

The Role of Fake News Publishing Strategy in Mobile Journalism

Samira Khatibzadeh¹, Ahad Hosseini²

Received: 2025-07-07, Accepted: 2025-10-14

Doi: 10.22034/rcc.2025.2056376.1229

Extended Abstract

Introduction:

Today, the digital media space is fragmented and increasingly defined. Today, citizens of the information age experience easy access to up-to-date news anywhere, anytime through digital and mobile journalism. This ease of access and the speed of news dissemination have attracted audiences and led to a growing trend of users turning to online news. With the advancement of technology and the widespread use of mobile phones and smart devices, the concept of new media and new media activities has emerged. One of these activities is mobile journalism, or reporting using mobile phones. The present study aims to analyze the role of mobile journalism in the dissemination of fake news.

This research can better and more deeply understand the concept, characteristics, methods, and effects of mobile journalism on journalism. By using this type of research, it is possible to identify and evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of mobile journalism.

Examining the role of mobile journalism in the spread of fake news is crucial because it goes to the heart of the paradigm shift in the contemporary media ecosystem. Understanding this relationship is key to designing strategies to counter misinformation in the digital age.

Methods:

The present study is an exploratory qualitative study; the method is "theme analysis," and semi-structured interviews were used to implement it. The statistical population of this study was reporters, journalists, professors, and managers in the media field. The method used in this part of the research was a semi-structured interview. Professors, experts, and other relevant individuals were asked about the existing space, the desired space, and how to achieve and realize the desired space, as defined by the research topic. The number of participants in this study was 14. That is, 14 people were selected from among professors, media managers, reporters, journalists, and mobile journalism audiences in the following order:

- Media managers (3 people)

1. Assistant Professor and Faculty Member, Department of Cultural and Media Management, PhD in Media Management, Faculty of Culture and Communication, Sooreh International University, Tehran, Iran.

Email: khatibzade@soore.ac.ir

0009-0001-0972-8642

2. Master's degree student, Department of Communication, Faculty of Culture and Communication, Sooreh International University, Tehran, Iran.

Email: dahad.hoseyni224@yahoo.com

- Media professors (2 people)
- Reporters (3 people)
- Journalists (3 people)
- Real mobile journalism audiences (3 people)

Results:

After analyzing the content of 14 interviews, seven organized themes and 20 basic themes were identified. The organizing themes included: the spread of fake news, the high accuracy of news in traditional journalism, the difficulty of establishing the first narrative, creating new standards for measuring news, playing a role in chaos and crises, the proliferation of news narratives, and the role of fake news in social crises. Also, questioning the accuracy and veracity of news, publishing news through personal accounts, rapid publication without fact-checking, limited access to sources, and the lack of supervision of non-professionals were among the basic themes.

Keywords: Mobile journalism, journalism, media

نقش راهبرد نشر اخبار جعلی در موبایل ژورنالیسم

سمیرا خطیب‌زاده^۱، احد حسینی^۲

دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۱۶، پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲

DOI: 10.22034/rcc.2025.2056376.1229

چکیده

امروزه فضای رسانه‌ای دیجیتال، پراکنده و به‌طور فزاینده‌ای مشخص شده است، امروزه شهروندان عصر اطلاعات، دسترسی راحت به اخبار به‌روز شده، در هر مکان و در هر زمان را توسط روزنامه‌نگاری دیجیتال و موبایلی تجربه می‌کنند و همین سهولت دسترسی و سرعت انتشار اخبار، سبب جذب مخاطبین و گرایش روزافزون کاربران به سمت اخبار آنلاین شده است. با پیشرفت فناوری و گسترش استفاده از تلفن همراه و دستگاه‌های هوشمند، مفهوم رسانه‌های جدید و فعالیت‌های رسانه‌ای نوین نیز به وجود آمده است. یکی از این فعالیت‌ها، موبایل ژورنالیسم یا همان گزارشگری با استفاده از تلفن همراه است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل نقش موبایل ژورنالیسم بر انتشار اخبار جعلی در روزنامه‌نگاری موبایلی انجام شده است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر نوع اکتشافی است. این پژوهش کیفی با رویکرد تحلیل مضمون انجام شد. جامعه آماری این پژوهش خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، استادان حوزه رسانه و ارتباطات و مخاطبین واقعی موبایل ژورنالیسم است، که ۱۴ نفر از آنان به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. گردآوری داده‌ها با استفاده از مصاحبه نیمه ساختار یافته صورت گرفت. پس از تحلیل مضمون از ۱۴ مصاحبه صورت گرفته، ۷ مضمون سازمان یافته و ۲۰ مضمون پایه شناسایی شد. مضامین سازمان‌دهنده شامل: انتشار اخبار جعلی، صحت بالای خبر در روزنامه‌نگاری سنتی، دشواری داشتن روایت اول، ایجاد استانداردهای جدید سنجش اخبار، نقش آفرینی در آشوب و بحران‌ها، ازدیاد روایت‌های خبری و عامل انتشار اخبار جعلی در بحران‌های اجتماعی بود. همچنین زیر سؤال رفتن صحت و درستی خبر، انتشار اخبار توسط اکانت‌های شخصی، انتشار سریع اخبار بدون صحت‌سنجی، دسترسی کم به منابع اصلی عدم نظارت بر افراد غیر حرفه‌ای از نمونه‌های مضامین پایه بودند.

