



A Model for Addressing Media Professionals' Challenges within the Iranian Labor Law Framework: Leveraging Media Capacity

Sepahdar Ahmadian¹  Seyed Ahmad Jafari Klarijani²  Ali Fallah³

1. Ph.D. Candidate, Department of Media Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran. E-mail: 4360962940@iaui.ir
2. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran. E-mail: s.a.jafari@iaui.as.ir
3. Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Noor Branch, Islamic Azad University, Noor, Iran. E-mail: ali.fallah1037@iaui.as.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Objective: This study aimed to develop a comprehensive model for addressing the challenges encountered by media professionals within the framework of the Labor Law of the Islamic Republic of Iran by leveraging media capacity. Given the growing influence of media in shaping public awareness, policy implementation, and labor relations, strengthening the interaction between media institutions and labor regulations has become increasingly significant. The study sought to identify the key dimensions influencing this relationship and to propose a validated conceptual model for improving the implementation of labor law for media practitioners.
Article history: Received: 2 November 2025 Received in revised form: 23 July 2026 Accepted: 29 August 2026 Published online: 29 April 2027	Method: This applied research adopted an exploratory mixed-methods design integrating qualitative and quantitative approaches. Data were collected using a cross-sectional design. In the qualitative phase, thematic analysis was employed to identify the major concepts associated with media capacity and labor law issues. The primary documentary source consisted of the Labor Law of the Islamic Republic of Iran, supplemented by expert opinions. Qualitative participants included media specialists, labor experts from the Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare, and university scholars specializing in media studies, sociology, and labor law. In the quantitative phase, the statistical population comprised 130 experts, including 25 media specialists, 75 labor experts (25 national and provincial officials, 25 county-level managers and specialists, and 25 media officials and practitioners), and 30 university academics. According to the Morgan table, 97 participants were required; to enhance statistical reliability, the sample size was increased to 100 respondents. Qualitative data were analyzed through theoretical coding using MAXQDA, while quantitative analyses were conducted using SPSS 23 and LISREL 8.8. Pearson correlation, structural equation modeling (SEM), and one-sample t-tests were employed to validate the proposed model.
Keywords: Labor Law, Media, Media Management, Media Professionals, Iran	Results: The qualitative analysis identified 61 subcategories, which were organized into six principal themes representing the core components of the proposed model. These themes included: (1) the necessity of media literacy education; (2) the impact of media literacy on media professionals; (3) effective management of media capacity; (4) educational strategies for enhancing media capacity; (5) attention to media policymaking with an emphasis on strengthening media capacity; and (6) improving awareness and skills related to media capacity. The quantitative findings demonstrated satisfactory construct validity and significant relationships among these dimensions. Structural equation modeling confirmed an acceptable model fit, indicating minimal measurement errors and strong explanatory power. Conclusions: The findings indicate that strengthening media literacy, enhancing media capacity, improving policymaking, and developing professional competencies are essential for addressing the challenges faced by media professionals under the Iranian Labor Law. The proposed model demonstrated satisfactory validity and reliability, providing an integrated framework for policymakers, labor authorities, media organizations, and academic institutions. Incorporating media capacity into labor policy development can improve legal awareness, support professional rights, strengthen stakeholder communication, and contribute to more effective implementation of labor regulations affecting media professionals in Iran.

Cite this article: Ahmadian, S., Jafari Klarijani, S.A., & Fallah, A. (2027), A Model for Addressing Media Professionals' Challenges within the Iranian Labor Law Framework: Leveraging Media Capacity, *News Science*, 16 (1), 25-29.

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.555969.1468>



Publisher: Press Institute for Contemporary International Journalism (PICIJ)
© The Author(s) retain the copyright.
DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.555969.1468>



The Journal of News Science
Vol. 16, No. 1, Ser.61, Spring 2027, P. 25- 29
Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>
DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.555969.1468>

Open Access

ORIGINAL ARTICLE

A Model for Addressing Media Professionals' Challenges within the Iranian Labor Law Framework: Leveraging Media Capacity

Sepahdar Ahmadian¹ | Seyed Ahmad Jafari Klarijani ² | Ali Fallah³

4. Ph.D. Candidate, Department of Media Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran. E-mail: 4360962940@iaui.ir
5. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Management, Qaemshahr Branch, Islamic Azad University, Qaemshahr, Iran. E-mail: s.a.jafari@iaui.as.ir
6. Assistant Professor, Department of Management and Accounting, Noor Branch, Islamic Azad University, Noor, Iran. E-mail: ali.fallah1037@iaui.as.ir

Received: November 2, 2025

Accepted: August 29, 2026

EXTENDED ABSTRACT

Introduction:

The rapid expansion of mass media and digital communication has fundamentally transformed the relationship between labor policies, public communication, and professional rights. Media professionals occupy a unique position within society, serving as intermediaries between governmental institutions, policymakers, employers, employees, and the general public. However, despite their critical role, numerous challenges persist regarding the application and implementation of labor laws affecting media practitioners. In the context of the Labor Law of the Islamic Republic of Iran, these challenges include insufficient media literacy, limited institutional capacity, inadequate policy coordination, and weaknesses in public communication concerning labor rights and responsibilities. Recognizing the strategic role of media in promoting legal awareness and facilitating policy implementation, the present study aimed to develop and validate a comprehensive model for resolving the problems faced by media professionals through the effective utilization of media capacity. The study sought to identify the principal dimensions influencing this process and to establish an empirically validated framework capable of supporting policymakers, labor administrators, and media organizations.

Method:

This research was designed as an applied, exploratory mixed-methods study integrating qualitative and quantitative methodologies to achieve a comprehensive understanding of the research problem. Data collection followed a cross-sectional design. The qualitative phase focused on identifying the conceptual foundations of the proposed model through thematic analysis. The principal documentary source consisted of the Labor Law of the Islamic Republic of Iran, which was systematically analyzed alongside expert perspectives. Participants in the qualitative phase included media professionals, labor experts affiliated with the Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare, and university scholars specializing in media studies, sociology, and labor law.

Following the qualitative exploration, the quantitative phase was conducted to evaluate the validity and reliability of the proposed conceptual model. The statistical population comprised 130 experts distributed across three principal groups: 25 media specialists; 75 labor experts, including 25 national and provincial officials, 25 county-level managers and specialists, and 25 media managers and practitioners; and 30 university faculty members with expertise in media, sociology, and labor law. Based on the Morgan sampling table, a minimum sample size of 97 participants was required. To enhance statistical precision and compensate for possible incomplete responses, the final sample size was increased to 100 respondents.

Qualitative data analysis was performed through theoretical coding using MAXQDA software, enabling the systematic identification and categorization of themes. Quantitative analyses were carried out using SPSS version 23 and LISREL version 8.8. Statistical procedures included descriptive statistics, Pearson correlation coefficients, structural equation modeling (SEM), and one-sample t-tests. These analytical techniques were employed to examine the relationships among the identified variables, assess construct validity, evaluate measurement reliability, and determine the overall goodness-of-fit of the proposed structural model.

Findings:

The qualitative analysis generated a comprehensive conceptual structure consisting of 61 subcategories, which were subsequently synthesized into six overarching themes representing the principal dimensions of the proposed framework. These six themes were identified as:

- (1) the necessity of media literacy education;
- (2) the influence of media literacy on media professionals;
- (3) management of media capacity;
- (4) educational initiatives for strengthening media capacity;
- (5) consideration of media policymaking processes with a focus on enhancing media capacity;
- and (6) development of awareness and professional competencies related to media capacity.

The quantitative findings provided strong empirical support for the proposed conceptual framework. Pearson correlation analyses indicated statistically significant relationships among the principal variables. Structural equation modeling demonstrated satisfactory factor loadings across the identified constructs, confirming acceptable convergent validity and internal consistency. Model fit indices indicated that the overall structural model achieved an acceptable level of goodness-of-fit, while measurement errors associated with the latent constructs remained minimal. The one-sample t-test further confirmed that the identified dimensions significantly contributed to explaining the challenges experienced by media professionals within the labor law framework.

Among the identified dimensions, media literacy emerged as a particularly influential factor, emphasizing the importance of educating media practitioners regarding labor regulations, professional ethics, legal rights, and communication strategies. Likewise, effective management of media capacity and systematic policymaking were found to play essential roles in strengthening institutional performance and facilitating cooperation among governmental organizations, labor authorities, academic institutions, and media organizations. Educational initiatives aimed at enhancing media capacity were also identified as fundamental mechanisms for improving professional competence and increasing the effectiveness of labor law implementation.

Conclusion:

The findings demonstrate that addressing the challenges encountered by media professionals under the Labor Law of the Islamic Republic of Iran requires a multidimensional and integrated approach that combines legal knowledge, media literacy, institutional capacity building, strategic policymaking, and professional skills development. The proposed model exhibited satisfactory construct validity, reliability, and overall structural fit, indicating that it provides a scientifically robust framework for understanding and addressing the complex interactions between media systems and labor law implementation.

The validated model offers several practical implications for policymakers, government agencies, labor organizations, educational institutions, and media professionals. By emphasizing continuous media literacy education, strengthening organizational capacity, improving communication between stakeholders, and integrating media considerations into labor policymaking, the framework can contribute to more effective implementation of labor regulations, greater protection of professional rights, enhanced public awareness, and improved institutional performance. Furthermore, the model provides a useful foundation for future research examining media governance, labor policy implementation, and the broader relationship between communication systems and employment regulations.

Overall, the study concludes that systematic investment in media capacity development and evidence-based policymaking can significantly improve the effectiveness of labor law

implementation for media professionals. The proposed framework represents a reliable and applicable model that may serve as a valuable reference for future policy development, organizational planning, academic research, and professional practice in the fields of media management, labor law, and public policy.

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:

- Abadati, N., et al. (2024). The impact of social media use on journalists' work performance. *News Science*, 10(40), 87–113. (In Persian)
- Adoharii, H. R., et al. (2022). Investigating the relationship between media managers in Arab countries and journalists in providing job security and wages (Doctoral thesis). Durham University.
- Asadi, A., et al. (2024). Government obligations to provide and guarantee the right to human dignity in the media. *News Science*, 20, 145–164. (In Persian)
- Beheshti, J. (2000). Industrial relations and labor relations. Tehran: Amin Publications, 139–150. (In Persian)
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Code of Labor Laws of the Islamic Republic of Iran. (n.d.). (In Persian)
- Darabi, A., & Razavi, M. (2021). An investigation of models for determining wages and salaries. *Labor Management Journal*, 87(3), 23–29. (In Persian)
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Fallah, A., & Gholipour Marzbali, R. (2022). Essentials of Islamic ethics in media management. In *Proceedings of the 7th National Conference on Innovation and Research in Management, Psychology, and Education*, 13–14. (In Persian)
- Farhangi, A., et al. (2023). An analytical study of professional relations in media ethics (Master's thesis). Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. (In Persian)
- Gholipour Marzbali, R., & Dehnadi, N. (2015). Ethical orientation in the activities of commercial and international affairs managers of news agencies and reputable domestic media with an approach to journalists' wages and salaries. In *Proceedings of the 2nd Conference on Management and New Ethical Findings*. Tehran, Iran, 12. (In Persian)
- Hasanpour Haskouei, M., et al. (2024). The role of managers' communication skills in employees' job satisfaction: A meta-analysis of previous studies. *News Science*, 14(4), 284–304.
- Jafari, Z., & Tavana, M. (2016). Examination of the status of professional ethics relations in labor laws. In *Proceedings of the 2nd Conference on Professional Labor Relations*. Mashhad, Iran. (In Persian)
- Labor Law of the Islamic Republic of Iran. (1990). Tehran: Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare, 17–18. (In Persian)
- Loo, K. Y. (2020). The cost of wages and salaries represents the share of labor in the production of products. *Journal of Business Ethics*, 161, 161–178.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Moradi, M., & Fallah, A. (2023). Presenting an appropriate model for traffic culture promotion in Tehran with an ethics-oriented approach (Doctoral dissertation). Islamic Azad University, Qaemshahr Branch, Qaemshahr, Iran, 89–90. (In Persian)
- Rikarduo, M., et al. (2012). Labor wages and long-term job security in German jobs. In *Berkeley Conference on Labor Economics* (p. 3). Berkeley, CA.
- Saberi, R., & Haghighatpour, M. A. (2012). Journalists' rights from the perspective of Imamiyyah jurisprudence. *Teachings of Civil Jurisprudence*, (5), 45–48, Spring & Summer. (In Persian)
- Shahid Zadeh, P., & Asadi, A., et al. (). Genealogy of the changes in the «#Me-too» social movement on Instagram, *News Science*, 2(13), 21–40, <https://doi.org/10.22034/Irsi.2024.462626.1194> (In Persian)
- Social Security Law. (1975). Tehran: Social Security Organization, 9. (In Persian)

ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه ای در قانون کار ایران با استفاده از ظرفیت رسانه

سپهدار احمدیان^۱ | سید احمد جعفری کلاریجانی^۲ | علی فلاح^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران. رایانامه: 4360962940@iau.ir

۲. استادیار، گروه مدیریت، واحد قائمشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، قائمشهر، ایران. (نویسنده مسئول)، رایانامه: s.a.jafari@iau.as.ir

۳. استادیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، نور، ایران. رایانامه: ali.fallah1037@iau.as.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۸/۱۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۵/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۶/۷ تاریخ انتشار: ۱۴۰۶/۲/۹ کلیدواژه‌ها: قانون کار، رسانه، مدیریت رسانه، فعالان رسانه ای، ایران.	هدف: پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی برای حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در قانون کار جمهوری اسلامی ایران با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه انجام شد. این تحقیق کاربردی، آمیخته (کیفی-کمی) و اکتشافی است. روش پژوهش: گردآوری داده‌ها مقطعی بود. در بخش کیفی از تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش توصیفی - همبستگی استفاده شد. منبع اصلی داده‌ها قانون کار کشور بود. جامعه آماری کیفی شامل متخصصان رسانه، خبرگان وزارت کار و دانشگاهیان بود. جامعه کمی نیز ۱۳۰ نفر بود: ۲۵ متخصص رسانه، ۷۵ خبره کار (۲۵ مسئول کشوری و استانی، ۲۵ مدیر و کارشناس شهرستانی، ۲۵ مسئول و فعال رسانه) و ۳۰ خبره دانشگاهی در حوزه‌های رسانه، جامعه‌شناسی و حقوق کار. بر اساس جدول مورگان ۹۷ نفر انتخاب و به ۱۰۰ نفر افزایش یافتند. تحلیل کیفی با کدگذاری نظری در Maxqda و تحلیل کمی با SPSS-V23 و Lisrel-v8.8 از طریق همبستگی پیرسون، معادلات ساختاری و آزمون تی تک‌نمونه‌ای انجام شد. یافته‌ها: با توجه به استخراج ۶۱ مقوله فرعی و ۶ مقوله لزوم آموزش سواد رسانه‌ای، تأثیر سواد رسانه‌ای بر فعالان رسانه‌ای، مدیریت ظرفیت رسانه، آموزش افزایش ظرفیت رسانه، توجه به فرایند خط مشی‌گذاری رسانه‌ای با رویکرد ارتقای ظرفیت رسانه، آگاهی مهارت ظرفیت رسانه‌ای، پذیرش قابل‌قبولی را در مدل به وجود آورده که خطای ناشی از سازه در آن به حداقل رسیده است. نتیجه‌گیری: مدل ارائه‌شده از پذیرش مناسب برخوردار بوده و خطای سازه‌ها در آن به حداقل رسیده است، بنابراین می‌تواند به عنوان چارچوبی کارآمد در حل مسائل فعالان رسانه‌ای در قانون کار کشور مورد استفاده قرار گیرد.



استناد: احمدیان، سپهدار؛ جعفری کلاریجانی، سید احمد؛ و فلاح، علی. (۱۴۰۶). ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه ای در قانون کار ایران با استفاده از ظرفیت رسانه، فصلنامه

علوم خبری، ۱۶ (۱)، ۱۱۷-۱۳۷.

DOI : <http://doi.org/10.22034/Irsi.2026.555969.1468>



© نویسندگان.

ناشر: موسسه مطبوعاتی روزنامه نگاری بین‌المللی معاصر.

مقدمه

بدون شک یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های شاغلان در بخش‌های مختلف، به‌ویژه فعالان رسانه‌ای، آگاهی از حقوق قانونی خود در محیط کار است. لازمه این آگاهی، اشراف فعالان این عرصه بر قوانین کار است تا از این طریق بتوانند ضمن شناخت حقوق قانونی خود، آن را از مجاری قانونی و ذی‌ربط پیگیری و مطالبه کنند. از سوی دیگر، در نظام حقوقی کار، ضرورت آگاهی از قوانین زمانی بیش از پیش آشکار می‌شود که کارفرما از پرداخت مزایای پیش‌بینی‌شده در قانون کار به کارگر امتناع کند و کارگر نیز به دلیل بی‌اطلاعی از مقررات مربوطه از پیگیری مطالبات خود منصرف شود (قانون کار جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۹). در این میان یکی از پرسش‌های اساسی که معمولاً مطرح می‌شود این است که چه کسانی مشمول قانون کار هستند. علت طرح این پرسش آن است که برای افراد مشمول قانون کار مجموعه‌ای از حقوق و امتیازات در نظر گرفته شده است که می‌تواند موجب امنیت شغلی و اطمینان خاطر کارگران و شاغلان گردد. از ویژگی‌های بارز قانون کار، شفاف بودن بسیاری از مقررات و شرایط برای کارگران و کارفرمایان است؛ به‌گونه‌ای که در صورت بروز اختلاف یا مشکل، با استناد به قوانین موجود امکان حمایت از حقوق کارگران و مشمولان قانون کار فراهم می‌شود.

با این حال، در حوزه قانون کار به‌ویژه در زمینه فعالیت خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای، چالش‌ها و ابهامات متعددی وجود دارد. مسائلی مانند نحوه دادرسی در مراجع حل اختلاف کار، شرایط شمول قانون کار بر رابطه کاری، حقوق و دستمزد کارگران، انواع قرارداد کار و شرایط حاکم بر آن، سختی کار و مواردی از این قبیل از جمله موضوعاتی هستند که همچنان با ابهام و اختلاف نظر همراه‌اند. در برخی موارد نیز اجرای مقررات به‌صورت سلیقه‌ای صورت می‌گیرد. از دیدگاه فعالان کارگری و صاحب‌نظران این حوزه، قانون کار به دلایل مختلف با مشکلات و ابهاماتی روبه‌رو شده و در برخی موارد نمی‌تواند به‌طور کامل از حقوق کارگران حمایت کند (حسینی، ۱۳۹۸). برای مثال، برخی مواد این قانون به گونه‌ای تدوین شده‌اند که امکان تفسیرهای متفاوت را فراهم کرده و همین امر گاه زمینه سوءاستفاده یا تفسیر به نفع برخی طرف‌ها را فراهم می‌کند.

از دیگر مسائلی که قانون کار با آن مواجه است، موضوع مستثنی‌سازی برخی مشاغل و محیط‌های کاری از شمول این قانون است؛ بدین معنا که برخی فعالیت‌ها و کارگاه‌ها از دایره شمول قانون کار خارج شده و مشمول مقررات خاص دیگری هستند. برای نمونه، مطابق بند یک ماده ۲ قانون تأمین اجتماعی، بیمه‌شده شخصی است که رأساً مشمول مقررات تأمین اجتماعی بوده و با پرداخت حق بیمه از مزایای مقرر در این قانون بهره‌مند می‌شود (قانون تأمین اجتماعی، ۱۳۵۴). از سوی دیگر، بر اساس ماده ۱۴۸ قانون کار، کارفرمایان کارگاه‌های مشمول این قانون مکلف‌اند کارگران واحد خود را طبق مقررات قانون تأمین اجتماعی بیمه کنند.

بر این اساس، هرچند مطابق ماده ۱۴۸ قانون کار تمامی افرادی که مشمول این قانون هستند باید تحت پوشش مقررات تأمین اجتماعی قرار گیرند، اما همه اشخاصی که مشمول قانون تأمین اجتماعی هستند لزوماً مشمول قانون کار نیستند. به‌ویژه آنکه بخش قابل توجهی از بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی تابع مقررات استخدامی خاص می‌باشند. (جهانگیر، ۱۳۸۸) در بسیاری از محیط‌های کاری نیز ممکن است دو نفر در یک شغل مشابه فعالیت کنند اما شرایط شمول قانون کار در مورد آن‌ها متفاوت باشد.

برای مثال، ممکن است گروهی از فعالان رسانه‌ای در محیطی مشغول به کار باشند که تمامی شاغلان آن از اعضای یک خانواده یا بستگان درجه یک مانند والدین و فرزندان باشند. در چنین شرایطی رابطه کاری میان آنان مشمول قانون کار نخواهد بود؛ اما اگر فردی خارج از اعضای خانواده در همان محیط مشغول به کار شود، کارگاه مذکور می‌تواند مشمول قانون کار تلقی شده و رعایت تمامی مقررات مربوط به این قانون الزامی خواهد شد.

به جرأت می‌توان گفت امروزه به جز معدودی از سازمان‌ها، بیشتر قراردادهای فعالان رسانه‌ای به‌صورت شفاهی یا توافقی منعقد می‌شود. حتی در مواردی که قرارداد کتبی نیز منعقد می‌شود، عواملی همچون تعطیلی مؤسسات رسانه‌ای یا نبود بازار مناسب برای فعالیت رسانه‌ای موجب می‌شود این قراردادها نیز با عدم ثبات مواجه شوند و امنیت شغلی فعالان این حوزه را با

چالش‌های جدی روبه‌رو کنند (Deuze, 2005). برای مثال، بسیاری از قراردادهای روزنامه‌نگاران با اشخاص حقیقی یا مدیران رسانه‌ها به صورت شفاهی منعقد می‌شود و آمار دقیقی از قراردادهای کار در مطبوعات وجود ندارد.

از سوی دیگر، بسیاری از قراردادهای منعقد در رسانه‌ها توافقی است و به دلیل نیاز مالی، فعالان رسانه‌ای ناچار به پذیرش این شرایط می‌شوند. این وضعیت تا حد زیادی متأثر از شرایط اجتماعی و اقتصادی جامعه است. برخی کارفرمایان نیز با این استدلال که ورود به عرصه رسانه نیازمند سال‌ها آموزش و تجربه است، پرداخت حداقل‌های پیش‌بینی شده در قانون کار را ضروری نمی‌دانند. هرچند این دیدگاه نمی‌تواند نافی حقوق قانونی فعالان رسانه‌ای باشد، اما در عمل بسیاری از آنان را با مشکلات معیشتی و شغلی مواجه کرده است.

در بسیاری از موارد کارفرمایان ترجیح می‌دهند به جای انعقاد قراردادهای بلندمدت، از نیروهای رسانه‌ای به صورت حق‌التحریر یا پروژه‌ای استفاده کنند. این امر موجب شده است که حرفه روزنامه‌نگاری و فعالیت رسانه‌ای از ثبات شغلی لازم برخوردار نباشد و بسیاری از فعالان این حوزه ناچار شوند شغل خود را به عنوان شغل دوم یا سوم در نظر بگیرند (McQuail, 2010).

قانون کار به عنوان یکی از مهم‌ترین قوانین حمایتی، با هدف حمایت از کارگران و تنظیم روابط میان کارگر و کارفرما تدوین شده است. با این حال در بسیاری از موارد فعالان رسانه‌ای با مشکلاتی همچون عدم پرداخت حقوق و مزایا، نبود بیمه، قراردادهای موقت و فقدان امنیت شغلی مواجه هستند.

