د کابل پوهنتون د ټولنیزو علومو علمي-څېړنیزه مجله
مجله علمی-تحقیقی علوم اجتماعی پوهنتون کابل
Journal of Social Sciences
Kabul University
e-ISSN: 3078-557X
P-ISSN: 3078-5561

Professional Opportunities and Challenges of Journalism Graduates: A Mixed-Methods Study of Recent Graduates from Kabul University

Khairuddin Rahmani[1*], Bashir Ahmad Malekzai[2]

[1]Department of Journalism, Faculty of Communication and Journalism, Kabul University, Kabul, Afghanistan

[2]Graduate Of Journalism Department, Faculty of Communication and Journalism, Kabul University, Kabul, Afghanistan

Email: khairuddin.rahmani@ku.edu.af

Article History

Recevied:
July 21, 2026

Accepted:
August 22, 2026

Published:
September 22, 2026

Abstract

This study examines the professional opportunities and challenges facing journalism graduates in Afghanistan, focusing on graduates of the Department of Journalism at Kabul University in 1403 and 1404. The study addresses the difficulties many graduates face in entering the job market and the gap between academic training and the practical demands of the media industry. Given the changing media landscape, understanding the factors that shape graduates' employment and professional prospects is particularly important. The study therefore explored key professional challenges and opportunities and examined the role of practical skills in employment. An explanatory sequential mixed-methods design was used. Quantitative data were collected from 70 graduates through a researcher-developed questionnaire, followed by semi-structured interviews with nine participants. The findings showed that 50.85% of respondents were unemployed. Limited job opportunities, lack of job security, and insufficient practical skills were identified as major challenges. Reporting, content production, and technical media skills were also significantly associated with employment status. Qualitative findings highlighted the gap between academic training and labor market needs, the growing importance of digital and multimedia skills, and the role of online media in creating new opportunities. Overall, the study highlights the need to revise the curriculum, strengthen practical training and internships, and enhance collaboration between universities and media organizations.

Keywords

Employment; Professional Challenges; Journalism Graduates; Media Opportunities; Professional Skills; Job Market

Rahmani, K., & Malekzai, B. A. (2026). Professional Opportunities and Challenges of Journalism Graduates: A Mixed-Methods Study of Recent Graduates from Kabul University. *Journal of Social Sciences - Kabul University*, *9*(2), 21–49. https://doi.org/10.62810/jss.v9i2.543

د کابل پوهنتون د ټولنیزو علومو علمي-څېړنیزه مجله
مجله علمی-تحقیقی علوم اجتماعی پوهنتون کابل
Journal of Social Sciences
Kabul University
e-ISSN: 3078-557X
P-ISSN: 3078-5561

فرصت‌ها و چالش‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم (مطالعه آمیخته فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل)

پوهنیار خیرالدین رحمانی[۱]، بشیراحمد ملکزی[۲]

[۱]دیپارتمنت ژورنالیزم، پوهنځی ارتباطات و ژورنالیزم، پوهنتون کابل، کابل، افغانستان
[۲]فارغ التحصیل، دیپارتمنت ژورنالیزم، پوهنځی ارتباطات و ژورنالیزم، پوهنتون کابل، کابل، افغانستان
ایمیل: khairuddin.rahmani@ku.edu.af

تاریخچه

تاریخ دریافت:
۳۰ سرطان ۱۴۰۵

تاریخ پذیریش:
۳۱ اسد ۱۴۰۵

تاریخ نشر:
۳۱ سنبله ۱۴۰۵

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی فرصت‌ها و چالش‌های حرفه‌ای فارغان رشته ژورنالیزم در افغانستان، با تمرکز بر فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل پرداخته است. مساله اساسی تحقیق، دشواری ورود بخشی از فارغان ژورنالیزم به بازار کار و وجود فاصله میان آموزش‌های اکادمیک و نیازهای عملی و حرفه‌ای رسانه‌ها است. با توجه به تحولات محیط رسانه‌ای و اهمیت اشتغال و توانمندی حرفه‌ای فارغان، شناخت عوامل مؤثر بر وضعیت کاری آنان و شناسایی فرصت‌ها و موانع موجود، از اهمیت ویژه برخوردار است. ازاین‌رو، هدف تحقیق، بررسی مهم‌ترین چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای و نقش مهارت‌های عملی در وضعیت اشتغال فارغان بود. تحقیق با رویکرد آمیخته متوالی تبیینی انجام شد؛ داده‌های کمی از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته از ۷۰ تن از فارغان و داده‌های کیفی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۹ مشارکت‌کننده گردآوری و تحلیل گردید. یافته‌ها نشان داد که ۵۰,۸۵ درصد پاسخ‌دهندگان شاغل نبودند و کمبود فرصت‌های کاری، نبود امنیت شغلی و ضعف مهارت‌های عملی از مهم‌ترین چالش‌های آنان به شمار می‌رود. همچنین، مهارت‌های گزارش‌نویسی، تولید محتوا و مهارت‌های فنی رسانه‌ای با وضعیت اشتغال رابطه معنادار داشتند. یافته‌های کیفی نیز شکاف میان آموزش نظری و نیازهای عملی بازار کار، ضرورت تقویت مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای و نقش رسانه‌های آنلاین در ایجاد فرصت‌های جدید را برجسته ساخت. در مجموع، تحقیق بر بازنگری نصاب آموزشی، تقویت آموزش عملی و کارآموزی و گسترش همکاری میان پوهنتون‌ها و نهادهای رسانه‌ای تأکید می‌کند.

واژه‌های کلیدی

اشتغال؛ چالش‌های حرفه‌ای؛ ژورنالیزم؛ فارغان ژورنالیزم؛ فرصت‌های رسانه‌ای؛ مهارت‌های حرفه‌ای؛ بازار کار

مقدمه

بسم الله الرحمن الرحیم

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَىٰ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ، وَعَلَىٰ آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ.

ژورنالیزم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های علوم انسانی و اجتماعی، نقش اساسی در شکل‌دهی افکار عمومی، بازتاب واقعیت‌های اجتماعی و تقویت ارتباط میان شهروندان و نهادهای اجتماعی دارد. در جوامع امروزی، رسانه‌ها تنها وسیله‌ای برای انتقال خبر و اطلاعات نیستند؛ بلکه به‌عنوان نهادهایی برای نظارت اجتماعی، افزایش شفافیت، تقویت مشارکت شهروندان و پاسخ‌گو ساختن نهادهای قدرت نیز عمل می‌کنند. در افغانستان نیز، با وجود شرایط خاص سیاسی، اقتصادی و امنیتی، در سال‌های گذشته شاهد گسترش نسبی رسانه‌ها و افزایش نهادهای آموزشی در حوزه‌ی ژورنالیزم بوده‌ایم. ایجاد و توسعه رسانه‌های چاپی، صوتی، تصویری و آنلاین و افزایش علاقه جوانان به تحصیل در این رشته، بیانگر اهمیت و جایگاه روزافزون ژورنالیزم در جامعه افغانستان است.

رسول خان امین (۱۴۰۰) در کتاب ژورنالیزم چیست و ژورنالیست کیست؟ کلمه‌ی ژورنالیزم را برگرفته شده از دو کلمه خارجی «ژورنال -و – ایزم» دانسته است. ژورنال در زبان فرانسوی به معنی ثبت احوال روز و یادداشت روزانه که در برگیرنده ی واقعه های روزانه باشد است و ژورنال برای هر نوع نشریه گفته می شود(امین، ۱۴۰۰). پسوند ایزم (ism) در زبان انگلیسی از (isme) و در زبان فرانسوی از (ismus) در پی نام‌ها یا صفت‌ها می‌آید و به معنای رای، عقیده، ایمان، مذهب، گرایش و روش را می‌رساند (حاجی زاده، ۱۳۸۸). ژورنالیزم که به عنوان یکی از رشته‌های مهم علوم اجتماعی، در پوهنتون‌ها و نهادهای اکادمیک تدریس می‌شود، از جایگاه و اعتبار بالایی در جامعه برخوردار است. کفایت حمیدی و السندرا برشنر(۲۰۲۰)، الگوهای آموزش ژورنالیزم را به دو دسته اصلی تقسیم کرده اند: آموزش اکادمیک در پوهنتون‌ها و آموزش غیر اکادمیک (Hamidi & Brüchner, 2020). آموزش اکادمیک ژورنالیزم از گذشته بر این دیدگاه استوار بوده است که ژورنالیزم حرفه‌ای است که باید در خدمت منافع عمومی و جامعه قرار گیرد. آموزش حرفه‌ای با تعیین معیارهای مشخص و ارزش‌های مشترک حرفه‌ای برای خبرنگاران، به آنان کمک می‌کند تا در برابر فشارهای تجاری و اقتصادی وارد بر فعالیت‌های رسانه‌ای مقاومت کنند. آموزش ژورنالیزم باید میان محتوای نظری و آموزش عملی تعادل برقرار کند؛ زیرا بازار کار رسانه‌ها هم به خبرنگاران دارای مهارت‌های عملی نیاز دارد و هم به افرادی که از دانش نظری و درک عمیق از رسانه برخوردار باشند. اگرچه در سطح بین‌المللی همواره درباره برتری رویکرد صنعت‌محور یا پوهنتون محور در آموزش ژورنالیزم بحث و

اختلاف‌نظر وجود داشته است، اما هر دو بُعد نظری و عملی باید در برنامه‌های آموزش عالی ژورنالیزم با یکدیگر ادغام شوند؛ زیرا هر دو برای فعالیت حرفه‌ای خبرنگاران و شناخت نظام رسانه‌ای ضروری هستند (Hamidi & Brüchner, 2020).

با آن‌که منابع اطلاع‌رسانی روزبه‌روز گسترده‌تر و متنوع‌تر می‌شوند، حرفه ژورنالیزم هم‌چنان به دلیل نقش آن در ایجاد چارچوبی برای اطلاع‌رسانی مسئولانه و رعایت ارزش‌ها و معیارهای حرفه‌ای، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در حوزه ژورنالیزم، این ارزش‌ها از طریق استقلال تحریریه، تکثرگرایی رسانه‌ای و توانایی شهروندان برای راستی‌آزمایی منشأ و اعتبار اطلاعات تقویت و پشتیبانی می‌شوند (Regina Luttrell, Jason Davis & Carrie Welch, 2025) با این حال، افزایش شمار فارغان رشته ژورنالیزم، در کنار گسترش سریع فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، بازار کار این حرفه را با فرصت‌ها و چالش‌های تازه‌ای مواجه ساخته است.

گسترش فناوری اطلاعات در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف، ساختارهای سازمانی را دستخوش تغییر کرده و در بسیاری موارد موجب کوچک‌سازی[1] سازمان‌ها و حرکت به سوی ساختارهای تخت[2] شده است. همچنین، یکپارچه‌سازی داده‌ها و استفاده گسترده از فناوری‌های دیجیتال، موجب حذف یا کاهش برخی مشاغلی شده است که وظیفه اصلی آن‌ها انتقال، ثبت و کنترل داده‌ها بوده است (بیگی، ۱۳۸۰). این تحولات در حوزه ژورنالیزم نیز تأثیر قابل توجهی داشته و در کنار ایجاد فرصت‌های جدید، چالش‌هایی را برای نیروی انسانی این حرفه به وجود آورده است. ظهور رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای تولید محتوای چندرسانه‌ای و فناوری‌های هوش مصنوعی، ماهیت کار ژورنالیستی و مهارت‌های مورد نیاز بازار کار را تغییر داده است. از این‌رو، فارغان رشته ژورنالیزم برای ورود و ماندگاری در بازار کار، علاوه بر دانش نظری، به مجموعه‌ای از مهارت‌های عملی، دیجیتال و حرفه‌ای نیاز دارند.

