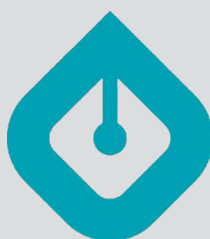
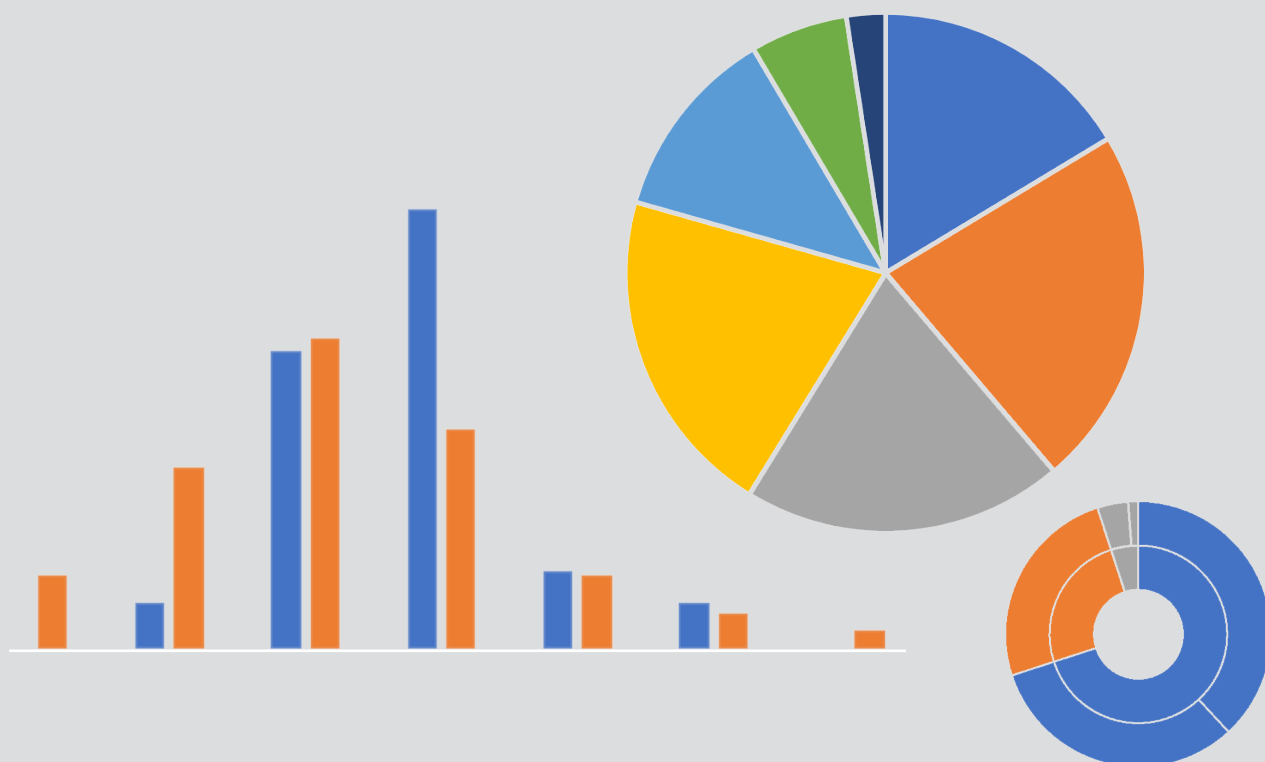


# اولین گزارش دستمزد و وضعیت کاری روزنامه‌نگاران

مرداد ۱۴۰۴



انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران

# فهرست

| صفحه | عنوان                                                                                                                                                                                     |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۲    | مقدمه                                                                                                                                                                                     |
| ۳    | روش‌شناسی تحقیق                                                                                                                                                                           |
| ۴    | ویژگی‌های عمومی پاسخگویان<br>سن<br>جنسیت<br>وضعیت خانوادگی<br>تحصیلات                                                                                                                     |
| ۶    | قالب رسانه، حوزه خبری و سابقه کار<br>قالب رسانه<br>وابستگی رسانه به نهادهای حاکمیتی<br>سابقه کار<br>حوزه خبری<br>رده سازمانی                                                              |
| ۹    | مسکن، سابقه بیمه و قرارداد<br>وضعیت تملک خانه محل سکونت<br>سابقه بیمه کاری<br>کسری در سابقه بیمه<br>نوع همکاری با رسانه<br>قرارداد کاری<br>الزام به حضور در ساعات معین کاری               |
| ۱۴   | بیمه کار و درمان<br>بیمه در محل کار<br>بیمه درمانی تکمیلی                                                                                                                                 |
| ۱۵   | دستمزد و رضایت از دستمزد<br>میزان دستمزد<br>مقایسه دستمزد رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی<br>سهم روزنامه‌نگاری از کل درآمد<br>رضایت از دستمزد<br>پرداخت به موقع دستمزد<br>فاصله دستمزد با مخارج |
| ۲۰   | رضایت حرفه‌ای از محیط کار<br>استقلال کاری<br>ارتقاء و انتصاب بر اساس شایستگی<br>منصفانه بودن دستمزدها<br>نقش در تصمیم‌گیری‌های رسانه<br>احساس آزادی در روزنامه‌نگاری                      |
| ۲۴   | امنیت شغلی<br>دغدغه ترک روزنامه‌نگاری<br>انتخاب مجدد روزنامه‌نگاری<br>احساس امنیت شغلی                                                                                                    |
| ۲۷   | آموزش ضمن خدمت<br>نیاز به یادگیری مهارت بیشتر<br>فرصت مهارت‌آموزی                                                                                                                         |
| ۲۸   | مزایای شغلی<br>مزایای شغلی محبوب<br>بهره‌مندی از مزایای شغلی<br>مقایسه محبوبیت و وجود مزایای شغلی                                                                                         |
| ۳۰   | خلاصه نتایج و پیشنهادها                                                                                                                                                                   |

این پژوهش به سفارش انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران انجام شده است و از اواخر تابستان ۱۴۰۳ مقدمات اجرایی آن شروع شد. ابتدا با مطالعه ادبیات موجود در زمینه دستمزد و شرایط کاری رسانه‌ها، پرسشنامه‌ای تنظیم شد. رسانه‌های منتخب برای پرکردن پرسشنامه انتخاب شدند و سپس در پاییز ۱۴۰۳، از مهر تا آذر، با کمک روزنامه‌نگارانی که با رسانه‌های جامعه نمونه پژوهش آشنا بودند، پرسشنامه به صورت آنلاین پر شد. بنابراین نتایج این پیمایش مربوط به دستمزدها و وضعیت کاری نیمه دوم سال ۱۴۰۳ است.

در ارسال پرسشنامه‌های آنلاین به رسانه‌های مختلف، همکاران گرانقدری به پژوهشگریاری رساندند که از آنان صمیمانه کمال تشکر را دارم. اسامی این عزیزان به ترتیب حروف الفبا در پی می‌آید: ایرج اسلامی، افشین امیرشاهی، فاطمه باباخانی، نگین باقری، نورا حسینی، شاهد حلاج نیشابوری، سوگل دانایی، نغمه دانش آشتیانی، امین شول سیرجانی، حامد شفیعی، فهیمه طباطبایی، مستوره نصیری، بیتا یاری.

انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران در ابتدای کار ابراز علاقه کرده بود که این گزارش را در سال‌های آینده نیز تکرار کند و به همین علت، نتایج این پیمایش را تحت عنوان اولین گزارش دستمزد و وضعیت کاری روزنامه‌نگاران ارائه می‌کنیم. به امید اینکه این گزارش در سال‌های آینده نیز ادامه داشته باشد تا بتواند در طول زمان، تا حدودی نمودار تغییرات شرایط کاری و معیشتی روزنامه‌نگاران نیز باشد.

اولین گزارش‌ها همواره کاستی‌هایی دارد که می‌تواند با انتقادهای و پیشنهاد‌های روزنامه‌نگاران و پژوهشگران گرامی در گزارش‌های بعدی جبران شود. چشم به راه نظرات اندیشمندان و منتقدان و همکاران عزیز هستیم تا بتوان با نقصان کمتری، گزارش‌هایی از وضعیت دستمزد و شرایط کاری روزنامه‌نگاران زحمتکش کشور تهیه کرد. امیدواریم این پژوهش قدمی هرچند کوچک باشد برای بهبود وضعیت حرفه‌ای و کار روزنامه‌نگاران در نظام رسانه‌ای ایران.

سعید ارکان‌زاده یزدی

مرداد ۱۴۰۴

# روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با روش تحقیق «پیمایش» (survey) انجام شده است که در دسته روش‌های تحقیق کمی قرار می‌گیرد. با این حال، نمونه‌گیری این پژوهش براساس نمونه‌گیری تصادفی و حجم جامعه آماری مطابق با شیوه‌های معمول نمونه‌گیری در اغلب پیمایش‌ها انجام نشده است. نمونه‌گیری تحقیق حاضر نمونه‌گیری خوشه‌ای از نوع غیرتصادفی و هدفمند است. در نمونه‌گیری خوشه‌ای، پژوهشگر سعی می‌کند جامعه آماری خود را براساس شاخصه‌هایی دسته‌بندی کند و از هر دسته نمونه‌هایی را انتخاب کند.

نمونه‌گیری رسانه‌ها در این پژوهش از یک جامعه آماری متشکل از ۱۰۶ رسانه انتخاب شدند. پژوهشگر سعی کرد این رسانه‌ها را که رسانه‌های فعال و پرمخاطب کشور بودند در چهار خوشه خبرگزاری‌ها، سایت‌های خبری، روزنامه‌ها و مجلات چاپی دسته‌بندی کند و برای هر خوشه زیرمجموعه‌هایی در نظر بگیرد و رسانه‌هایی را به‌عنوان نمونه از آن زیرمجموعه‌ها انتخاب کند. به این ترتیب، برای شکل دادن به نمونه آماری این پیمایش، ۲۹ رسانه انتخاب شدند و پرسشنامه‌های آنلاین به کمک همکاران این پژوهش به روزنامه‌نگاران این رسانه‌ها ارائه شد. بدیهی بود که فقط روزنامه‌نگارانی که در این رسانه‌ها مشغول به کارند، می‌توانستند پرسشنامه را پر کنند.

در انتخاب روزنامه‌نگاران هر رسانه نیز با توصیه به همکاران پژوهش، تلاش شد افرادی در بخش‌های متنوع سلسله‌مراتب رسانه و از سرویس‌های خبری مختلف در نظر گرفته شوند تا تنوع نتایج حفظ شود. با وجود این، چنانکه قابل پیش‌بینی بود، محدودیت‌های همکاران پژوهش در دسترسی به افراد و رسانه‌ها باعث شد این دقت نظر به‌طور کامل جامعه عمل نپوشد.

پرسشنامه آنلاین بر بستر فرم‌های گوگل آماده و برای پاسخگویان ارسال شد. پرسشنامه‌ها در پاییز ۱۴۰۳ پر شد و از بین ۱۶۷ پرسشنامه به‌دست آمده دو پرسشنامه به‌شدت نقص اطلاعات داشت و در نهایت ۱۶۵ پرسشنامه برای استخراج داده‌ها در نظر گرفته شد.

برای استخراج اطلاعات پرسشنامه‌ها و گردآوری نتایج توصیفی و همچنین آزمون یو «مان - ویتنی» که برای مقایسه دو گروه از متغیرهای ترتیبی مستقل و غیرپارامتری به کار می‌رود و برای مقایسه بین رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی از آن بهره برده شد، از نرم‌افزار SPSS 26 استفاده شده است.

■ فهرست رسانه‌های نمونه آماری این پژوهش به‌ترتیب الفبا به شرح زیر است:

اطلاعات، اعتماد، اکو ایران، انصاف نیوز، ایران، ایرنا، ایسنا، ایلنا، پانا، پیام ما، پیوست، تجربه، خبر آنلاین، خبر ورزشی، دنیای اقتصاد، زومیت، سازندگی، شرق، صبا، عصر ایران، عصر تراکنش، فرهیختگان، فوتبال ۳۶۰، فیلم امروز، مهر، ورزش ۳، هفت صبح، همشهری، هم‌میهن.

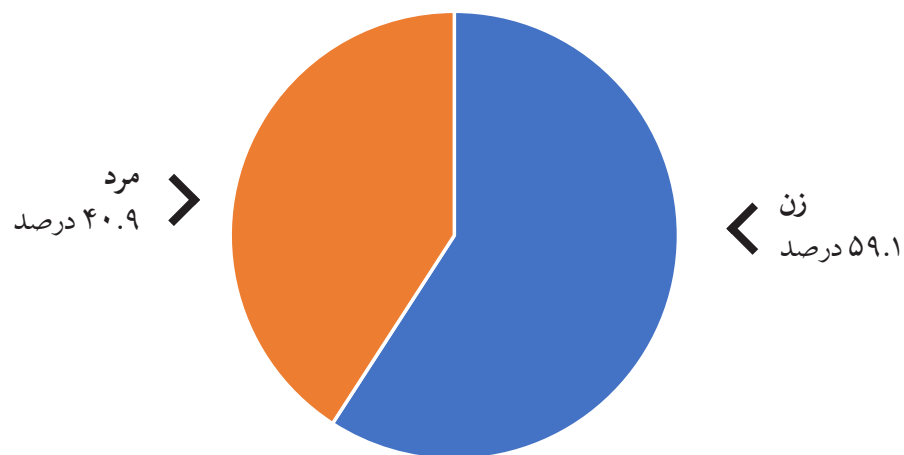
# ویژگی‌های عمومی پاسخگویان

## ♦ سن

میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال و میانه سنی آنان ۳۹ سال است که نشان از جوان بودن تحریریه‌های رسانه‌های جامعه آماری این پیمایش دارد.

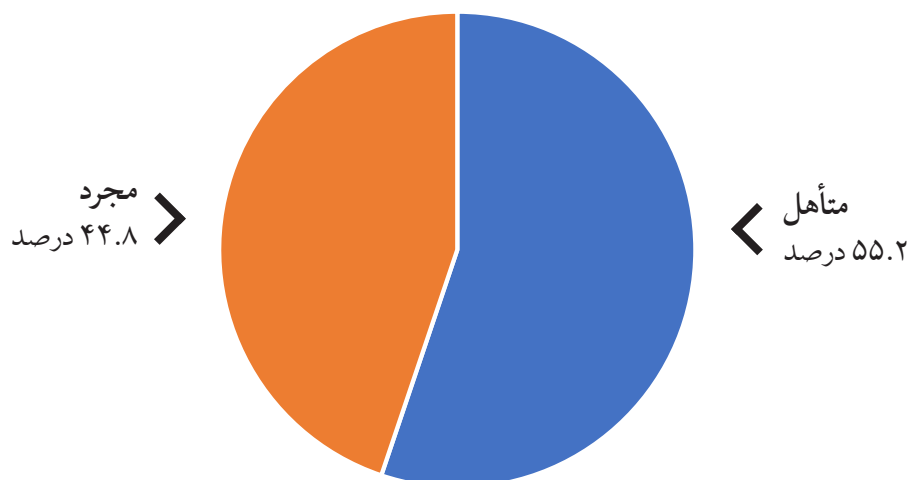
## ♦ جنسیت

توزیع جنسیتی پاسخگویان نشان می‌دهد تقریباً ۵۹ درصد آنان زن و ۴۱ درصد مرد هستند.



