳۶.۷	۵۵	۲۸.۷	۴۳	۴۳	۰.۹۱۸
تخصص زدایی	۱۶	۱۳.۳	۲۰	۱۲.۷	۱۹	۲۶.۷	۴۰	۳۶.۷	۵۵	۵۵	۱.۸۷
کاهش تحصیلات عالی	۱۳	۱۴.۰	۲۱	۱۱.۳	۱۷	۲۴.۷	۳۷	۴۱.۳	۶۲	۶۲	۱.۸۲
از بین رفتن نقش برای افراد متخصص	۷	۵.۳	۸	۸.۰	۱۲	۲۸.۰	۴۲	۵۲.۷	۷۹	۷۹	۱.۲۲

تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت بر ژورنالیزم تخصصی

۱۰۴	۵۷	۳۸۰	۴۷	۳۱۳	۳۰	۲۰۰	۱۲	۸۰	۲	۱۳	عدم آگاهی از مسوولیت اجتماعی
-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	----	---	----	------------------------------

داده‌های به دست آمده در جدول شماره (۸)، نشان می‌دهند که پاسخ‌گویان به تمام سوالات طرح شده پاسخ کاملاً موافقم را با بیش‌ترین درصدی و فراوانی انتخاب کرده‌اند. پاسخ کاملاً موافقم نشان می‌دهد که برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت، موجب تخصص‌زدایی از ژورنالیزم حرفه‌ای شده‌اند. پاسخ‌گویان باور دارند که رابطه‌ی معنادار منفی میان برنامه‌های کوتاه‌مدت و تخصص‌گرایی در ژورنالیزم برقرار است. به هر اندازه زمان آموزش ژورنالیزم توسط برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت، کم‌تر می‌شود به همان اندازه از ژورنالیزم، تخصصی‌زدایی می‌شود و علاقه‌مندی به تحصیلات عالی در این رشته کاهش می‌یابد.

فصل‌نامه‌ی علمی- پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳-۱۷ش

جدول ۹- توزیع فراوانی و شاخص کاهش کیفیت محتوای نشراتی رسانه‌ها

متغیر	کاملاً مخالفم		مخالفم		متوسط		موافقم		کاملاً موافقم		میزان
	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	
کاهش کیفیت	۱	۰.۷	۱۳	۸.۷	۹	۶.۰	۳۶	۲۴.۰	۹۱	۶۰.۷	۰.۹۷۷۱
ضمانت‌کرد ضعیف در مدیریت بحران	۶	۴.۰	۱۲	۸.۰	۱۳	۸.۷	۵۰	۳۳.۳	۶۹	۴۶.۰	۱.۱۰۷۳
عدم شناخت تئوری	۴	۲.۷	۱۰	۶.۷	۲۰	۱۳.۳	۴۴	۲۹.۳	۷۱	۴۷.۳	۱.۱۱۲
عدم تسلط بر ادبیات	۶	۴.۰	۱۰	۶.۷	۲۴	۱۶.۰	۴۶	۳۰.۷	۵۸	۳۸.۷	۱.۲۳۰

جدول (۸) توزیع فراوانی پاسخ‌گویان را برحسب متغیر وابسته (کاهش کیفیت محتوای رسانه‌ها) و ابعاد آن نشان می‌دهد. یافته‌ها حاکی از آن است که بیش‌تر پاسخ‌گویان در چهار سوال مطرح شده و میانگین به دست آمده، به کاهش کیفیت محتوای رسانه‌ها ناشی از برنامه‌های کوتاه‌مدت ژورنالیزم پاسخ کاملاً موافقم ارایه نموده‌اند. درصدی تجمعی این شاخص در گزینه‌ی کاملاً موافقم نشان می‌دهد که اعضای جامعه‌ی آماری نیز، دلیل کاهش کیفیت محتوا در رسانه‌های جمعی را نبود ژورنالیستان متخصص می‌دانند.