کلیدواژه‌ها: موبایل ژورنالیسم، روزنامه‌نگاری، رسانه

۱. استادیار، گروه مدیریت فرهنگی و رسانه، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه بین‌المللی سوره، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: khatibzade@soore.ac.ir

id 0009-0001-0972-8642

۲. کارشناس ارشد، دانشگاه بین‌المللی سوره، تهران، ایران.

Email: dahad.hoseyni24@yahoo.com

بیان مسئله

خبر و اطلاع‌رسانی، در جوامع دموکراتیک نقش ویژه‌ای را برای هر نوع گزینشگری عمومی ایفا می‌کند، به بیان دیگر خبر را می‌توان به عنوان منبع حیاتی دریافت اطلاعات درست از حوادث اجتماعی، سیاسی و فرهنگی دانست. (McGonagle, 2017).

امروزه فضای رسانه‌ای دیجیتال، پراکنده و به‌طور فزاینده‌ای مشخص شده است، شهروندان عصر اطلاعات با انبوهی از فرصت‌ها نه تنها برای دسترسی به اطلاعاتی مانند اخبار، بلکه برای تولید و نشر اطلاعات با فضای بسیار آزادی و خوبی مواجه هستند. امروزه بسیاری از مردم دسترسی بسیار راحتی به اخبار به‌روز شده در هر مکان و در هر زمان را توسط روزنامه‌نگاری دیجیتال و موبایلی را دارند که همین سهولت دسترسی و سرعت انتشار اخبار سبب جذب مخاطبین و گرایش روزافزون کاربران به سمت اخبار آنلاین شده است (Westlund, 2012).

یکی از این فعالیت‌ها، موبایل ژورنالیسم یا همان گزارشگری با استفاده از تلفن همراه است. موبایل ژورنالیسم یک شاخه از ژورنالیسم است که در آن خبرنگاران و علاقه‌مندان به رسانه با استفاده از تلفن‌های همراه، محتوای خبری را جمع‌آوری، ویرایش، انتشار و انتقال می‌دهند. موبایل ژورنالیسم می‌تواند به صورت تصویری، صوتی، متنی یا ترکیبی از آنها باشد. موبایل ژورنالیسم از نظر فنی، اخلاقی و حرفه‌ای چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای ژورنالیست‌ها و مخاطبان ایجاد می‌کند (سلیمی و همکاران، ۱۳۹۸).

یکی از مزایای بزرگ موبایل ژورنالیسم، سرعت و آسانی در جمع‌آوری و انتشار خبر است. با استفاده از گوشی هوشمند، افراد می‌توانند در هر زمان و مکانی که هستند، این امکان را به رسانه‌ها و خبرنگاران می‌دهد تا در محل رویداد حاضر شده و خبر را به‌سرعت منتشر کنند. همچنین، موبایل ژورنالیسم به افراد عادی نیز امکان می‌دهد تا شاهد رویدادها و اخبار مختلف باشند و آنها را ضبط و به اشتراک بگذارند. این امر باعث شده است که رسانه‌ها به‌راحتی به منابع جدید خبری دسترسی پیدا کنند و خبرهای جذاب‌تر و گسترده‌تر منتشر کنند.

در نهایت، موبایل ژورنالیسم یک روش نوین و جذاب برای تولید و انتشار خبر است که باعث تغییرات قابل توجه در

صنعت رسانه و فعالیت‌های ژورنالیسم شده است. با توجه به پتانسیل‌های بالقوه آن، لازم است که رسانه‌ها و فعالان حوزه رسانه به‌منظور استفاده بهینه از این فناوری، الگوهای جدید رسانه‌ای استفاده از موبایل ژورنالیسم در فرایند تولید و انتشار خبرها نیز تأثیر قابل توجهی داشته است. طبق گزارش سازمان بین‌المللی رسانه‌ها، موبایل‌ها به یکی از اهمیت‌های اصلی در تولید و انتشار خبرها تبدیل شده‌اند. این تأثیر بر عوامل مختلفی از جمله سرعت و دقت در جمع‌آوری اطلاعات، ارسال فوری خبر، استفاده از عکس و ویدئو، و امکان ارتباط مستقیم با خوانندگان برمی‌گردد (Journalism Mobile, 2017).