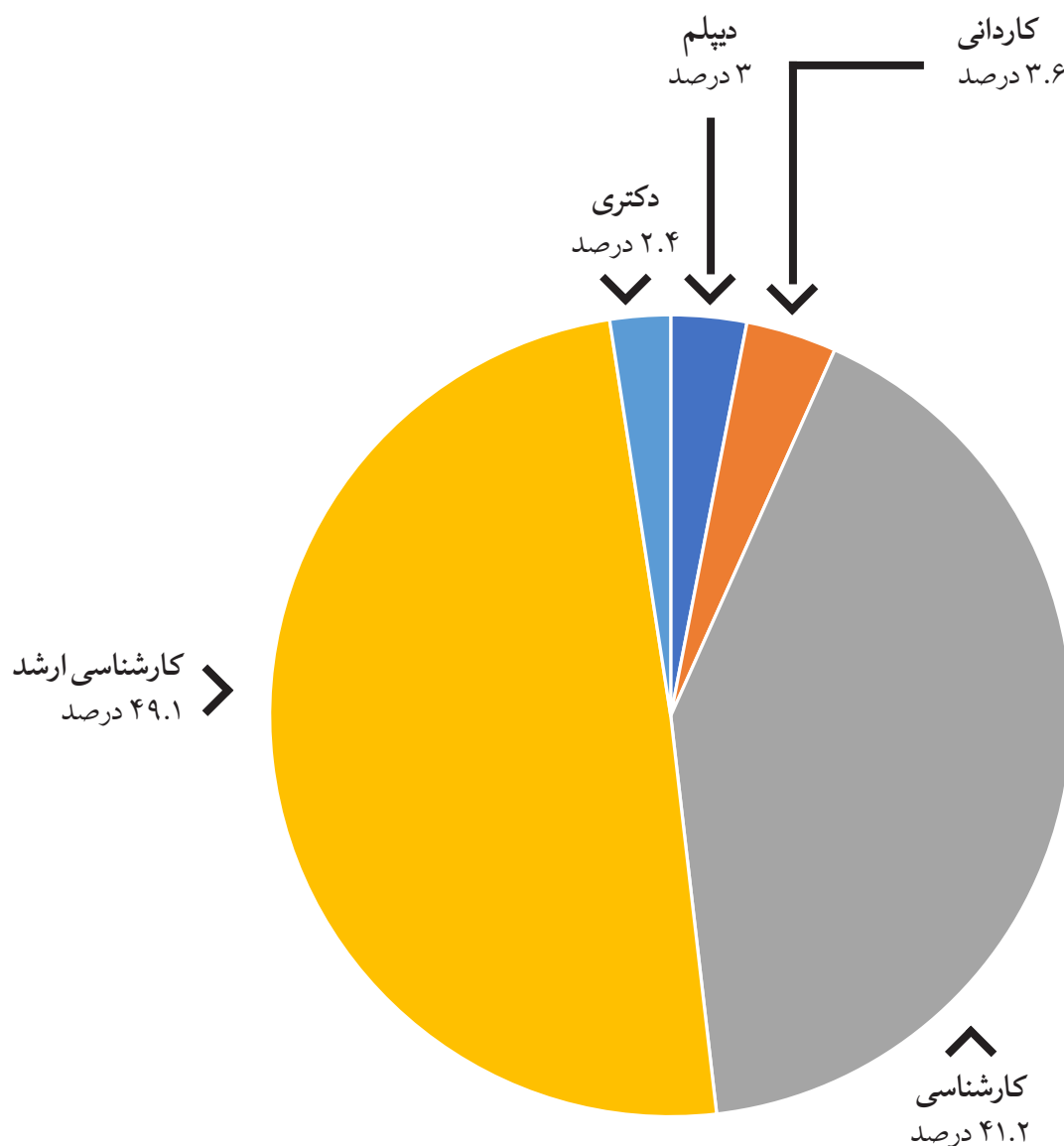
## ♦ وضعیت خانوادگی

تقریباً ۵۵ درصد از پاسخگویان متأهل و ۴۵ درصد مجرد هستند.



## ♦ تحصیلات

۹۷ درصد پاسخگویان دارای مدرک دانشگاهی بوده‌اند و نزدیک به نیمی از آنان تا سطح کارشناسی ارشد درس خوانده‌اند. ۴۲ درصد آنان مدرک کارشناسی و ۴۹ درصد مدرک کارشناسی ارشد داشته‌اند. ۳ درصد آنان دیپلم، ۴ درصد کاردانی و ۲ درصد مدرک دکتری داشته‌اند.

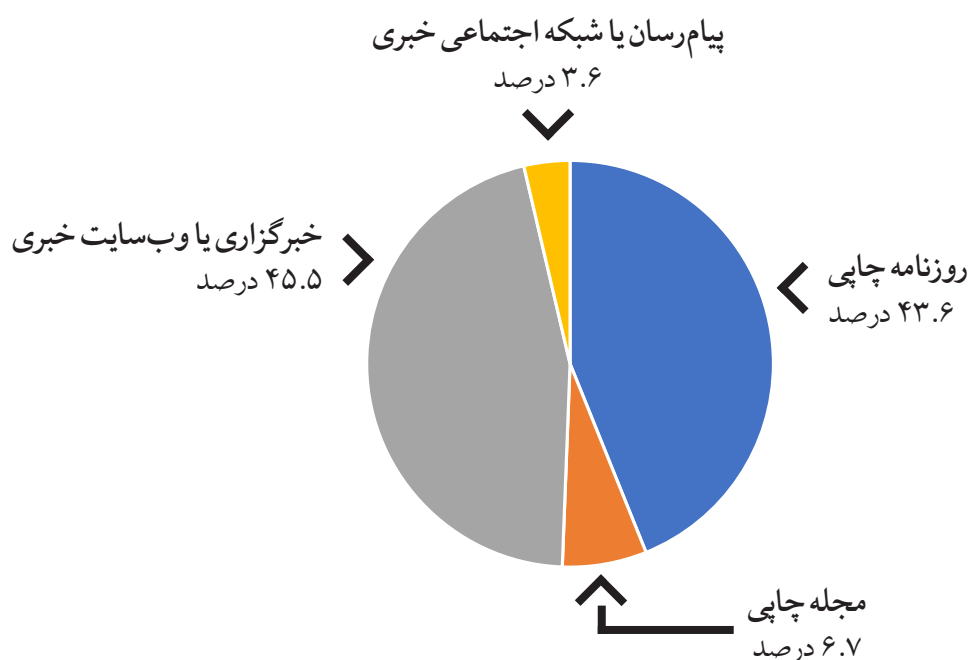


می‌توان با قطعیت گفت که نزدیک به مجموع روزنامه‌نگاران پاسخگوی این تحقیق (۹۷ درصد) دارای تحصیلات دانشگاهی هستند و بالای ۹۰ درصد آن‌ها در مقطع کارشناسی یا کارشناسی ارشد درس خوانده‌اند. بنابراین روزنامه‌نگاران کشور را می‌توان به روشنی قشری تحصیل‌کرده در نظر گرفت.

## قالب رسانه، حوزه خبری و سابقه کار

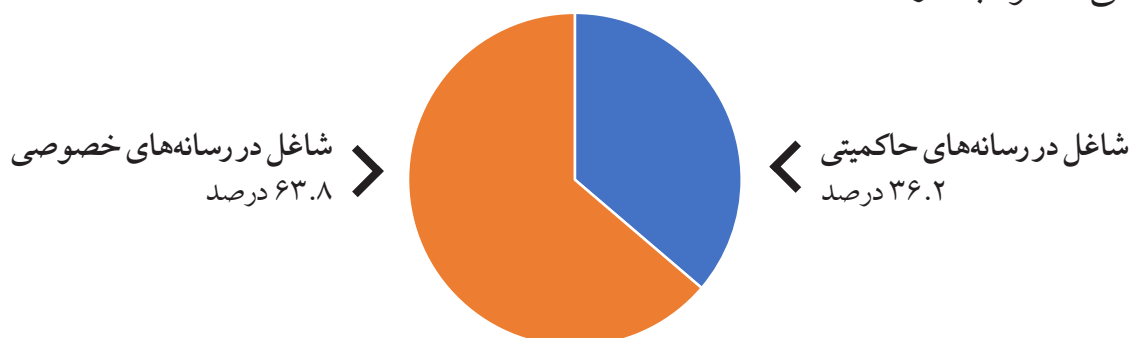
### ♦ قالب رسانه

روزنامه‌نگاران پاسخگو در رسانه‌هایی با چهار قالب انتشار کار می‌کنند که عبارتند از روزنامه چاپی، مجله چاپی، خبرگزاری یا وبسایت خبری و پیام‌رسان یا شبکه اجتماعی. حدود ۹۰ درصد پاسخگویان در قالب چاپی روزنامه‌های چاپی یا قالب آنلاین خبرگزاری‌ها یا وبسایت‌های خبری کار می‌کنند.



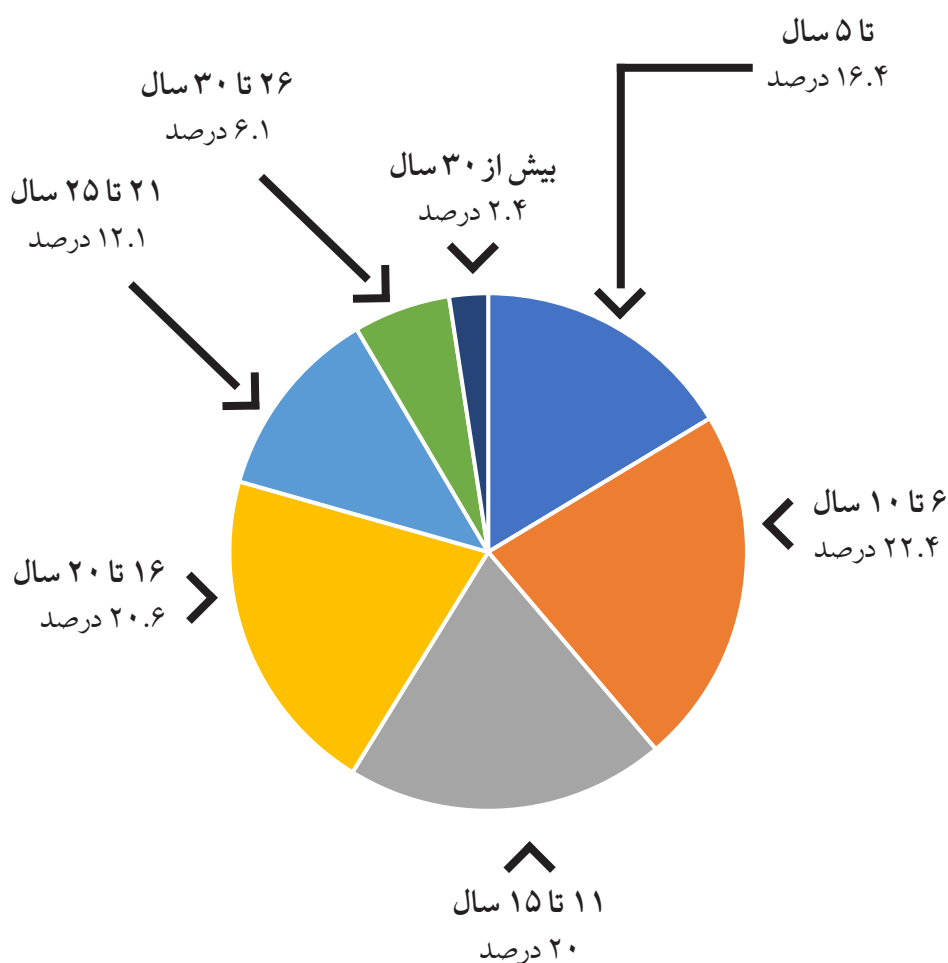
### ♦ وابستگی رسانه به نهادهای حاکمیتی

۳۶.۲ درصد از روزنامه‌نگاران پاسخگوی این پیمایش در رسانه‌هایی کار می‌کنند که وابسته به دولت، نهادهای حاکمیتی یا نهادهای عمومی هستند. حدود دوسوم آنان (۶۳.۸ درصد) در رسانه‌های بخش خصوصی مشغول به کارند.



## ♦ سابقه کار

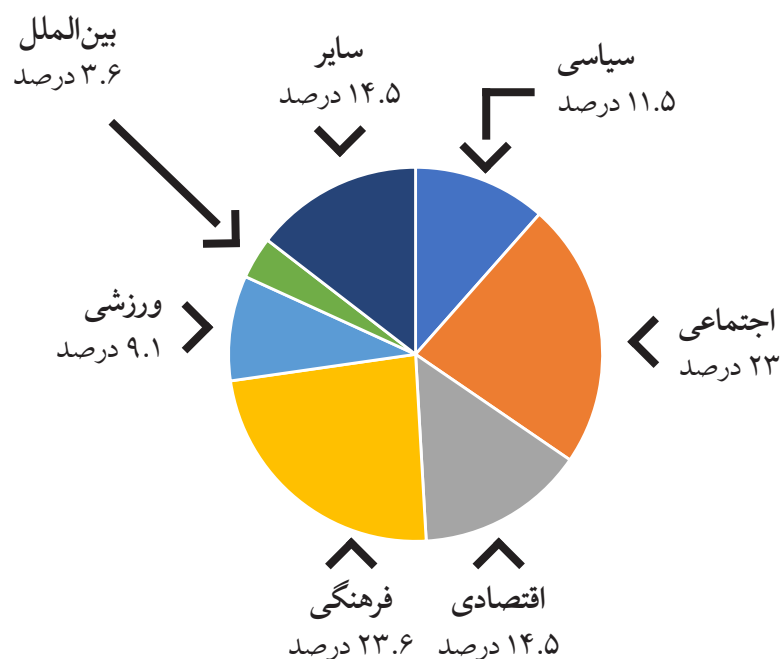
میانگین سابقه کار روزنامه‌نگاران پاسخگو در پیمایش حاضر ۱۴.۲ سال بوده است. بیشترین سابقه کار ۳۸ سال و کمترین آن یک سال ذکر شده است.



نتایج پاسخ‌ها نشان می‌دهند که بیش از یک‌سوم (۳۸.۸ درصد) جامعه نمونه این پژوهش را کسانی تشکیل می‌دهند که ۱۰ سال و کمتر سابقه کار روزنامه‌نگاری داشته‌اند. با اینکه روزنامه‌نگاری حرفه‌ای به شمار می‌رود که وابستگی زیادی به تجربه‌اندوزی دارد، اما تنها یک‌پنجم پاسخگویان (۲۰.۶ درصد) بالای ۲۰ سال سابقه کاری داشته‌اند.