با وجود آنکه بسیاری از مشکلات فعالان رسانه‌ای در حوزه قانون کار ماهیتی حقوقی، اجرایی و اقتصادی دارند، نقش رسانه در حل یا کاهش این چالش‌ها قابل توجه است. رسانه‌ها به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای تولید و انتشار اطلاعات می‌توانند از طریق افزایش آگاهی حقوقی فعالان رسانه‌ای نسبت به قوانین کار، تبیین حقوق و تکالیف کارگران و کارفرمایان، و انعکاس مسائل و مشکلات شغلی این قشر در سطح عمومی، زمینه تقویت مطالبه‌گری و پیگیری حقوق قانونی را فراهم کنند. علاوه بر این، رسانه‌ها قادرند با طرح مسائل مرتبط با قراردادهای کاری، بیمه، امنیت شغلی و شرایط کاری فعالان رسانه‌ای، توجه نهادهای سیاست‌گذار و دستگاه‌های اجرایی را به این مسائل جلب کرده و بستر لازم برای اصلاح رویه‌ها و سیاست‌های مرتبط را فراهم آورند. از این منظر، ظرفیت رسانه صرفاً به کارکرد اطلاع‌رسانی محدود نمی‌شود، بلکه می‌تواند به عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی حقوقی، ایجاد گفتمان عمومی، تقویت همبستگی صنفی و تسهیل ارتباط میان فعالان رسانه‌ای، نهادهای صنفی و نهادهای سیاست‌گذار عمل کند (Castells, 2013). همچنین مطالعات اخیر نشان داده‌اند که کیفیت مدیریت رسانه و مهارت‌های ارتباطی مدیران تأثیر مستقیمی بر رضایت شغلی، انگیزش و عملکرد کارکنان رسانه دارد. بنابراین، ارتقای ظرفیت مدیریتی و ارتباطی در سازمان‌های رسانه‌ای می‌تواند زمینه‌ساز بهبود شرایط حرفه‌ای فعالان رسانه و افزایش اثربخشی عملکرد آنان باشد (حسن‌پور حسکویی و همکاران، ۱۴۰۳).

در چنین شرایطی بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در آگاهی‌بخشی، آموزش حقوقی و مطالبه‌گری در حوزه حقوق کار ایفا کند. در این پژوهش، «ظرفیت رسانه» به مجموعه توانمندی‌ها و قابلیت‌های رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای در تولید، تحلیل، انتشار و به‌کارگیری محتوای رسانه‌ای با هدف آگاهی‌بخشی، آموزش حقوقی، شناسایی مشکلات حوزه روابط کار، ایجاد شبکه‌های ارتباطی و تقویت مطالبه‌گری اجتماعی اطلاق می‌شود.

این ظرفیت می‌تواند از طریق ابزارهایی همچون آموزش و اطلاع‌رسانی، ارتقای سواد رسانه‌ای، مستندسازی مسائل کارگری، ایجاد ارتباط میان نهادهای رسمی و غیررسمی و حمایت متقابل فعالان رسانه‌ای به شناسایی و پیگیری مشکلات حقوقی آنان کمک کند. از منظر نظری، ظرفیت رسانه تنها به کارکرد اطلاع‌رسانی محدود نمی‌شود، بلکه شامل مجموعه‌ای از قابلیت‌های ارتباطی، آموزشی و اجتماعی رسانه‌ها در جهت شکل‌دهی به آگاهی عمومی و تسهیل کنش جمعی است. رسانه‌ها می‌توانند از طریق افزایش دانش حقوقی فعالان رسانه‌ای، فراهم کردن بسترهای گفت‌وگو و تبادل تجربه، مستندسازی مشکلات و انتشار مطالبات صنفی، به بهبود وضعیت حقوقی و شغلی این گروه کمک کنند.

با توجه به مطالب فوق و با در نظر گرفتن خلأهای موجود در زمینه شناخت و حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در حوزه قانون کار، پژوهش حاضر با هدف ارائه مدلی برای حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در چارچوب قانون کار جمهوری اسلامی ایران و با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه انجام شده است.

از جنبه‌های کمتر بررسی شده این مسئله نیز می‌توان به موضوعاتی مانند حکمرانی و سیاست‌گذاری در حوزه رسانه، قانون‌گذاری و اجرای قوانین مرتبط با کار، آموزش و توانمندسازی فعالان رسانه‌ای، نوع و شیوه تنظیم قراردادهای کاری، میزان تخصص و حوزه فعالیت حرفه‌ای، تناسب حقوق و دستمزد با عملکرد و همچنین نحوه اجرای مصوبات قانونی در سازمان‌های مرتبط از سوی کارگران، کارفرمایان و نهادهای حمایتی مانند وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و سازمان‌های بیمه‌گر اشاره کرد. مدل ارائه شده در این پژوهش، یک مدل مداخله‌ای مبتنی بر ظرفیت رسانه است که هدف آن تبیین چگونگی بهره‌گیری از توانمندی‌های رسانه‌ای برای کاهش و حل مشکلات شغلی فعالان رسانه‌ای در چارچوب قانون کار است. این مدل نه صرفاً یک الگوی خط‌مشی‌گذاری، بلکه چارچوبی تلفیقی است که در آن نقش رسانه در سه سطح «آموزش و توانمندسازی فعالان رسانه‌ای»، «آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی عمومی» و «تقویت مطالبه‌گری و اثرگذاری بر فرایندهای خط‌مشی‌گذاری» مورد توجه قرار می‌گیرد. بر این اساس، مدل پیشنهادی نشان می‌دهد که چگونه ارتقای سواد رسانه‌ای و توسعه مهارت‌های ظرفیت رسانه‌ای می‌تواند زمینه شکل‌گیری کنش جمعی، طرح مطالبات صنفی و در نهایت بهبود وضعیت حقوقی و شغلی فعالان رسانه‌ای را فراهم آورد. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر ارائه یک مدل مداخله رسانه‌ای برای بهره‌گیری از ظرفیت رسانه در جهت شناسایی، طرح و پیگیری مشکلات شغلی فعالان رسانه‌ای در چارچوب قانون کار است.

مرور ادبیات پژوهش

پیدایش قانون کار در ایران به دوره مشروطه باز می‌گردد. نخستین متنی که در ارتباط با مسائل کارگران صادر شد فرمان والی ایالت کرمان و سیستان و بلوچستان درباره حمایت از کارگران کارگاه‌های قالی‌بافی در آذرماه سال ۱۳۰۲ است. برای نخستین بار در دوره نخست وزیری دکتر محمد مصدق، در لایحه قانون مطبوعات مصوب ۱۵ بهمن ۱۳۳۱ وضع حقوق قانونی در قالب کار حرفه‌ای و حقوق حرفه‌ای خبرنگاران در ایران پدید آمده است و در ماده ۱۴ این قانون پیش‌بینی شده است "وزارتخانه‌های، فرهنگ، کشور و دادگستری مکلفند نسبت به شرایط حقوق و امتیازات خبرنگاران و مخبرین عکس...آیین نامه لازم را تهیه و به هیئت وزیران پیشنهاد نمایند" در پی تصویب این لایحه تحت تأثیر اوضاع سیاسی بحرانی وقت ایران و زمان کوتاه نخست وزیری مصدق تا کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲ ظاهراً وقت مناسبی جهت تنظیم و تدوین آن فراهم نشد و البته تا ۱۳۳۴ همین ماده عیناً حفظ گردید و تغییراتی اعمال نگردید.

پس از انقلاب، قانون کار کشور در سال ۱۳۶۸ از سوی مجلس شورای اسلامی تصویب شد که اختلاف نظرهایی بین شورای نگهبان و مجلس شورای اسلامی در برخی از مواد قوانین اداره کار به وجود آمد. در نهایت قانون اداره کار در سال ۱۳۶۹ با اصلاح و تتمیم مواد دیگر توسط مجمع تشخیص مصلحت نظام به تصویب نهایی رسید.

کتاب قانون کار که شامل ۲۰۳ ماده و ۲۱ تبصره بوده و در ۱۲ فصل تنظیم شده است، شامل ماده‌های قانونی مهمی برای کارگران است که عدم آگاهی از آن در هنگام بستن قرارداد کاری شروع فعالیت می‌تواند مشکلات جدی و بعضاً غیرقابل جبرانی را ایجاد کند و باعث شود کارگر از حقوق بدیهی و قانونی خود محروم شود.

پژوهش‌های جدید نشان داده‌اند که استفاده هدفمند از رسانه‌های اجتماعی موجب افزایش بازده کاری خبرنگاران، تسهیل تبادل اطلاعات، بهبود ارتباطات حرفه‌ای و ارتقای کارآمدی سازمان‌های رسانه‌ای می‌شود. از این رو، توسعه ظرفیت‌های رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در حل چالش‌های حرفه‌ای فعالان رسانه ایفا کند (عباداتی و همکاران، ۱۴۰۳).

فرهنگی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی پیرامون مساله حقوق و دستمزد اهالی رسانه با رویکرد بررسی قانون اساسی دریافتند نظام حکمرانی و دولتی ایران خارج با رویکرد اسلامی و تصویب قوانینی در مجلس شورای اسلامی در قالب قانون کار همه فعالیت‌های کاری اهالی رسانه به ویژه خبرنگاران را به نوعی در قالب قوانین کارگری و کارفرمایی می‌بیند و با ارائه پیشنهاداتی

بر گرفته از تحقیقات خود اذعان کردند بهتر است بر اساس نوع شیوه و مدت کار خبری و شرایط سختی کار قوانین مرتبط و تخصصی حمایتی در این زمینه بنا بر ضرورت به صورت ویژه و ضروری تدوین و مورد تایید مجلس و سپس اجرای سازمان های حمایتی مربوطه قرار گیرد.

مرادی و فلاح (۱۴۰۲) در پژوهشی که بر اساس رساله ای با عنوان بررسی فرهنگ رسانه ای و ترافیک شهر تهران صورت پذیرفت که در آن رویکرد اخلاق محوری و فرهنگ سازی رسانه ای مورد توجه قرار دارد در یکی از فرضیات به این نتیجه رسیدند که اخلاق محوری در تمام سطوح در بین اقشار مختلف به ویژه روابط کارگری و کارفرمایی می تواند در تأمین امنیت شغلی، رفتاری، فرهنگ اجتماعی و به ویژه فرهنگ رانندگی و امنیت اجتماعی مؤثر باشد چرا که امنیت روای شغلی می تواند بر همه عوامل فوق الذکر اثربخشی مستقیمی داشته باشد.

دارابی و رضوی (۱۴۰۰) در پژوهشی با رویکرد بررسی مدل های تعیین حقوق و دستمزد دریافتند که باید برای هر صنفی از مشاغل کارگری و حتی بسته به نوع تحصیلات و تخصص حقوق و مزایای مناسبی تدوین گردد و این موضوع به صورت مستقیم بر عملکرد کارگری اثربخش بوده و زندگی و امنیت شغلی کارگر را تحت تاثیر خود قرار می دهد.

مرکز پژوهش های مجلس شورای اسلامی (۱۳۹۵) در تحقیقی با موضوع ضرورت حمایت از حقوق خبرنگار با به این نتیجه رسیدند که باید تعریف مشخصی به صورت تخصصی و حرفه ای برای خبرنگاران، عکاسان، فعالین فضای مجازی، انتشاردهندگان رسانه ای چه در حوزه مکتوب و چه بستر اینترنتی انجام و بر اثر این تعاریف و کارکرد حقوق و دستمزد و مباحث حمایتی مانند بیمه تعریف گردد، از سوی به این نتیجه نیز رسیدند که انجمن صنفی در قالب نهاد متمرکز غیردولتی با نظارت دولت و سازمان مربوطه می تواند راهگشای برخی از مباحث باشد.