پوهنتون‌ها، به‌ویژه پوهنځی ژورنالیزم پوهنتون کابل، هر ساله شمار قابل توجهی از فارغان این رشته را وارد جامعه می‌کنند. با این حال، افزایش شمار فارغان به‌تنهایی نمی‌تواند موفقیت حرفه‌ای و اشتغال آنان را تضمین کند؛ زیرا میزان جذب فارغان در بازار کار به عوامل مختلفی از جمله ظرفیت رسانه‌ها، وضعیت اقتصادی و سیاسی، امنیت شغلی، سطح مهارت‌های حرفه‌ای، تناسب آموزش‌های آکادمیک با نیازهای بازار کار و توانایی سازگاری با فناوری‌های نوین وابسته است.

---

[1] Downsizing
[2] Flat

در سال‌های گذشته، آموزش ژورنالیزم در افغانستان نیز توسعه قابل توجهی یافته است. ایجاد و گسترش رشته‌های ژورنالیزم در پوهنتون‌ها، افزایش علاقه‌مندی به فعالیت‌های رسانه‌ای و توسعه رسانه‌های چاپی، صوتی، تصویری و آنلاین، از نشانه‌های رشد این حرفه در کشور به شمار می‌رود. به‌طور نمونه، در تحقیقی با عنوان *«خبرنگاری در افغانستان؛ چالش‌ها و راهکارها»* آمده است که خبرنگاری در افغانستان طی سیزده سال گذشته، با وجود مشکلات و محدودیت‌های مختلف، رشد قابل توجهی داشته است (مصباح، ۱۳۹۳). با وجود این پیشرفت‌ها، یافته‌های اولیه محققان و گفت‌وگو با شماری از فارغان رشته ژورنالیزم نشان می‌دهد که بسیاری از فارغان، به‌ویژه فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ پوهنځی ژورنالیزم پوهنتون کابل، هنگام ورود به بازار کار با چالش‌های متعددی مواجه می‌شوند. با وجود آن‌که آنان چندین سال برای کسب دانش و مهارت‌های اکادمیک وقت و هزینه صرف کرده‌اند، یافتن شغل مناسب و متناسب با رشته تحصیلی برای بسیاری از آنان آسان نیست.

خبرنگاران در مواجهه با مسائل و مشکلاتی که از سوی صنعت رسانه بر آنان تحمیل می‌شود، برای بهره‌مندی کامل از حرفه و پیشرفت شغلی خود با دشواری‌های فراوانی روبه‌رو هستند (Ogundoyin, 2020). در کنار سایر چالش‌های که خبرنگاران و فارغان رشته ژورنالیزم با آن مواجه اند، ضعف مهارت‌های عملی و حرفه‌ای فارغان نیز قابل بحث است. به گفته مصباح (۱۳۹۳)، هرچند تعداد رسانه‌ها در افغانستان افزایش یافته است، کیفیت فعالیت‌های خبری همچنان با چالش‌هایی مواجه است. این وضعیت نشان می‌دهد که برخورداری از مدرک در رشته ژورنالیزم به‌تنهایی برای موفقیت در بازار کار کافی نیست؛ بلکه فارغ ژورنالیزم باید بتواند مهارت‌های عملی را فراگیرند و مسئولیت‌های حرفه‌ای خبرنگاری را رعایت کنند. رعایت مسئولیت‌های خبرنگاران در انتقال دقیق و مسئولانه اطلاعات، از نظر اخلاقی نیز اهمیت دارد. قرآن کریم در آیه ششم سوره حجرات می‌فرماید:

»يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ«

(قرآن کریم، سوره حجرات، آیه ٦). ترجمه: «ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر شخص فاسقی خبری برای شما آورد، تحقیق کنید؛ مبادا از روی ناآگاهی به گروهی آسیب برسانید و سپس از آنچه انجام داده‌اید، پشیمان شوید.»

بنابراین، فارغان ژورنالیزم برای افزایش قابلیت رقابت خود در بازار کار، نیازمند کسب مهارت‌هایی فراتر از آموزش‌های سنتی ژورنالیزم هستند. در چنین شرایطی، شناخت دقیق چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم و بررسی میزان انطباق آموزش‌های اکادمیک با نیازهای واقعی بازار کار،

اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. بر همین اساس، تحقیق حاضر با هدف **بررسی** چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان رشته ژورنالیزم انجام شده است. در این راستا، تحقیق به شناسایی موانع اصلی ورود فارغان ژورنالیزم به بازار کار، بررسی فرصت‌ها و عوامل مؤثر بر موفقیت حرفه‌ای آنان، تحلیل میزان هماهنگی میان آموزش‌های اکادمیک و نیازهای واقعی رسانه‌ها و ارائه راهکارهایی برای تقویت مهارت‌های حرفه‌ای و افزایش زمینه‌های اشتغال فارغان می‌پردازد. بر مبنای این اهداف، تحقیق حاضر فرضیه‌های زیر را مطرح می‌کند:

- عدم امنیت شغلی، کمبود فرصت‌های کاری و ضعف مهارت های عملی از عمده‌ترین چالش‌های فارغان ژورنالیزم است.
- مهارت‌های عملی و حرفه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر اشتغال فارغان رشته ژورنالیزم دارد.
- آموزش‌های اکادمیک مطابق نیاز بازار کار تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت حرفه‌ای فارغان رشته ژورنالیزم دارد.
- استفاده از رسانه‌های آنلاین و فناوری‌های نوین تأثیر مثبت و معناداری بر فرصت‌های اشتغال فارغان رشته ژورنالیزم دارد.
- حمایت نهادهای حامی رسانه‌ها تأثیر مثبت و معناداری بر جذب فارغان رشته ژورنالیزم دارد.

پیشینه تحقیق

ماخادی و دیدریش[3] (۲۰۲۱)، در تحقیقی تحت عنوان نقش آموزش تلفیقی با محیط کار را در آماده‌سازی محصلان ژورنالیزم برای ورود به بازار کار[4] بررسی کرده است. این تحقیق با رویکرد کیفی و اکتشافی در پوهنتون فناوری تشوانه افریقای جنوبی انجام شده و داده‌های آن از طریق مصاحبه با ۳۹ محصل، ۱۳ نماینده صنعت رسانه و ۱۴ هماهنگ‌کننده آموزش تلفیقی با محیط کار وآمران دیپارتمنت گردآوری شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که ترکیب آموزش نظری با تجربه عملی، نقش مهمی در افزایش آمادگی شغلی محصلان ژورنالیزم دارد .مشارکت‌کنندگان اظهار کرده‌اند که آموزش تلفیقی با محیط کار به آنان کمک می‌کند تا دانش کسب‌شده در پوهنتون را در محیط واقعی رسانه به کار گیرند، مستقلانه کار کنند، با دستورالعمل‌های سازمانی سازگار شوند و

[3] Makhadi & Diederichs

[4] The Role of Work-Integrated Learning in Preparing Journalism Students for the Workplace

وظایف خود را در زمان تعیین‌شده انجام دهند. این تجربه هم‌چنین به تقویت دقت در گزارش‌دهی، مدیریت زمان و رفتار حرفه‌ای آنان کمک می‌کند.افزون بر این، تهیه نمونه‌کارهای عملی و ارائه آن‌ها همراه با درخواست استخدام، از دیدگاه محصلان در معرفی توانایی‌های حرفه‌ای آنان به کارفرمایان اهمیت دارد (Makhadi & Diederichs, 2021).

وانگ[5] (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان «شکاف میان آموزش پوهنتونی و بازار کار در ژورنالیزم: نمونه‌ای از ایجاد جامعهٔ آموزشی باز در چین[6]»، رابطهٔ میان برنامه‌های درسی رشتهٔ ژورنالیزم و مهارت‌های موردنیاز بازار کار را بررسی کرده است. هدف اصلی تحقیق، شناسایی میزان هماهنگی آموزش اکادمیک با نیازهای حرفه‌ای کارفرمایان و ارائهٔ راهکارهایی برای کاهش شکاف میان این دو حوزه بود. محقق برای گردآوری و تحلیل داده‌ها از تحلیل محتوای آگهی‌های استخدامی، بررسی برنامه‌های درسی ۱۲۰ پوهنتون و مصاحبه با محصلان استفاده کرد. در این مطالعه، ۷۲۴ آگهی استخدامی منتشرشده در وب‌سایت‌های کاریابی چین بررسی شد. یافته‌ها نشان داد که کارفرمایان علاوه بر مهارت‌های سنتی ژورنالیزم، به تجربهٔ کاری، توانایی نگارش، مهارت‌های رسانه‌های نوین، تولید ویدیو و عکس، استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی، تحلیل داده‌ها، خلاقیت، ارتباط مؤثر و توانایی کار زیر فشار اهمیت می‌دهند. همچنین، بخش قابل توجهی از فرصت‌های شغلی بررسی‌شده به حوزه‌هایی فراتر از رسانه‌های خبری حرفه‌ای، مانند ارتباطات سازمانی، بازاریابی و تولید محتوای دیجیتال مربوط بود. نتایج تحقیق از وجود فاصله میان برنامه‌های درسی پوهنتون و انتظارات بازار کار حکایت داشت. وانگ برای کاهش این فاصله، تقویت همکاری میان پوهنتون‌ها، صنعت رسانه و نهادهای مرتبط و گسترش آموزش‌های عملی و میان‌رشته‌ای را پیشنهاد کرد(Wang, 2022).

کفایت حمیدی و السندرا برشنر(۲۰۲۰) اصلاح آموزش ژورنالیزم در افغانستان: پیشنهادهایی برای یک الگوی آموزش دوگانه به اهمیت نقش ژورنالیزم در جامعه پرداخته است و تاکید کرده استآموزش ژورنالیزم باید متناسب با سطح بالای مهارت‌های موردنیاز خبرنگاران طراحی شود و همچنین نقش «میانجی‌گری» خبرنگاران در کشورهای رو به توسعه باید به‌صورت نظری تبیین و مفهوم‌پردازی گردد. محققان در این مقاله الگویی را برای آموزش ژورنالیزم در افغانستان پیشنهاد می‌کند که بر پایه ارزیابی نیازها و امکان سنجی و بهره گیری از رویکرد کنش مشارکتی تدوین شده است. به باور محققان، این الگو

[5] Wang
[6] The Gap Between University Studies and Labour Market in Journalism: Opening Educational Community Example in China

می‌تواند به‌عنوان نقشه راهی برای اصلاح آموزش ژورنالیزم در کشورهای کم‌تر توسعه یافته مورد استفاده قرار گیرد؛ به‌گونه‌ای که ضمن بهره‌گیری از دیدگاه‌های بیرونی، ارزش‌ها، فرهنگ و منافع جامعه محلی را نیز مدنظر قرار دهد(Hamidi & Brüchner, 2020).