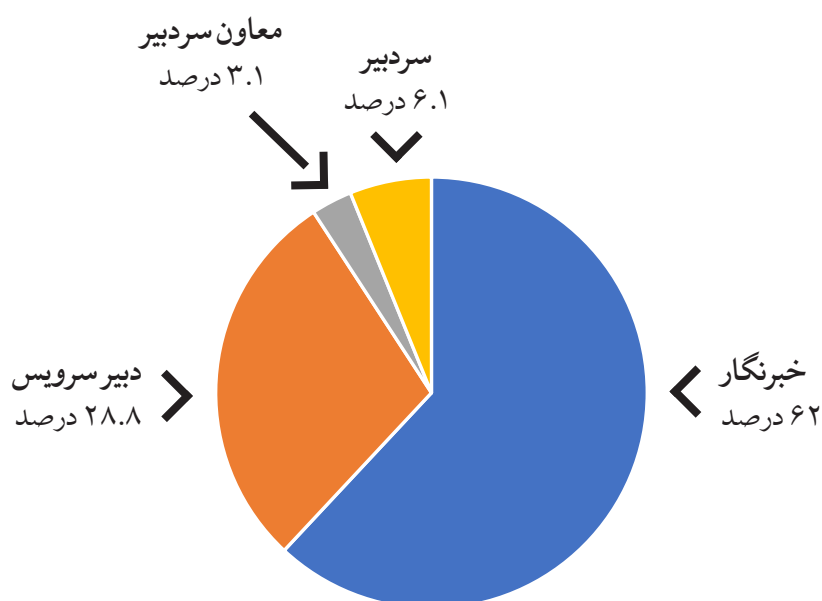
## ♦ حوزه خبری

حوزه فرهنگی (۲۳.۴ درصد) و اجتماعی (۲۳ درصد) بیشترین تعداد خبرنگار را در بین پاسخگویان این پژوهش داشته‌اند و بر روی هم در حدود نیمی از پاسخگویان را تشکیل داده‌اند. پس از آن‌ها، حوزه‌های اقتصادی (۱۴.۵ درصد) و سیاسی (۱۱.۵ درصد) قرار دارند.



## ♦ رده سازمانی

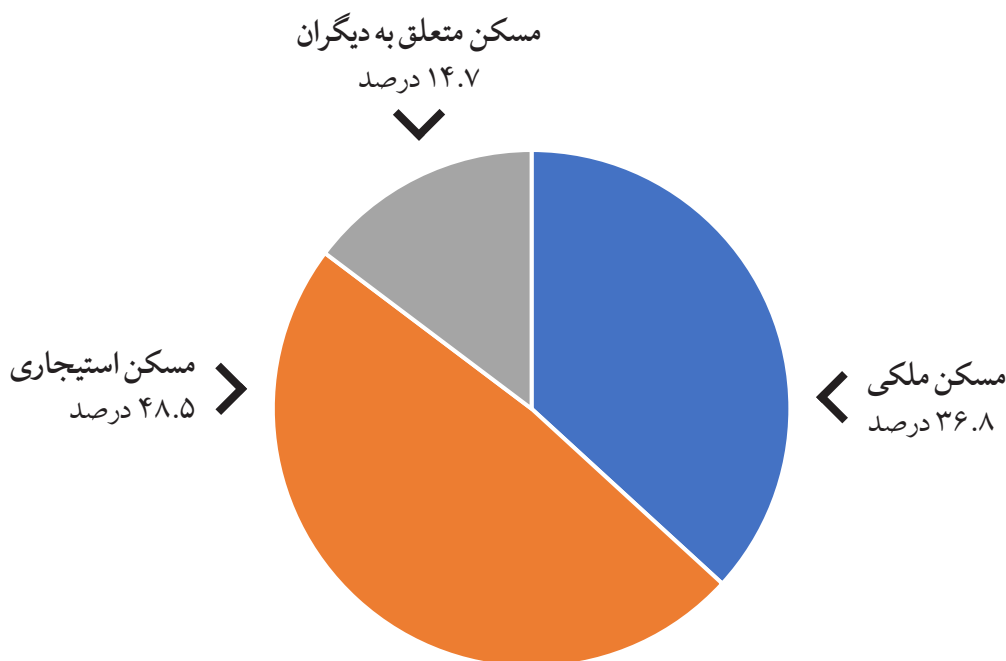
کمی کمتر از دو سوم پاسخگویان این پیمایش (۶۲ درصد) خبرنگارند. بیش از یک چهارم آن‌ها (۲۸.۸ درصد) دبیر سرویس هستند و مابقی در سمت‌های معاون سردبیر و سردبیر مشغول به کارند.



## مسکن، سابقه بیمه و قرارداد

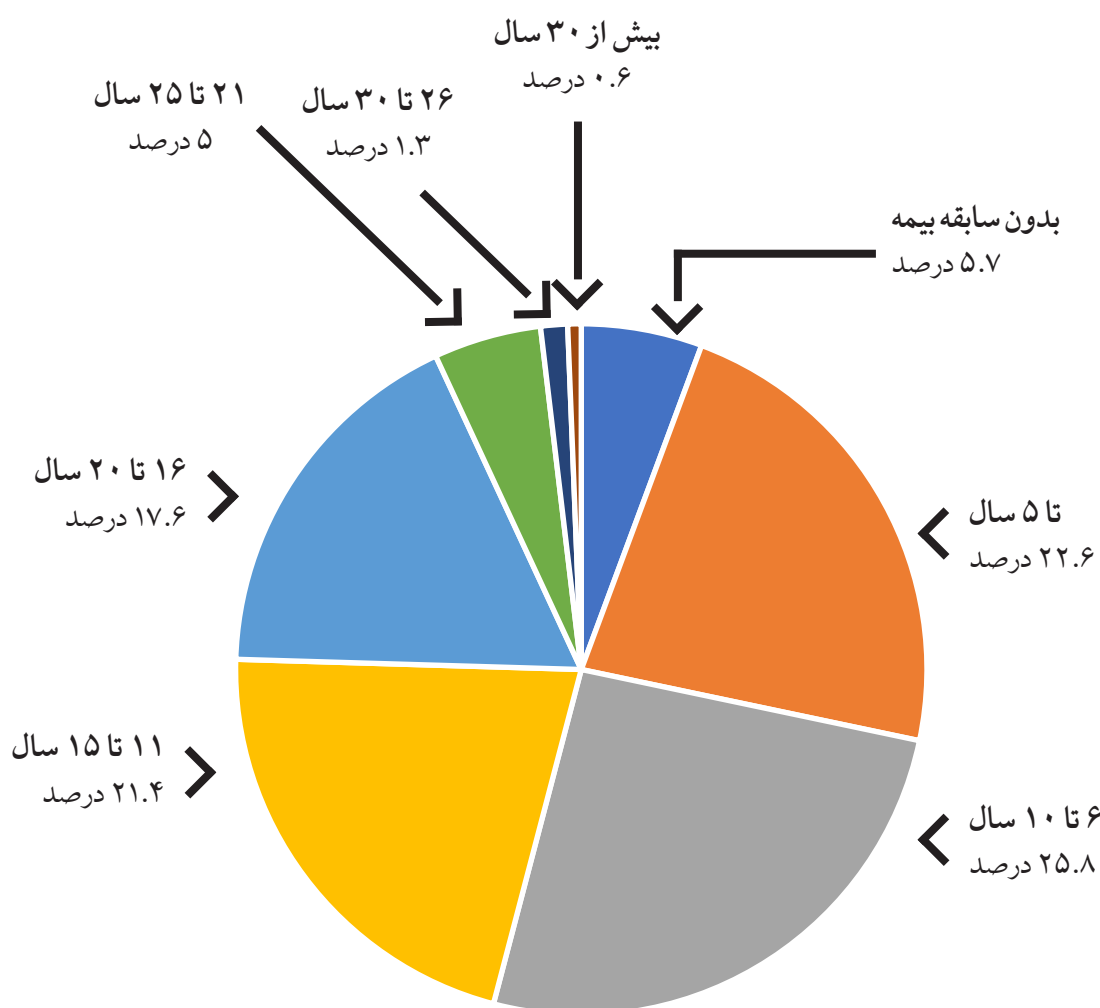
### وضعیت تملک خانه محل سکونت

در حدود نیمی از روزنامه‌نگاران پاسخگو در این پژوهش (۴۸.۵ درصد) اجاره‌نشین هستند. ۳۶.۸ درصد آن‌ها مالک خانه‌ای هستند که در آن سکونت دارند. ۱۴.۷ درصد آنان اعلام کرده‌اند در خانه‌ای زندگی می‌کنند که متعلق به دیگران (از جمله والدین) است.



### سابقه بیمه کاری

منظور از بیمه در این پیمایش بیمه کار است. برخی از پاسخگویان نه از سوی کارفرما بلکه از طریق جایگزین‌هایی همچون صندوق اعتباری هنر بیمه شده‌اند. به هر روی، ۵.۷ درصد پاسخگویان هیچ سابقه بیمه‌ای ندارند. حدود نیمی از آن‌ها (۴۸.۴ درصد) زیر ۱۰ سال سابقه بیمه دارند. تنها ۱.۳ درصد پاسخگویان سابقه ۲۶ تا ۳۰ سال بیمه دارند که با توجه به جوانی جمعیت تحریریه رسانه‌ها، جای تعجب ندارد.

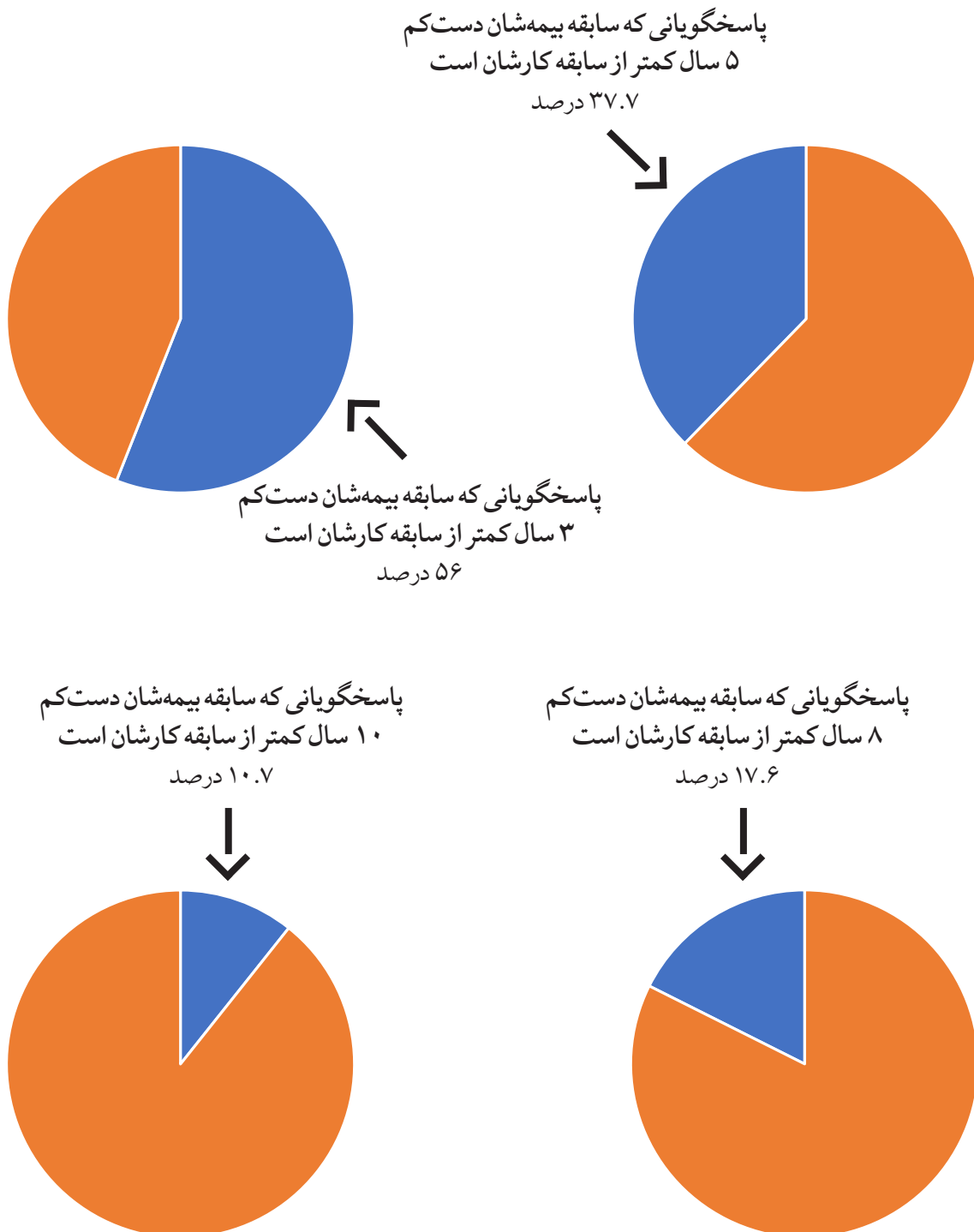


### ♦ کسری در سابقه بیمه

مشکلی که معمولاً افراد دارای بیمه کاری در رسانه‌های کشور ابزار می‌کنند این است که سابقه بیمه آن‌ها معمولاً عقب‌تر از سابقه کاری آنان است. علت نیز آن است که جابه‌جایی روزنامه‌نگاران در رسانه‌های مختلف زیاد است و برخی از کارفرماها در بیمه روزنامه‌نگاران اهمال می‌کنند.

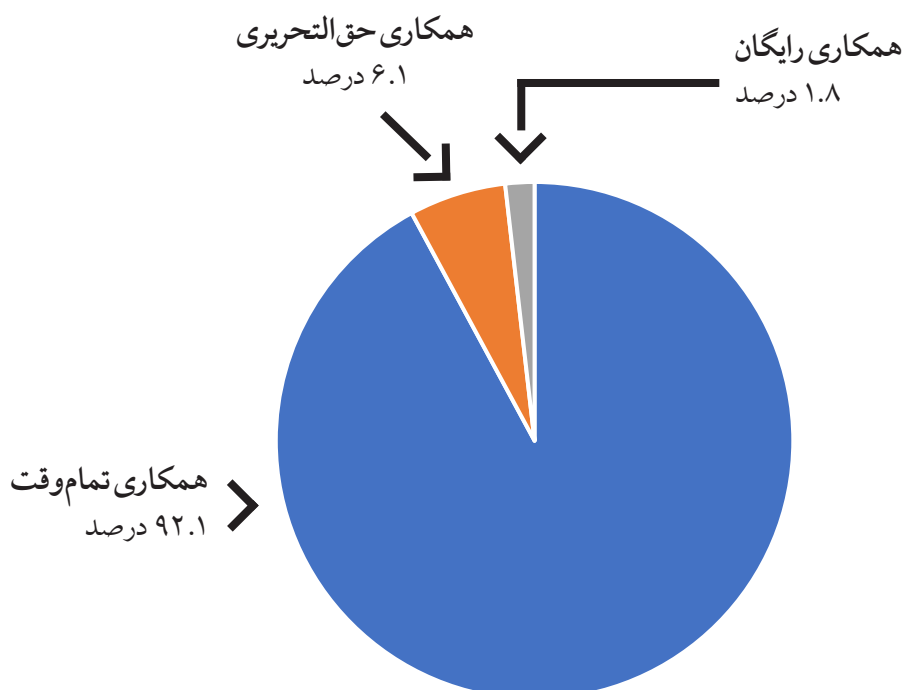
مقایسه سابقه کار پاسخگویان با سابقه بیمه آنان نشان می‌دهد بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶ درصد) سابقه بیمه‌شان دست‌کم ۳ سال از سابقه کارشان کمتر است. بیش از یک‌سوم پاسخگویان (۳۷.۷ درصد) سابقه بیمه‌ای دست‌کم ۵ سال کمتر از سابقه کار خود دارند. سابقه بیمه ۱۷.۶ درصد پاسخگویان دست‌کم

۸ سال کمتر از سابقه کار آنان است و این رقم برای کسانی که سابقه بیمه‌شان با سابقه کارشان دست کم ۱۰ سال اختلاف دارد ۱۰.۷ درصد است.