قلی پور مرزبالی و دهنادی (۱۳۹۴) در پژوهشی با رویکرد بررسی اخلاقی محوری در فعالیت مدیران بازرگانی و امور بین الملل خبرگزاری ها و رسانه های معتبر داخلی با رویکرد حقوق و دستمزد خبرنگاران تحت پوشش که از بین ۱۰۵ خبرنگار با تهیه پرسشنامه استاندارد در زمینه حقوق و دستمزد به این نتیجه رسیدند که خبرنگاران به دلیل فرسایشی بودن این شغل نیاز به توجهات و دستمزدهای بیشتری نسبت به حداقل دستمزد کارگری دارند و از سویی تأمین امنیت شغلی از سوی کارفرما جزو دغدغه های اصلی این طیف محسوب می شود.

صابری و حقیقت پور (۱۳۹۱) در تحقیقی با نگاه کاوشی در حقوق خبرنگار از منظر فقه امامیه اذعان کردند با توجه به عصر ارتباطات و لزوم پاسخگویی فقه به مسائل جامعه، بررسی حقوق خبرنگار از اهمیت ویژه ای برخوردار است. نوشتار حاضر با نگاهی به قانون مطبوعات، حقوق خبرنگار مانند آزادی اطلاع رسانی، امنیت جانی و مصونیت کیفری را مورد بررسی و تحلیل فقهی قرار می دهد. در این مقاله ثابت شده که برای تحقق اطلاع رسانی اسلامی این امور شرط لازم و حداقل است و تا رسیدن به «رسانه دینی» فاصله بسیار است.

الدوری و سیکان (۲۰۲۲) با بررسی روابط بین مدیران رسانه های کشورهای عربی با خبرنگاران در تأمین امنیت شغلی و دستمزد با مصاحبه و توضیح پرسشنامه های الکترونیکی برای خبرنگاران و فعالین رسانه که به ۱۵۸ پرسشنامه با پاسخ کامل دست یافتند و نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل کمی و کیفی این پرسشنامه ها در ابعاد، امنیت شغلی، حقوق و دستمزد، امکانات رفاهی، ساختار سازمانی، ارتباطات درون و بیرون سازمانی و رضایت از مسئولان بالادستی دریافتند با توجه به جنگ های مختلف در دهه های اخیر در کشورهای عربی، تغییر وضع زندگی و معیشت مردم این کشورها و نبودن قوانین منسجم در حوزه فعالیت رسانه ای و عدم حمایت مناسب سازمانهای بین المللی و کشورهای عربی شرایط نامناسبی برای فعالین این عرصه وجود دارد که باید به صورت ویژه به آن رسیدگی کرد.

لو و همکاران (۲۰۲۰) با ارائه مقاله ای در مورد عملکرد سازمان های حمایتی کشور چین از رسانه ها و خبرنگاران که از بررسی ۲۱۱ رسانه محلی و غیر محلی و ۸ سازمان حمایتی مرتبط با این قشر به این نتیجه رسیدند که حمایت های مناسب و مؤثر به ویژه در زمینه امنیت شغلی می تواند ارتباط مؤثری بر زندگی شخصی و شغلی افراد داشته باشد و از سوی دیگر تأمین امنیت شغلی با دستمزد بالا می تواند سبب فعالیت اثربخش تر اهالی رسانه گردد به طوری که ۶۸ درصد از خبرهای مهم و تاثیر گذار در سه ساله

سالهای ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ مربوط به خبرنگارانی بوده است که از دستمزدهای بیشتری نسبت به سایر خبرنگاران برخوردار بوده‌اند و با تمرکز بیشتری بر روی سوژه‌های خبری خود اشراف یافته اخبار و اطلاع رسانی مناسبی را انجام داده‌اند. ریکاردو و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی برای سازمان کار آلمان دریافتند حقوق و دستمزد کارگری و امنیت شغلی در بلندمدت و با افزایش میزان جمعیت کاهش می‌یابد زیرا تقاضا برای کار افزایش خواهد یافت لذا کارفرمایان و سندیکاهای کارفرمایی اجازه افزایش حقوق‌ها را بر اساس نرخ تورم نمی‌دهند تا بتوانند شرایط مناسبتری برای خود فراهم آورند و این موضوع اعتماد رابطه کارگر و کارفرما را کاهش خواهد داد.

با توجه به اینکه پژوهش حاضر با تشریح مهمترین مشکل فعالان حوزه رسانه که به دلیل بی‌اطلاعی فعالان این عرصه از قانون کار و به تبع آن محروم شدن از حقوق قانونی خود نوشته شده است می‌باشد؛ لذا از این جهت مورد مشابهی از لحاظ موضوع و ارائه مدل جهت پیشگیری و حل این مسأله در پایان‌نامه‌ها، رساله‌ها، کتب مختلف به صورت مستقیم وجود نداشته و به آن اشاراتی بسیار ناچیز و گذرا شده است و از سویی در مقالات و یادداشت‌های مختلف فقط کلیتی از این موضوع بیان و هیچگونه مدلی جهت حل مساله وجود ندارد؛ لذا این پژوهش و ارائه مدل محقق یافته با استفاده نظر صاحب‌نظران و خبرگان جزء پژوهش‌های جدید و نوآورانه محسوب می‌گردد که امید می‌رود با آشنا نمودن فعالان رسانه با مدل مورد اشاره بتواند گام مفیدی در وضعیت ثبات، امنیت شغلی و همچنین احقاق حقوق آن‌ها بردارد.

چارچوب نظری پژوهش

برای تبیین نقش رسانه در شناسایی و حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در چارچوب قانون کار، این پژوهش از ترکیبی از دیدگاه‌های ارتباطی، حقوقی و اجتماعی بهره می‌گیرد. از منظر نظریه‌های ارتباطات جمعی، رسانه‌ها علاوه بر کارکرد اطلاع‌رسانی، نقش مهمی در شکل‌دهی به آگاهی عمومی، برجسته‌سازی مسائل اجتماعی و هدایت افکار عمومی ایفا می‌کنند. بر اساس دیدگاه برجسته‌سازی، رسانه‌ها می‌توانند با طرح و برجسته کردن مسائل خاص در فضای عمومی، توجه جامعه و سیاست‌گذاران را به آن مسائل جلب کرده و زمینه لازم برای بررسی و اصلاح آن‌ها را فراهم سازند. در این چارچوب، طرح مسائل مرتبط با حقوق شغلی فعالان رسانه‌ای در فضای رسانه‌ای می‌تواند به افزایش حساسیت اجتماعی و توجه نهادهای مسئول به این مشکلات منجر شود.

از سوی دیگر، در حوزه حقوق کار، یکی از اصول بنیادین، اصل حمایت از کارگر به عنوان طرف ضعیف رابطه کار است. قوانین کار در بسیاری از کشورها با هدف ایجاد تعادل در روابط میان کارگر و کارفرما و حمایت از حقوق نیروی کار تدوین شده‌اند. با این حال، تحقق عملی این حمایت‌ها تا حد زیادی وابسته به میزان آگاهی کارگران از حقوق قانونی خود و نیز سازوکارهای نظارت و مطالبه‌گری اجتماعی است.

در این میان، رسانه‌ها می‌توانند با ایفای نقش واسط میان فعالان رسانه‌ای، نهادهای صنفی و دستگاه‌های سیاست‌گذار، به افزایش سطح آگاهی حقوقی، انعکاس مشکلات شغلی و تقویت مطالبه‌گری جمعی کمک کنند. از منظر نظریه‌های تغییر اجتماعی نیز رسانه‌ها می‌توانند از طریق ایجاد گفت‌وگو، تسهیل تبادل اطلاعات و تقویت شبکه‌های ارتباطی میان کنشگران اجتماعی، زمینه شکل‌گیری مطالبات صنفی و اصلاح سیاست‌ها را فراهم سازند.

بر این اساس، در پژوهش حاضر ظرفیت رسانه به عنوان مجموعه‌ای از توانمندی‌های ارتباطی، آموزشی و اجتماعی رسانه‌ها در افزایش آگاهی حقوقی، انعکاس مسائل شغلی و تقویت فرآیند مطالبه‌گری در حوزه روابط کار در نظر گرفته شده است. این چارچوب نظری مبنایی برای طراحی مدل پژوهش و تبیین نقش متغیرهای مرتبط با ظرفیت رسانه در حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در چارچوب قانون کار فراهم می‌آورد.

در این پژوهش، «ظرفیت رسانه» به مجموعه توانمندی‌ها و قابلیت‌های رسانه‌ها و فعالان رسانه‌ای در تولید، انتشار و بهره‌گیری هدفمند از محتوای رسانه‌ای برای آگاهی‌بخشی، طرح مسائل اجتماعی و پیگیری مطالبات حرفه‌ای اطلاق می‌شود. این مفهوم فراتر از کارکرد اطلاع‌رسانی صرف بوده و شامل توان رسانه در شکل‌دهی به افکار عمومی، برجسته‌سازی مسائل صنفی و ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان کنشگران اجتماعی است. بر این اساس، ظرفیت رسانه در چارچوب این پژوهش در سه

مؤلفه اصلی قابل تبیین است: نخست، توان آموزش و آگاهی بخشی حقوقی؛ دوم، توان برجسته سازی مسائل و ایجاد فشار افکار عمومی؛ و سوم، توان شبکه سازی و بسیج صنفی میان فعالان رسانه ای. این سه مؤلفه در کنار یکدیگر می توانند زمینه طرح، پیگیری و حل بخشی از مشکلات شغلی فعالان رسانه ای را فراهم سازند.

بر اساس ادبیات نظری حوزه ارتباطات و نقش اجتماعی رسانه ها، ظرفیت رسانه در این پژوهش در سه مؤلفه اصلی مورد توجه قرار گرفته است:

آموزش و آگاهی بخشی حقوقی: رسانه ها می توانند از طریق تولید و انتشار محتوای آموزشی، فعالان رسانه ای را نسبت به حقوق شغلی، قوانین کار و سازوکارهای قانونی آگاه سازند.

برجسته سازی مسائل و ایجاد فشار افکار عمومی: رسانه ها با طرح و برجسته سازی مشکلات فعالان رسانه ای در فضای عمومی می توانند توجه افکار عمومی و نهادهای مسئول را به این مسائل جلب کرده و زمینه پاسخگویی و اصلاحات نهادی را فراهم آورند.

شبکه سازی و بسیج صنفی: رسانه ها قادرند با ایجاد ارتباط میان فعالان رسانه ای، تشکلهای صنفی و سایر کنشگران اجتماعی، زمینه شکل گیری کنش جمعی و پیگیری مطالبات حرفه ای را فراهم کنند.

روش شناسی

با توجه به اینکه هدف پژوهش حاضر ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه ای در قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران با استفاده از ظرفیت رسانه است، در این پژوهش از روش ترکیبی نقلی، تاریخی و تحلیلی بهره گیری گردیده است. روش پژوهش برحسب هدف، کاربردی برحسب نوع داده، آمیخته (کیفی- کمی) از نوع اکتشافی برحسب زمان گردآوری داده، مقطعی و برحسب روش گردآوری داده ها و یا ماهیت و روش پژوهش، در بخش کیفی تحلیل مضمون و همچنین در بخش کمی توصیفی همبستگی بود.

در بخش کیفی، با استفاده از تحلیل مضمون پیشینه های مرتبط و روش کتابخانه ای به استخراج شاخص ها پرداخته شد. در این بخش ابزار گردآوری یافته های تحقیق، کتب، مقالات، رسالات و سایر اسناد بالادستی است همچنین در راستای جمع آوری نظرات خبرگان در بخش مصاحبه، از روش میدانی و از مصاحبه نیمه ساختاریافته بهره گرفته شد. در مصاحبه های انفرادی با مصاحبه شوندگان، برای بررسی مقدماتی از چند سؤال مصاحبه استفاده خواهد شد که این سؤال ها بر گرفته از موضوع، مدل و اهداف پژوهش می باشد و همچنین در امتداد بخش فراترکیب بود. در بخش کمی همچنین با تکیه بر شاخص های استخراجی از بخش کیفی، از روش میدانی و ابزار پرسشنامه محقق ساخته حاصل از بخش کیفی بهره گرفته شد. در این پژوهش، مفهوم «ظرفیت رسانه» به صورت عملیاتی از طریق سه بعد اصلی «آموزش و آگاهی بخشی حقوقی»، «برجسته سازی مسائل و ایجاد فشار افکار عمومی» و «شبکه سازی و بسیج صنفی» مورد سنجش قرار گرفته است.