مبانی نظری

نظریه سرمایه انسانی

نظریه سرمایه انسانی، یکی از مهم‌ترین نظریه‌های اقتصادی و اجتماعی در تبیین اشتغال، توسعه اقتصادی و توسعه منابع انسانی است. این نظریه نخستین بار توسط تئودور شولتز (Schultz, 1961) مطرح شد و سپس توسط گری بیکر (Becker, 1964)توسعه یافت. بر اساس این نظریه، آموزش، دانش، مهارت، تجربه، سلامت و توانایی‌های افراد نوعی سرمایه محسوب می‌شوند که همانند سرمایه‌های فزیکی می‌توانند موجب افزایش بهره‌وری، درآمد و فرصت‌های اشتغال شوند. بیکر معتقد است سرمایه‌گذاری در آموزش، مهارت‌آموزی و توسعه قابلیت‌های فردی، نوعی سرمایه‌گذاری اقتصادی است که در بلندمدت بازده قابل توجهی برای فرد، سازمان و جامعه به همراه دارد (Becker, 1964).

مطابق این نظریه، پوهنتون‌ها و مراکز آموزش عالی نقش اساسی در توسعه سرمایه انسانی ایفا می‌کنند؛ زیرا از طریق انتقال دانش تخصصی، آموزش مهارت‌های حرفه‌ای و تقویت توانایی‌های تحلیلی، افراد را برای ورود موفق به بازار کار آماده می‌سازند (Sweetland, 1996). در رشته ژورنالیزم نیز آموزش اکادمیک در پوهنتون، زمانی اثربخش خواهد بود که علاوه بر آموزش مباحث نظری، مهارت‌های عملی و فنی مورد نیاز بازار رسانه را نیز به محصلان منتقل کند. مهارت‌هایی مانند خبرنویسی، گزارش‌نویسی، مصاحبه، تولید محتوای دیجیتال، مدیریت رسانه‌های اجتماعی، عکاسی خبری، فیلم‌برداری، تدوین، روزنامه‌نگاری داده‌محور و استفاده از فناوری‌های نوین رسانه‌ای از جمله مهم‌ترین مؤلفه‌های سرمایه انسانی فارغان ژورنالیزم محسوب می‌شوند. نظریه سرمایه انسانی بیان می‌کند که هرچه سطح مهارت‌ها، تخصص و توانایی‌های حرفه‌ای افراد افزایش یابد، قابلیت رقابت آنان در بازار کار نیز بیشتر خواهد شد. به بیان دیگر، کارفرمایان معمولاً افرادی را جذب می‌کنند که علاوه بر دانش تخصصی، از تجربه عملی، مهارت‌های کاربردی و توانایی سازگاری با تغییرات محیط کاری برخوردار باشند (Becker, 1964). از این‌رو، فارغان ژورنالیزم که در دوران تحصیل از فرصت‌های کارآموزی، آموزش‌های عملی و تجربه فعالیت در رسانه‌ها بهره‌مند شده باشند، در مقایسه با سایر فارغان شانس بیشتری برای دستیابی به فرصت‌های شغلی مناسب خواهند داشت. در شرایط

کنونی افغانستان، اهمیت سرمایه انسانی در بخش رسانه بیش از گذشته آشکار شده است. گسترش رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های آنلاین، نیاز به خبرنگاران و تولیدکنندگان محتوایی را افزایش داده است که علاوه بر دانش نظری، توانایی استفاده از فناوری‌های نوین رسانه‌ای را نیز داشته باشند. در چنین شرایطی، فارغانی که از سرمایه انسانی قوی‌تری برخوردار باشند، می‌توانند فرصت‌های شغلی بیشتری در رسانه‌های چاپی، دیداری و شنیداری، رسانه‌های آنلاین، سازمان‌های غیردولتی، نهادهای بین‌المللی و بخش ارتباطات سازمان‌ها به دست آورند. در مقابل، ضعف مهارت‌های عملی، کمبود تجربه کاری و فاصله میان آموزش اکادمیک و نیازهای واقعی بازار کار می‌تواند زمینه کاهش قابلیت استخدام و افزایش بیکاری در میان فارغان را فراهم سازد (Sweetland, 1996). بر همین اساس، نظریه سرمایه انسانی چارچوب نظری مناسبی برای تحقیق حاضر فراهم می‌سازد. این تحقیق می‌کوشد بررسی کند که مهارت‌ها، دانش تخصصی و توانایی‌های حرفه‌ای فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل تا چه اندازه بر فرصت‌های اشتغال آنان تأثیر گذاشته و آیا سطح سرمایه انسانی آنان توانسته است زمینه ورود موفق به بازار کار رسانه‌ای افغانستان را فراهم سازد یا خیر.

روش تحقیق

این تحقیق با رویکرد روش تحقیق آمیخته متوالی تبیینی[۷] انجام شده است. در این طرح، محقق ابتدا داده‌های کمی را گردآوری و تحلیل می‌کند و سپس بر اساس یافته‌های مرحله کمی، داده‌های کیفی را به‌منظور تبیین، تعمیق و تکمیل نتایج کمی گردآوری و تحلیل می‌نماید. به بیان دیگر، مرحله کیفی در این رویکرد در پی آن است که یافته‌های حاصل از مرحله کمی را با استفاده از دیدگاه‌ها و تجربه‌های مشارکت‌کنندگان تو ضیح داده و ابعاد پنهان‌تر پدیده مورد مطالعه را آشکار سازد (کرس‌ول، ۱۳۹۳).

در تحقیق حاضر نیز، مرحله نخست تحقیق با استفاده از روش کمی-پیمایشی انجام شد. در این مرحله، داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته از فارغان دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل گردآوری و مورد تجزیه‌وتحلیل قرار گرفت. پس از تحلیل داده‌های کمی و شناسایی مهم‌ترین چالش‌ها، مهارت‌ها، فرصت‌ها و عوامل مرتبط با اشتغال فارغان، مرحله دوم تحقیق طراحی شد. در این مرحله، بر مبنای یافته‌های به‌دست‌آمده از بخش کمی، سؤالات مصاحبه تدوین و با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته دیدگاه‌ها و تجربه‌های مشارکت‌کنندگان گردآوری گردید. از این رو،

[7]Explanatory Sequential Mixed Methods

داده‌های کیفی با هدف تفسیر عمیق‌تر یافته‌های کمی و ارائه تصویر جامع‌تری از چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم مورد استفاده قرار گرفته است.

جامعه آماری

جامعه آماری بخش کمی این تحقیق شامل تمامی فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنځی ارتباطات و ژورنالیزم پوهنتون کابل است. بر اساس اطلاعات ارائه‌شده از سوی مدیریت تدریسی پوهنځی ارتباطات و ژورنالیزم، در سال ۱۴۰۳ تعداد ۳۷ نفر و در سال ۱۴۰۴ تعداد ۳۳ نفر از دیپارتمنت ژورنالیزم فارغ شده‌اند؛ بنابراین، جامعه آماری تحقیق در بخش کمی در مجموع ۷۰ نفر را شامل می‌شود.

در بخش کیفی تحقیق نیز، به‌منظور دستیابی به دیدگاه‌های متنوع درباره و ضعیت اشتغال و آمادگی حرفه‌ای فارغان، با ۹ نفر شامل ۷ نفر از فارغان دیپارتمنت ژورنالیزم و ۲ نفر از استادان این دیپارتمنت مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. انتخاب مشارکت‌کنندگان بخش کیفی به‌صورت هدفمند صورت گرفت؛ زیرا فارغان، تجربه مستقیم ورود به بازار کار و مواجهه با الزامات حرفه‌ای را دارا هستند و استادان نیز از منظر آموزشی و اکادمیک شناخت مناسبی از مهارت‌ها، نصاب درسی و آمادگی حرفه‌ای محصلان دارند. از این رو، ترکیب این دو گروه امکان بررسی موضوع را از دو منظر حرفه‌ای و آموزشی فراهم ساخته است.

حجم نمونه

با توجه به محدود بودن جامعه آماری بخش کمی و مشخص بودن تعداد اعضای جامعه، از روش کل‌شمار استفاده شده و به تعداد ۷۰ پرسشنامه آنلاین برای تمام فارغان دوسال (۱۴۰۳ و ۱۴۰۴) توزیع شد. این تعداد به‌عنوان نمونه بخش کمی تحقیق در نظر گرفته شد تا با توجه به حجم جامعه، امکان دستیابی به برآوردی مناسب از دیدگاه‌های جامعه مورد مطالعه فراهم شود. در بخش کیفی، انتخاب مشارکت‌کنندگان بر مبنای ارتباط آنان با مو ضوع تحقیق و ظرفیت آنان برای ارائه اطلاعات غنی و مرتبط انجام شد. در مجموع، ۹ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته شامل ۷ مصاحبه با فارغان و ۲ مصاحبه با استادان انجام گرفت. که شرح آن در جدول (۱) درج است.

جدول ۱: *اشتراک کنندگان در مصاحبه تحقیق*

کد مشارکت‌کننده	گروه مشارکت‌کننده	سابقه فعالیت حرفه‌ای	وضعیت کلی
G1	فارغ ژورنالیزم	۲ سال	فعال در حوزه رسانه
G2	فارغ ژورنالیزم	۱ سال	فعال در حوزه رسانه
G3	فارغ ژورنالیزم	۲ سال	فعال در حوزه رسانه

G4	فارغ ژورنالیزم	۱ سال	فعال در حوزه رسانه
G5	فارغ ژورنالیزم	۲ سال	فعال در حوزه رسانه
G6	فارغ ژورنالیزم	۲ سال	فعال در حوزه رسانه
G7	استاد ژورنالیزم	۹سال	عضو هیئت علمی
P1	استاد ژورنالیزم	٦ سال	عضو هیئت علمی
P2	فعال/کارشناس رسانه	۳ سال	شاغل در حوزه رسانه

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های کمی که با استفاده از پرسشنامه جمع آوری شده بود، توسط نرم افزار SPSS مورد تحلیل قرار گرفت و داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با استفاده از تحلیل تماتیک مورد بررسی قرار گرفت. در این روش، ابتدا پاسخ‌های مشارکت‌کنندگان به‌صورت دقیق مطالعه و واحدهای معنایی مرتبط با موضوع تحقیق شناسایی شد. سپس کدهای اولیه از داده‌ها استخراج و کدهای دارای مفهوم مشابه در قالب زیرتم‌ها دسته‌بندی گردیدند. در مرحله بعد، زیرتم‌های مرتبط در قالب تم‌های اصلی سازمان‌دهی و ارتباط میان تم‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در نهایت، تم‌های استخراج‌شده در ارتباط با یافته‌های کمی تفسیر شد تا ضمن توضیح یافته‌های آماری، ابعاد عمیق‌تر چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم نیز آشکار گردد. بنابراین، در این تحقیق، داده‌های کیفی نه به‌عنوان یافته‌هایی جدا از بخش کمی، بلکه به‌عنوان ابزار تبیین و تکمیل نتایج کمی مورد استفاده قرار گرفته‌اند.