جدول ۱۰- توزیع فراوانی و شاخص مهارت‌های تخصص ژورنالیزم

متغیر	کاملاً مخالفم		مخالفم		متوسط		موافقم		میزان		
	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی	فراوانی	درصدی			
آشنایی با تئوری اطلاع‌رسانی	۲	۲.۰	۱۰	۶.۷	۳۵	۲۳.۳	۴۱	۲۷.۳	۶۱	۴۰.۷	۱.۹۲

آشنایی با سلامت دورنالیزم	۰.۷	۱	۶.۰	۹	۲۰.۷	۳۱	۲۴.۷	۳۷	۴۴.۷	۶۷	۰.۹۸۲
------------------------------	-----	---	-----	---	------	----	------	----	------	----	-------

داده‌های به دست آمده از توزیع فراوانی شاخص مهارت تخصص، در جدول (۱۰) نشان می‌دهند که مهارت‌های تخصصی در ژورنالیزم، عامل کلی تاثیرگذار در این رشته نیستند، بلکه موارد مهم دیگری چون آشنایی با تیوری‌های ارتباطات، مهارت‌های جانبی مانند، آشنایی با تکنولوژی، ارتباطات اجتماعی و موارد مهم دیگر هم چنان ارزش مندی خاص دارند.

۳. آزمون نرمال بودن داده‌ها

مفهوم توزیع نرمال در مورد داده‌های پارامتریک صدق می‌کند. داده‌های ناپارامتریک از این نوع توزیع برخوردار نمی‌باشند. توزیع نرمال، توزیعی است که دو انتهای آن باز، واحد سنجش آن انحراف معیار و میانگین آن صفر است (مشتاق و احسانی، ۱۴۰۲: ۱۰۹). سنجش نرمال بودن داده‌ها برای انتخاب روش‌های آماری، جهت دریافت هم‌بستگی میان دو متغیر یا علت و معلول استفاده می‌شود (کریمی، ۱۳۹۴: ۱۲۶). ضریب همبستگی یکی از معیارهای مورد استفاده در تعیین همبستگی دو متغیر است که شدت و جهت رابطه، یعنی مستقیم یا معکوس را نشان می‌دهد. قدر مطلق این ضریب به مثبت یک و منفی یک در نوسان است و در صورت عدم وجود رابطه بین دو متغیر، برابر با صفر می‌باشد (مشتاق و احسانی، ۱۴۰۲: ۱۴۸). بنابراین، سنجش نرمال بودن داده‌ها و استفاده از ضریب همبستگی، نقش مهمی در تحلیل روابط آماری و انتخاب دقیق روش‌های تحلیلی در تحقیق‌های علمی ایفا می‌کند.

فصل نامه‌ی
علمی - پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳ هـ.ش

تاثیر برنامه‌های آموزش کوتاه‌مدت بر ژورنالیزم تخصصی

جدول ۱۱- آزمون نرمال بودن داده‌ها

	سنجش نرمال بودن داده‌ها					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
شاخص تخصص‌زدایی	۰.۱۶۲	۱۵۰	۰.۰۰۰	۹۳۹.	۱۵۰	۰.۰۰۰
شاخص کیفیت محتوا	۰.۱۸۳	۱۵۰	۰.۰۰۰	۸۸۳.	۱۵۰	۰.۰۰۰
شاخص مهارت‌های تجربی	۰.۱۶۵	۱۵۰	۰.۰۰۰	۹۱۷.	۱۵۰	۰.۰۰۰
a. Lilliefors Significance Correction						

با توجه به مشاهده‌ی جدول شماره یازدهم و عدد به دست آمده (P-Val) که تمام آن صفر می‌باشد، این داده‌ها از پراکنش نرمال برخوردار نبوده، از این رو، لازم است برای انجام آزمون‌های آماری از انواع ناپارامتریک استفاده شود. برای سنجش رابطه میان متغیرهای این تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده می‌شود. ضریب اسپیرمن برای آزمون داده‌های غیر نرمال روش معمول است (چروده و فروغ‌زاده، ۱۳۸۹: ۱۵۳). استفاده از ضریب همبستگی اسپیرمن، امکان تحلیل معنادار و دقیق رابطه میان متغیرها را در شرایطی که داده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند، فراهم می‌سازد.