برای سنجش میزان اثربخشی ظرفیت های رسانه در حل مشکلات فعالان، می توان برای هر یک از مولفه های «آموزش»، «برجسته سازی» و «شبکه سازی»، شاخص های عینی و قابل اندازه گیری زیر را تعریف کرد:

۱. مؤلفه آموزش (توانمندسازی فعالان)

هدف، ارتقای دانش حقوقی، مهارتی و سواد رسانه ای فعالان است.

میزان پوشش آموزشی: درصد فعالان رسانه ای که در دوره های آموزشی (حقوق کار، سواد رسانه ای، امنیت شغلی) شرکت کرده اند. تغییرات سطح دانش: اندازه گیری نمرات پیش آزمون و پس آزمون برای سنجش افزایش آگاهی حقوقی شرکت کنندگان.*

شاخص های عملکرد آموزشی: نرخ موفقیت در آزمون های عملی (مانند تولید محتوای صحیح یا آشنایی با قوانین).^{*} کاربست

عملی دانش: تعداد پیگیری های حقوقی موفق یا استفاده از مکانیسم های قانونی توسط فعالان پس از آموزش.

۲. مؤلفه برجسته سازی (حل مسئله از طریق رسانه)

هدف، تبدیل مشکلات فردی به یک دغدغه عمومی و مطالبه‌ی موثر از طریق رسانه است. تکرار و پوشش خبری: تعداد اخبار، گزارش‌ها یا یادداشت‌های منتشرشده درباره مشکلات صنفی فعالان رسانه. تنوع منابع: تعداد و تنوع رسانه‌هایی (خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها، شبکه‌های اجتماعی) که به این موضوعات پرداخته‌اند. واکنش مخاطبان: شاخص‌های تعامل مانند تعداد بازدید، نظرات، اشتراک‌گذاری و امضاهای جمع‌آوری‌شده برای حمایت از یک مطالبه. تغییر در دستور کار (Agenda Setting): ورود موضوع به صحن علنی مجلس، جلسات کمیسیون‌ها یا طرح سوال از مسئولان در رسانه‌ها.

۳. مولفه شبکه‌سازی (ایجاد همبستگی و تشکل‌های صنفی) هدف، ایجاد ارتباطات سازمان‌یافته برای پیگیری جمعی و منسجم مشکلات است. تعداد و رشد تشکل‌ها: آمار اعضای انجمن‌های صنفی، کانون‌ها یا اتحادیه‌های فعال رسانه‌ای. میزان تعاملات رسمی: تعداد تفاهمنامه‌های همکاری با نهادهای دولتی (مانند وزارت کار یا فرهنگ و ارشاد) و تعداد جلسات برگزارشده. اندازه شبکه (Network Size): تعداد ارتباطات موثر و پایدار اعضا با حقوقدانان، نمایندگان مجلس یا مدیران رسانه‌ای. شاخص اثربخشی شبکه: تعداد بیانیه‌ها، نامه‌های سرگشاده یا طرح‌های صنفی که با همکاری اعضای شبکه به نتیجه رسیده است.

بعد آموزش و آگاهی‌بخشی حقوقی به میزان نقش رسانه‌ها در افزایش آگاهی فعالان رسانه‌ای نسبت به حقوق شغلی و مفاد قانون کار اشاره دارد. بعد برجسته‌سازی مسائل و ایجاد فشار افکار عمومی به توان رسانه‌ها در طرح و برجسته‌سازی مشکلات فعالان رسانه‌ای و جلب توجه افکار عمومی و نهادهای مسئول می‌پردازد. بعد شبکه‌سازی و بسیج صنفی نیز به نقش رسانه‌ها در ایجاد ارتباط و هماهنگی میان فعالان رسانه‌ای، تشکل‌های صنفی و سایر کنشگران اجتماعی برای پیگیری مطالبات حرفه‌ای اشاره دارد. این ابعاد از طریق گویه‌های طراحی‌شده در پرسشنامه محقق‌ساخته و بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت مورد سنجش قرار گرفت. این ابزار بر اساس طیف ۵ درجه لیکرت امتیازدهی شد. همچنین جهت بررسی روایی، از تحلیل عاملی تأییدی، روایی واگرا و روایی همگرا بهره‌گرفته شد. پایایی ابزار تحقیق نیز با تکیه بر پایایی اشتراکی، پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد.

مرحله کمی پژوهش شامل پرسشنامه محقق‌ساخته برای سنجش اعتبار مدل است. مهمترین ابزار در گردآوری داده‌ها اولیه قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران می‌باشد که با بهره‌گیری از مواد آن، اصحاب رسانه و فعالین این حوزه اعم از کارفرما و کارگر به تکالیف قانونی خود در قبال یکدیگر و جامعه آشنا شد.

جامعه آماری پژوهش حاضر مشتمل بر دو بخش است. در بخش کیفی، جامعه آماری پژوهش را متخصصین حوزه رسانه، خبرگان وزارت کار شامل (معاونین وزیر، کارشناسان وزارتخانه، مدیران کل اداره کار استان‌ها، مدیران شهرستان‌ها، کارشناسان موضوعه در اراده کار شهرستان‌ها، اساتید حقوق و قوانین کار، نمایندگان کمیسیون مربوطه در مجلس، انجمن‌های کارگری و صنوف به ویژه رسانه‌ای، اعضای خانه مطبوعات، فعالین رسانه‌ای و تصمیم‌سازان این حوزه) و خبرگان دانشگاهی را تشکیل داد. در بخش کمی جامعه آماری شامل ۲۵ نفر متخصصین حوزه رسانه، ۷۵ خبرگان حوزه کار شامل (مسئولان تشکیلات کشوری و استانی ۲۵ نفر، مدیران و کارشناسان شهرستانی ۲۵ نفر و مسئولان رسانه و اهالی رسانه ۲۵ نفر) و خبرگان دانشگاهی ۳۰ نفر در حوزه‌های (رسانه، جامعه شناسی، قوانین و حقوق کار و...) به عدد ۱۳۰ نفر برای جامعه آماری می‌رسیم که طبق جدول مورگان، ۹۷ نفر و در نهایت ۱۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه بودند.

روش تحلیل داده‌ها در بخش کیفی کدگذاری نظری برگرفته از روش تحلیل مضمون با نرم افزار Maxqda بود. کدگذاری نظری عبارت است از عملیاتی که طی آن داده‌ها تجزیه، مفهوم‌سازی و به شکل تازه‌ای در کنار یکدیگر قرار داده می‌شوند و فرایند اصلی است که طی آن نظریه بر اساس داده‌ها تدوین می‌شود. در این روش سه رکن اصلی "مفاهیم"، "مقوله‌ها" و "قضیه‌ها" وجود دارند. در این شیوه نظریه بر اساس "داده‌های خام" شکل می‌گیرند.

در هر مطالعه به عنوان یک کل، جمع‌آوری داده‌ها، تنظیم داده‌ها و تحلیل داده‌ها به هم وابستگی متقابل دارند. برای تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه و نیز مبانی نظری از سه نوع کدگذاری استفاده خواهد شد که عبارت‌اند از:

(۱) مضامین پایه؛

(۲) مضامین سازمان دهنده؛

(۳) مضامین فراگیر.

در بخش کمی با توجه به سؤال‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. برای توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی که داده‌های آن از پرسشنامه به دست آمد از درصد، فراوانی، جداول، اشکال و نمودار استفاده شد و همچنین به منظور توصیف متغیرهای پژوهش از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی بهره گرفته شد. لازم به ذکر است که عملیات مربوط به آمار توصیفی با استفاده از نرم‌افزار Spss-V23 انجام شد. در بخش استنباطی برای پاسخ به سؤال‌های پژوهش از آزمون‌هایی نظیر همبستگی پیرسون، مدلسازی معادلات ساختاری و آزمون تی تک نمونه‌ای با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS-V23 و Lisrel-v8.8 بهره گرفته شد.

یافته‌ها

یافته‌های کیفی پژوهش

در تحقیق حاضر با استفاده از تکنیک‌های تحلیلی استراس و کوربین (۱۹۹۸) مفاهیم به عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل مصاحبه، پاراگراف، عبارت و جملات مورد توجه قرار گرفتند و با تفکیک متن مصاحبه به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا پاراگراف‌ها تلاش شد تا کدهای باز استخراج شوند. بعد از این مرحله سعی شد که مفاهیم اولیه نیز در قالب دسته‌های بزرگ مفهومی طبقه‌بندی گردند در مرحله کدگذاری محوری، ابتدا مقوله اصلی تعیین شد سپس سایر مقوله‌ها در قالب پنج خوشه بزرگ موجبات علی، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط محیطی و پیامدها دسته‌بندی شدند. در این مرحله، به هر یک از اجزاء، عنوان و برچسبی داده می‌شود. این عنوان، که اصطلاحاً به آن کد گفته می‌شود، باید گویای محتوای داده باشد، به طوری که محقق و خواننده، با مشاهده این عنوان و تیترو، تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرند. در اجرای این مرحله، مؤلفه‌های برنامه درسی مبتنی بر آموزش حقوق شهری در جدولی نوشته شدند و در دو مرحله، برای هر یک از آن‌ها، عنوان مناسبی برگزیده شد. مرحله اول توسط خود محقق و مرحله دوم از سوی متخصصین حوزه رسانه، خبرگان وزارت کار و خبرگان دانشگاهی، عناوین مشترک تثبیت و عناوین متفاوت یا مغایر با یکدیگر، با مصاحبه و تبادل نظر، اصلاح گردید. حدود هر مقوله محوری و مقوله‌های دیگر اصلی در آغاز تجزیه و تحلیل به صورت قطعی تعیین نشد و این مقوله‌ها در سراسر تجزیه و تحلیل مورد تجدید نظر قرار گرفتند. کدگذاری باز و محوری هنگامی متوقف شد که:

أ. یک طبقه بندی معنادار پس از بررسی چندباره رونوشت مصاحبه‌ها حاصل شد.

ب. خرده مقولات و ویژگی‌ها تکراری شده بودند.

ت. اطلاعات مرتبط و جدیدی از رونوشت مصاحبه‌ها یافت نمی‌شد، حتی اگر اطلاعات جدیدی پیدا می‌شد با طبقه

بندی موجود منطبق بود.