روایی ابزار تحقیق

روایی ابزار تحقیق به میزان توانایی ابزار در اندازه‌گیری دقیق و مناسب مفاهیم و متغیرهای مورد نظر تحقیق اشاره دارد (حافظ‌نیا، ۱۳۹۹). در تحقیق حاضر، برای بررسی روایی ابزار کمی از روایی محتوا استفاده شد. بدین منظور، پرسشنامه محقق‌ساخته بر اساس اهداف تحقیق، پرسش‌های تحقیق و مبانی نظری مرتبط با موضوع طراحی گردید. سپس پرسشنامه در اختیار تعدادی از استادان و متخصصان حوزه ژورنالیزم، ارتباطات و روش تحقیق قرار گرفت تا از نظر وضوح و شفافیت گویه‌ها، ارتباط محتوایی سؤالات با موضوع تحقیق، جامعیت محتوای ابزار و تناسب آن با جامعه مورد مطالعه بررسی شود. پس از دریافت دیدگاه‌ها و پیشنهادهای اصلاحی متخصصان، موارد ضروری در پرسشنامه بازنگری و اصلاح شد و نسخه نهایی ابزار برای گردآوری داده‌های کمی مورد استفاده قرار گرفت.

برای بخش کیفی نیز، سؤالات مصاحبه بر اساس یافته‌های مرحله کمی و در راستای اهداف تحقیق تدوین شد. بدین ترتیب، طراحی ابزار کیفی مستقیماً از نتایج مرحله نخست تحقیق متأثر بود و امکان

بررسی عمیق‌تر یافته‌های کمی را فراهم ساخت. مصاحبه‌ها به‌صورت نیمه‌ساختاریافته انجام شد تا ضمن حفظ چارچوب اصلی سؤالات، مشارکت‌کنندگان فرصت داشته باشند تجربه‌ها، دیدگاه‌ها و توضیحات خود را درباره چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم به‌صورت آزادانه بیان کنند.

پایایی ابزار تحقیق

در این تحقیق، برای سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده خواهد شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها از نمونه آماری، میزان همسانی درونی گویه‌های پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSSمحاسبه می‌شود. در صورتی که مقدار آلفای کرونباخ برابر یا بیشتر از ۰,۷۰ باشد، پایایی ابزار در سطح مطلوب و قابل قبول در نظر گرفته می‌شود. طوریکه در جدول (۱) مشاهده می‌شود، ضریب الفای کرونباخ پرسشنامه‌ی این تحقیق (۰,۸۴۲) برآورد شده است. بنابر این، پرسشنامه پایا است.

با توجه به ماهیت کیفی بخش دوم تحقیق و استفاده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، اعتمادپذیری داده‌ها با استفاده از معیارهای چهارگانه اعتبار، قابلیت انتقال، وابستگی و تأییدپذیری مورد توجه قرار گرفت. برای افزایش اعتبار یافته‌ها، سؤالات مصاحبه بر اساس یافته‌های مرحله کمی و اهداف تحقیق طراحی شد و تلاش گردید مشارکت‌کنندگان دارای تجربه و ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق انتخاب شوند. همچنین، در تحلیل داده‌ها از اظهارات و تجربه‌های واقعی مشارکت‌کنندگان استفاده شد تا یافته‌های استخراج‌شده تا حد امکان بازتاب‌دهنده دیدگاه آنان باشد.

همچنین، برای افزایش تأییدپذیری، تلاش شد تم‌ها و نتایج نهایی مستقیماً بر اساس داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها شکل گیرد و از تحمیل دیدگاه شخصی محقق بر داده‌ها جلوگیری شود. در این فرایند، ارتباط میان کدهای اولیه، زیرتم‌ها و تم‌های نهایی مستندسازی گردید و برای پشتیبانی از یافته‌ها از شواهد موجود در اظهارات مشارکت‌کنندگان استفاده شد. بدین ترتیب، تلاش شد یافته‌های کیفی تحقیق از سطح برداشت‌های شخصی محقق فراتر رفته و بر یک فرایند منظم، شفاف و قابل پیگیری استوار باشد.

جدول ۲: *پایایی پرسشنامه‌ی تحقیق*

مؤلفه	تعداد گویه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ	وضعیت پایایی
وضعیت اشتغال و آمادگی حرفه‌ای فارغان	6	0.841	مطلوب
چالش‌های حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم	6	0.857	مطلوب
فرصت‌های حرفه‌ای و راهکارهای بهبود	6	0.826	مطلوب
کل پرسشنامه	18	0.842	پایایی مطلوب

یافته‌ها

در بخش یافته‌های کمی، به تحلیل نتایج پرسش‌نامه و آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته شده است. برای بررسی روابط پیش‌بینی‌کننده میان متغیرها، از رگرسیون چندگانه و رگرسیون خطی ساده استفاده شد. انتخاب آزمون بر اساس تعداد متغیرهای پیش‌بین در هر فرضیه صورت گرفت. تمامی تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزار SPSS و در سطح معناداری ۰,۰۵ انجام شد.

جدول ۳: *جنسیت اشتراک کنندگان در تحقیق*

شماره	گزینه	فراوانی	درصد
۱	مرد	70	100%
	مجموع	70	100%

مطابق جدول ۲، تمامی پاسخ‌دهندگان این تحقیق را مردان تشکیل می‌دهند .بنابراین 100 درصد نمونه آماری مرد است. این موضوع نشان می‌دهد که یافته‌های تحقیق بیشتر بازتاب‌دهنده دیدگاه مردان در رشته ژورنالیزم است.

جدول ٤: ارتباط وضعیت شغلی پاسخ دهندگان با رشته‌ی تحصلی

وضعیت شغلی	فراوانی	درصد
کاملاً مرتبط است	12	17.14
تا حدودی مرتبط است	13	18.57
هیچ ارتباطی ندارد	11	15.71
شاغل نیستم	34	48.57
مجموع	70	100.00

مطابق جدول ۳، از مجموع 70 فارغ مورد بررسی، ۳٤ تن (٤٨,٥٧ درصد) در زمان انجام تحقیق شاغل نبوده‌اند. از میان افراد شاغل، ۱۲ تن (۱۷,۱٤ درصد) در مشاغلی فعالیت داشته‌اند که کاملاً با رشته تحصیلی آنان مرتبط بوده است؛ ۱۳ تن (۱۸,۵۷ درصد) شغل خود را تا حدودی مرتبط با رشته تحصیلی دانسته‌اند و ۱۱ تن (۱۵,۷۱ درصد) در مشاغلی فعالیت داشته‌اند که ارتباطی با رشته ژورنالیزم نداشته است. این یافته نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از فارغان مورد بررسی یا فاقد شغل بوده‌اند یا در مشاغلی خارج از حوزه تخصصی خود فعالیت می‌کنند.

آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اول: عدم امنیت شغلی، کمبود فرصت‌های کاری و ضعف مهارت های عملی از عمده‌ترین چالش‌های فارغان ژورنالیزم است.

جدول ۵: *ضرایب رگرسیون چندگانه متغیرای پیش‌بین فرضیه اول*

متغیر پیش‌بین	β	t	Sig.
نبود امنیت شغلی	0.461	5.347	< .001
ضعف مهارت‌های عملی	0.389	4.612	< .001
کمبود فرصت‌های کاری	0.527	6.138	< .001

جدول ٦: *خلاصه مدل رگرسیون چندگانه و میزان تبیین واریانس*

شاخص مدل	مقدار
R	0.804
R^2	0.646
F	38.217
Sig.	< .001

نتایج جدول ۵ و ٦، نشان می‌دهد که مدل رگرسیون از نظر آماری معنادار است ($F = 38.217, p <$ .001).مقدار R^2 برابر با ۰,٦٤٦ است؛ به این معنا که متغیرهای واردشده در مدل، در مجموع ٦٤,٦ درصد از تغییرات مربوط به چالش‌های ورود فارغان به بازار کار را تبیین می‌کنند .در میان متغیرهای پیش‌بین، کمبود فرصت‌های کاری با ضریب بیتای ۰,۵۲۷ بیشترین سهم را در پیش‌بینی دشواری ورود به بازار کار داشته است. پس از آن، نبود امنیت شغلی ($\beta = 0.461$) و ضعف مهارت‌های عملی (β =0.389)قرار دارند. معناداری آماری هر سه متغیر در سطح کمتر از ۰,۰۰۱ نشان می‌دهد که هر سه عامل در مدل مورد بررسی، پیش‌بین‌های معناداری برای چالش‌های ورود به بازار کار بوده‌اند.

فرضیه دوم: مهارت‌های عملی و حرفه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر اشتغال فارغان رشته ژورنالیزم دارد.

جدول ۷: *ضرایب رگرسیون چندگانه متغیرهای پیش‌بین فرضیه دوم*

متغیر پیش‌بین	β	t	Sig.
مهارت گزارش‌نویسی	0.381	4.274	< .001
مهارت تولید محتوا	0.442	5.091	< .001
مهارت‌های فنی رسانه‌ای	0.337	3.964	.001

جدول ۸: *خلاصه مدل رگرسیون چندگانه و میزان تبیین واریانس*

شاخص مدل	مقدار
R	0.751
R^2	0.564
F	27.164
Sig.	< .001

مطابق جدول‌های ۷ و ۸، مدل رگرسیون چندگانه از نظر آماری معنادار است ($F = 27.164, p < .001$) و متغیرهای مورد بررسی در مجموع ٥٦,٤ درصد از تغییرات وضعیت اشتغال را تبیین می‌کنند. در میان متغیرهای پیش‌بین، مهارت تولید محتوا بیشترین ضریب بیتا را داشته است ($\beta = 0.442$). پس از آن، مهارت گزارش‌نویسی ($\beta = 0.381$) و مهارت‌های فنی رسانه‌ای ($\beta = 0.337$) قرار دارند. از آنجا که سطح معناداری هر سه متغیر کمتر از ۰,۰۵ است، هر سه متغیر در مدل حاضر پیش‌بین‌های آماری معناداری محسوب می‌شوند.

فرضیه سوم: آموزش‌های اکادمیک مطابق نیاز بازار کار تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت حرفه‌ای فارغان رشته ژورنالیزم دارد.

***جدول ۹**: نشان دهنده نتایج رگرسیون چندگانه متغیرهای فرضیه سوم*

متغیر پیش‌بین	β	t	Sig.
کمبود آموزش عملی	0.473	5.631	< .001
عدم تطابق نصاب درسی	0.412	4.928	< .001
ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه‌ها	0.365	4.117	.001

***جدول ۱۰**: خلاصه مدل رگرسیون چندگانه و میزان تبیین واریانس*

شاخص مدل	مقدار
R	0.786
R^2	0.618
F	32.548
Sig.	< .001

نتایج جدول ۹ و ۱۰، نشان می‌دهد که مدل رگرسیون($F = 32.548, p < .001$) از نظر آماری معنادار است. مقدار R^2 برابر با ۰,٦١٨ است؛ بنابراین، متغیرهای کمبود آموزش عملی، عدم تطابق نصاب درسی و ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه‌ها در مجموع ٦١,٨ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. در میان متغیرها، کمبود آموزش عملی($\beta = 0.473$) بیشترین ضریب بیتا را به خود اختصاص داده است. عدم تطابق نصاب درسی ($\beta = 0.412$) و ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه‌ها ($\beta = 0.365$) نیز از متغیرهای پیش‌بین‌های معنادار بوده‌اند. این یافته آماری نشان‌دهنده اهمیت عوامل آموزشی و ارتباط میان نهاد آموزش و بازار رسانه در وضعیت اشتغال فارغان است.