موبایل ژورنالیسم در ایران نیز مانند سایر کشورها با چالش‌هایی روبه‌رو است که شامل نیاز به آموزش و مهارت‌های خاص، مشکلات امنیتی، کیفیت و قابلیت اعتماد اطلاعات، تحقق حریم خصوصی و مسائل اخلاقی مرتبط با استفاده از موبایل در روزنامه‌نگاری، عدم دسترسی به اطلاعات برخی، محدودیت‌های قانونی، مسائل امنیتی و مشکلات فنی باشد. اما در عین حال، استفاده از موبایل در ژورنالیسم نیز فرصت‌هایی را فراهم می‌کند، مانند ارتباط مستقیم با مخاطبان، امکان گزارش‌دهی زنده، همکاری با شبکه‌های اجتماعی و ایجاد محتوای چندرسانه‌ای (جعفری و فلاح، ۱۴۰۱).

ظهور خبرهای جعلی در چند سال گذشته، به یکی از معضلات بزرگ و نگرانی‌های جهانی و به کانون توجه و بررسی مراکز علمی و رسانه‌ای و حتی سیاسی جهان تبدیل شده است. خبرهای جعلی، اعتبار نهادهای رسانه‌ای رسمی را به خطر انداخته و آنها را مجبور ساخته تا از این پس، علاوه بر فرایند تولید خبر به سمت فرایند تشخیص و شناسایی خبرهای جعلی تولید شده در رسانه‌های اجتماعی نیز بروند. به عبارتی، فرایند صحت‌سنجی محتواهای عظیم منتشر شده در فضای رسانه‌های اجتماعی، به یکی از کارکردهای جدی رسانه‌های رسمی جهان تبدیل شده است. از این رو، نقش موبایل ژورنالیسم در انتشار خبرهای جعلی، نیاز حتمی سازمان‌های رسانه‌ای همچون رادیو و تلویزیون‌های خبری، خبرگزاری‌ها، روزنامه‌ها و حتی مراکز اطلاع‌رسانی عمومی است. براین اساس محقق در پژوهش حاضر، در پی یافتن و تدوین نقش موبایل ژورنالیسم بر اخبار جعلی می‌باشد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

این پژوهش می‌تواند به شناخت بهتر و عمیق‌تر از مفهوم، ویژگی‌ها، روش‌ها و اثرات موبایل ژورنالیسم بر روزنامه‌نگاری کمک کند. با بهره‌گیری از این دست پژوهش‌ها می‌توان نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موبایل ژورنالیسم را شناسایی و ارزیابی نمود. همچنین می‌توان به شناخت بهتری از روندها، تغییرات و نقاط قوت و ضعف این حوزه دست پیدا کرد و سبب ارتقای کیفیت و کارایی رسانه‌ها و خیرگزاری‌ها در استفاده از فناوری‌های موبایل شد. پژوهش‌هایی از این دست می‌توانند راهکارهای نوآورانه برای بهبود فرایندها و فعالیت‌های موبایل ژورنالیسم ارائه نموده و نتایج آن بر تصمیم‌گیران و سازمان‌های مربوط به حوزه موبایل ژورنالیسم تأثیرگذار شده و سبب بهبود استراتژی‌ها و سیاست‌های آنان شود. تغییرات در روش‌های ارتباطی: با پیشرفت فناوری و استفاده گسترده از دستگاه‌های هوشمند، روش‌های مصاحبه، گزارش‌دهی و انتقال اخبار تغییر کرده است. بررسی نقش و تأثیر موبایل ژورنالیسم در این تغییرات می‌تواند به درک بهتری از رسانه‌ها و روش‌های ارتباطی جدید کمک کند.

از جنبه کاربردی نیز می‌تواند به بهبود و توسعه موبایل ژورنالیسم در ایران کمک کرده و همچنین فرصت‌های به وجود آمده توسط موبایل ژورنالیسم را ارائه نموده و به افزایش کیفیت و اعتبار گزارش‌های خبری که با استفاده از موبایل تهیه و انتشار می‌یابند، کمک نماید. با تحقیق در زمینه موبایل ژورنالیسم، می‌توان به درک عمیق‌تری از رسانه‌ها، فناوری و تأثیرات آنها بر جامعه دست پیدا نمود و به پیشبرد دانش در این حوزه کمک کرد.

اهمیت راهبردی موضوع پژوهش

بررسی نقش موبایل ژورنالیسم در انتشار اخبار جعلی از این نظر حیاتی است که به قلب تغییرات پارادایمی در اکوسیستم رسانه‌ای معاصر می‌پردازد. درک این رابطه، کلید طراحی راهبردهای مقابله با اطلاعات نادرست در عصر دیجیتال است.