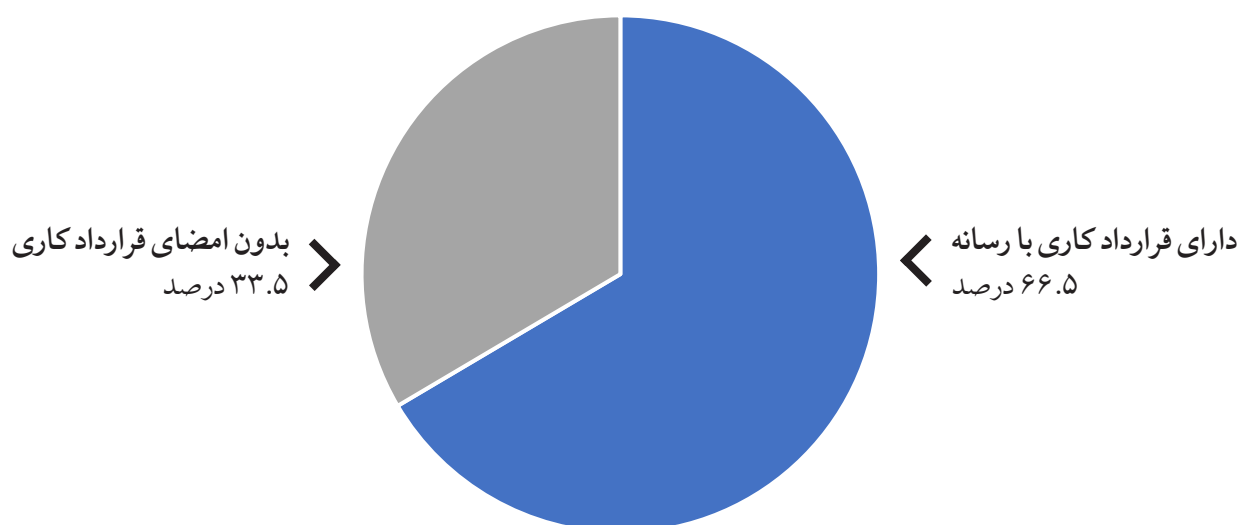
## ♦ نوع همکاری با رسانه

قریب به اتفاق پاسخگویان همکاری تمام وقت با رسانه خود دارند و دستمزد ثابتی می گیرند. ۶.۱ درصد آن ها به شکل حق التحریری با رسانه ها همکاری می کنند و تعداد بسیار معدودی (۱.۸ درصد) در رسانه ها به صورت رایگان کار می کنند.



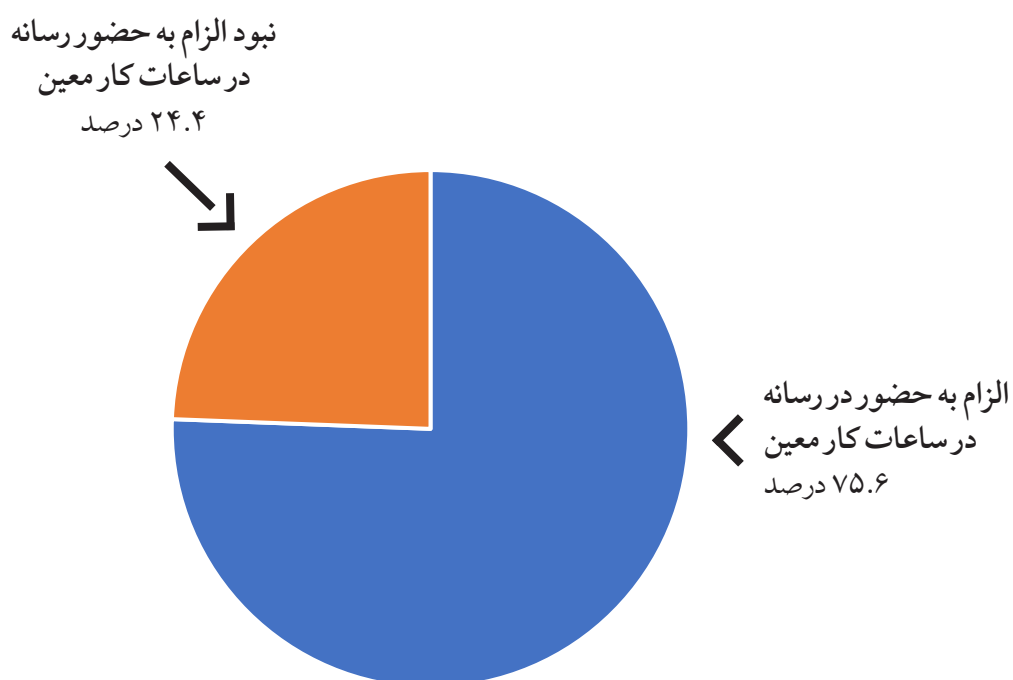
## ♦ قرارداد کاری

یک سوم پاسخگویان (۳۳.۵ درصد) اظهار کرده اند که با رسانه خود قرارداد کاری ندارند. حتی اگر همکاری رایگان و حق التحریری را از این میزان کسر کنیم، باز هم رقم چشمگیری است.



### ♦ الزام به حضور در ساعات معین کاری

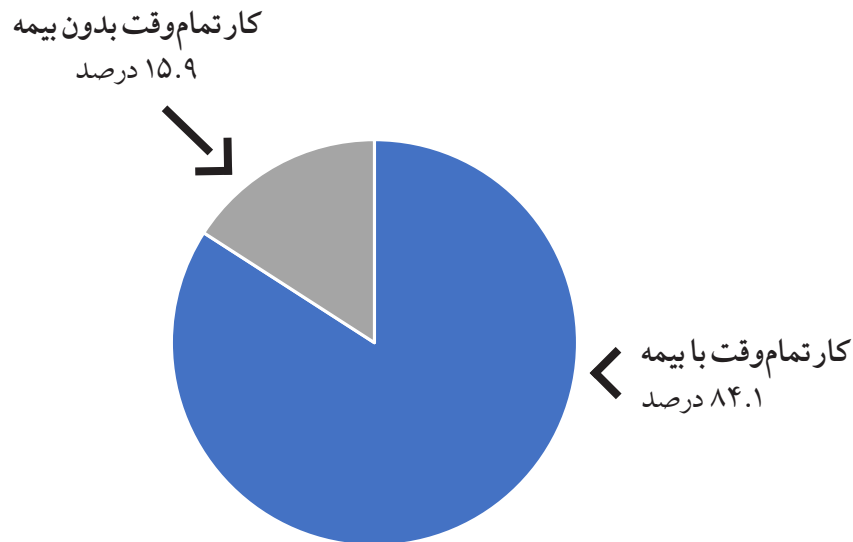
حدود سه چهارم پاسخگویان (۷۵.۶ درصد) اعلام کرده‌اند که باید در ساعات معینی در محل کار خود حاضر باشند. روزنامه‌نگاری یکی از حرفه‌هایی است که چندان با ساعت کار مشخصی انطباق ندارد و روزنامه‌نگاران نیز گاهی از اینکه باید ساعت کار معینی داشته باشند شکایت دارند. گاهی آنان داشتن ساعت کار معین را نوعی سبک کاری «کارمندی» تلقی می‌کنند.



## بیمه کار و درمان

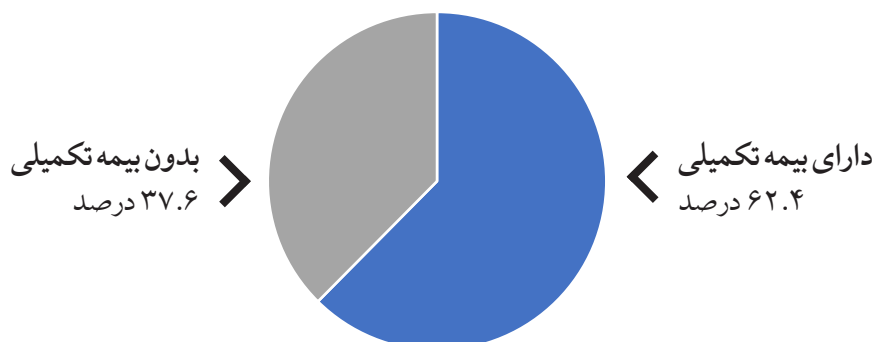
### ♦ بیمه در محل کار

بیمه بودن روزنامه نگار در محل کار یکی از مواردی است که کارفرما موظف به آن است. اما ۲۲ درصد از پاسخگویان این پیمایش گفته اند که بیمه کاری نیستند. معمولاً رسانه ها با وجود بیمه کارکنان تمام وقت خود، اغلب به روزنامه نگاران حق التحریری و رایگان خود خدمات بیمه ارائه نمی دهند. با این حال، ۱۵.۹ درصد از روزنامه نگاران تمام وقت نیز گفته اند که بیمه کاری ندارند.



### ♦ بیمه درمانی تکمیلی

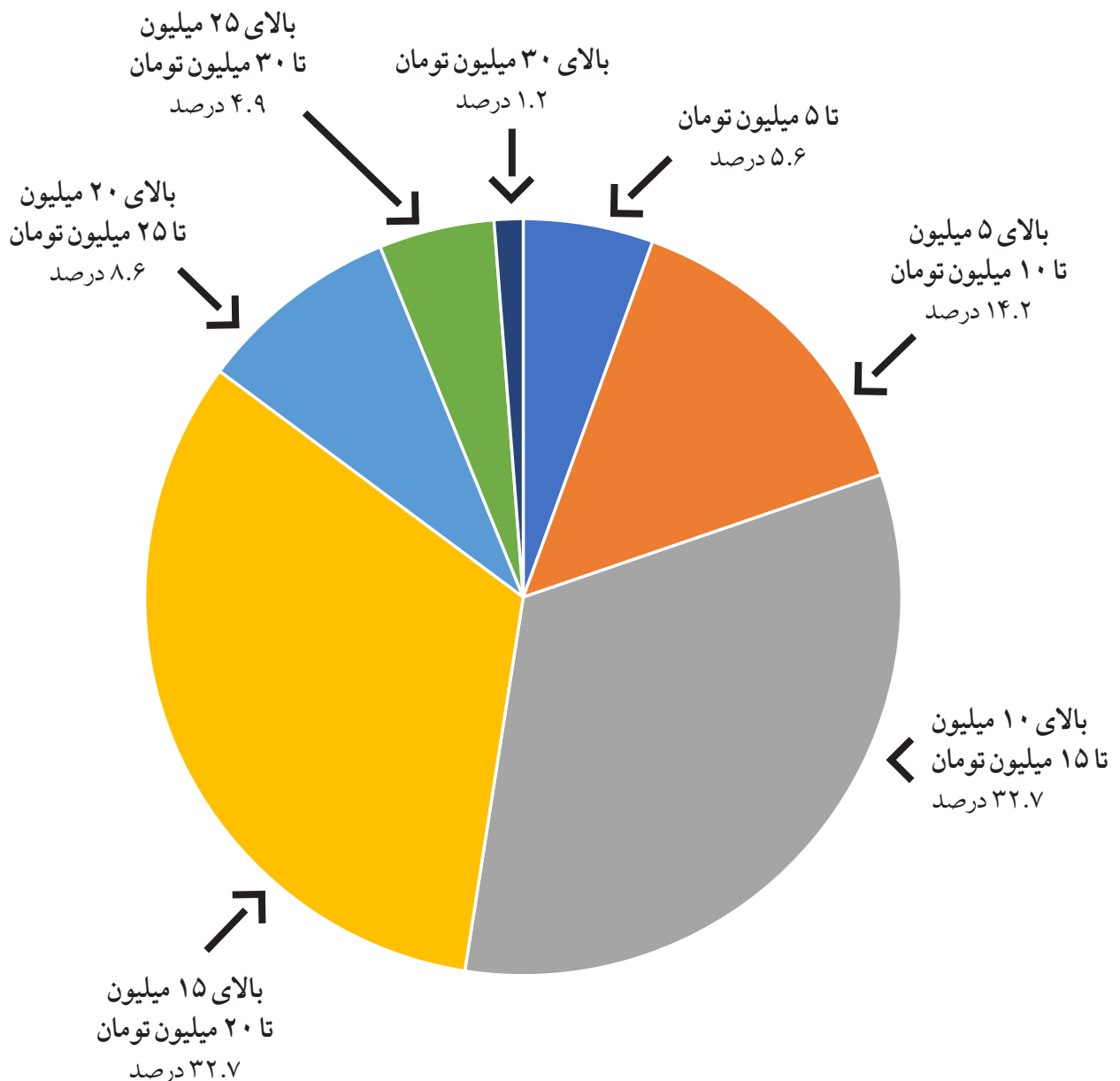
بیمه درمانی تکمیلی از جمله تسهیلاتی است که رسانه های متوسط و بزرگ برای کارکنان خود فراهم می کنند. سهم بیمه تکمیلی را خود روزنامه نگار پرداخت می کند، اما به علت اینکه این نوع بیمه عمدتاً گروهی عرضه می شود، همکاری رسانه نیز در ارائه آن لازم است. ۳۷.۶ درصد کل پاسخگویان گفته اند که بیمه تکمیلی درمانی نیستند.



# دستمزد و رضایت از دستمزد

## ♦ میزان دستمزد

دستمزد روزنامه‌نگاران (خالص دریافتی پس از کسور قانونی) در این پیمایش براساس یک بازه ۵ میلیون تومانی از پاسخگویان پرسیده شد که از زیر ۵ میلیون تومان شروع می‌شد و به بالای ۳۰ میلیون تومان می‌رسید. نتایج پیمایش مشخص کرد که حدود دوسوم روزنامه‌نگاران (۶۵.۴ درصد) بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفتند. حدود یک‌پنجم روزنامه‌نگاران (۱۹.۸ درصد) زیر ۱۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفتند.