۴. آزمون فرضیه‌ها

برای آزمون فرضیه‌های طرح شده در این تحقیق از ضریب همبستگی اسپیرمن در برنامه‌ی اس‌پی‌اس استفاده شده است. یافته‌های آزمون مذکور در جدول شماره ۱۲ ارائه شده است.

بر اساس یک قاعده‌ی کلی، ضریب همبستگی را می‌توان به شرح زیر تفسیر کرد. (۰) فقدان همبستگی از (۰ - ۰.۱۹) همبستگی ضعیف، از (۰.۴۰ تا ۰.۶۹) همبستگی متوسط) و از (۰.۷۰ تا ۰.۹۹) میان متغیرها همبستگی قوی و وجود می‌داشت باشد (مشتاق و احسانی، ۱۴۰۲: ۱۴۹). با توجه به این قاعده اعداد به دست آمده در (Correlation Coefficient) جدول شماره ۱۲ توضیح داده می‌شوند.

جدول ۱۲- آزمون فرضیه‌ها

آزمون اسپرمن		برنامه‌های کوتاه مدت ژورنالیزم
کاهش کیفیت محتوا	Correlation Coefficient	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
مهارت‌های تخصصی	Correlation Coefficient	.364**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
اساسات ابتدایی ژورنالیزم	Correlation Coefficient	.477**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	144
تخصص‌زدایی از ژورنالیزم	Correlation Coefficient	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
دل‌سردی جوانان به تحصیلات عالی در ژورنالیزم	Correlation Coefficient	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150

فصل نامه‌ی
علمی - پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳

تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت بر ژورنالیزم تخصصی

اعداد به دست آمده از سنجش همبستگی میان متغیرها، نشان‌دهنده‌ی وجود رابطه میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت و ژورنالیزم تخصصی است. با توجه به پرسش‌های مطرح شده و شاخص‌بندی این تحقیق، مشاهده می‌شود که میان کاهش کیفیت محتوای رسانه و برنامه‌های آموزشی، همبستگی قوی و میان برنامه‌های کوتاه‌مدت و مهارت‌های تخصصی، رابطه‌ای در سطح متوسط برقرار است.

۵. بحث و مناقشه

با توجه به مشاهدات جدول (۱۲) نتایج ضریب همبستگی نشان می‌دهد که در تمامی موارد مذکور فرضیه‌های این تحقیق تایید شده است. مطابق اطلاعات به دست آمده، اینک فرضیه‌های ارایه شده در این تحقیق طور زیر توضیح داده می‌شوند.

۵/۱. فرضیه اول

میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و تخصص‌زدایی از ژورنالیزم رابطه وجود دارد. با توجه به P-Val به دست آمده (۰.۰۰۰)، در خصوص این فرضیه، مشخص می‌شود که بین برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و تخصص‌زدایی در ژورنالیزم، رابطه‌ای معنادار، مثبت و قوی وجود دارد؛ یعنی به هر اندازه که فارغ‌شدگان این برنامه‌ها به عنوان خبرنگار در رسانه‌ها به کار گرفته شوند، به همان میزان از ژورنالیزم تخصص‌زدایی می‌شود.

۵/۲. فرضیه دوم

بین کیفیت محتوای رسانه‌ها و برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم رابطه وجود دارد. با توجه به P-Val به دست آمده (۰۰۰)، در خصوص فرضیه دوم این تحقیق، مشاهده می‌شود که بین برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و کیفیت محتوای رسانه‌ها نیز رابطه‌ای معنادار، مثبت و قوی وجود دارد؛ یعنی به هر اندازه که مدت زمان آموزش برای دانشجویان ژورنالیزم افزایش یابد، به همان میزان کیفیت محتوا در رسانه‌ها ارتقا پیدا می‌کند. برعکس، کاهش زمان آموزش در این رشته موجب افت کیفیت محتوای رسانه‌ای خواهد شد.