در ادامه، این موضوع را از نظر راهبردی به تفکیک اهمیت آن بررسی می‌کنیم.

بررسی این موضوع تنها یک تحلیل آکادمیک نیست، بلکه یک ضرورت عملیاتی برای رسانه‌ها، نهادهای

قانون‌گذار، مربیان سواد رسانه‌ای و حتی خود جامعه است. درک این مکانیسم به ما کمک می‌کند تا:

۱. عاملان و کانال‌های انتشار اخبار جعلی را شناسایی کنیم: آیا این یک رسانه سنتی است که عجله کرده، یا یک شهروند عادی که درگیر احساسات شده، یا یک بدافزار که محتوا را خودکار تولید می‌کند؟

۲. نقاط آسیب‌پذیر چرخه انتشار اطلاعات را پیدا کنیم: در کدام مرحله (ضبط، تولید، انتشار، مصرف) امکان نفوذ اخبار جعلی بیشتر است؟

۳. راهکارهای مقابله‌ای مؤثر و هدفمند طراحی کنیم: هرکدام از عوامل و کانال‌ها نیاز به یک راهبرد خاص دارند.

پیشینه پژوهش

فتحی و واعظ (۱۴۰۲)، «آینده پژوهی شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های سنتی ایران مبتنی بر شکل‌گیری روزنامه‌نگاری رباتی» این پژوهش به مطالعه سناریوهای آینده مواجهه شبکه‌های اجتماعی با رسانه‌های سنتی و چگونگی شکل‌گیری روزنامه‌نگاری رباتی می‌پردازد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که روند ریزش مخاطب در رسانه‌های سنتی ادامه دارد و احتمالاً حاکمیت، فناوری‌پایه شدن امور را محدود کند اما محدودیت‌های اعمال شده در حوزه فناوری تغییری در روند افزایشی نفوذ شبکه‌های اجتماعی و کاهش مخاطبان رسانه‌های سنتی ایجاد نمی‌کند از این رو رسانه‌های سنتی برای برون رفت از مسئله کمبود مخاطب و ادامه حیات حرفه‌ای باید به شکل‌های هوشمند روزنامه‌نگاری از جمله «روزنامه‌نگاری رباتی» روی آورند. محمدی و همکاران (۱۴۰۱)، «چالش‌های اخلاقی پدیدار شده در ژورنالیسم واقعیت مجازی» را مورد مطالعه قرار دادند نتایج پژوهش نشانگر آن است که چالش‌های اخلاقی باید از دو منظر تولیدکنندگان و مخاطبان مورد بررسی قرار گیرد. تولیدکنندگان ژورنالیسم واقعیت مجازی باید پاسخی روشن به تغییرات بنیادین در رویه بنگاه‌های خبری و اصول روایتگری داده و به دنبال حفظ استقلال خود باشند و از طرفی قوانینی را جهت تأمین شفافیت، صداقت، ساخت محتوایی هوشمندانه، مراقبت از کودکان، جمع‌آوری مسئولانه داده‌ها و هدف ژورنالیسم، به کارگیرند. همچنین در بخش مخاطبان باید چالش‌های برداشت شخصی از رویداد، از میان رفتن واقع‌گرایی، از دست دادن جریان اصلی رویداد، چگونگی