بعد از کدگذاری باز و تبدیل عبارات به مفاهیم و استفاده از تکنیک‌های مقایسه‌ای مختلف و بررسی ابعاد و محتوا، مفاهیم مشابه را در ذیل مقوله‌های کلی‌تر با سطوح بالاتری از انتزاع گنجانده شد. این مرحله از کدگذاری محوری، با شروع و ارائه برای هر مقوله همراه است. تا از لابه لای آن‌ها و بالا آمدن سطوح انتزاعی، بتوان دست به کدگذاری گزینش و یافتن مقوله هسته زد. در مرحله کدگذاری باز، ۱۳۰ مفهوم از میان مصاحبه‌ها استخراج شد و بعد از آن در مرحله کدگذاری محوری، به مقایسه مفاهیم و پیدا کردن شباهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها پرداخته شد و در این مرحله، ۶ مقوله استخراج شد. مقولات: لزوم آموزش سواد رسانه‌ای، تأثیر سواد رسانه‌ای بر فعالان رسانه‌ای، مدیریت ظرفیت رسانه، آموزش افزایش ظرفیت رسانه، توجه به فرایند خط مشی‌گذاری رسانه‌ای با رویکرد ارتقای ظرفیت رسانه، آموزش و آگاهی مهارت ظرفیت رسانه‌ای هستند. بعد از ارائه جدول مربوط به این مقولات، به شرح هر کدام از این مقولات در قالب خود داستان پرداخته شد. از میان مصاحبه‌ها مفاهیم بیرون کشیده شد، که به

صورت دست‌نویس و مقایسه‌ای از لایه‌لای متون بود. این مفاهیم را ابتدا به صورت درهم آورده شد و بعد از مطالعه و مقایسه کردن آن‌ها با هم، مفاهیمی که با هم مرتبط بودند و با هم همخوانی داشتند در کنار هم آمدند و مرحله اول مقوله‌سازی و انتزاع را انجام شد و در نهایت مفاهیم استخراج شده در جدول (۱) آمده است. علاوه بر مؤلفه‌های استخراج‌شده، نتایج پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که تحقق حقوق حرفه‌ای فعالان رسانه بدون حمایت‌های حقوقی و سیاست‌گذاری مناسب امکان‌پذیر نیست. اسدی و همکاران (۱۴۰۳) نیز بر مسئولیت دولت‌ها در تضمین کرامت انسانی و حمایت از حقوق رسانه‌ای تأکید کرده‌اند؛ موضوعی که با مؤلفه «حمایت‌های قانونی» استخراج‌شده در پژوهش حاضر همخوانی دارد.

جدول ۱. مفاهیم استخراج شده (منبع: یافته‌های پژوهشگر)

کدهای اولیه (خلاصه شده)	مفاهیم	کد انتخابی (مقوله)
مهارت‌های استفاده از رسانه	توجه به مهارت‌های آموزش سواد رسانه‌ای	لزوم آموزش سواد رسانه‌ای
اشباع رسانه‌ای		
توانایی استفاده از رسانه‌های نوین		
توانمندسازی شهروندان در جهت ارتقا سواد رسانه‌ای		
مبارزه با بی‌سوادی رسانه‌ای		
آموزش و توانمندسازی		
آگاهی‌بخشی و آموزش		
حمایت فعالان رسانه‌ای از یکدیگر		
تأثیرگذاری شناختی	ارتباط سواد رسانه‌ای با فعالان رسانه‌ای	تأثیر سواد رسانه‌ای بر فعالان رسانه‌ای
تأثیرگذاری رفتاری		
تأثیرگذاری ارتباطی		
تأثیرگذاری اطلاعاتی		
تأثیرگذاری افکاری		
ایجاد ارتباط میان نهادهای آموزش رسمی و غیررسمی	فعال بودن در زمینه خط مشی گذاری رسانه‌ای با رویکرد ارتقای ظرفیت رسانه	توجه به فرایند خط مشی گذاری رسانه‌ای با رویکرد ارتقای ظرفیت رسانه
ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی		
استفاده از فن‌آوری‌های نوین		
حمایت‌های قانونی		
کاهش فشارهای اجتماعی و سیاسی		
آموزش و توانمندسازی ظرفیت‌سازی رسانه		
قراردادهای عادلانه		
شناسایی مشکلات و چالش‌ها		
تشکیل کمیته‌های مشترک		
توسعه سیاست‌های حمایتی		
مدیریت و دستکاری اطلاعات	توجه به مدیریت رسانه	مدیریت ظرفیت
آموزش و بکارگیری نیروهای متخصص در زمینه سواد رسانه‌ای		
تحلیل مشکلات موجود		

رسانه	های جمعی	شفاف سازی قوانین
		مستندسازی و گزارش گری
		تحلیل قوانین موجود در کشور در حوزه تامین امنیت شغلی
		اخلاق محوری در حوزه روابط کار کارفرما و کارگر (فعال رسانه ای)
آموزش و آگاهی مهارت ظرفیت رسانه ای	توجه به مهارت ظرفیت رسانه ای	آموزش، آگاه سازی و اطلاع رسانی به فعالین
		استفاده از ظرفیت های رسانه ای بر احقاق حقوق فعالین رسانه ای در حوزه قوانین کار
		توجه به ارزش ها و سبک های زندگی در رسانه ها
		مهارت دسترسی و بکارگیری رسانه
		اهمیت برنامه ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه ها
		آموزش تفسیرهای رسانه ای
		ارزش گذاری برای نظم و اتخاذ رویکردی متمرکز
		افزایش ظرفیت رسانه در رسانه های تعاملی
		انتقاد و به چالش کشیدن اعتبار محتوای رسانه ای
		توانایی افراد در درک معنای پیام رسانه ای
		توانایی تجزیه پیام رسانه ای به عناصر جزئی تر
		توانایی فرد در انتشار اطلاعات در اختیار
		توانایی افراد در حضور تعاملی و منتقدانه در محیط های رسانه ای
		توانایی خلق محتوای رسانه ای توأم با درک انتقادی ارزش ها
		توانمندی های مرتبط با رسانه های اجتماعی
		عبور اطلاعات از فرایندهای شناختی و تبدیل آن به دانش
		مهارت های محتوایی
		مهارت های وابسته به رسانه
		مهارت دسترسی به ابزارهای رسانه های اجتماعی
آموزش افزایش ظرفیت رسانه	توجه به ارزش های ظرفیت رسانه	نگاه نقادانه ای به رسانه ها
		تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای
		توجه به به هم ریختگی حوادث و اطلاعات
		تحلیل وضعیت سواد رسانه ای
		ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام های رسانه ای
		تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل های گوناگون رسانه
		توجه فعال و پویا به استدلال مخاطبان
		توانایی باز ترکیب محتوای رسانه ای با نقطه نظرهای شخصی و بازسازی پیام رسانه ای
		مهارت های شناختی سواد رسانه ای
		تحلیل و بازخورد مخاطب به پیام های رسانه ای

یافته‌های توصیفی پژوهش

در این قسمت، داده‌های مربوط به مشخصات فردی (جنسیت، میزان تحصیلات، سن و...) در میان پاسخگویان توزیع گردید و مبنای تحلیل این پژوهش قرار گرفت. بنابراین بر اساس آمار توصیفی جنسیت نشان داده شد که از کل ۱۰۰ نفر شرکت‌کننده در این تحقیق ۳۲ نفر معادل ۳۲ درصد گزینه زن، ۶۸ نفر معادل ۶۸ درصد مرد بودند. درخصوص آمار توصیفی تحصیلات، نتایج نشان داد که از کل ۱۰۰ نفر شرکت‌کننده در این تحقیق تعداد ۱۸ نفر معادل ۱۸ درصد تحصیلات کاردانی، تعداد ۳۹ نفر معادل ۳۹ درصد تحصیلات کارشناسی، تعداد ۳۳ نفر معادل ۳۳ درصد تحصیلات کارشناسی ارشد، تعداد ۱۰ نفر معادل ۱۰ درصد تحصیلات دکتری داشتند. همچنین در رابطه با آمار توصیفی سن مشخص شد که تعداد ۱۱ نفر (۱۱٪) از آنان در گروه سنی بین ۲۵ تا ۳۰ سال، تعداد ۳۲ نفر (۳۲٪) در گروه سنی بین ۳۱ تا ۳۵ سال، تعداد ۲۲ نفر (۲۲٪) در گروه سنی بین ۳۶ تا ۴۰ سال، تعداد ۲۸ نفر (۲۸٪) در گروه سنی بین ۴۱ تا ۴۵ سال و تعداد ۷ نفر (۷٪) نیز بالای ۵۰ سال به بالا سن دارند. با توجه به این داده‌ها بیشترین گروه فراوانی در بین افراد ۳۱ تا ۳۵ سال (۳۲٪) و کمترین گروه فراوانی در بین ۴۶ سال به بالا (۷٪) هستند.

یافته‌های استنباطی پژوهش

برای تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی و مدل معادلات ساختاری با بهره‌گیری از نرم افزار Lisrel استفاده شده است. قبل از بررسی مدل ساختاری متغیرهای تحقیق، به تحلیل عاملیت تأییدی متغیرهای مدل پرداخته شده است. نتایج تحلیل عاملی مرتبه اول و دوم در جدول (۲) انعکاس یافته‌اند.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و دوم متغیر

متغیر	مؤلفه‌ها (شاخص‌ها)	ضریب استاندارد	عدد معناداری
ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه ای در قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران با استفاده از ظرفیت رسانه	افزایش ظرفیت رسانه در رسانه‌های تعاملی	۰/۷۱	۸/۲۳
	ارزش گذاری برای نظم و اتخاذ رویکردی متمرکز	۰/۷۲	۸/۶۸
	آموزش تفسیرهای رسانه‌ای	۰/۷۲	۸/۸۸
	توانایی افراد در حضور تعاملی و منتقدانه در محیط‌های رسانه ای	۰/۶۷	۷/۵۱
	مستندسازی و گزارش‌گری	۰/۶۴	۵/۵۲
	شفاف‌سازی قوانین	۰/۴۳	۵/۲۱
	تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه	۰/۷۰	۹/۱۰
	شناسایی مشکلات و چالش‌ها	۰/۵۵	۵/۹۲
	اخلاق محوری در حوزه روابط کار کارفرما و کارگر (فعال رسانه‌ای)	۰/۷۷	۹/۱۳
	آموزش و توانمندسازی ظرفیت‌سازی رسانه	۰/۵۷	۴/۹۳
	استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای بر احقاق حقوق فعالین رسانه‌ای در حوزه قوانین کار	۰/۷۷	۸/۵۱
	توانمندسازی شهروندان در جهت ارتقا سواد رسانه‌ای	۰/۶۰	۷/۸۶
	حمایت فعالان رسانه ای از یکدیگر	۰/۷۸	۷/۸۳
	آموزش، آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی به فعالین	۰/۸۰	۸/۶۲
	توانایی استفاده از رسانه‌های نوین	۰/۶۹	۷/۹۱
	ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی	۰/۶۷	۸/۶۱
	آموزش و بکارگیری نیروهای متخصص در زمینه سواد رسانه‌ای	۰/۷۳	۷/۸۷
	استفاده از ظرفیت رسانه	۰/۶۸	۷/۵۲
	ایجاد ارتباط میان نهادهای آموزش رسمی و غیررسمی	۰/۵۲	۴/۳۴

بررسی روایی همگرا و پایایی سازه (ترکیبی) متغیرهای مدل

بررسی روایی همگرا:

این نوع روایی بیانگر آن است که شاخص‌های یک سازه تا چه اندازه در تبیین واریانس مشترک سهم دارند. برای سنجش روایی همگرایی دو معیار باید بطور همزمان در نظر گرفته شود:

(۱) بار عاملی: پیش شرط روایی همگرا این است که باید همه بارهای عاملی بزرگتر از ۰.۵ و در حالت ایده آل بزرگتر از ۰.۷ باشند.

(۲) میانگین واریانس استخراج شده: میانگین واریانس استخراج شده، خلاصه‌ای از میزان تبیین واریانس متغیرهای آشکار در یک متغیر مکنون است. واریانس استخراج شده در یک متغیر مکنون عبارت است از مجموع مربعات بارهای عاملی تقسیم بر تعداد آن‌ها که بیش شرط دوم روایی همگرا این است که میزان AVE ها بزرگتر از ۰.۵ باشند. به زبان ساده، این روش بررسی می‌کند که آیا هر سازه در مدل، تعامل و ارتباط بیشتری با شاخص‌های (سوالات) خودش دارد یا با سازه‌های دیگر. اگر یک سازه با شاخص‌های سازه‌های دیگر ارتباط قوی‌تری داشته باشد، یعنی سازه‌ها به درستی از هم تفکیک نشده‌اند و مدل از روایی واگرا (تمایز) ضعیفی برخوردار است.