۵/۳. فرضیه سوم

بین برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و دل‌سردی جوانان نسبت به تحصیلات عالی رابطه وجود دارد. با توجه به P-Val به دست آمده (۰۰۰)، مشاهده می‌شود که بین برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و کاهش علاقه‌مندی جوانان به تحصیلات عالی در این رشته، رابطه‌ای معنادار، مثبت و قوی وجود دارد؛ یعنی به هر اندازه که فعالیت این نهادها در تربیت ژورنالیستان طی دوره‌های کوتاه‌مدت افزایش یابد، به همان میزان علاقه‌مندی به تحصیلات عالی دانشگاهی در حوزه ژورنالیزم کاهش پیدا می‌کند.

نتیجه‌گیری

مقاله‌ی زیر تاثیر برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت را بر ژورنالیزم تخصصی در شهر کابل بررسی کرده است. کارکرد ژورنالیزم در عصر کنونی فراتر از اطلاع‌رسانی و سرگرمی برای مخاطبان است. ژورنالیستان از طریق عمل‌کردهای تخصصی خود می‌توانند افکار عمومی را در مسیرهای مختلف سمت‌وسو دهند. آشنایی و پای‌بندی آنان به اصول تخصصی در ژورنالیزم، بیش از هر زمان دیگر، مخاطبان را متاثر می‌سازد.

در این تحقیق، به مطالعه‌ی رابطه میان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم و ژورنالیزم تخصصی پرداخته شده است. این تحقیق با استفاده از روش کمی پرسش‌نامه‌ای، از طریق نمونه‌گیری هدف‌مند در میان محصلان، استادان روزنامه‌نگاری، خبرنگاران و مدیران رسانه‌ها انجام شده است. مولفه‌های کیفیت محتوای نشراتی رسانه‌ها، تخصص‌گرایی، پایبندی به اصول روزنامه‌نگاری و کاهش علاقه‌مندی جوانان به تحصیلات عالی ژورنالیزم، محور این تحقیق بوده که رابطه‌ی آن‌ها با برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم مورد سنجش قرار گرفته است.

نتایج حاصل از تحلیل استنباطی داده‌ها نشان می‌دهد که در شاخص ضعف عمل‌کرد رسانه‌ها در بحران، (۵۶ درصد) پاسخ‌گویان نظر موافق داشته‌اند. در شاخص عدم تخصص‌گرایی در رسانه‌ها و آشنایی دانش‌آموزان برنامه‌های کوتاه‌مدت تنها با اساسات ژورنالیزم، پایین‌ترین فراوانی مشاهده شده است. فراوانی‌های به دست آمده از تحلیل داده‌ها، فرضیه‌های تحقیق را مورد تایید قرار داده‌اند. پاسخ‌گویان با درجه‌بندی‌های مختلف، تایید کرده‌اند که برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم موجب کاهش کیفیت، عمل‌کرد و تخصص‌گرایی در ژورنالیزم تخصصی شده‌اند.

در این تحقیق هم‌چنین تلاش شده است تاثیر برخی از متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر شغل، درجه‌ی تحصیل و جنسیت نیز در نظر گرفته شود. بر اساس داده‌های تحلیل‌شده، بیش‌ترین فراوانی در متغیر شغل متعلق به استادان

ژورنالیزم بوده که (۶۹ درصد) آنان با تخصص‌زدایی از ژورنالیزم ناشی از آموزش‌های کوتاه‌مدت موافق هستند. همچنین در میان محصلان ژورنالیزم، (۴۳ درصد) با تخصص‌زدایی و کاهش کیفیت محتوای رسانه‌ای ناشی از این آموزش‌ها و نبود تخصص‌گرایی در استخدام ژورنالیستان موافق‌اند. طبق نتایج تحلیل متغیر وابسته در مورد کاهش کارآیی رسانه‌ها در بحران، (۶۰ درصد) پاسخ‌گویان نظر موافق‌ارایه کرده‌اند.