تأثیر محتوا بر مخاطب و جعل عمیق مورد نظر قرار گیرند. بلک وود، آلیتا^۳ (۲۰۲۱)، «روزنامه‌نگاری موبایل: پیوسته آنلاین» که با استفاده از روش کیفی و باهدف بررسی و شناخت روزنامه‌نگاری سیار یا موجو صورت پذیرفته است، به این نتایج رسیده است که سریع‌ترین زمان ممکن برای اشتراک‌گذاری، پخش اخبار از مرکز رخ‌دادن رویدادها استفاده از دستگاه‌های قابل همچون تلفن همراه یا لپ‌تاپ است. مزایای عمده چنین رویکردی قابل حمل بودن، مقرون‌به‌صرفه بودن و سهولت دسترسی است. یافته‌های این مقاله معتقد است که اخبار دقیق و حقایق واقعی توسط روزنامه‌نگاران سیار پخش می‌شود، زیرا ناظران می‌توانند وضعیت را همان‌طور که اتفاق می‌افتد، به‌صورت آنلاین و بدون قالب‌بندی یا ویرایش ببینند. گوشی‌های هوشمند به چشم ناظران تبدیل شده و مردم می‌توانند پر شوند. موننگومری و همکاران^۴ (۲۰۲۰)، «روزنامه‌نگاری موبایلی: چالش‌ها و فرصت‌های تولید اخبار با گوشی هوشمند شبکه‌ای» که با روش کیفی (توصیفی و تجربی) منتشر شده است. هدف از این پژوهش بررسی چگونگی تولید خبر با استفاده از گوشی‌های هوشمند متصل به شبکه بوده و نتایج آن نشان می‌دهد که این روش می‌تواند به ایجاد محتوای خبری باکیفیت بالا و هزینه کم کمک کند. وستلوند و فردیقی^۵ (۲۰۱۹)، «روزنامه‌نگاری موبایلی: تصویری از تحقیقات و عملکرد فعلی» که در مجله روزنامه‌نگاری دیجیتال^۶ و با روش کیفی و باهدف بررسی جامع عملکردهای مربوط به ژورنالیسم موبایل منتشر شده است به این نتیجه رسیده‌اند که موبایل ژورنالیسم چالش‌ها و فرصت‌هایی بسیار برای این رویکرد صنعت خبر به وجود آورده و نیاز مبرمی به آموزش ژورنالیسم وجود دارد. پودگر و همکاران^۷ (۲۰۱۸)، «روزنامه‌نگاری موبایلی: تعریف زبان داستان نویسی جدید» که با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و با هدف بررسی چگونگی استفاده از گوشی‌های هوشمند در گزارش خبری توسط ژورنالیست‌های موبایل در سراسر جهان صورت گرفته است که نتایج آن نشان می‌دهد که ژورنالیست‌های موبایل یک زبان روایت جدید را تعریف کرده‌اند که بر پنج عنصر اصلیک صدا، تصویر، متن، گرافیک و ارتباط‌مركز دارد و در این مقاله همچنین به چالش‌ها و محدودیت‌های فناوری موبایل و راه‌حل‌هایی که ژورنالیست‌های موبایل برای غلبه

بر آنها ارائه می‌دهند، اشاره دارد.

همان‌طور که بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد موبایل ژورنالیسم در دنیای امروز رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری نوین نقش بسزایی در کیفیت خبر، سرعت انتشار اخبار و جذب مخاطب ایفا نماید. نوآوری و تفاوت این پژوهش این است که با استفاده از نظرات و دیدگاه متخصصان، استادان و مخاطبان این نوع روزنامه‌نگاری، به دنبال بررسی نقش راهبرد نشر اخبار جعلی در موبایل ژورنالیسم و آسیب‌های آن در جامعه است.

هدف پژوهش

شناخت تأثیرات موبایل ژورنالیسم در حوزه انتشار اخبار جعلی

سؤال پژوهش

تأثیرات موبایل ژورنالیسم در حوزه انتشار اخبار جعلی کدام است؟

تعریف مفاهیم پژوهش

موبایل ژورنالیسم

ژورنالیسم به‌عنوان یک فعالیت حرفه‌ای و مؤسساتی تعریف می‌شود که به تحقیق، تولید و انتشار اخبار و اطلاعات در مورد مسائل جامعه‌ای و عمومی می‌پردازد (McNair, 2014).

ژورنالیسم عبارت است از فعالیتی حرفه‌ای و اخلاقی که با رعایت حریم خصوصی خود و منابع خود، اخبار و اطلاعات مربوط به رویدادها، مسائل و روندهای جاری در جامعه را به‌صورت موثق، مستند و مستقل جمع‌آوری، پردازش و انتشار می‌دهد. ژورنالیسم با بهره‌گیری از رسانه‌های متنوعی از جمله مطبوعات، رادیو و تلویزیون، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی انجام می‌شود و نقش مهمی در ارائه اطلاعات مفید و موردنیاز به مخاطبان دارد (Priva-cy International, 2018).

ژورنالیسم به‌عنوان یک فعالیت حرفه‌ای و مسئولانه که به تحقیق، گزارش‌دهی، و انتشار اخبار و اطلاعات برای اطلاع‌رسانی عموم می‌پردازد و تلاش می‌کند تا اخبار را به شیوه‌ای صادقانه، دقیق، و بدون تعصب ارائه کند (Ward, 2019).