فرضیه چهارم: استفاده از رسانه‌های آنلاین و فناوری‌های نوین تأثیر مثبت و معناداری بر فرصت‌های اشتغال فارغان رشته ژورنالیزم دارد.

جدول ۱۱: *نتایج رگرسیون خطی ساده مربوط به متغیرهای فرضیه*

متغیر پیش‌بین	β	t	Sig.	R^2
رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی	0.658	7.451	< .001	0.433

نتایج جدول ۱۱، بیانگر معناداری مدل رگرسیون خطی ساده است. ضریب بیتا برابر با ۰,۶۵۸ و سطح معناداری کمتر از ۰,۰۰۱ است. مقدار R^2 نیز ۰,۴۳۳ به دست آمده است؛ به این معنا که متغیر رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی ۴۳,۳ درصد از تغییرات فرصت‌های اشتغال مورد بررسی را تبیین می‌کند. بنابراین، گسترش فعالیت‌های رسانه‌ای در محیط آنلاین با افزایش فرصت‌های جدید اشتغال برای فارغان همراه بوده است.

فرضیه پنجم: حمایت نهادهای حامی رسانه‌ها تأثیر مثبت و معناداری بر جذب فارغان رشته ژورنالیزم دارد.

جدول۱۲: *نتایج رگرسیون خطی ساده متغیرهای فرضیه*

متغیر پیش‌بین	β	t	Sig.	R^2
حمایت نهادی و مالی از رسانه‌ها	0.694	8.016	< .001	0.481

مطابق جدول ۱۲، حمایت نهادهای حامی رسانه‌ها با متغیر جذب فارغان رابطه معناداری دارد (β=0.694, p< 0.001).مقدار R^2 برابر با ۰,۴۸۱ است؛ بنابراین، ۴۸,۱ درصد از تغییرات متغیر جذب فارغان در این مدل توسط حمایت نهادی و مالی تبیین می‌شود. این نتیجه بر اهمیت شرایط سازمانی و اقتصادی صنعت رسانه در ایجاد ظرفیت جذب نیروی انسانی تأکید دارد.

یافته‌های کیفی

برای تبیین عمیق‌تر یافته‌های کمی، داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۹ مشارکت‌کننده با استفاده از تحلیل تماتیک بررسی شد. در فرایند تحلیل، ابتدا واحدهای معنایی مرتبط با پرسش‌های تحقیق شناسایی و کدگذاری اولیه شدند. سپس کدهای مشابه در قالب زیرتم‌ها سازمان‌دهی و در مرحله نهایی، زیرتم‌های مرتبط در قالب تم‌های اصلی قرار گرفتند. به‌منظور حفظ محرمانگی مشارکت‌کنندگان، در گزارش یافته‌های کیفی از کُدهای G1تاG7 برای فارغان و p1و p2 برای استادان استفاده شده است. بنابراین، ارجاع به اظهارات مشارکت‌کنندگان در ادامه با این کُدها صورت می‌گیرد.

جدول ۱۳: *نمونه‌ای از فرایند کدگذاری و شکل‌گیری تم‌های اصلی*

کدهای اولیه	زیرتم	تم اصلی
کمبود فرصت شغلی، تعداد زیاد فارغان، رقابت شدید	محدودیت ظرفیت بازار کار	محدودیت‌های ساختاری اشتغال
رکود رسانه‌ها، مشکلات اقتصادی رسانه‌ها، کاهش استخدام	وضعیت نامساعد صنعت رسانه	محدودیت‌های ساختاری اشتغال
معاش پایین، قرارداد کوتاه‌مدت، نبود امنیت شغلی	بی‌ثباتی شغلی	محدودیت‌های ساختاری اشتغال
استخدام افراد غیرمسلکی، دسترسی نابرابر به فرصت‌ها	ضعف شایسته‌سالاری در استخدام	محدودیت‌های ساختاری اشتغال
نبود تجربه کاری، کمبود پرکتیک، ناتوانی در کار میدانی	ضعف تجربه عملی	شکاف آموزش اکادمیک و بازار کار
غلبه آموزش نظری، یادگیری تعاریف بدون اجرای عملی	نظری‌بودن آموزش	شکاف آموزش اکادمیک و بازار کار
ضعف کار با کمره و تجهیزات صوتی، گزارش ساحه و کنفرانس	کمبود آموزش فنی	شکاف آموزش اکادمیک و بازار کار
تدوین، عکاسی، فیلم‌برداری و گرافیک	مهارت‌های چندرسانه‌ای	نیاز به مهارت‌های نوین حرفه‌ای
تولید محتوای دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی	مهارت‌های رسانه دیجیتال	نیاز به مهارت‌های نوین حرفه‌ای
Photoshop، Premiere، Illustratorو ابزارهای ادیت	مهارت‌های نرم‌افزاری	نیاز به مهارت‌های نوین حرفه‌ای
زبان انگلیسی، ارتباط مؤثر و سخن‌گفتن	مهارت‌های تکمیلی	نیاز به مهارت‌های نوین حرفه‌ای
هوش مصنوعی و تولید برنامه با امکانات محدود	مهارت‌های نوین رسانه‌ای	نیاز به مهارت‌های نوین حرفه‌ای
ناکافی بودن محتوای عملی نصاب	عدم تناسب نصاب	اصلاح و مهارت‌محور شدن نصاب
نیاز به به‌روزرسانی نصاب مطابق بازار	بازارمحوری نصاب	اصلاح و مهارت‌محور شدن نصاب
کارآموزی، پروژه واقعی و آموزش عملی	تجربه حرفه‌ای پیش از فراغت	اصلاح و مهارت‌محور شدن نصاب
خبرنگاری دیجیتال، تولیدکننده محتوا، ادمین	مشاغل جدید دیجیتال	فرصت‌های رسانه‌های آنلاین
فریلنسری، کار از راه دور و فعالیت شخصی	اشتغال مستقل	فرصت‌های رسانه‌های آنلاین
تولید محتوا برایFacebook ، وب‌سایت وX	مهارت پلتفرم‌محور	فرصت‌های رسانه‌های آنلاین
همکاری پوهنتون و رسانه و ارتباط با کارفرمایان	پیوند پوهنتون و بازار	راهکارهای ارتقای اشتغال
دوره‌های کوتاه‌مدت و آموزش مهارتی	آموزش تکمیلی	راهکارهای ارتقای اشتغال
حمایت از رسانه‌های نوپا و ایجاد فرصت استخدام	توسعه فرصت‌های شغلی	راهکارهای ارتقای اشتغال

تم‌های اصلی استخراج‌شده از مصاحبه‌ها

جدول ۱٤: *میزان حضور تم‌ها/ مضامین اصلی در مصاحبه‌های انجام‌شده*

تم اصلی	زیرتم‌های کلیدی	مشارکت‌کنندگان دارای مضمون	سطح برجستگی
شکاف آموزش نظری و تجربه عملی	غلبه نظریه، کمبود پرکتیک، نبود تجربه کاری، ضعف کار میدانی	۸ از ۹	بسیار بالا
محدودیت فرصت‌های شغلی و ناامنی اشتغال	کمبود فرصت، رقابت، رکود رسانه، معاش پایین، قرارداد کوتاه‌مدت	٦ از ۹	بسیار بالا
نیاز به مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای	تدوین، عکاسی، فیلم‌برداری، گرافیک، شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارها	۸ از ۹	بسیار بالا
ضرورت اصلاح و بازارمحور شدن نصاب	به‌روزرسانی نصاب، مهارت‌محوری، آموزش عملی و کارآموزی	۷ از ۹	بالا
فرصت‌های رسانه‌های آنلاین و اشتغال مستقل	خبرنگاری دیجیتال، تولید محتوا، فریلنسری و کار از راه دور	۷ از ۹	بالا
ضرورت پیوند پوهنتون، رسانه و کارفرما	کارآموزی، همکاری پوهنتون و رسانه و ارتباط با کارفرما	٦ از ۹	بالا

همان‌گونه که جدول ۱٤، نشان می‌دهد، شکاف میان آموزش نظری و تجربه عملی و نیاز به مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای برجسته‌ترین مضامین در داده‌های کیفی بوده‌اند. در کنار این دو مضمون، محدودیت فرصت‌های شغلی و ناامنی اشتغال نیز جایگاه مهمی در تجربه مشارکت‌کنندگان داشته است. این یافته نشان می‌دهد که مسئله اشتغال فارغان را نمی‌توان صرفاً به کمبود فرصت‌های کاری یا صرفاً به ضعف مهارت‌های فردی نسبت داد؛ بلکه این مسئله حاصل تعامل عوامل آموزشی، حرفه‌ای، فناورانه و ساختاری است.

شکاف میان آموزش نظری و تجربه عملی

برجسته‌ترین مضمون استخراج‌شده از مصاحبه‌ها، فاصله میان آموزش در پوهنتون و تجربه عملی مورد نیاز بازار رسانه بود. مشارکت‌کنندگان در بخش‌های مختلف مصاحبه بر این نکته تأکید داشتند که آموزش اکادمیک در انتقال مبانی نظری ژورنالیزم نقش مهمی دارد، اما فرصت کافی برای تبدیل این دانش به مهارت حرفه‌ای فراهم نمی‌شود. برای نمونه، G1 بر اهمیت افزایش آموزش عملی و ایجاد دوره‌های کارآموزی تأکید کرد و معتقد بود که محصل باید پیش از فراغت فرصت تجربه محیط واقعی رسانه را داشته باشد. G2 نیز توضیح داد که بسیاری از فعالیت‌هایی که فارغان پس از ورود به رسانه با آن مواجه می‌شود، در پوهنتون بیشتر در سطح تعریف و مبانی نظری آموزش داده می‌شود و

تجربه عملی محدودی در زمینه‌هایی مانند کار با کمره، تهیه گزارش ساحوی و پوشش کنفرانس‌های خبری وجود دارد.

G3 این فاصله را عمیق‌تر ارزیابی کرده و بر اهمیت تجربه کاری در مقایسه با آموزش صرفاً اکادمیک تأکید داشت. از دید او، حضور در محیط واقعی رسانه امکان یادگیری مهارت‌هایی را فراهم می‌کند که از طریق آموزش نظری به‌تنهایی قابل دستیابی نیستند. همچنین G4 و G5 بر نظری‌بودن بخش قابل توجهی از آموزش و محدودیت امکانات برای آموزش عملی تأکید کردند.

در مجموع، این اظهارات نشان می‌دهد که چالش اصلی الزاماً فقدان دانش نظری نیست؛ بلکه فاصله میان «دانستن» و «توانستن» است. فارغ ژورنالیزم ممکن است با مفاهیم خبر، گزارش، مصاحبه و اصول ژورنالیزم آشنا باشد، اما ورود به محیط واقعی رسانه مستلزم توانایی اجرای این دانش در شرایط واقعی، استفاده از تجهیزات، تولید محصول رسانه‌ای و پاسخ‌گویی به الزامات حرفه‌ای است.