با توجه به این‌که جامعه‌ی امروزی نمی‌تواند از رسانه جدا باشد، برخورداری ژورنالیستان و کارکنان رسانه‌ها از دانش تخصصی، بیش از هر زمان دیگر اهمیت یافته است. رابطه‌ی مستقیم افکار عمومی با رسانه‌ها به اهمیت کارکرد آن‌ها افزوده است. ژورنالیستان زمانی می‌توانند پاسخ‌گوی نیازهای واقعی جامعه، با در نظر گرفتن اصول حرفه‌ای باشند که در کنار مهارت‌های لازم، تحصیلات عالی نیز در این رشته داشته باشند. در ژورنالیزم، برخلاف بسیاری از رشته‌ها، کارکنان این مسلک تنها پاسخ‌گوی صاحبان رسانه و مالکان شبکه‌ی رسانه‌ای نیستند، بلکه افزون بر پایبندی به پالیسی رسانه، متعهد به مسوولیت‌های اجتماعی، قواعد تخصصی و رعایت معیارهای اخلاقی نیز محسوب می‌شوند. عمل‌کرد ژورنالیستان زمانی هم‌راستا با موارد فوق شکل می‌گیرد که اصول تخصصی این رشته را به‌طور کامل و آگاهانه فراگیرند.

یکی از محدودیت‌هایی که محقق برای اثبات فرضیه‌های این تحقیق با آن مواجه بوده، عدم پاسخ‌گویی دانش‌آموزان برنامه‌های آموزشی کوتاه‌مدت ژورنالیزم بوده است. همچنین، برخی از مدیران رسانه نیز حاضر به رایحه پاسخ در خصوص استخدام افراد غیرمتخصص تحت عنوان خبرنگار نبوده‌اند. برای دستیابی به تخصص‌گرایی و حفظ ارزش‌های ژورنالیزم تخصصی، در کنار پوهنتون‌ها، سازمان‌های رسانه‌ای و نهادهای مرتبط با این مسلک باید زمینه‌های کاری لازم برای ژورنالیستان متخصص را فراهم نمایند. توجه به ارزش‌های تخصصی در رسانه‌ها نه تنها مسوولیت اخلاقی صاحبان رسانه محسوب می‌شود، بلکه رسالت آنان در حفظ ارزش‌های این رشته نیز تلقی می‌گردد.

پیش‌نهادهای

تغییرات سریع و در حال وقوع در حوزه‌ی فن‌آوری، بیش‌تر از هر شغل دیگر، کار رسانه‌ای و ژورنالیزم را متاثر ساخته است. فن‌آوری‌های مورد استفاده در رسانه‌ها مانند دوربین‌های عکاسی و فیلم‌برداری، نرم‌افزارهای ویرایش صدا و تصویر، موبایل‌ژورنالیزم و موارد مشابه، ژورنالیستان را ناگزیر می‌سازد پیوسته با این تغییرات حرکت نمایند. برای این‌که خبرنگاران بتوانند از تغییرات روزمره در فن‌آوری‌های کاربردی رسانه بهره‌برند، نیاز است مراکز آموزشی تخصصی فرصت این کار را برای آنان فراهم سازند. از این رو پیشنهاد می‌گردد:

۱) برنامه‌های کوتاه‌مدت ژورنالیزم با توجه به الزام بهره‌گیری از فن‌آوری‌های نوین رسانه‌ای، با استفاده از کادرهای متخصص و مجرب ژورنالیزم در زمینه‌ی آموزش مهارت‌های عملی کارکنان رسانه‌ها متمرکز شوند، نه افرادی که با ادبیات ژورنالیزم ناآشنا هستند.

۲) رسانه‌ها برای انجام مسوولیت‌های اجتماعی خویش، توأم با رایحه‌ی محتوای مخاطب‌پسند، معیارهای تخصصی را برای گزینش کارمندان خود در اولویت قرار دهند.