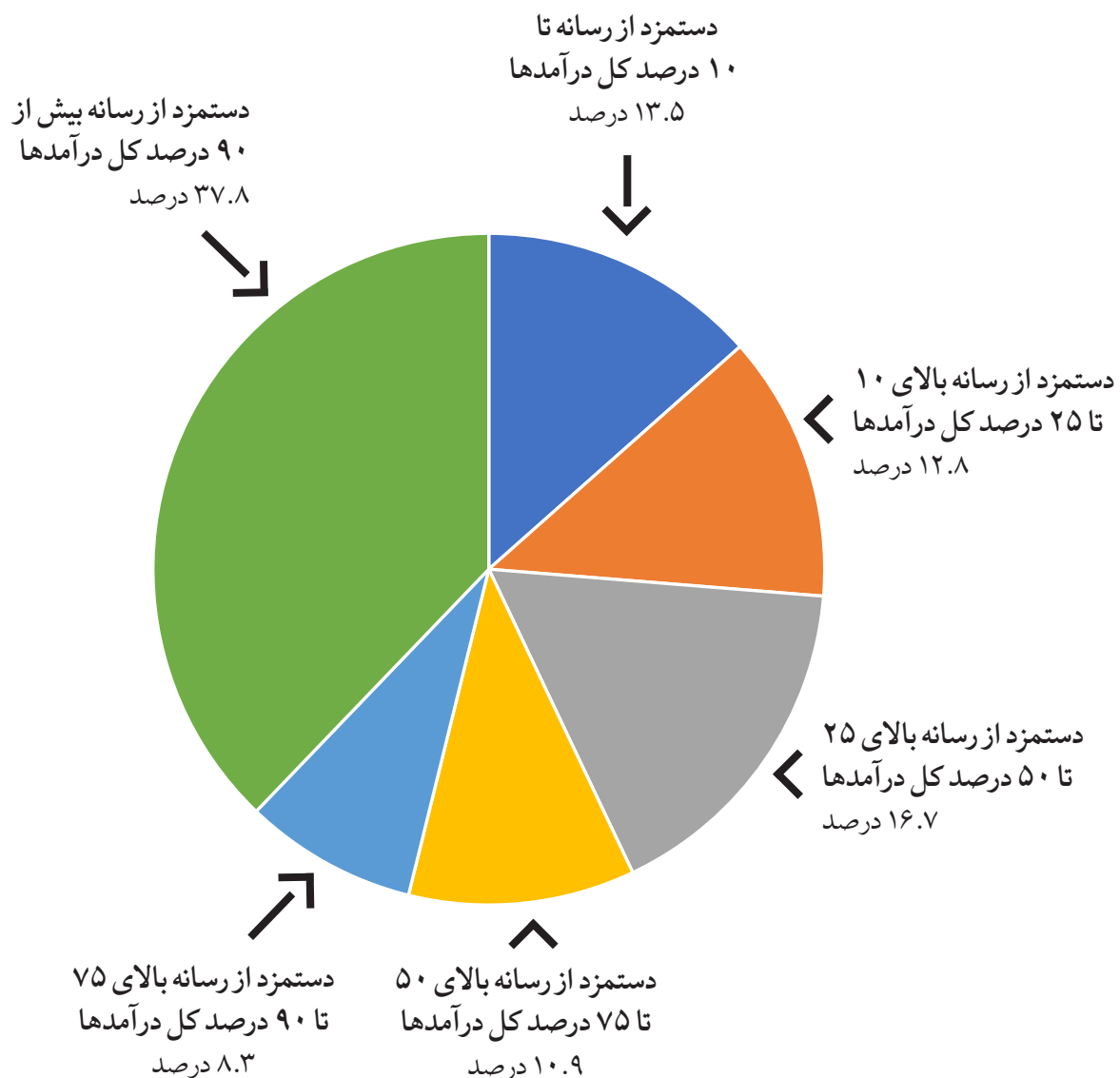
## ♦ مقایسه دستمزدهای رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی

در بین روزنامه‌نگاران بخش خصوصی این سخن شایع است که رسانه‌های بخش دولتی دستمزدهای مناسب‌تری می‌گیرند و همین امر باعث کاهش انگیزه کاری در بخشی از روزنامه‌نگاران رسانه‌های خصوصی است. مقایسه درصد بازه‌های دستمزدی اعلام‌شده در بین پاسخگویان شاغل در رسانه‌های بخش خصوصی و حاکمیتی نشان می‌دهد درصد کسانی که در رسانه‌های حاکمیتی بین ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفته‌اند دو برابر درصد گیرندگان همین بازه دستمزدی در رسانه‌های بخش خصوصی است. از آن سو، درصد پاسخگویانی که بخش خصوصی بین ۵ تا ۱۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفته‌اند، به شکل چشمگیری (چهار برابر) بیشتر از درصد کسانی است که همین بازه دستمزدی را در رسانه‌های حاکمیتی می‌گیرند. هیچ پاسخگویی در رسانه‌های حاکمیتی اعلام نکرده است که دستمزدش زیر ۵ میلیون تومان یا بالای ۳۰ میلیون تومان است، در صورتی که مواردی از این دست در رسانه‌های بخش خصوصی مشاهده شده است. آزمون «مان-ویتنی» با ضریب خطای کمتر از ۵ درصد نشان می‌دهد که بین دستمزدهای دو گروه رسانه حاکمیتی و خصوصی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.



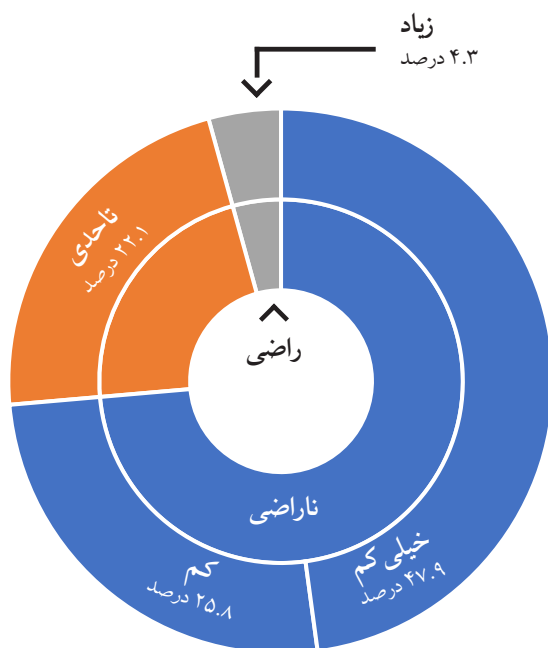
## ♦ سهم روزنامه‌نگاری از کل درآمد

بخش چشمگیری از روزنامه‌نگاران برای تأمین هزینه‌های زندگی، فعالیت‌هایی غیر از روزنامه‌نگاری نیز انجام می‌دهند. در یکی از سؤالات پیمایش حاضر از پاسخگویان پرسیده شده است: «دستمزدی که از رسانه می‌گیرید چند درصد کل درآمدهای شما است؟» پاسخگویان بازه‌هایی را براساس درصد تخمینی خود انتخاب کرده‌اند. بیش از یک‌سوم آنان (۳۷.۸ درصد) گفته‌اند که بالای ۹۰ درصدشان از دستمزدی تأمین می‌شود که از رسانه می‌گیرند. اما از آن سو، ۴۲.۹ درصد پاسخگویان کسانی بوده‌اند که اظهار کرده‌اند زیر ۵۰ درصد درآمدهایشان از دستمزدی است که از رسانه می‌گیرند.



## ♦ رضایت از دستمزد

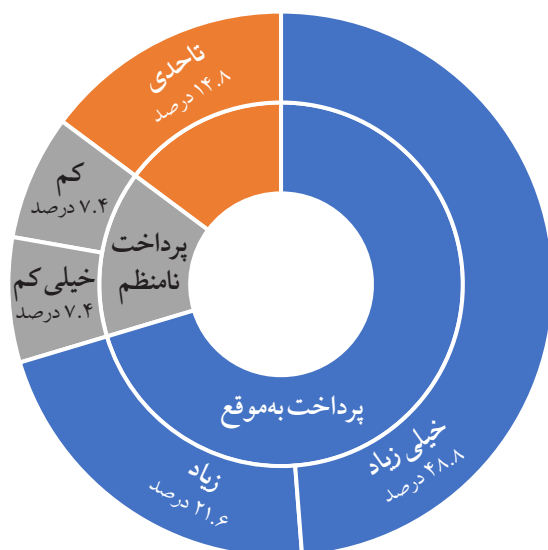
از پاسخگویان پرسیده شده است که چقدر از میزان دستمزد خود از رسانه‌ها رضایت دارند. پاسخگویان می‌توانستند بازه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم را انتخاب کنند. نزدیک به سه چهارم پاسخگویان (۷۳.۷ درصد) کم و خیلی کم از دستمزد خود رضایت دارند. هیچ یک از ۱۶۵ پاسخگو جواب «خیلی زیاد» را انتخاب نکرده است.



■ چقدر از میزان دستمزد خود از رسانه‌تان رضایت دارید؟

## ♦ پرداخت به موقع دستمزد

از پاسخگویان پرسیده شده است که پرداخت دستمزد شما چقدر سر وقت و به موقع انجام می‌شود. پاسخگویان می‌توانستند بازه‌ای از خیلی زیاد تا خیلی کم را انتخاب کنند. ۷۰.۴ درصد پاسخگویان گفته‌اند پرداخت دستمزدشان زیاد یا خیلی زیاد به موقع انجام می‌شود.

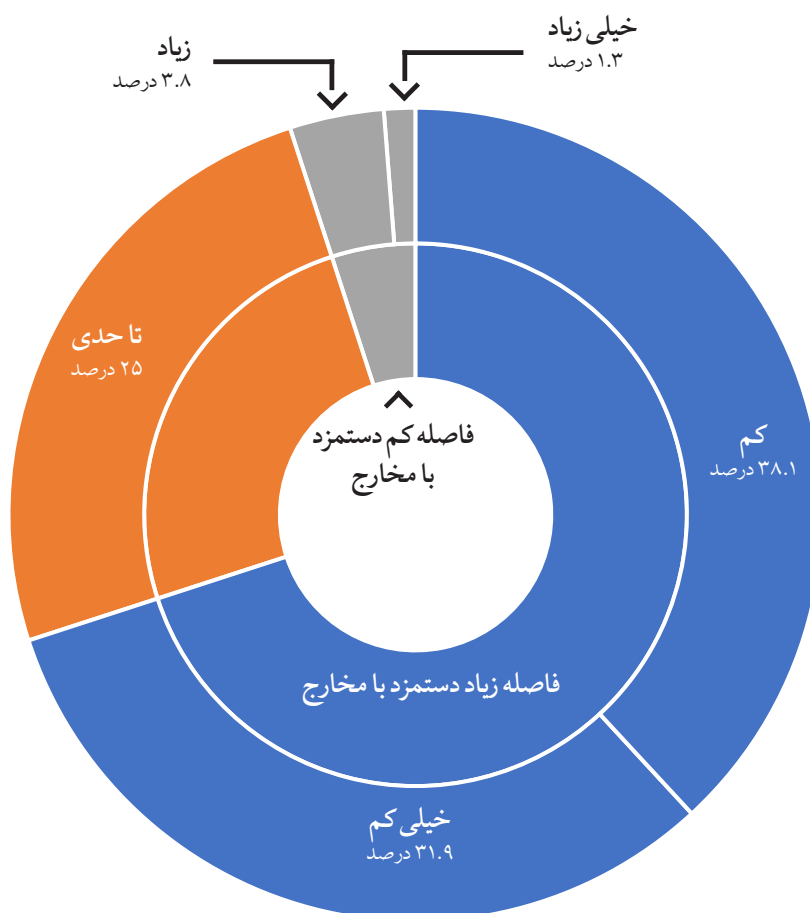


■ پرداخت دستمزد شما چقدر سر وقت و به موقع انجام می‌شود؟

## ♦ فاصله دستمزد با مخارج

از پاسخگویان پرسیده شده است که میزان دستمزدشان چقدر تأمین کننده مخارج زندگی شان است. به این پرسش با پنج گزینه از خیلی زیاد تا خیلی کم پاسخ داده شده است. ۷۰ درصد پاسخگویان گفته اند میزان دستمزدشان کم یا خیلی کم تأمین کننده مخارج زندگی آنان است.

■ میزان دستمزد شما چقدر تأمین کننده مخارج زندگی تان است؟

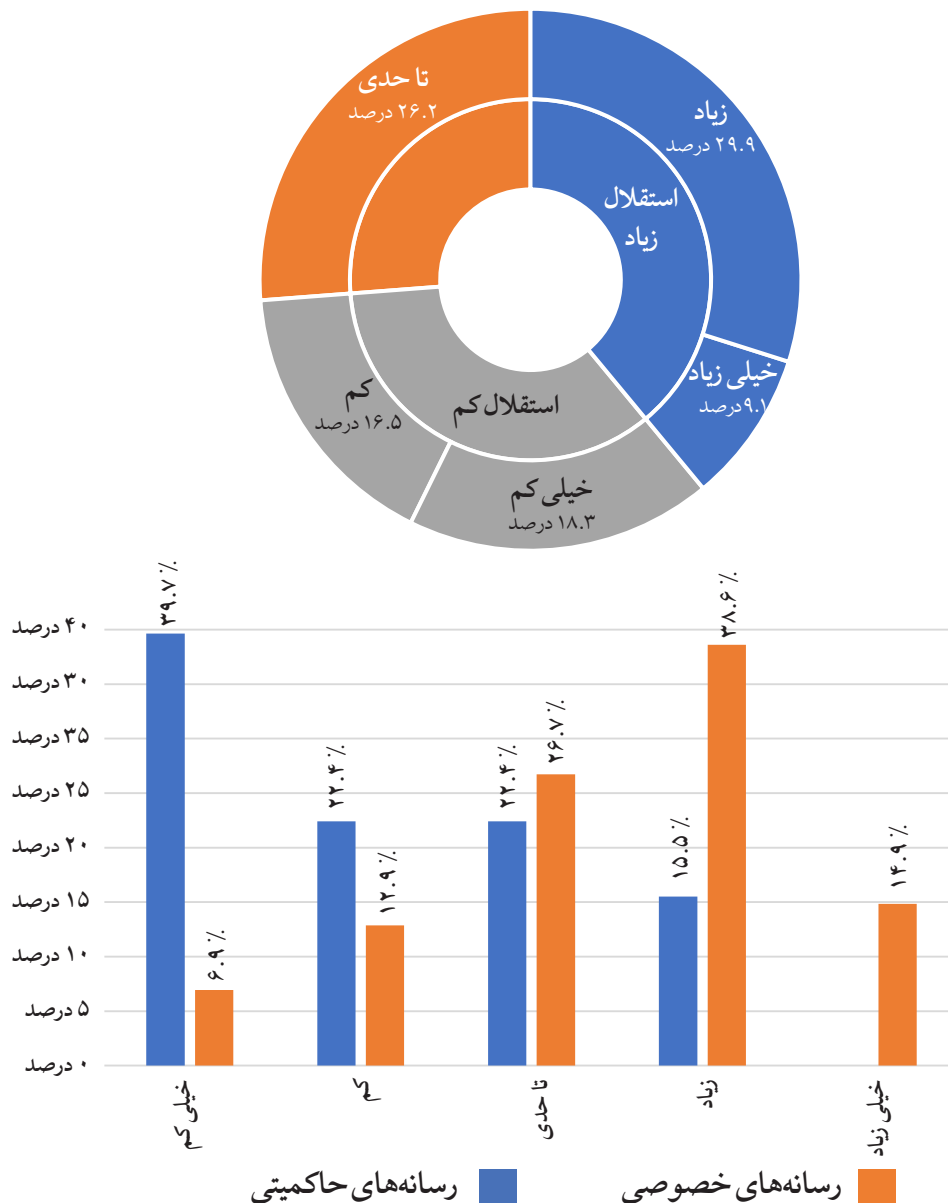


# رضایت حرفه‌ای از محیط کار

## ♦ استقلال کاری

از پاسخگویان چند سؤال درباره رضایت حرفه‌ای از محیط کار پرسیده شد. اولین پرسش درباره این بود که چقدر در رسانه خود استقلال کاری و تصمیم‌گیری دارند. بیش از یک‌سوم (۳۹ درصد) زیاد و خیلی زیاد استقلال کاری دارند. نمودار میله‌ای تفاوت چشمگیر بین میزان استقلال کاری و تصمیم‌گیری در رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی را نشان می‌دهد. آزمون «مان-ویتنی» نیز با ضریب خطای کمتر از ۱ درصد نشان می‌دهد این تفاوت معنی‌دار است.