- رویدادهای روزمره می‌باشد.
۲. ژورنالیسم تحلیلی: تحلیل عمیق‌تر و تفسیر رویدادها و مسائل جامعه‌ای و سیاسی است.
 ۳. ژورنالیسم نظری: شامل انتقادات و نظرات نویسنده درباره مسائل مختلف است.
 ۴. ژورنالیسم تحقیقی: بر پایه تحقیقات و گزارش‌های دقیق از رویدادها و مسائل است.
 ۵. ژورنالیسم ورزشی: متمرکز بر گزارش و تحلیل رویدادها و اخبار مرتبط با ورزش است.
 ۶. ژورنالیسم فرهنگی: بررسی و گزارش درباره هنر، فرهنگ، تئاتر، موسیقی و سایر جنبه‌های فرهنگی جامعه را شامل می‌شود.
 ۷. ژورنالیسم علمی: گزارش و تحلیل مطالب و رویدادهای مرتبط با علوم و تکنولوژی را در بر می‌گیرد.
 ۸. ژورنالیسم زنان: تمرکز بر موضوعات و مسائل مربوط به زنان و حقوق آنان دارد.
 ۹. ژورنالیسم محیط زیست: گزارش و تحلیل مسائل محیط زیست، تغییرات آب و هوا، حفاظت از منابع طبیعی و پایداری زیست‌بوم‌ها را پوشش می‌دهد. (Harcup, 2021)

انواع موبایل ژورنالیسم از حیث فرم

- ژورنالیسم شهروندی
- ژورنالیسم داده‌ای
- ژورنالیسم واقعیت مجازی
- خبرنگاری کوله‌پشتی
- روایتگری تصویری
- پخش زنده ویدئو (همان)

خبر جعلی

سال ۲۰۱۷ بود که دیکشنری کالینز^۸ کلمه «فیک نیوز»^۹ را به عنوان کلمه سال اعلام کرد، کالینز در توجیه این انتخاب توضیح دادند که کلمه فیک نیوز در سال ۲۰۱۷ حضوری «فراگیر» داشته و بسیار به کار رفته است. این دیکشنری در تعریف فیک نیوز به دو نکته کلیدی اشاره می‌کند: نخست این‌که فیک نیوز از جنس اطلاعات نادرست است و دیگر این‌که شکل ظاهری آن شبیه خبر [های درست و واقعی] است. اگر تعریف دیکشنری کالینز را بپذیریم، می‌توان گفت خبر جعلی یا اخبار جعلی هم‌که در فارسی به عنوان معادل

موبایل ژورنالیسم یک حوزه مطالعاتی نوظهور است که به بررسی تأثیرات استفاده از دستگاه‌های موبایل در فعالیت‌های ژورنالیستی و رسانه‌ها می‌پردازد. این حوزه مطالعاتی از زوایای مختلفی نظیر تأثیرات فناوری موبایل بر فرایند تولید، توزیع و مصرف خبر، نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش اخبار و اطلاعات، و تأثیرات فناوری موبایل بر حرفه ژورنالیستی را مورد بررسی قرار می‌دهد.

موبایل ژورنالیسم کمک‌های قابل توجهی به روزنامه‌نگاری کرده است. با گوشی‌های هوشمند، خبرنگاران می‌توانند به سرعت متن، تصویر، ویدئو و گزارش‌های زنده را از هر نقطه‌ای تهیه و به اشتراک بگذارند. این امر گزارش‌دهی از رویدادهای مهم و فوری را تسهیل می‌کند.

این نوع روزنامه‌نگاری امکان تعامل مستقیم و لحظه‌ای با مخاطبان را از طریق شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های موبایلی فراهم می‌کند. خبرنگاران می‌توانند به راحتی بازخورد دریافت کرده و با مخاطبان در ارتباط باشند. امکانات دوربین، میکروفون و ویرایشگرهای موبایلی به خبرنگاران اجازه می‌دهد تا محتوایی چندرسانه‌ای، جذاب و غنی تولید کنند که ترکیبی از متن، تصویر، ویدئو و صداست و با استفاده از گوشی‌های همراه، خبرنگاران می‌توانند از مناطق دور دست و نقاط سخت دسترس نیز گزارش ارائه دهند که در روزنامه‌نگاری سنتی چندان امکان‌پذیر نبود. ضمناً در مقایسه با تجهیزات سنگین و گران‌قیمت خبری، گوشی‌های هوشمند و اپلیکیشن‌های ارزان‌قیمت، هزینه‌های تولید محتوا را کاهش می‌دهند (وستلند، ۲۰۱۳).

انواع موبایل ژورنالیسم

موبایل ژورنالیسم به معنای تهیه و انتشار خبرها و روایت‌های تصویری با استفاده از تلفن همراه است. این نوع روزنامه‌نگاری از قابلیت‌های چندرسانه‌ای و اینترنتی گوشی‌های هوشمند بهره می‌برد و به شهروندان امکان می‌دهد که در فرایند خبرسازی شرکت کنند. ژورنالیسم به‌عنوان یک حرفه و فعالیت اطلاع‌رسانی، انواع مختلفی دارد که هرکدام به شیوه‌ها و روش‌های خاصی اطلاق می‌شوند (Kovach & Rosenstiel, 2014)