۳) دانش‌آموزان برنامه‌های کوتاه‌مدت بر اساس علاقه‌مندی‌ای که به این رشته دارند، تلاش نمایند فرصت‌های مناسبی را برای ارتقای سطح تحصیلی خود در پوهنتون‌ها فراهم ساخته، به عنوان فردی متخصص در این حوزه عرض اندام نمایند.

۴) مدیران رسانه‌ها ضمن ارزش‌گذاری به تحصیلات تخصصی کارمندان خویش، به تبعات منفی تخصص‌زدایی که جامعه از آن متأثر خواهد شد، توجه جدی نمایند.

۵) نهادهای دولتی که برای این مراکز جواز فعالیت آموزشی صادر می‌کنند، کادرهای علمی و نصاب آموزشی آنان را به‌صورت تخصصی مورد ارزیابی قرار دهند.

۶) در کنار زمان آموزشی و نصاب درسی این مراکز، افرادی که به عنوان کادر علمی تدریس می‌کنند نیز معمولاً از تحصیلات عالی و ظرفیت علمی لازم در ژورنالیزم برخوردار نیستند. آنان بر اساس تجارب و شهرتی که در رسانه‌ها کسب کرده‌اند، به عنوان استاد در این بخش گماشته می‌شوند. به این مسئله توجه صورت گیرد.

منابع

فصل‌نامه‌ی

علمی - پژوهشی رنا
سال هشتم، شماره‌ی ۴
زمستان ۱۴۰۳ هـ.ش

۱. بیابانی غلام‌حسین و هم‌کاران (۱۳۹۴)، بررسی کارکرد نظریه‌ی مسوولیت اجتماعی رسانه‌ها، فصل‌نامه‌ی توسعه‌ی اجتماعی رسانه‌ها، دوری ۹ شماره‌ی ۴، صص ۱۳۵ - ۱۶۰.
۲. پارتی، دیورا (۱۳۹۳)، آموزش روزنامه‌نگاری، مترجم: حمید رضا زاهدی، اطلاعات، تهران.
۳. پرهیزگار، آقاجانی و افروزی، علی اکبر (۱۳۹۰)، روش‌شناسی تحقیق پیش‌رفته در مدیریت با رویکرد کاربردی، تهران، پوهنتون پیام نور.
۴. حسن آبادی، حمید رضا (بی‌تا)، آمار و روش تحقیق، تهران، مدرسان شریف.
۵. حیدری چروده، مجید و فروغ زاده، سیمین (۱۳۸۹)، رهنمای کاربردی نرم افزار spss با تأکید بر روش تحقیق و آمار، تهران، جامعه‌شناسان.
۶. رندال، دیوید (۱۳۹۳)، ژورنالیزم حرفه‌ای، مترجم: علی اکبر قاضی‌زاده، تهران، ایران.
۷. قاسمی، فرید (۱۳۷۲)، ژورنالیزم حرفه‌ای، دفتر مطالعات و توسعه‌ی رسانه‌ها، تهران.
۸. قدیمی، اکرم و قشقایی، آریتا منوچهری (۱۳۹۴)، چیستی ژورنالیزم علمی، نشریه‌ی نشا علم، سال ششم، شماره‌ی اول، صص ۴۸ - ۵۳.
۹. قندی، حسن (۱۳۷۲)، روزنامه‌نگاری حرفه‌ای، مجموعه مقالات، دفتر مطالعات و توسعه رسانه، تهران.
۱۰. کریمی، رامین (۱۳۹۴)، رهنمای آسان تحلیل آماری با spss، تهران، هنگام.
۱۱. کوچ، بیل و رزنتل، تام (۱۳۸۹)، اصول روزنامه‌نگاری، مترجم: حمید رضا زاهدی، تهران، اطلاعات.
۱۲. مشتاق، سیدعبدالصمد و احسانی، سیدمحمد (۱۴۰۲)، کاربرد آمار در تحقیقات اجتماعی، کابل، واژه.
۱۳. مک‌کوایل دنیس (۱۳۸۸)، درآمدی بر نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی پرویز جلالی، وزارت فرهنگ و ارشاد، تهران، ایران.
۱۴. مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹)، نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران، هم‌شهری.