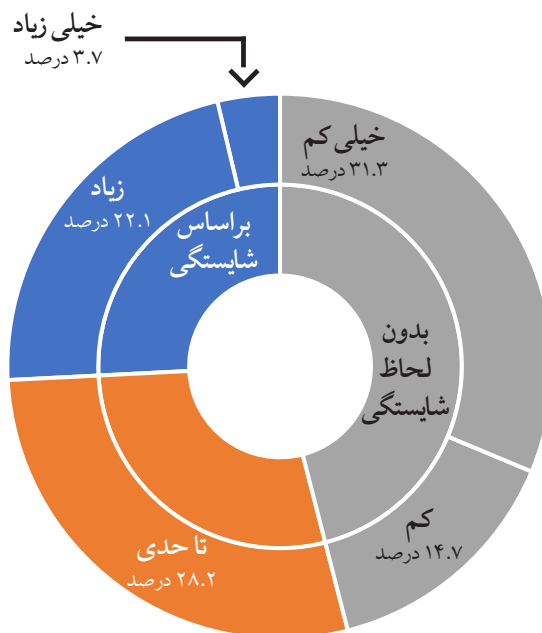
■ چقدر در رسانه خود استقلال کاری و تصمیم‌گیری دارید؟



## ♦ ارتقاء و انتصاب براساس شایستگی

از پاسخگویان این پرسشنامه پرسیده شد که چقدر فکر می کنند شیوه ارتقاء و انتصاب ها در سلسله مراتب سازمان رسانه خود براساس شایستگی ها انجام می شود. تقریباً نیمی از افراد (۴۶ درصد) می گویند که ارتقاء و انتصاب کم و خیلی کم براساس شایستگی ها انجام می شود.

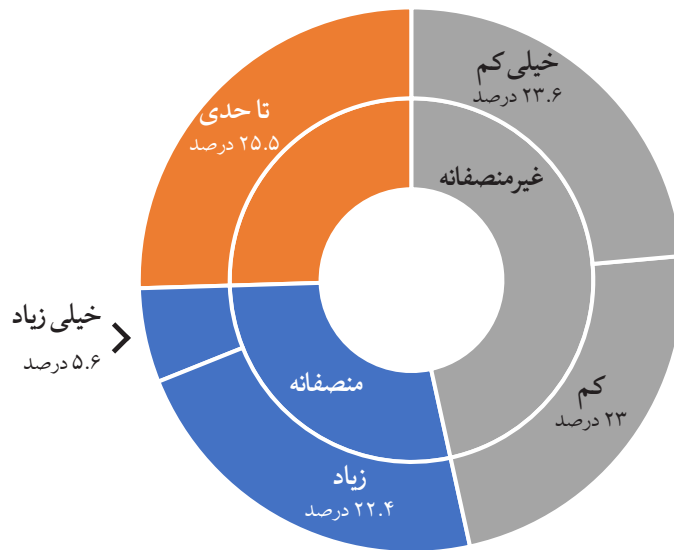
■ چقدر فکر می کنید شیوه ارتقا و انتصاب ها در سلسله مراتب سازمان رسانه خود براساس شایستگی ها انجام می شود؟



## ♦ منصفانه بودن دستمزدها

از پاسخگویان این پیمایش پرسیده شد که چقدر میزان دستمزد خود را نسبت به سایر اعضای تحریریه رسانه تان منصفانه می دانید. تقریباً نیمی از افراد (۴۶.۶ درصد) می گویند که دستمزد خود را نسبت به دستمزد سایر اعضای تحریریه کم و خیلی کم منصفانه می دانند.

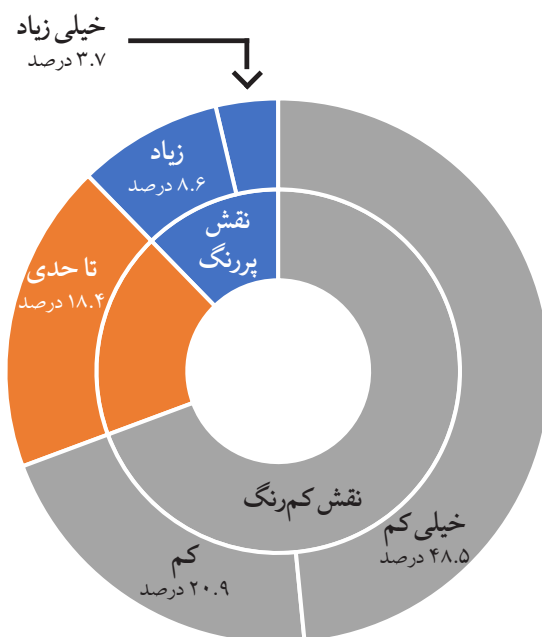
■ چقدر میزان دستمزد خود را نسبت به سایر اعضای تحریریه رسانه‌تان منصفانه می‌دانید؟



### ◆ نقش در تصمیم‌گیری‌های رسانه

از پاسخگویان این پرسشنامه پرسیده شد که چقدر در تصمیم‌گیری‌های کلان رسانه خود نقش دارند. بیش از دو سوم پاسخگویان (۶۹.۴ درصد) گفته‌اند که کم و بسیار کم در تصمیم‌گیری‌های کلان رسانه خود نقش دارند. این عدد نشان می‌دهد روزنامه‌نگاران در نقش کارمندی ظاهر می‌شوند که نمی‌توانند در مسیر حرفه‌ای رسانه خود نقش پررنگ چندانی بازی کنند و طبق پاسخ به دو پرسش گذشته، سلسله‌مراتب سازمان رسانه خود را نیز چندان شایسته‌سالارانه و منصفانه نمی‌بینند. این عوامل، می‌تواند باعث بیگانگی روزنامه‌نگاران از محیط کاری خود شود که در نهایت به زیان نظام رسانه‌ای ختم خواهد شد.

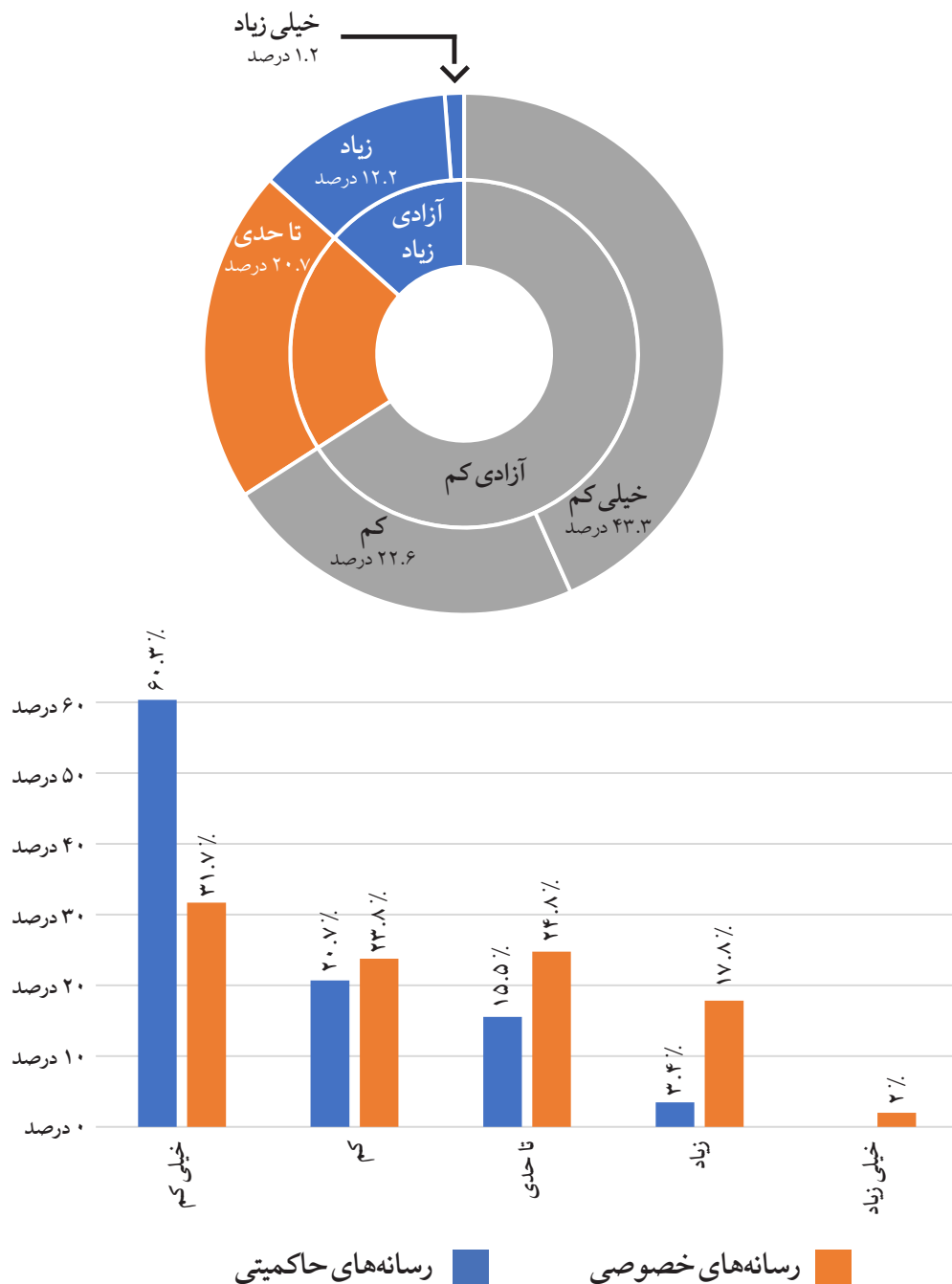
■ چقدر در تصمیم‌گیری‌های کلان رسانه خود نقش دارید؟



## ♦ احساس آزادی در روزنامه‌نگاری

از پاسخگویان پرسیده شد که چقدر احساس آزادی در فعالیت روزنامه‌نگاری می‌کنند. حدود دوسوم پاسخگویان کم و خیلی کم احساس آزادی می‌کنند. نمودار میله‌ای تفاوت قابل توجه بین میزان احساس آزادی در رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی را نشان می‌دهد؛ احساس آزادی در رسانه‌های حاکمیتی کمتر است. آزمون «مان-ویتنی» نیز با ضریب خطای کمتر از ۱ درصد نشان می‌دهد این تفاوت معنی‌دار است.

■ چقدر احساس آزادی در فعالیت روزنامه‌نگاری می‌کنید؟

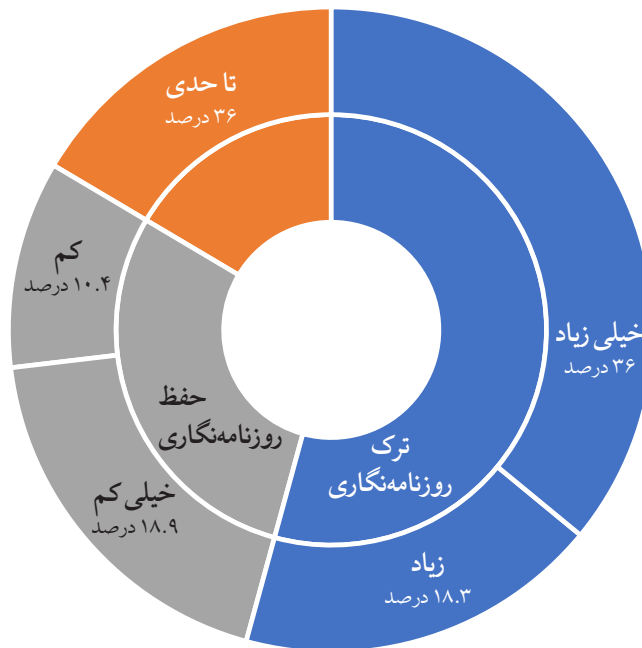


## امنیت شغلی

### ♦ دغدغه ترک روزنامه‌نگاری

در سه پرسش از روزنامه‌نگاران پاسخگوی این پیمایش سؤالاتی درباره فکر کنار گذاشتن روزنامه‌نگاری و احتمال انتخاب مجدد آن و همچنین احساس امنیت شغلی روزنامه‌نگاری پرسیده شد. در یکی از سؤالات، از پاسخگویان پرسیده شد که چقدر به کنار گذاشتن شغل روزنامه‌نگاری فکر می‌کنند. بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران (۵۴.۳ درصد) زیاد و خیلی زیاد به ترک روزنامه‌نگاری فکر می‌کنند. برخلاف اغلب پاسخ‌های دیگر، تعداد کسانی که خیلی کم یا خیلی زیاد به ترک روزنامه‌نگاری فکر می‌کنند بیشتر از تعداد کسانی است که به طور نسبی در حد میانه دغدغه ترک روزنامه‌نگاری قرار دارند.