انواع ژورنالیسم از حیث محتوا

۱. ژورنالیسم خبری: شامل گزارش و انتقال اطلاعات و

«دولت به کسب و کارهای کوچک وام بلاعوض می‌دهد.» این خبر نادرست است. او به آن کانال اعتماد می‌کند و بدون تحقیق بیشتر، خبر را برای یکی از دوستانش که کسب و کار کوچکی دارد می‌فرستد. (زاکرمن، ۲۰۱۷)

کلمه «مال اینفورمیشن»^{۱۲} هم در مورد اطلاعاتی به کار می‌رود که درست و معتبر هستند، اما عمداً با نیت آسیب زدن به یک فرد یا گروه منتشر شده‌اند. یکی از مثال‌های رایج در این مورد، اطلاعاتی است که در مورد ایمیل‌های هیلاری کلینتون در انتخابات ۲۰۱۶ آمریکا منتشر شد. این اطلاعات، دقیق و درست بودند. اما چنین مسائلی در مورد همه احزاب و سیاستمداران کم‌وبیش وجود دارد و نشر آنها در آن مقطع، مشخصاً با هدف آسیب زدن به کلینتون و حزب دموکرات انجام شد. به عنوان نمونه دیگر می‌توان به انتشار عکس‌های خصوصی اشاره کرد. این عکس‌ها، حاوی اطلاعات درستی هستند. اما معمولاً با هدف آسیب زدن به یک فرد منتشر می‌شوند. (همان)

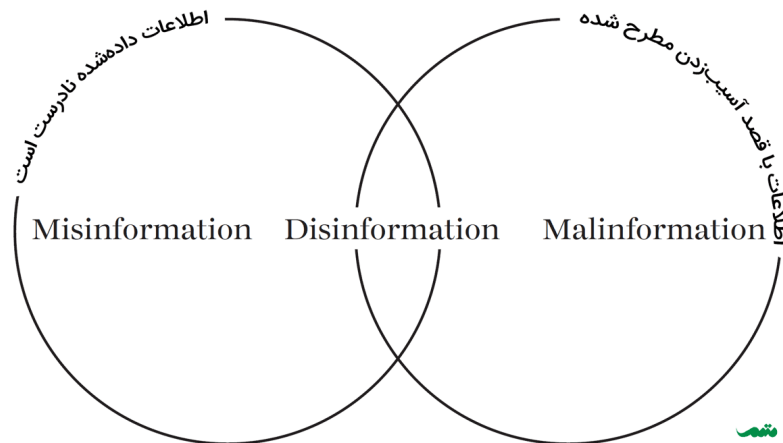
خبر جعلی به محتوای اطلاعاتی ساختگی و عمداً گمراه‌کننده^{۱۳} گفته می‌شود که در قالب‌های رسانه‌ای سنتی (مانند خبر نوشتاری، گزارش تلویزیونی) یا به‌طور فزاینده در قالب‌های جدید (مانند دیپ‌فیک‌های ویدیویی و صوتی، هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا، و محیط‌های متاورس) منتشر می‌شود. هدف از انتشار آن می‌تواند کسب درآمد از طریق کلیک، تأثیرگذاری سیاسی، ایجاد تفرقه اجتماعی، یا آسیب زدن به شهرت یک فرد یا نهاد باشد. (مرکز تحقیقات

فیک نیوز به کار می‌رود، انتخاب درستی است. چون جعل هم به معنای «ساختگی» است و به همین نکته اشاره می‌کند که «چیزی که اصل نیست، به شکلی ساخته شده و نشان داده می‌شود که با نسخه اصل آن اشتباه گرفته شود.»

فیک نیوز یا اخبار جعلی، در شکل ساده آن، تقریباً به همان شکلی که دیکشنری کالینز بیان کرده تعریف می‌شود دروغ‌هایی که آگاهانه و عمدانه ساخته شده و در قالب خبر منتشر می‌شوند تا مردم را گمراه کنند.

اما برخی متخصصان و صاحب‌نظران معتقدند که برای تحلیل دقیق‌تر اخبار جعلی و بحث و بررسی این نوع خبرها، بهتر است تقسیم‌بندی شفاف‌تری انجام شود. به عنوان مثال، تقسیم‌بندی سه‌گانه زیر درباره اطلاعات، کاملاً شناخته‌شده و رایج است (تندوک و همکاران، ۲۰۱۸)

منظور از دیس اینفورمیشن^{۱۴}، اطلاعات نادرستی است که با قصد ضربه و آسیب زدن به یک فرد، گروه، سازمان یا کشور، تولید و عرضه می‌شود. به عنوان مثال، در یک انتخابات ممکن است بشنویم فرزند یکی از نامزدها به اعتبار نام پدر در یک شرکت استخدام شده است. در حالی که آن فرد، اساساً فرزند ندارد یا فرزندش در چنان شرکتی کار نمی‌کند (همان). در تعریف میس اینفورمیشن^{۱۵} هم بر این نکته تأکید می‌شود که یک فرد یا مجموعه، خبری را منتشر می‌کند که نادرست است. اما خود فرد منتشرکننده از نادرستی آن‌چه نشر یا بازنشر کرده خبر ندارد. به عنوان مثال، یک نفر در یک کانال تلگرامی می‌بیند که گفته‌اند



پيو، ۲۰۲۴)

پرسیده شد.