۱. محدودیت بازار کار و ناامنی اشتغال

دومین مضمون مهم، محدودیت‌های ساختاری بازار کار رسانه‌ای بود. مشارکت‌کنندگان از کمبود فرصت‌های استخدامی، رقابت شدید، درآمد پایین، قراردادهای کوتاه‌مدت و مشکلات اقتصادی رسانه‌ها به‌عنوان موانع اصلی اشتغال یاد کردند. G1محدودیت فرصت‌های کاری و مشکلات اقتصادی رسانه‌ها را از عوامل اصلی دشواری ورود فارغان به بازار کار دانست. **G6** نیز به رقابت شدید، نبود امنیت شغلی و پایین بودن درآمد اشاره کرد. در کنار این عوامل، **G2** به استخدام افراد غیرمسلکی و دسترسی نابرابر به فرصت‌های کاری اشاره داشت؛ مسئله‌ای که از دید مشارکت‌کنندگان می‌تواند انگیزه فارغان مسلکی را کاهش دهد. همچنین G7 کمبود فرصت‌های شغلی در مقایسه با تعداد فارغان را عاملی برای روی‌آوردن برخی فارغان به مشاغل خارج از رشته دانست.

این یافته کیفی با نتایج کمی نیز هم‌جهت است. در بخش کمی، کمبود فرصت‌های کاری و نبود امنیت شغلی از متغیرهای معنادار فرضیه اول بودند. بنابراین، مصاحبه‌ها نشان می‌دهند که پشت یافته آماری مربوط به محدودیت بازار کار، مجموعه‌ای از عوامل ساختاری شامل ظرفیت محدود استخدام، رکود اقتصادی رسانه‌ها، درآمد پایین و بی‌ثباتی قراردادهای کاری قرار دارد.

۲. ظهور خبرنگاران چند رسانه‌ای و ضرورت مهارت‌های دیجیتال

یکی دیگر از مضامین برجسته، تغییر ماهیت کار ژورنالیستی و حرکت بازار رسانه به سمت تولید محتوای چندرسانه‌ای و دیجیتال بود. مشارکت‌کنندگان مهارت‌هایی مانند عکاسی، فیلم‌برداری، تدوین، گرافیک، تولید محتوای دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و کار با نرم‌افزارهای

تخصصی را از نیازهای مهم بازار کار دانستند. G1 مجموعه‌ای از مهارت‌های گزارش‌نویسی، مصاحبه، عکاسی، فیلم‌برداری و تولید محتوای دیجیتال را برای ژورنالیست معاصر ضروری دانست. G6 نیز بر اهمیت مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای تأکید کرد.G4 به مهارت‌هایی مانندفوتوشاپ[8]،پریمیر[9] و الستراتور[10] اشاره کرد و G5 علاوه بر مهارت‌های چندرسانه‌ای، استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی را نیز از نیازهای جدید حرفه رسانه‌ای دانست.

این یافته‌ها نشان می‌دهد که مفهوم قابلیت حرفه‌ای ژورنالیست در حال تغییر است. فارغ ژورنالیزم برای ورود موفق به بازار کار دیگر نمی‌تواند تنها بر خبرنویسی و گزارش‌گری متکی باشد؛ بلکه باید بتواند محتوای متنی، صوتی، تصویری و ویدیویی را تولید، ویرایش و در پلتفرم‌های مختلف توزیع کند. این یافته همچنین با نتایج کمی هم‌خوانی دارد؛ به‌گونه‌ای که مهارت‌های گزارش‌نویسی، تولید محتوا و مهارت‌های فنی رسانه‌ای در یافته‌های کمی نیز متغیرهای پیش‌بین و معنی داری بودند.

۳. عدم تناسب کامل آموزش آکادمیک با تحولات بازار

تم دیگری که از داده‌ها استخراج شد، ضرورت بازنگری و به‌روزرسانی نصاب درسی بود. مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که تغییرات سریع فناوری و تحول ساختار بازار رسانه، نیازمند بازنگری مستمر در محتوای آموزشی است. G1 بر افزایش آموزش عملی و انجام پروژه‌های واقعی رسانه‌ای تأکید داشت. G6 تقویت کارآموزی و آموزش مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای را ضروری دانست. P1 و P2 که اعضای کادرعلمی ژورنالیزم هستند، نیز بر به‌روزرسانی نصاب و حرکت به سمت آموزش مهارت‌محور تأکید کردند.

در این میان، نکته مهم این است که مشارکت‌کنندگان خواهان حذف آموزش نظری نیستند؛ بلکه خواستار بازتعریف نسبت میان نظریه و عمل هستند. از دید آنان، آموزش مؤثر ژورنالیزم باید دانش نظری، مهارت عملی و تجربه واقعی محیط رسانه را در یک فرایند آموزشی واحد پیوند دهد. این مضمون با نتیجه کمی مربوط به نقش کمبود آموزش عملی، عدم تطابق نصاب و ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه نیز هم‌راستا است.

---

8 Photoshop

9 Premiere

10 Premiere

رسانه‌های آنلاین و ظهور مسیرهای جدید اشتغال

یافته‌های کیفی نشان داد که مشارکت‌کنندگان رسانه‌های آنلاین را نه تنها به‌عنوان یک تحول فناورانه؛ بلکه به‌عنوان مسیر جدید اشتغال برای فارغان ژورنالیزم تلقی می‌کنند. G1 به خبرنگاری آنلاین، تولید محتوا، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و گزارش‌گری ویدیویی اشاره کرد. G6 نیز خبرنگاری دیجیتال، تولید محتوا، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و فریلنسری را از فرصت‌های جدید بازار کار دانست. G7 امکان فعالیت مستقل و تولید محتوا در فضای دیجیتال را مطرح کرد و P1 بر ظرفیت کار از راه دور برای سازمان‌های ملی و بین‌المللی تأکید داشت. با این حال، مشارکت‌کنندگان تأکید کردند که استفاده از این فرصت‌ها به مهارت‌های تخصصی نیاز دارد. برای مثال، G2 بر تفاوت الزامات تولید محتوا برای Facebook، وب‌سایت‌ها و X تأکید کرد و G5 مسئله کاپی‌رایت و سواد حقوقی دیجیتال را یکی از نیازهای مهم در فعالیت رسانه‌ای آنلاین دانست.

بنابراین، رسانه‌های آنلاین یک دوگانگی اشتغالی ایجاد کرده‌اند: از یک سو، مسیرهای جدیدی مانند تولید محتوا، فریلنسری و کار از راه دور ایجاد کرده‌اند؛ از سوی دیگر، بهره‌گیری از این فرصت‌ها مستلزم برخورداری از مهارت‌هایی است که مشارکت‌کنندگان معتقدند در آموزش اکادمیک هنوز به اندازه کافی تقویت نشده‌اند. این نتیجه با یافته کمی مربوط به معناداری نقش رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی در فرصت‌های اشتغال نیز هم‌جهت است.

راهکارهای ارتقای قابلیت اشتغال فارغان

در پاسخ به چالش‌های مطرح‌شده، مشارکت‌کنندگان مجموعه‌ای از راهکارهای آموزشی، حرفه‌ای و سازمانی را پیشنهاد کردند.

***جدول ۱۵**: راهکارهای اصلی پیشنهادی مشارکت‌کنندگان برای ارتقای اشتغال فارغان*

اولویت	راهکار	منطق تحلیلی
1	افزایش آموزش عملی	تبدیل دانش نظری به مهارت قابل استفاده در محیط واقعی
2	کارآموزی پیش از فراغت	کسب تجربه حرفه‌ای پیش از ورود رسمی به بازار کار
3	اصلاح و به‌روزرسانی نصاب	هماهنگ‌سازی آموزش با تحولات بازار رسانه
4	آموزش مهارت‌های دیجیتال و چندرسانه‌ای	افزایش قابلیت رقابت فارغان
5	تقویت همکاری پوهنتون و رسانه	انتقال محصل از محیط آموزشی به محیط حرفه‌ای
6	برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت تخصصی	جبران خلأهای مهارتی و آشنایی با فناوری‌های جدید
7	تقویت ارتباط با کارفرمایان	افزایش فرصت‌های کارآموزی و استخدام
8	تقویت یادگیری مستقل و مداوم	سازگاری با تغییرات سریع فناوری و بازار

در میان راهکارهای مطرح‌شده، افزایش آموزش عملی و ایجاد فرصت کارآموزی پیش از فراغت بیشترین تأکید را داشت. مشارکت‌کنندگان همچنین بر اصلاح نصاب، آموزش مهارت‌های دیجیتال،

ایجاد ارتباط سازمان‌یافته میان پوهنتون و رسانه‌ها و فراهم‌سازی فرصت‌های تجربه حرفه‌ای تأکید کردند. از این منظر، راهکار مسئله اشتغال صرفاً افزایش تعداد فارغان یا افزودن واحدهای نظری جدید نیست؛ بلکه ایجاد مسیر انتقال سازمان‌یافته از پوهنتون به محیط حرفه‌ای است.

تفاوت ادراک فارغان و استادان از میزان آمادگی حرفه‌ای

تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که میان ارزیابی فارغان و استادان از میزان آمادگی حرفه‌ای ایجادشده در پوهنتون تفاوت‌هایی وجود دارد.

***جدول ۱۶**: تفاوت دیدگاه مشارکت‌کنندگان درباره اثربخشی آموزش در پوهنتون*

گروه مشارکت‌کننده	ارزیابی غالب	تأکید اصلی
فارغان	ناکافی از نظر عملی	تجربه کاری، پرکتیک، تجهیزات و مهارت‌های دیجیتال
استادان	نسبتاً مؤثر، اما نیازمند اصلاح	تلاش محصل، به‌روزرسانی نصاب و مهارت‌محوری

در حالی که برخی فارغان، میزان آمادگی ایجادشده از طریق آموزش در پوهنتون را پایین ارزیابی کردند، برخی مشارکت‌کنندگان از گروه استادان اثربخشی آموزش عملی و مهارتی را بیشتر دانستند. این تفاوت می‌تواند نشان‌دهنده تفاوت میان تجربه آموزشی و تجربه حرفه‌ای باشد. به عبارت دیگر، آنچه از منظر محیط پوهنتونی به‌عنوان آموزش کافی تلقی می‌شود، ممکن است در زمان مواجهه فارغ با الزامات واقعی بازار کار، کافی به نظر نرسد. این یافته اهمیت ایجاد سازوکارهای منظم برای دریافت بازخورد از فارغان و کارفرمایان رسانه‌ای را برجسته می‌سازد.

ادغام یافته‌های کمی و کیفی

از آنجا که تحقیق حاضر با رویکرد ترکیبی متوالی انجام شده است، یافته‌های کیفی برای توضیح و تفسیر عمیق‌تر نتایج کمی مورد استفاده قرار گرفتند. مقایسه دو دسته یافته نشان می‌دهد که نتایج کیفی در بیشتر موارد یافته‌های کمی را تأیید و سازوکارهای پشت روابط آماری مشاهده‌شده را روشن می‌کنند.