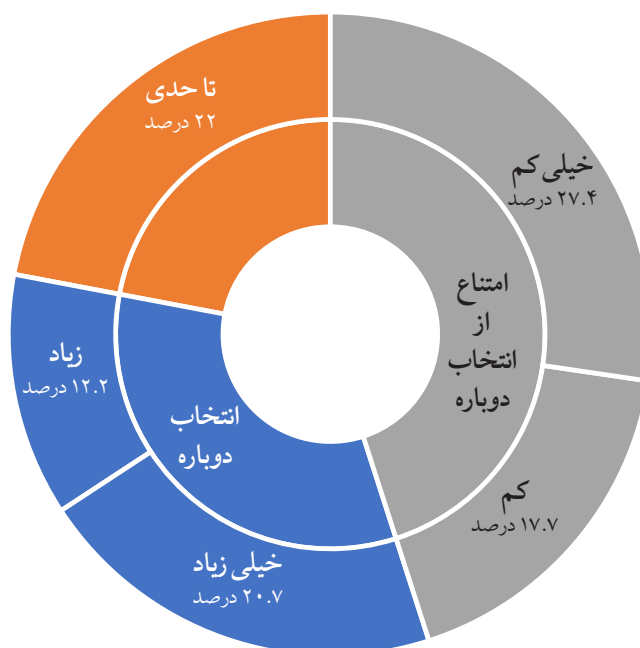
■ چقدر به کنار گذاشتن شغل روزنامه‌نگاری فکر می‌کنید؟



### ♦ انتخاب مجدد روزنامه‌نگاری

از پاسخگویان پرسیده شد که اگر بنا باشد دوباره شغلی برای خود انتخاب کنند، چقدر احتمال دارد مجدداً روزنامه‌نگاری را انتخاب کنند. حدود یک‌سوم روزنامه‌نگاران (۳۲.۹ درصد) زیاد و خیلی زیاد احتمال می‌دهند که روزنامه‌نگاری را انتخاب نکنند.

■ اگر بنا باشد دوباره شغلی برای خود انتخاب کنید،  
چقدر احتمال دارد مجدداً روزنامه‌نگاری را انتخاب کنید؟

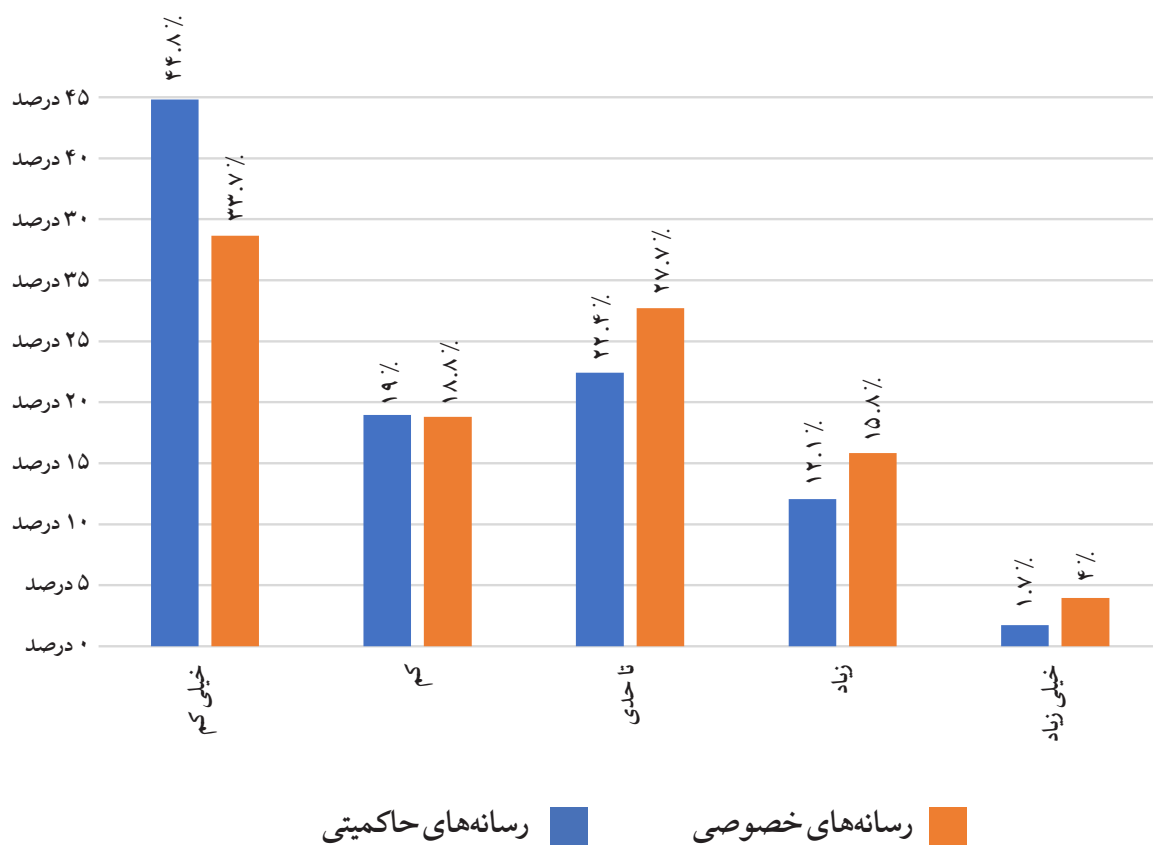
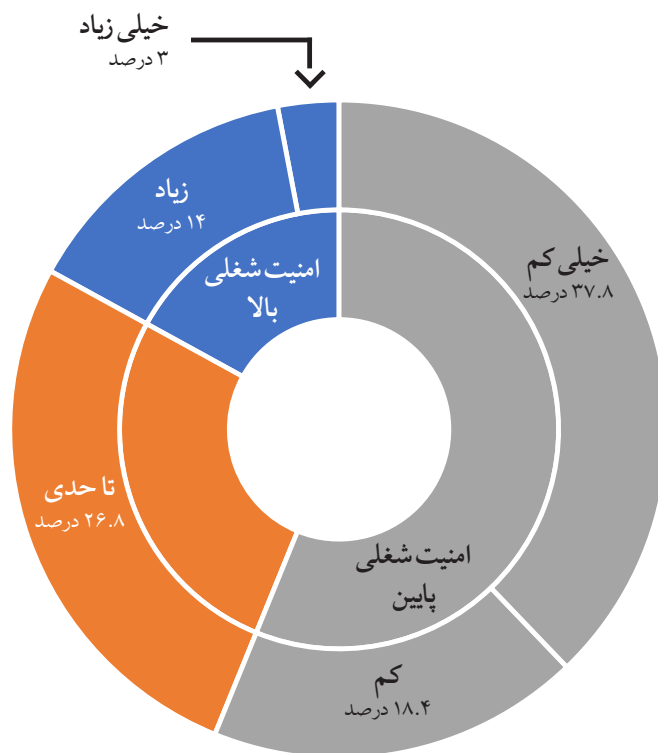


## ♦ احساس امنیت شغلی

امنیت شغلی یکی از مسایل مهمی است که همواره روزنامه‌نگاران، خاصه روزنامه‌نگاران بخش خصوصی، دغدغه آن را داشته‌اند. در یک سؤال مشخص از پرسشنامه پیمایش حاضر، از روزنامه‌نگاران خیلی ساده پرسیده شد که چقدر احساس امنیت شغلی می‌کنند. امنیت شغلی برای آنان تعریف نشد تا خود بر اساس هر تعریفی که دارند، احساس خود را بیان کنند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶.۱ درصد) جواب داده‌اند که کم یا خیلی کم احساس امنیت شغلی می‌کنند. بیش از یک‌سوم آنان (۳۷.۸ درصد) احساس امنیت شغلی خیلی کمی دارند.

مقایسه احساس امنیت شغلی در بین خبرنگاران شاغل در رسانه‌های حاکمیتی و رسانه‌های بخش خصوصی در نمودار میله‌ای صفحه بعد آمده است. برخلاف تصور رایج، از ظاهر نمودار پیداست که احساس امنیت شغلی در رسانه‌های حاکمیتی پایین‌تر از رسانه‌های بخش خصوصی است. با این حال، آزمون «مان-ویتنی» نشان نمی‌دهد تفاوت معنی‌داری بین این دو گروه وجود داشته باشد و در هر دو دسته رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی، احساس امنیت شغلی پایین است.

## ■ چقدر احساس امنیت شغلی می‌کنید؟

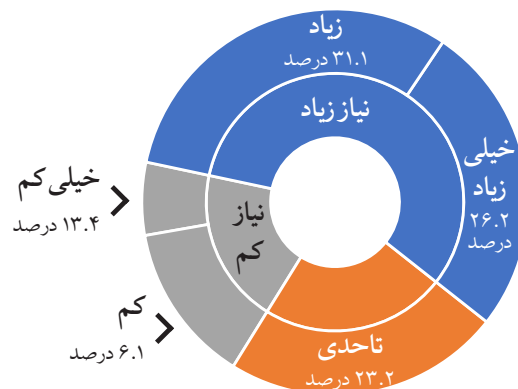


# آموزش ضمن خدمت

## ♦ نیاز به یادگیری مهارت‌های بیشتر

با پیشرفت‌های سریع در فناوری‌های ارتباطی، روزنامه‌نگاران بیش از پیش نیاز پیدا می‌کنند که با بهره‌گیری از آموزش‌های ضمن خدمت و شرکت در دوره‌های مهارت‌افزایی، توانایی‌های خود را به‌روز کنند. از پاسخگویان پرسیده شد که چقدر نیاز به یادگیری مهارت‌های بیشتری در حوزه روزنامه‌نگاری احساس می‌کنند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۷.۳ درصد) گفته‌اند زیاد و خیلی زیاد نیاز به مهارت‌آموزی دارند.

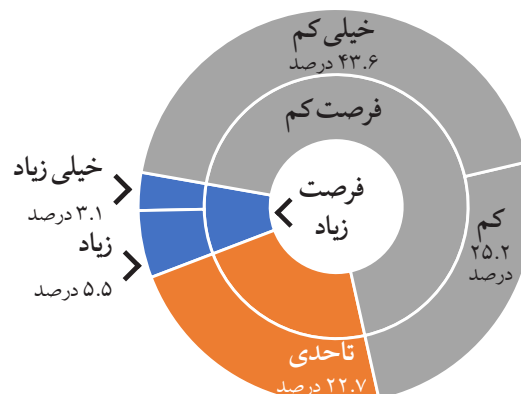
■ چقدر نیاز به یادگیری مهارت‌های بیشتری در حوزه روزنامه‌نگاری احساس می‌کنید؟



## ♦ فرصت مهارت‌آموزی

از پاسخگویان پرسید شد که رسانه‌شان چقدر فرصت آموزش‌های ضمن خدمت به آنان ارائه می‌کند. بیش از دو سوم پاسخگویان (۶۸.۸ درصد) گفته‌اند رسانه‌شان فرصت کم و بسیار کمی در این زمینه در اختیارشان قرار می‌دهد.

■ رسانه شما چقدر فرصت آموزش‌های ضمن خدمت و مهارت‌های جدید روزنامه‌نگاری را در اختیارتان قرار می‌دهد؟

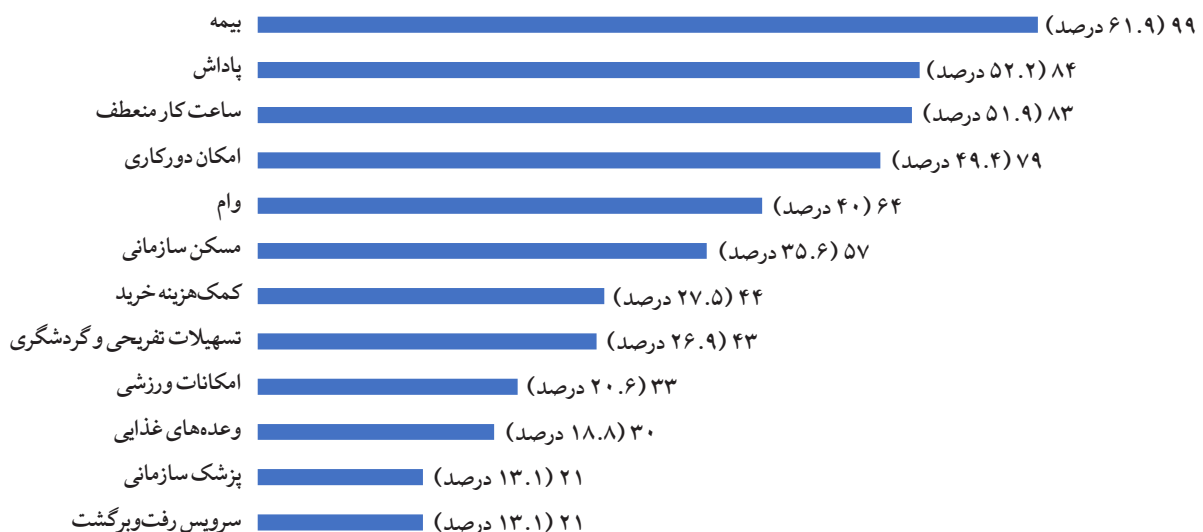


# مزایای شغلی

## ♦ مزایای شغلی محبوب

مزایای شغلی از مشوق‌های مهمی است که برای کارکنان هر سازمانی، از جمله روزنامه‌نگاران در رسانه‌ها، جذابیت دارد. در دو پرسش این پیمایش از روزنامه‌نگاران پرسیده شد که چه مزایای شغلی‌ای برای آن‌ها اولویت دارد. پاسخگویان می‌توانستند از بین یک فهرست گزینه‌های دلخواه خود را با هر تعدادی انتخاب کنند. اولویت این گزینه‌ها ترتیب خاصی نداشت و اهمیت آن‌ها با شمارش مجموع پاسخ‌ها مشخص شده است. در نمودار زیر، اعداد جلوی هر مزیت شغلی مجموع کسانی است که آن مزیت شغلی را دارای اولویت دانسته‌اند و درصد داخل پرانتز سهم افرادی است که آن مزیت شغلی خاص را انتخاب کرده‌اند نسبت به کل پاسخ‌دهندگان به این سؤال. نمودار به ترتیب تعداد هر مزیت شغلی ترسیم شده است.