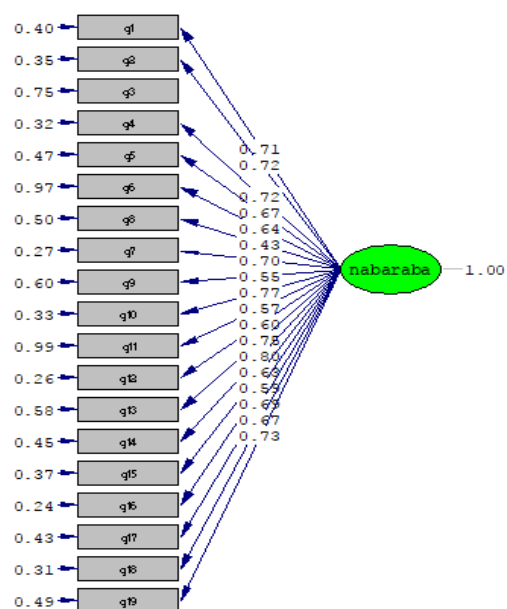
با توجه به جداول فوق می‌توان ملاحظه نمود که بارهای عاملی هر پنج بعد همگی بزرگتر از ۰/۵۰ هستند. همچنین مقدار AVE نیز برای همه ابعاد بزرگتر از ۰.۵ هستند؛ پس می‌توان گفت که متغیرهای تحقیق از روایی همگرا برخوردار می‌باشد.

بررسی پایایی سازه (C.R):

پایایی سازه معیاری است برای تعیین سازگاری درونی متغیرهای آشکار (شاخص‌ها). به این معنی که اگر عدد بزرگی برای آن محاسبه شود، یعنی تمام معیارها بطور سازگار و هم راستایی نشان‌دهنده موضوع واحدی هستند. این پایایی بر مبنای مربع مجموع بارهای عاملی یک سازه بیان می‌گردد. مقدار پایایی ترکیبی بر اساس یک قاعده سرانگشتی باید بزرگتر از ۰.۷ باشد تا بتوان ادعا کرد سازگاری درونی وجود دارد. مقدار C.R برای هر ۵ بعد بزرگتر از ۰/۷۰ شده اند نشان‌دهنده سازگاری درونی این ابعاد هستند.

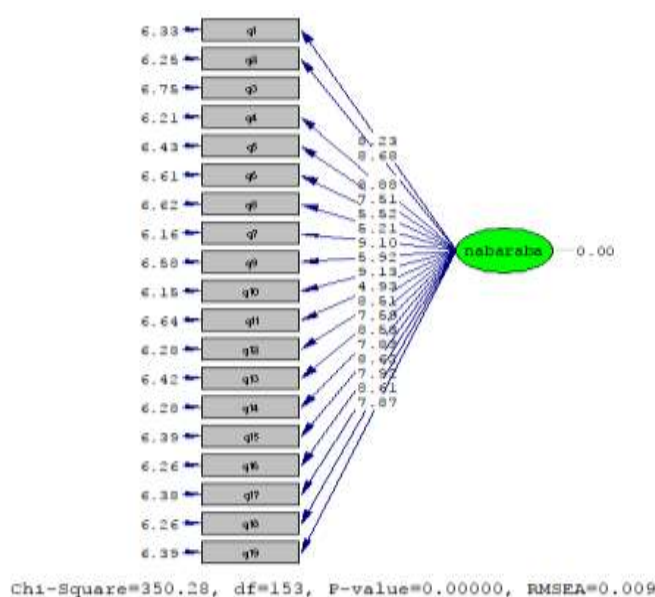
بررسی مدل ساختاری متغیرهای تحقیق

مدل در حالت تخمین استاندارد:



Chi-Square=350.28, df=153, P-value=0.00000, RMSEA=0.009

مدل در حالت ضرایب معناداری:



سؤال اساسی مطرح شده این است که آیا ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران با استفاده از ظرفیت رسانه موثر و اثربخش می باشد؟ برای پاسخ به این پرسش بایستی آماره * و سایر معیارهای مناسب بودن برازش مدل مورد بررسی قرار گیرد.

$$X = 10, \quad df = 153, \quad p - \text{Value} = 0.00 \quad (۱)$$

$$\text{Goodness of Fit Index (GFI)} = 0.98 \quad (۲)$$

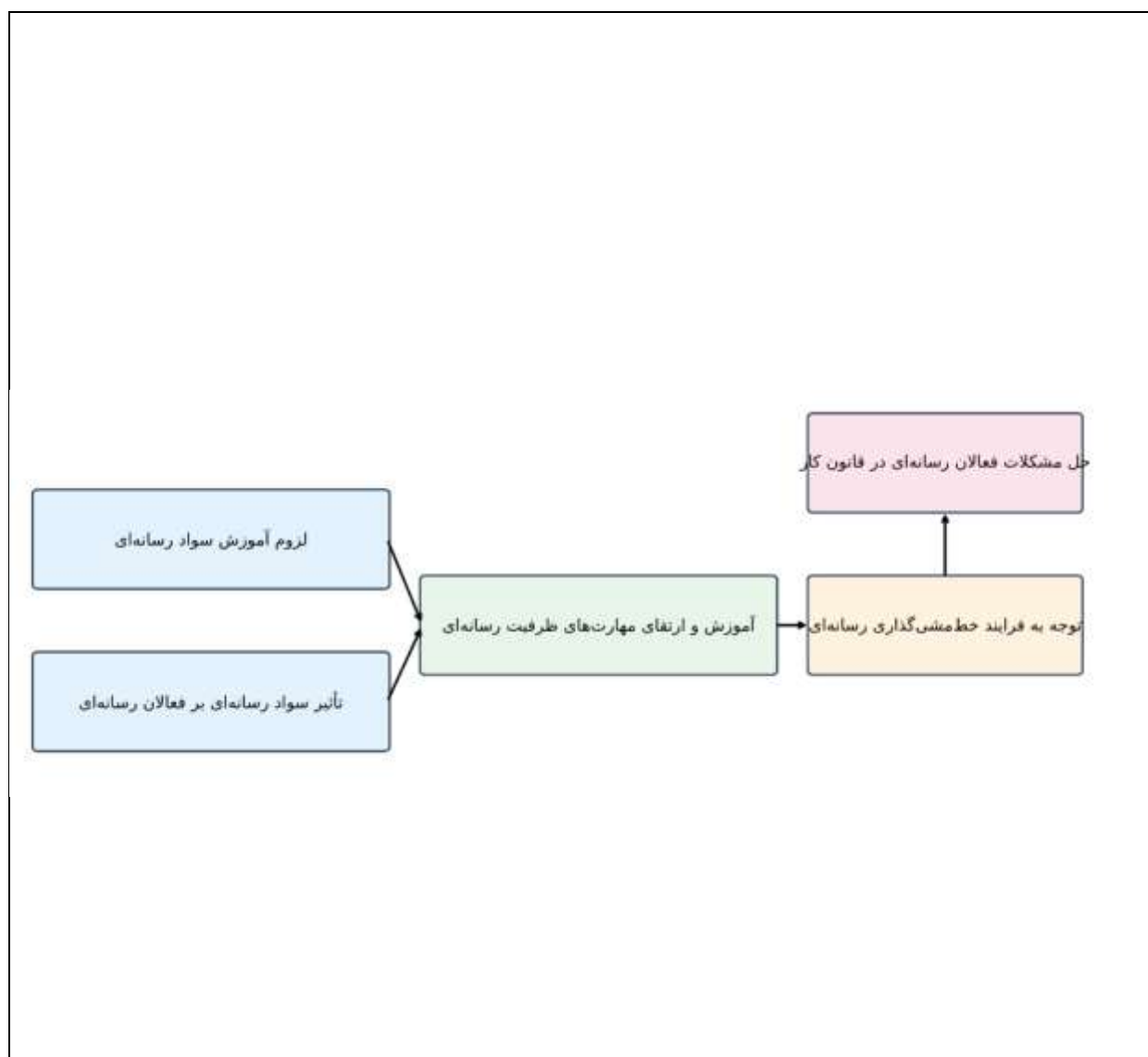
$$\text{Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)} = 0.95 \quad (۳)$$

با نگاهی با نتایج خروجی نرم‌افزار متوجه می‌شویم که مدل اندازه‌گیری مرحله تکامل مدل مناسبی است چون که مقدار کای دو به DF کوچکتر از ۳ بوده (۲/۳۳) و مقدار GFI و AGFI بالای ۰.۹۰ درصد است. با توجه به خروجی مدل در حالت معنی‌داری و با توجه به بار عاملی تمام سوالات که بزرگتر از ۰.۲ می باشد؛ بنابراین از تمام سوالات در آزمون فرضیات استفاده می‌شود ارائه

مدل حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران با استفاده از ظرفیت رسانه، برآمده از نتایج تحقیق در شکل (۱) نشان داده شده است.

(شکل ۱)

شکل (۱): ارائه مدل حل مشکلات فعالان رسانه‌ای در قانون کار کشور جمهوری اسلامی ایران با استفاده از ظرفیت رسانه



(مدل برآمده از نتایج تحقیق)

بر اساس اطلاعات موجود، یک «مدل» مشخص و دارای نام برای حل مشکلات فعالان رسانه با استفاده از ظرفیت رسانه در قانون کار ایران تدوین نشده است و پژوهش حاضر با تکیه بر جمع‌آوری خلا‌های موجود قانونی و اجرایی مبادرت به ارائه راهکارهای عملی برای مدل ذکر شده نگاشته شده است. با این حال، بر اساس مطالبات و راهکارهای مطرح‌شده، می‌توان «نتایج ملموس» مورد انتظار از چنین مدلی را به اختصار زیر تصور کرد:

* شفاف سازی و اصلاح قوانین حمایتی: تدوین قوانین شفاف برای حمایت از خبرنگاران، مانند اصلاح قانون مطبوعات برای تضمین حقوق حرفه ای و معیشتی. * بهبود وضعیت بیمه و معیشت: الزام کارفرمایان به بیمه کردن خبرنگاران (ماده ۱۴۸ قانون کار) و رفع مشکلاتی مانند نبود منابع مالی پایدار و مشکلات بیمه ای. * کاهش فشارهای شغلی: تلاش برای شناسایی خبرنگاری به عنوان «شغل سخت و زیان آور» (ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی) به دلیل فشارهای جسمی و روانی. * افزایش امنیت شغلی و کاهش تهدیدات: تضمین امنیت شغلی، جلوگیری از لغو امتیاز و توقیف رسانه ها، و استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه ها برای حل مشکلات کشور. * نقش آفرینی فعالان رسانه در تدوین قوانین: مشارکت خود خبرنگاران و فعالان رسانه ای در تدوین قوانین مرتبط با صنف خود.

در نهایت، دستیابی به این نتایج نیازمند اراده جدی برای اجرای کامل قوانین موجود، تقویت نظارت بر اجرای قوانین و همدلی و انسجام جامعه رسانه ای برای پیگیری مطالبات خود است.

مدل ارائه شده در این پژوهش، یک مدل فرآیندی است که طی آن، مسیر حل مشکلات فعالان رسانه ای از توانمندسازی فردی آغاز و به تغییرات ساختاری ختم می شود. در این مدل، «آموزش سواد رسانه ای» و «تأثیرات آن بر فعالان» به عنوان متغیرهای مستقل (توانمندساز) عمل می کنند. این توانمندی ها در قالب «مهارت های ظرفیت رسانه ای» مداخله کرده و به فعال رسانه ای امکان می دهند تا با بهره گیری از «خط مشی گذاری رسانه ای»، به عنوان بستر اجرایی، مطالبات خود را در چارچوب قانون کار پیگیری نماید. بنابراین، مسیر حل مشکل از آموزش سواد رسانه ای آغاز شده، با کسب مهارت های کاربردی به مرحله مطالبه گری می رسد و در نهایت در بستری از سیاست گذاری های حمایتی، به حل مشکلات شغلی می انجامد.