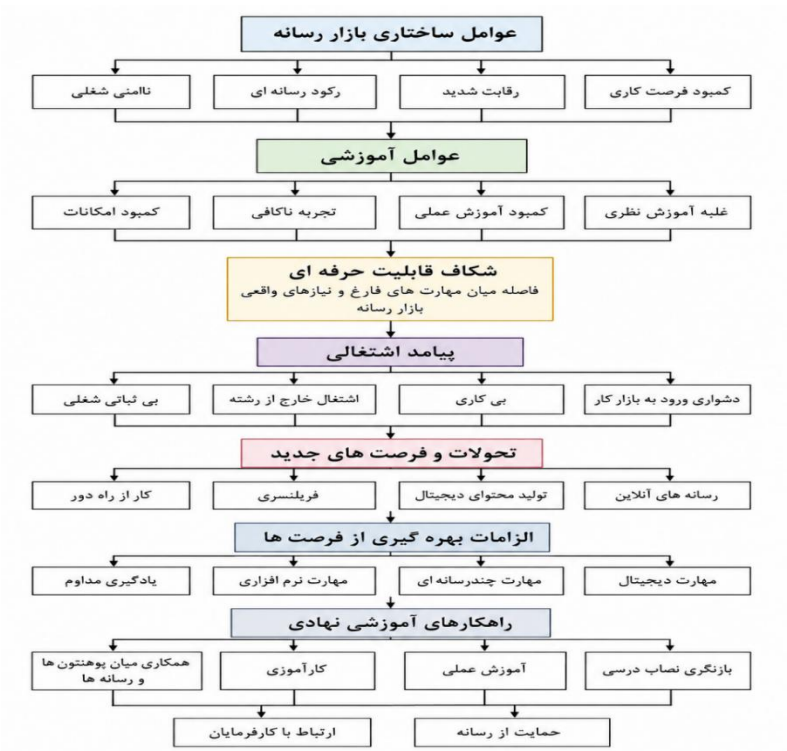
***جدول ۱۷**: ادغام یافته‌های کمی و کیفی تحقیق*

یافته کمی	یافته کیفی مرتبط	نتیجه ادغام
کمبود فرصت‌های کاری و نبود امنیت شغلی از عوامل معنادار چالش ورود به بازار کار بودند.	مشارکت‌کنندگان از کمبود بست، رقابت، رکود رسانه‌ای، معاش پایین و قراردادهای کوتاه‌مدت سخن گفتند.	یافته کیفی نشان می‌دهد که محدودیت اشتغال علاوه بر عوامل فردی، ریشه در ساختار اقتصادی و ظرفیت محدود صنعت رسانه دارد.
مهارت‌های حرفه‌ای و عملی متغیر پیش‌بینی‌کننده معنادار وضعیت اشتغال بودند.	مشارکت‌کنندگان بر گزارش‌نویسی، تولید محتوا، کار با تجهیزات و تجربه عملی تأکید کردند.	مصاحبه‌ها توضیح می‌دهند که چرا مهارت عملی برای قابلیت اشتغال اهمیت دارد و کدام مهارت‌ها در محیط واقعی مورد نیاز هستند.

کمبود آموزش عملی، عدم تطابق نصاب و ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه‌ها در مدل آموزشی معنادار بودند.	مشارکت‌کنندگان از غلبه آموزش نظری، کمبود پرکتیک، ضعف امکانات و نبود تجربه واقعی سخن گفتند.	یافته کیفی شکاف میان آموزش آکادمیک و نیازهای واقعی بازار را تبیین می‌کند.
رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی با فرصت‌های اشتغال ارتباط معنادار داشتند.	مشارکت‌کنندگان خبرنگاری دیجیتال، تولید محتوا، فریلنسری و کار از راه دور را فرصت‌های جدید دانستند.	فضای آنلاین مسیرهای جدید اشتغال ایجاد کرده است، اما استفاده از آن به مهارت‌های دیجیتال نیاز دارد.
حمایت نهادی و مالی با جذب فارغان ارتباط معنادار داشت.	مشارکت‌کنندگان بر حمایت از رسانه‌های نوپا، ایجاد ظرفیت استخدام و تقویت همکاری پوهنتون و رسانه تأکید کردند.	شرایط سازمانی و اقتصادی رسانه‌ها نقش مهمی در ظرفیت جذب نیروی تازه‌فارغ دارد.

مدل تلفیقی یافته‌های کمی و کیفی تحقیق

ادغام یافته‌های کمی و کیفی نشان می‌دهد که قابلیت اشتغال فارغان ژورنالیزم حاصل تعامل چند سطح از عوامل است و نمی‌توان آن را تنها به یک متغیر نسبت داد. بر اساس مجموع یافته‌ها، مسیر کلی مسئله را می‌توان به صورت زیر صورت‌بندی کرد:



***شکل ۱**: مدل تلفیقی یافته های کمی و کیفی*

مناقشه

یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد که و ضعیت اشتغال فارغان ژورنالیزم دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل آموزشی، حرفه‌ای و ساختاری قرار دارد. نتایج کمی و کیفی بیانگر آن است که کمبود فرصت‌های کاری، ضعف تجربه عملی، عدم تناسب کامل آموزش اکادمیک با نیازهای بازار رسانه و محدودیت مهارت‌های دیجیتال، از موانع مهم ورود فارغان به بازار کار هستند. این نتایج با مطالعات پیشین درباره آموزش ژورنالیزم و قابلیت اشتغال فارغان هم‌خوانی دارد؛ با این تفاوت که تحقیق حاضر، علاوه بر بررسی شکاف مهارتی، نقش محدودیت‌های بازار کار و فرصت‌های جدید رسانه‌های آنلاین را نیز در وضعیت اشتغال فارغان افغانستان بررسی می‌کند.

یکی از یافته‌های مهم تحقیق حاضر، و ضعیت نامطلوب اشتغال فارغان است. از مجموع ۷۰ پاسخ‌دهنده، ۳۴ تن، معادل ۴۸,۵۷ درصد، هنگام انجام تحقیق شاغل نبوده‌اند. همچنین، تنها ۱۷,۱۴ درصد در مشاغلی فعالیت داشته‌اند که کاملاً با رشته تحصیلی آنان ارتباط داشته است. این و ضعیت را می‌توان با یافته‌های وانگ (Wang, 2022) مقایسه کرد. وانگ با بررسی ۷۲۴ آگهی استخدامی و برنامه‌های درسی ۱۲۰ پوهنتون در چین دریافت که میان آموزش اکادمیک ژورنالیزم و انتظارات بازار کار فاصله وجود دارد. در مطالعه او، کارفرمایان علاوه بر مهارت‌های سنتی ژورنالیزم، تجربه کاری، توانایی تولید محتوای دیجیتال، کار با نرم‌افزارهای تخصصی و مهارت‌های ارتباطی را نیز ضروری دانسته‌اند. یافته‌های تحقیق حاضر این مسئله را در زمینه افغانستان تأیید می‌کند؛ اما نتایج مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که مشکل فارغان پوهنتون کابل فقط به عدم تطابق مهارت‌ها محدود نیست، بلکه کمبود فرصت‌های استخدامی، مشکلات اقتصادی رسانه‌ها، معاش پایین و عدم مصوونیت شغلی نیز در آن نقش دارند. بنابراین، در مقایسه با مطالعه وانگ، تحقیق حاضر بر تعامل میان نارسایی‌های آموزشی و محدودیت‌های ساختاری بازار کار تأکید بیشتری می‌کند.

در زمینه نقش آموزش عملی، یافته‌های این تحقیق هم‌خوانی با مطالعه ماخادی و دیدریش (Makhadi & Diederichs, 2021)دارد. آنان در بررسی آموزش تلفیقی با محیط کار در پوهنتون فناوری تشوانه افریقای جنوبی، دریافتند که پیوند آموزش نظری با تجربه واقعی محیط کار، آمادگی شغلی محصلان ژورنالیزم را افزایش می‌دهد. بر اساس یافته‌های آنان، این شیوه آموزشی به کاربرد دانش اکادمیک، استقلال کاری، مدیریت زمان، رعایت

دستورالعمل‌های سازمانی و تقویت رفتار حرفه‌ای کمک می‌کند. در تحقیق حاضر نیز هشت نفر از نُه مشارکت‌کننده بر شکاف میان آموزش نظری و تجربه عملی تأکید کرده‌اند. مصاحبه‌شوندگان از محدودیت کار عملی، کمبود تجربه کاری و ضعف آموزش در زمینه‌هایی مانند گزارش‌گری ساحوی و کار با تجهیزات رسانه‌ای سخن گفته‌اند. این هم‌خوانی نشان می‌دهد که پیوند آموزش و محیط واقعی کار، مسئله‌ای مهم در آماده‌سازی حرفه‌ای محصلان ژورنالیزم است. با این حال، مطالعه ماخادی و دیدریش بیشتر بر فواید آموزش تلفیقی با محیط کار تمرکز دارد؛ در حالی که یافته‌های تحقیق حاضر علاوه بر تأیید اهمیت تجربه عملی، نشان می‌دهد که محدودیت فرصت‌های استخدامی نیز می‌تواند مانع بهره‌گیری فارغان از مهارت‌های کسب‌شده شود.

این نتیجه با مطالعه حمیدی و برشنر (Hamidi & Brüchner, 2020) نیز ارتباط مستقیم دارد. آنان در بررسی اصلاح آموزش ژورنالیزم در افغانستان، الگویی برای آموزش دوگانه پیشنهاد کردند که بر ارزیابی نیازها، امکان‌سنجی و مشارکت در فرایند اصلاح آموزش استوار است. تأکید آنان بر هماهنگی آموزش ژورنالیزم با سطح مهارت‌های مورد نیاز خبرنگاران و توجه به ارزش‌ها و شرایط جامعه محلی، با یافته‌های تحقیق حاضر درباره ضرورت اصلاح نصاب درسی و تقویت آموزش عملی هم‌سو است. در تحقیق حاضر، کمبود آموزش عملی با ضریب بتای ۰,۴۷۳، عدم تطابق نصاب درسی با ضریب ۰,۴۱۲ و ضعف ارتباط پوهنتون و رسانه‌ها با ضریب ۰,۳۶۵، پیش‌بین‌های معنادار متغیر وابسته بوده‌اند. مدل نیز ۶۱,۸ درصد از واریانس آن را تبیین می‌کند. از این منظر، یافته‌های تحقیق حاضر شواهد تجربی دیگری در حمایت از ضرورت اصلاح آموزش ژورنالیزم در افغانستان فراهم می‌کند. افزون بر آن، مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که اصلاحات مورد نیاز باید بر کارآموزی پیش از فراغت، اجرای پروژه‌های واقعی رسانه‌ای، به‌روزرسانی نصاب و ایجاد همکاری منظم میان پوهنتون و رسانه‌ها تمرکز داشته باشد.

یکی دیگر از زمینه‌های هم‌گرایی با مطالعه وانگ (۲۰۲۲)، اهمیت مهارت‌های چندرسانه‌ای و دیجیتال است. وانگ نشان داد که نیاز بازار کار ژورنالیزم از مهارت‌های سنتی فراتر رفته و توانایی تولید عکس و ویدیو، استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی، تحلیل داده‌ها و تولید محتوای دیجیتال را نیز در بر می‌گیرد. در تحقیق حاضر، مهارت تولید محتوا با ضریب بتای ۰,۴۴۲، مهارت گزارش‌نویسی با ضریب ۰,۳۸۱ و مهارت‌های فنی رسانه‌ای

با ضریب ۰,۳۳۷، پیش‌بین‌های معنادار و ضعیت اشتغال بوده‌اند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که قابلیت حرفه‌ای فارغان ژورنالیزم دیگر صرفاً با توانایی نگارش خبر و گزارش سنجیده نمی‌شود؛ بلکه مجموعه‌ای از توانایی‌های متنی، تصویری، فنی و دیجیتال را در بر می‌گیرد. تفاوت مهم در این زمینه آن است که تحقیق حاضر، علاوه بر شناسایی مهارت‌های مورد نیاز، رابطه آماری میان این مهارت‌ها و و ضعیت اشتغال فارغان مورد بررسی را نیز نشان می‌دهد؛ هرچند این روابط به‌تنهایی رابطه علّی را اثبات نمی‌کنند.