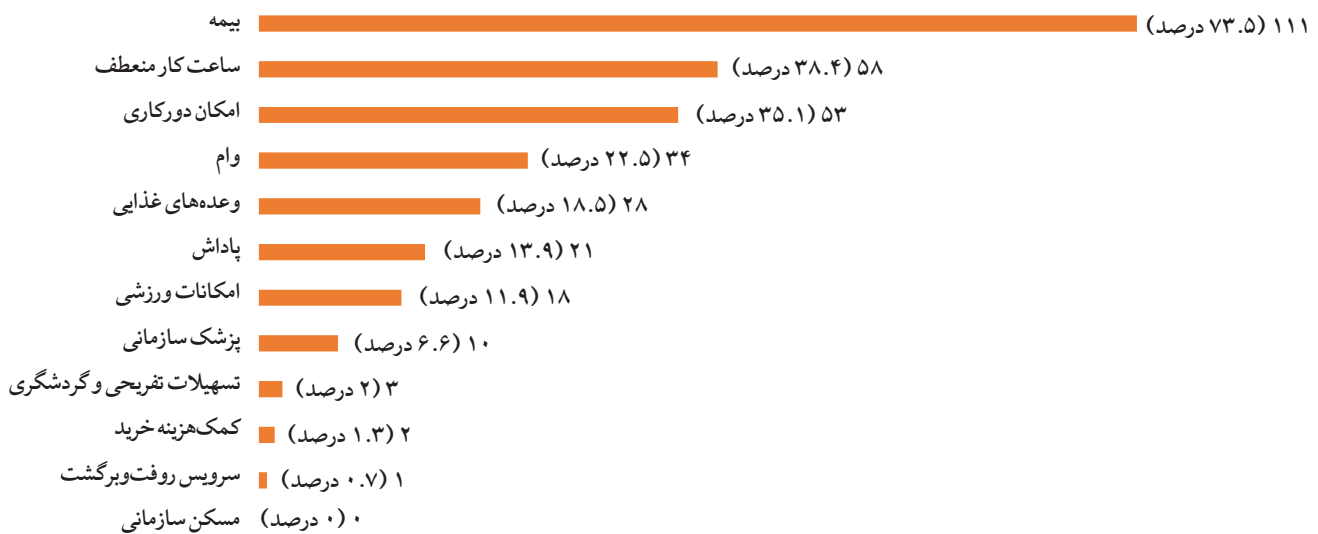
### ■ کدام یک از مزایای شغلی زیر برای شما اولویت دارد؟



## ♦ بهره‌مندی از مزایای شغلی

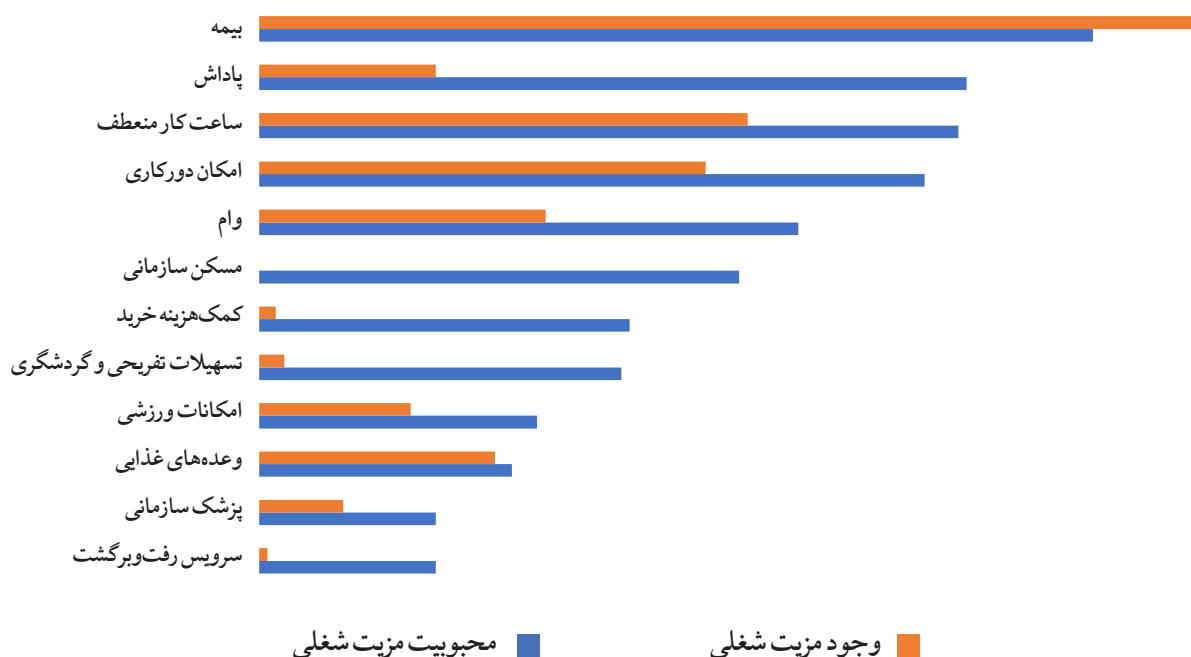
سؤالی از پاسخگویان درباره اینکه از چه مزایای شغلی‌ای بهره‌مند هستند پرسیده شد. پاسخ‌های آنان می‌توانست بیشتر از یک مزیت را شامل شود. در نمودار صفحه بعد، اعداد جلوی هر مزیت شغلی مجموع کسانی است که گفته‌اند در رسانه خود از آن مزیت شغلی بهره‌مندند و درصد داخل پرانتز سهم افرادی است که آن مزیت شغلی خاص را انتخاب کرده‌اند نسبت به کل پاسخ‌دهندگان به این سؤال. نمودار به ترتیب تعداد هر مزیت شغلی ترسیم شده است.

## ■ در رسانه خود، از کدام یک از مزایای شغلی زیر بهره‌مند هستید؟



## ◆ مقایسه محبوبیت و وجود مزایای شغلی

محبوب‌ترین مزیت شغلی نزد پاسخگویان و پرتکرارترین مزیت شغلی در عمل عبارت است از داشتن بیمه کاری در رسانه. جالب است که موارد بیمه در عمل بیشتر از موارد بیمه مورد انتظار پاسخگویان است. اما در واقع، بیمه بودن روزنامه‌نگار در رسانه یک مزیت شغلی نیست بلکه وظیفه قانونی کارفرما است. بنابراین اگر این مورد را کنار بگذاریم، در عمل مزایای شغلی چندان برای روزنامه‌نگاران وجود ندارد. نمودار زیر مقایسه بین دو نمودار میله‌ای این بخش است که فاصله انتظار روزنامه‌نگاران تا عمل رسانه‌ها را نشان می‌دهد. نمودار به ترتیب تعداد مزیت‌های شغلی محبوب ترسیم شده است.



## خلاصه نتایج و پیشنهادها

### ♦ ویژگی‌های عمومی پاسخگویان

پیمایش حاضر با پرسشنامه آنلاین بین ۱۶۵ روزنامه‌نگار از ۲۹ رسانه در پاییز ۱۴۰۳ انجام شده است. رسانه‌ها و خبرنگاران به شکل غیرتصادفی و هدفمند انتخاب شدند و سعی شد در انتخاب رده سازمانی و حوزه خبری تنوع لحاظ شود.

۵۹ درصد پاسخگویان زن و ۵۵ درصد پاسخگویان متأهل بوده‌اند. میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال است. ۹۷ درصد پاسخگویان تحصیلات دانشگاهی دارند و نیمی از آنان (۴۹.۱ درصد) مدرک کارشناسی ارشد دارند. این اعداد نشان‌دهنده جوانی نسبی تحریریه‌های رسانه‌های کشور و تحصیلکرده بودن اعضای تحریریه‌ها است.

### ♦ رسانه محل کار پاسخگویان

حدود ۹۰ درصد پاسخگویان این پیمایش در روزنامه‌های چاپی یا خبرگزاری‌ها و سایت‌های خبری مشغول به کارند. ۶۳.۸ درصد پاسخگویان در رسانه‌های بخش خصوصی شاغل هستند و میانگین سابقه کار پاسخگویان ۱۴.۲ سال بوده است. یک‌سوم آنان زیر ۱۰ سال و تنها یک‌پنجم بالای ۲۰ سال سابقه کار دارند.

رده سازمانی ۶۳ درصد پاسخگویان خبرنگار است و سرویس‌های خبری فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی به ترتیب بیشترین سرویس‌هایی‌اند که خبرنگاران در آن کار می‌کنند.

### ♦ بیمه و مسکن

حدود نیمی از پاسخگویان (۸.۵ درصد) اجاره‌نشین هستند و ۱۴.۷ درصد در مسکن متعلق به دیگران زندگی می‌کنند.

حدود نیمی از پاسخگویان (۴۸.۴ درصد) زیر ۱۰ سال سابقه بیمه دارند. ۵.۷ درصد پاسخگویان هیچ سابقه بیمه‌ای ندارند. ۲۲ درصد از آنان گفته‌اند که در حال حاضر بیمه کاری نیستند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶ درصد) سابقه بیمه‌شان دست‌کم ۳ سال از سابقه کارشان کمتر است. ۳۷.۶ درصد کل پاسخگویان بیمه تکمیلی درمانی ندارند.

۹۲.۱ درصد پاسخگویان همکاری تمام‌وقت با رسانه خود دارند و دستمزد ثابت می‌گیرند. حدود سه‌چهارم پاسخگویان (۷۵.۶ درصد) اعلام کرده‌اند که باید در ساعات معینی در محل کار خود حاضر باشند.

## ♦ دستمزد

دستمزد روزنامه‌نگاران (خالص دریافتی پس از کسور قانونی) در این پیمایش براساس یک بازه ۵ میلیون تومانی از پاسخگویان پرسیده شد که از زیر ۵ میلیون تومان شروع می‌شد و به بالای ۳۰ میلیون تومان می‌رسید. نتایج پیمایش مشخص کرد که حدود دوسوم روزنامه‌نگاران (۶۵.۴ درصد) بین ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفته‌اند. حدود یک‌پنجم روزنامه‌نگاران (۱۹.۸ درصد) زیر ۱۰ میلیون تومان دستمزد می‌گرفته‌اند.

دستمزدها بین رسانه‌های حاکمیتی و خصوصی به‌طور معنی‌داری با یکدیگر تفاوت دارد. هیچ پاسخگویی که در رسانه‌های حاکمیتی شاغل است زیر ۵ میلیون تومان یا بالای ۳۰ میلیون تومان دستمزد نمی‌گرفته است.

بیش از یک‌سوم پاسخگویان (۳۷.۸ درصد) گفته‌اند که بالای ۹۰ درصدشان از راه دستمزدی که از رسانه می‌گیرند تأمین می‌شود. نزدیک به سه‌چهارم پاسخگویان (۷۳.۷ درصد) کم و خیلی کم از دستمزد خود رضایت دارند. ۷۰ درصد پاسخگویان گفته‌اند میزان دستمزدشان کم یا خیلی کم تأمین‌کننده مخارج زندگی آنان است.

۷۰.۴ درصد پاسخگویان گفته‌اند پرداخت دستمزدشان زیاد یا خیلی زیاد به‌موقع انجام می‌شود. بیمه، پاداش و ساعت کار منعطف محبوب‌ترین مزایای شغلی از نظر پاسخگویان است و بیمه، ساعت کار منعطف و امکان دورکاری بیشترین مزایای شغلی تأمین‌شده از جانب رسانه‌ها است.

## ♦ رضایت حرفه‌ای

بیش از یک‌سوم پاسخگویان (۳۹ درصد) در کار خود استقلال کاری و تصمیم‌گیری زیاد و خیلی زیادی دارند. تقریباً نیمی از افراد (۴۶ درصد) می‌گویند که ارتقاء و انتصاب کم و خیلی کم براساس شایستگی‌ها انجام می‌شود. حدود دوسوم پاسخگویان کم و خیلی کم احساس آزادی می‌کنند.

تقریباً نیمی از افراد (۴۶.۶ درصد) می‌گویند که دستمزد خود را نسبت به دستمزد سایر اعضای تحریریه کم و خیلی کم منصفانه می‌دانند. بیش از دوسوم پاسخگویان (۶۹.۴ درصد) گفته‌اند که کم و بسیار کم در تصمیم‌گیری‌های کلان رسانه خود نقش دارند.

این آمار نشان‌دهنده سطح پایین رضایت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران از کار در رسانه‌های خود است. بیش از نیمی از روزنامه‌نگاران (۵۴.۳ درصد) زیاد و خیلی زیاد به ترک روزنامه‌نگاری فکر می‌کنند. اگر بنا باشد دوباره شغلی برای خود انتخاب کنند، حدود یک‌سوم پاسخگویان (۳۲.۹ درصد) زیاد و خیلی زیاد احتمال می‌دهند که روزنامه‌نگاری را انتخاب نکنند.

## ♦ امنیت شغلی

بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۶.۱ درصد) جواب داده‌اند که کم یا خیلی کم احساس امنیت شغلی

می‌کنند. بیش از یک‌سوم آنان (۳۷.۸ درصد) احساس امنیت شغلی خیلی کمی دارند. آزمون آماری نشان می‌دهد که در احساس پایین امنیت شغلی، بین پاسخگویان شاغل در رسانه‌های حاکمیتی و رسانه‌های بخش خصوصی تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۷.۳ درصد) گفته‌اند زیاد و خیلی زیاد نیاز به مهارت‌آموزی دارند، اما بیش از دو‌سوم پاسخگویان (۶۸.۸ درصد) گفته‌اند رسانه‌شان فرصت کم و بسیار کمی در این زمینه در اختیارشان قرار می‌دهد.

### ♦ محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادها

پژوهش حاضر محدودیت‌هایی دارد که اشاره به آن‌ها می‌تواند برای پژوهشگران آینده مفید باشد. یکی از محدودیت‌های این پیمایش دسترسی نداشتن کافی به رسانه‌هایی است که در ادبیات سیاسی کنونی ایران صفت اصولگرا بر آن‌ها نهاده‌اند. دسترسی به روزنامه‌نگاران شاغل در رسانه‌های اصولگرا برای همکاران این پژوهش دشوار و گاهی ناممکن بود. این نداشتن دسترسی باعث می‌شود تا محدودی از تعمیم‌پذیری پیمایش حاضر کاسته شود.

محدودیت دیگری که می‌تواند تا حدودی از تعمیم‌پذیری بکاهد این است که رسانه‌های جامعه نمونه این پیمایش رسانه‌های سراسری بودند. به پژوهشگران آینده پیشنهاد می‌شود که پیمایشی برای رسانه‌های محلی و منطقه‌ای اجرا کنند. می‌توان حدس زد که شرایط کار روزنامه‌نگاری در رسانه‌های محلی حتی دشوارتر از رسانه‌های سراسری باشد.

وانگهی، روش نمونه‌گیری غیرتصادفی می‌تواند تعمیم‌پذیری پیمایش را بیش‌ازپیش با مانع مواجه کند، هرچند که این پژوهش مدعی تعمیم‌پذیری نتایج خود بر تمام گستره نظام رسانه‌ای ایران نیست. در پژوهش حاضر، تمرکز بر روزنامه‌نگاران تمام‌وقت با دستمزدهای ثابت ماهانه بود. اما جا دارد پیمایشی نیز از دستمزدها و شرایط کاری روزنامه‌نگارانی انجام شود که به شکل حق‌التحریری با رسانه‌ها همکاری می‌کنند تا میزان پرداخت‌ها به آنان و شرایط کاری‌شان که با مشکلات مضاعف همراه است ارزیابی شود.

بسیاری از رسانه‌های اثرگذار در نظام رسانه‌ای کنونی، رسانه‌هایی خارج از گروه رسانه‌هایی است که آن‌ها را به رسانه‌های جریان اصلی می‌شناسیم. همچنین رسانه‌هایی که متن‌محور نیستند و بیشتر ویدیو تولید می‌کنند هم باید با پیمایشی جداگانه ارزیابی شوند. به‌علت اینکه پژوهش حاضر به خواست انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان تهران انجام می‌شد، امکان انجام پیمایش در رسانه‌های جایگزین و ویدیو‌محور نبود، اما امیدواریم پژوهش‌هایی در آینده در بین این رسانه‌ها دست به پیمایش بزنند و شرایط دستمزدی و حرفه‌ای آن‌ها را ارزیابی کنند. ■