نتیجه گیری

هدف این پژوهش ارائه مدلی برای بهره گیری از ظرفیت های رسانه ای در مواجهه با چالش های صنفی فعالان رسانه در چارچوب قانون کار جمهوری اسلامی ایران بود. برای دستیابی به این هدف، با استفاده از مصاحبه های نیمه ساختاریافته با خبرگان حوزه رسانه و بررسی ادبیات پژوهش، ابعاد و مؤلفه های مؤثر در این زمینه شناسایی و مدل پژوهش طراحی شد. نتایج پژوهش نشان داد که بهره گیری از ظرفیت های رسانه ای می تواند در ابعاد مختلفی از جمله آموزش و ارتقای سواد رسانه ای، مدیریت ظرفیت های رسانه ای، توجه به فرآیندهای خط مشی گذاری رسانه ای و توسعه مهارت های حرفه ای فعالان رسانه ای نقش مؤثری در مواجهه با چالش های صنفی آنان ایفا کند. بر اساس یافته های پژوهش، مدل پیشنهادی می تواند به عنوان چارچوبی برای سیاست گذاری، برنامه ریزی و طراحی مداخلات حمایتی در حوزه فعالیت های رسانه ای مورد استفاده قرار گیرد و زمینه بهبود وضعیت شغلی و حرفه ای فعالان رسانه ای را فراهم سازد. توجه به محورهای زیر برای پژوهش های آتی پیشنهاد می شود:

- شناسایی محیط های رسانه ای متفاوت و ویژگی های خط مشی گذاری رسانه ای در هریک از این محیط ها، می تواند پژوهش های گسترده ای را به خود اختصاص دهد که به اختصار می توان به مواردی مثل تشخیص فنی و ردیابی منبع: توسعه الگوریتم هایی برای تشخیص محتوای جعلی عمیق (Deepfake) با تحلیل عواملی مثل تعداد پلک زدن در ویدیو یا ناهنجاری های صوتی. همچنین استفاده از هش امضای محتوا (مانند هش حساس به محتوا) برای مقایسه و ردیابی، و به کارگیری الگوریتم های تحلیل داده، کلان داده و زنجیره بلوکی برای قطع زنجیره شایعات. * تحلیل متادیتا (فراداده): بررسی نشانه های پنهان در متادیتای فایل (مثل واترمارک دیجیتال) تا منبع محتوا مشخص شود. * تشخیص الگوی رفتاری: دیگر بسنده کردن به دسته بندی ساده «ربات یا انسان» نیست؛ بلکه باید تعداد پست ها، نسبت دنبال کنندگان و سایر متادیتا را بررسی کرد و محتوا را با الگوی تعاملات کاربر سنجید. * بررسی انسانی و راستی آزمایی: برای محتوای پیچیده یا بسیار شبیه سازیشده، تیم های حرفه ای راستی آزمایی وارد عمل می شوند اشاره نمود.

- از آنجاکه مدل حل مشکلات فعالان رسانه‌ای کاربرد فراوانی دارد، لذا پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی نیاز در زمینه چگونگی هم‌پوشانی نهادها و ارگان‌های مختلف در زمینه ارتقای ظرفیت رسانه صورت گیرد.
- راهکارهای تقنینی و نگاه قانونگذارانه به ظرفیت رسانه از منظر یک ابزار نظارتی و دفاعی در برابر پروژه‌های ارتباطی هدفمند، در کشور بررسی شود. راهکارهایی مانند الزام به برچسب‌گذاری محتوا: بر اساس «آیین‌نامه برچسب‌گذاری محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی» چین (اجرا از سپتامبر ۲۰۲۵)، تمام محتوای تولیدی هوش مصنوعی باید دارای برچسب باشد. برچسب آشکار برای آگاهی کاربر (مثل هشدار نوشتاری یا صوتی) و برچسب پنهان در متادیتای فایل برای ردیابی و مسئولیت‌یابی. تفکیک مسئولیت در کل زنجیره: قوانین باید مسئولیت تولیدکننده، انتشاردهنده، پلتفرم و کاربر را به روشنی مشخص کنند. مسئولیت اصلی پلتفرم‌ها: قانون، پلتفرم‌ها را موظف می‌کند سامانه‌های هشدار و شناسایی اطلاعات جعلی، درجه‌بندی محتوا و نظارت لحظه‌ای راه‌اندازی کنند و با حساب‌های متخلف برخورد نمایند. مبارزه با فعالیت‌های غیرقانونی زیرزمینی: با ابزارهای تنبیهی اداری و کیفری، با کسانی که فناوری پنهان‌سازی برچسب یا ابزارهای فرار از شناسایی ارائه می‌دهند، شدیداً برخورد شود. تکمیل مستمر قوانین: بر اساس قوانین موجود مانند آیین‌نامه برچسب‌گذاری و آیین‌نامه مدیریت خدمات اطلاعات اینترنتی (پیش‌نویس اصلاحی)، قوانین را روزآمد کرده و هزینه تخلف را بالا برد.
- راه‌های ایجاد تحول در خط مشی‌گذاری رسانه ملی از منظر ضرورت آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای به منظور حفظ اصول و عدم انحراف از معیارها و مبانی ارزشی سازمان مطالعه شود.

منابع

- اسدی، عباس؛ بابازاده مقدم، حامد؛ و سلمان‌پور، امیر. (۱۴۰۳). تعهدات دولت‌ها برای تأمین و تضمین حق کرامت انسانی در رسانه‌ها. فصلنامه علوم خبری، (۲۰)، صص. ۱۴۵-۱۶۴.
- بهشتی، جعفر. (۱۳۷۹). *روابط صنعتی و روابط کار* (چاپ اول). تهران: انتشارات امین، صص. ۱۳۹-۱۵۰.
- جعفری، زهرا؛ و توانا، مهدی. (۱۳۹۵). بررسی وضعیت روابط اخلاق حرفه‌ای در قوانین کار، دومین کنفرانس روابط حرفه‌ای کار، مشهد. حسن‌پور حسکویی، میثم و دیگران. (۱۴۰۳). نقش مهارت‌های ارتباطی مدیران در رضایت شغلی کارکنان: فراتحلیلی بر پژوهش‌های پیشین. فصلنامه علوم خبری، ۱۴(۴)، صص. ۲۸۴-۳۰۴.
- دارابی، احمد؛ و رضوی، مالک. (۱۴۰۰). بررسی مدل‌های تعیین حقوق و دستمزد، مجله مدیریت کار، وزارت کار و امور اجتماعی، ۸۷(۳)، صص. ۲۳-۲۹.
- شهیدزاده، پری ناز؛ رونقی نوتاش، مهناز؛ اسدی، عباس (۱۴۰۳)، تبارشناسی تحولات جنبش اجتماعی «#من - هم» در اینستاگرام. علوم خبری، ۲(۱۳)، DOI: <http://doi.org/10.22034/LRSI.2024.462626.1194>
- صابری، رمضان؛ و حقیقت‌پور، محمدعلی. (۱۳۹۱). حقوق خبرنگار از منظر فقه امامیه، آموزه‌های فقه مدنی، (۵)، صص. ۴۵-۴۸.
- عباداتی، نرجس؛ عباداتی چهارمی، سهیلا؛ و آسوده‌فر، معصومه. (۱۴۰۳). تأثیر کاربرد رسانه‌های اجتماعی بر بازدهی کاری خبرنگاران، فصلنامه علوم خبری، ۱۰(۴۰)، صص. ۸۷-۱۱۳.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ رضایی، علیرضا؛ و یونسی، مراد. (۱۴۰۲). بررسی تحلیلی روابط حرفه‌ای در اخلاق رسانه‌ای (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- فلاح، علی؛ و قلی‌پور مرزبالی، روح‌الله. (۱۴۰۱). بایسته‌های اخلاق اسلامی در مدیریت رسانه‌ای، هفتمین کنفرانس ملی نوآوری و تحقیق در مدیریت، روان‌شناسی و آموزش و پرورش.
- قانون تأمین اجتماعی. (۱۳۵۴). تهران: سازمان تأمین اجتماعی، ص. ۹.
- قانون کار جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۶۹). تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صص. ۱۷-۱۸.

قلی پور مرزبالی، روح الله؛ و دهنادی، نرگس. (۱۳۹۴). بررسی اخلاق محوری در فعالیت مدیران بازرگانی و امور بین الملل خبرگزاری ها و رسانه های معتبر داخلی با رویکرد حقوق و دستمزد خبرنگاران، دومین کنفرانس مدیریت و یافته های نوین اخلاقی، تهران، ص. ۱۲.

مرادی، مراد؛ و فلاح، علی. (۱۴۰۲). ارائه الگوی مناسب برای فرهنگ سازی در ترافیک شهر تهران با رویکرد اخلاق محوری (رساله دکتری)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قائم شهر، صص. ۸۹-۹۰.

منصور، جهانگیر. (۱۳۸۸). قانون کار، تهران: انتشارات دوران، ص. ۷۴.

References:

- Abadati, N., et al. (2024). The impact of social media use on journalists' work performance. *News Science*, 10(40), 87–113. (In Persian)
- Adoharii, H. R., et al. (2022). Investigating the relationship between media managers in Arab countries and journalists in providing job security and wages (Doctoral thesis). Durham University.
- Asadi, A., et al. (2024). Government obligations to provide and guarantee the right to human dignity in the media. *News Science*, 20, 145–164. (In Persian)
- Beheshti, J. (2000). Industrial relations and labor relations. Tehran: Amin Publications, 139–150. (In Persian)
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Code of Labor Laws of the Islamic Republic of Iran. (n.d.). (In Persian)
- Darabi, A., & Razavi, M. (2021). An investigation of models for determining wages and salaries. *Labor Management Journal*, 87(3), 23–29. (In Persian)
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464. <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>
- Fallah, A., & Gholipour Marzbali, R. (2022). Essentials of Islamic ethics in media management. In *Proceedings of the 7th National Conference on Innovation and Research in Management, Psychology, and Education*, 13–14. (In Persian)
- Farhangi, A., et al. (2023). An analytical study of professional relations in media ethics (Master's thesis). Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran. (In Persian)
- Gholipour Marzbali, R., & Dehnadi, N. (2015). Ethical orientation in the activities of commercial and international affairs managers of news agencies and reputable domestic media with an approach to journalists' wages and salaries. In *Proceedings of the 2nd Conference on Management and New Ethical Findings*. Tehran, Iran, 12. (In Persian)
- Hasanpour Haskouei, M., et al. (2024). The role of managers' communication skills in employees' job satisfaction: A meta-analysis of previous studies. *News Science*, 14(4), 284–304.
- Jafari, Z., & Tavana, M. (2016). Examination of the status of professional ethics relations in labor laws. In *Proceedings of the 2nd Conference on Professional Labor Relations*. Mashhad, Iran. (In Persian)
- Labor Law of the Islamic Republic of Iran. (1990). Tehran: Ministry of Cooperatives, Labour and Social Welfare, 17–18. (In Persian)
- Loo, K. Y. (2020). The cost of wages and salaries represents the share of labor in the production of products. *Journal of Business Ethics*, 161, 161–178.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Moradi, M., & Fallah, A. (2023). Presenting an appropriate model for traffic culture promotion in Tehran with an ethics-oriented approach (Doctoral dissertation). Islamic Azad University, Qaemshahr Branch, Qaemshahr, Iran, 89–90. (In Persian)
- Rikarduo, M., et al. (2012). Labor wages and long-term job security in German jobs. In *Berkeley Conference on Labor Economics* (p. 3). Berkeley, CA.
- Saberi, R., & Haghighatpour, M. A. (2012). Journalists' rights from the perspective of Imamiyyah jurisprudence. *Teachings of Civil Jurisprudence*, (5), 45–48, Spring & Summer. (In Persian)
- Shahid Zadeh, P., & Asadi, A., et al. (). Genealogy of the changes in the «#Me-too» social movement on Instagram, *News Science*, 2(13), 21–40, <https://doi.org/10.22034/lrsi.2024.462626.1194> (In Persian)
- Social Security Law. (1975). Tehran: Social Security Organization, 9. (In Persian)