از سوی دیگر، نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد که رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی می‌توانند مسیرهای جدیدی برای اشتغال فارغان فراهم کنند. ضریب بتای این متغیر ۰,٦۵۸ و مقدار ضریب تعیین آن ۰,۴۳۳ بوده است. مشارکت‌کنندگان نیز به خبرنگاری دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، تولید محتوا، فریلنسری و کار از راه دور اشاره کرده‌اند. این یافته با تأکید وانگ (۲۰۲۲) بر گسترش فرصت‌های کاری در حوزه‌هایی فراتر از رسانه‌های خبری سنتی، مانند ارتباطات سازمانی و تولید محتوای دیجیتال، هم‌خوانی دارد. با این حال، یافته‌های کیفی تحقیق حاضر نشان می‌دهد که دسترسی به این فرصت‌ها به‌خودی‌خود تضمین‌کننده اشتغال نیست؛ زیرا فارغان برای فعالیت مؤثر در این حوزه‌ها به مهارت‌های تخصصی، آشنایی با پلتفرم‌های مختلف و آگاهی از حقوق و مسئولیت‌های نشر دیجیتال نیاز دارند. بنابراین، رسانه‌های آنلاین هم فرصت جدید و هم مطالبه مهارتی تازه‌ای برای فارغان ایجاد کرده‌اند.

در مجموع، مقایسه تحقیق حاضر با مطالعات ماخادی و دیدریش (۲۰۲۱)، وانگ (۲۰۲۲) و حمیدی و برشنر (۲۰۲۰) نشان می‌دهد که نتایج این مطالعات در سه محور اصلی، یعنی اهمیت تجربه عملی، ضرورت هماهنگی آموزش با نیاز بازار و گسترش مهارت‌های دیجیتال، با یافته‌های تحقیق حاضر هم‌خوانی دارد. سهم افزوده تحقیق حاضر، تلفیق این ابعاد با شواهد مربوط به کمبود فرصت‌های کاری، ناامنی شغلی، نقش رسانه‌های آنلاین و اهمیت حمایت نهادی در میان فارغان پوهنتون کابل است. بر این اساس، بهبود و ضعیت اشتغال مستلزم رویکردی چندبعدی است که اصلاح نصاب، کارآموزی، آموزش مهارت‌های نوین، همکاری پوهنتون و رسانه‌ها و تقویت ظرفیت اقتصادی و استخدامی صنعت رسانه را به‌صورت هم‌زمان دنبال کند.

نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر با هدف بررسی چالش‌ها و فرصت‌های حرفه‌ای فارغان رشته ژورنالیزم در افغانستان، با مطالعه فارغان سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ دیپارتمنت ژورنالیزم پوهنتون کابل انجام شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که وضعیت اشتغال و قابلیت حرفه‌ای این فارغان پدیده‌ای چندبعدی است و تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل ساختاری، آموزشی، مهارتی، فناورانه و نهادی قرار دارد.

نخست، نتایج تحلیل‌های کمی نشان داد که کمبود فرصت‌های کاری، نبود امنیت شغلی و ضعف مهارت‌های عملی، از مهم‌ترین عوامل مرتبط با دشواری ورود فارغان به بازار کار هستند. در این میان، کمبود فرصت‌های کاری نقش برجسته‌تری داشت. این یافته نشان می‌دهد که مشکل اشتغال فارغان تنها یک مسئله آموزشی یا فردی نیست، بلکه ظرفیت محدود بازار رسانه، وضعیت اقتصادی رسانه‌ها و شرایط استخدام نیز نقش مهمی در آن دارند. یافته‌های کیفی نیز این موضوع را با اشاره به رقابت شدید، رکود رسانه‌ها، معاش پایین و قراردادهای کوتاه‌مدت تأیید و تبیین کرد.

دوم، مهارت‌های عملی و حرفه‌ای به‌عنوان یکی از عناصر اساسی قابلیت اشتغال فارغان شناخته شد. مهارت گزارش‌نویسی، تولید محتوا و مهارت‌های فنی رسانه‌ای، همگی با وضعیت اشتغال رابطه معنادار داشتند. یافته‌های کیفی نیز نشان داد که بازار رسانه امروز به فارغانی نیاز دارد که علاوه بر مهارت‌های سنتی ژورنالیزم، در حوزه‌هایی مانند عکاسی، فیلم‌برداری، تدوین، گرافیک، تولید محتوای دیجیتال، مدیریت شبکه‌های اجتماعی و استفاده از ابزارهای نوین رسانه‌ای نیز توانایی داشته باشند.

سوم، این تحقیق وجود شکاف میان آموزش اکادمیک و نیازهای واقعی بازار کار را تأیید کرد. کمبود آموزش عملی، عدم تطابق کامل نصاب درسی با تحولات حرفه‌ای و ضعف ارتباط میان پوهنتون و رسانه‌ها از عوامل معنادار بودند. یافته‌های مصاحبه نیز نشان داد که چالش اصلی، فقدان کامل دانش نظری نیست، بلکه دشواری تبدیل دانش نظری به توانایی عملی است. از این‌رو، بهبود قابلیت اشتغال فارغان مستلزم ایجاد تعادل مؤثر میان آموزش نظری، تمرین عملی و تجربه واقعی محیط رسانه است.

چهارم، رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فرصت‌های جدید اشتغال برای فارغان ظاهر شده‌اند. خبرنگاری دیجیتال، تولید محتوا، مدیریت شبکه‌های اجتماعی، فریلنسری و کار از راه دور می‌توانند مسیرهای جدیدی برای فعالیت حرفه‌ای ایجاد کنند و وابستگی فارغان را به استخدام سنتی در رسانه‌ها کاهش دهند. با وجود این، بهره‌گیری مؤثر از این فرصت‌ها

نیازمند کسب مهارت‌های دیجیتال، چندرسانه‌ای، پلتفرم‌محور و حقوقی است. بنابراین، رسانه‌های آنلاین هم فرصت ایجاد می‌کنند و هم سطح جدیدی از آمادگی حرفه‌ای را ضروری می‌سازند.

در نتیجه کلی، می‌توان گفت که قابلیت اشتغال فارغان ژورنالیزم حاصل تعامل میان آمادگی فردی و ظرفیت ساختاری بازار کار است. از یک‌سو، فارغان باید از مهارت‌های عملی، دیجیتال و چندرسانه‌ای برخوردار باشند و بتوانند دانش اکادمیک خود را در محیط واقعی به کار گیرند؛ از سوی دیگر، پوهنتون باید نصاب و شیوه‌های آموزشی خود را با تحولات بازار رسانه هماهنگ سازد و رسانه‌ها و نهادهای مسئول نیز زمینه‌های لازم برای کارآموزی، تجربه حرفه‌ای و جذب نیروی تازه‌فارغ را فراهم کنند.

سپاسگزاری

نویسندگان این مقاله از تمام اشتراک کنندگان تحقیق که به پرسشنامه پاسخ دادند و در مصاحبه اشتراک کردند، ابراز سپاس و قدردانی می‌نمایند. هم‌چنان از استادان، مشاوران علمی و همکارانی که با ارایه نظریات اصلاحی و رهنمودهای علمی در بهبود کیفیت مقاله نقش داشته اند، ابراز سپاس و امتنان دارند.

سهم نویسندگان در تحقیق(مقاله)

خیرالدین رحمانی در طرح مساله، مرور پیشینه، جمع آوری داده‌های کیفی، تلفیق یافته‌ها، تنظیم بخش ادبیات نظری، ویرایش علمی، بازنگری متن و تکمیل ساختار نهایی مقاله سهم اصلی داشته است. بشیراحمد ملکزی، در جمع آوری داده‌های کمی، تحلیل داده‌های کمی همکاری کرده است. هردو نویسنده نسخه نهایی مقاله را مطالعه، تایید و برای نشر آماده کرده‌اند.

تضاد منافع

نویسندگان تصدیق می‌نمایند که در انجام، تحلیل، نگارش و نشر این مقاله هیچ‌گونه تضاد منافع مالی، شخصی، سازمانی یا علمی میان آنان وجود ندارد.

منابع

قرآن کریم. سوره حجرات، آیه ٦.

امین، ر.خ .(1400) .*ژورنالیزم و ژورنالیست (خبرنگاری و خبرنگار)* .انتشارات زرگام .

بیگی، م. ر .(1380) .*فناوری اطلاعات و تهدیدها و فرصتهای شغلی* .همایش نقش فناوری اطلاعات در اشتغال (ص ۲۸۲-۲۷۵). تهران: سیویلیکا.

تاتار، ع.، و رضانژاد، س. (١٤٠٤). *روزنامهنگاری عینیتگرا و عینیت در روزنامهنگاری بحران* .فصلنامه علوم خبری، ١٤(3)، 1-20. https://doi.org/10.22034/lrsi.2025.525827.1372

حافظنیا، م.(1399) .*مقدمهای بر روش تحقیق در علوم انسانی* .سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی پوهنتون (سمت) .

کرسول، ج. د .(1393) .*طرح تحقیق: رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی* (ع. کیامنش و م. دانای طوس، مترجمان). انتشارات جهاد پوهنتونی: تهران

حاجیزاده، م. (۱۳۸۸). *فرهنگ تفسیری ایسمها* . انتشارات جامهدران.

مصباح، س. ع. (۱۳۹۳، ٦ عقرب) .*خبرنگاری در افغانستان؛ چالشها و راهکارها* .خبرگزاری جمهور. https://www.jomhornews.com/fa/article/57728/

Becker, G. S. (1964). Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education. Columbia University Press.

Hamidi, K., & Brüchner, A. (2020). Reforming journalism education on a tertiary level in Afghanistan: Recommendations for a dual education model. *Global Media Journal – German Edition*, 10(2). https://doi.org/10.22032/dbt.47741

Luttrell, R., Davis, J., & Welch, C. (2025). Source attribution and detection strategies for AI-era journalism. Telecommunications Policy, 49, Article 103053. https://doi.org/10.1016/j.telpol.2025.103053

Makhadi, T., & Diederichs, P. (2021). The role of work-integrated learning in preparing journalism students for the workplace. Communitas, 26, 167–178. https://doi.org/10.18820/24150525/comm.v26.10

Ogundoyin, O. S. (2020). Journalism as a profession: The challenges of women in a discriminatory society. *Ekpoma Journal of Theatre and Media Arts*, 7(1–2), 191–204. https://doi.org/10.4314/ejotmas.v7i1-2.12

Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1–17.

Sweetland, S. R. (1996). Human capital theory: Foundations of a field of inquiry. *Review of Educational Research*, 66(3), 341–359. https://doi.org/10.3102/00346543066003341

Wang, L. (2022). The gap between university studies and labour market in journalism: *Opening educational community example in China. Heliyon*, 8(12), Article e11973. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11973