در پژوهش‌های کیفی، به‌جای استفاده از نمونه‌های آماری، از مشارکت‌کنندگان استفاده می‌شود که به‌صورت هدفمند انتخاب می‌شوند تا درک عمیق‌تری از پدیده مورد بررسی به دست آید (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵). لذا تعداد مشارکت‌کنندگان در این پژوهش ۱۴ نفر بود. یعنی از بین استادان، مدیران رسانه، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران و مخاطبان موبایل ژورنالیسم ۱۴ نفر به ترتیب ذیل انتخاب شدند.

— مدیران حوزه رسانه (۳ نفر)

— استادان حوزه رسانه (۲ نفر)

— خبرنگاران (۳ نفر)

— روزنامه‌نگاران (۳ نفر)

— مخاطبین واقعی موبایل ژورنالیسم (۳ نفر)

مشخصات دموگرافیک مصاحبه‌شوندگان

روش نمونه‌گیری از این کارشناسان «نمونه‌گیری هدفمند» بود. یعنی به‌جای انتخاب تصادفی کارشناسان و استادان، این افراد با توجه به ویژگی‌ها، تخصص و اشرافیت بر موضوع تخصصی با توجه به عنوان پژوهش انتخاب شدند.

داده‌هایی که در این پژوهش بدان نیازمند بودیم از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته، گردآوری و پیاده‌سازی شد. مضامین مهم از این مصاحبه‌ها استخراج و مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

در روش تحلیل مضمون شبکه‌ای با طی ۴ مرحله (کدگذاری اولیه، رسیدن به مضامین پایه، تنظیم مضامین سازمان‌دهنده و رسیدن به مضامین فراگیر) به تحلیل و بررسی داده‌ها پرداخته شد، اما جمع‌آوری تارسیدن به اشباع نظری ادامه داده شد.

در این پژوهش با توجه به جامعه آماری پس از انتخاب خبرنگار و روزنامه‌نگار، استادان و صاحب‌نظران حوزه رسانه و مخاطبان واقعی موبایل ژورنالیسم انتخاب می‌شوند. سپس بر اساس هدف پژوهش سؤالات مورد نظر پژوهش مطرح شد. در نهایت با مشخص شدن جامعه آماری تحقیق، از طریق سؤالات مورد نظر به‌صورت هدفمند نمونه‌های مورد بررسی مورد مصاحبه قرار گرفته و اطلاعات به‌دست‌آمده مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

در پژوهش‌های کیفی در مقایسه با پژوهش‌های کمی،

ویژگی‌های کلیدی خبر جعلی:

۱. منشأ ناشناس یا جعلی: اغلب توسط وبسایت‌های ناشناس، حساب‌های شبکه‌های اجتماعی جعلی (بات‌ها) یا با استفاده از فناوری‌های پیشرفته برای پنهان کردن منبع اصلی منتشر می‌شود.

۲. استفاده پیشرفته از هوش مصنوعی: در سال ۲۰۲۵، استفاده از ابزارهای تولید محتوای مبتنی بر هوش مصنوعی (مانند مولدهای متنی، تصاویر و ویدیوهای هاپررئال) برای تولید انبوه و سریع اخبار جعلی، امری عادی و یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها خواهد بود.

۳. شخصی‌سازی و هدفگیری: اخبار جعلی به‌طور فزاینده‌ای توسط الگوریتم‌ها برای هدف قرار دادن گروه‌های خاصی از افراد بر اساس داده‌های شخصی، علائق و تعصبات آنها ساخته و پخش می‌شوند تا حداکثر تأثیر را داشته باشند.

۴. تقلید از منابع معتبر: این محتواها اغلب با تقلید از نشانواره، طراحی و لحن منابع خبری معتبر، به عمد برای فریب مخاطب و القای حس اعتبار طراحی می‌شوند.

۵. عامل انتشار: اگرچه در گذشته اغلب توسط انسان‌ها منتشر می‌شد، اما در ۲۰۲۵، سیستم‌های خودکار (بات‌ها) و الگوریتم‌های پلتفرم‌های اجتماعی نقش بسیار پررنگ‌تری در تقویت و گسترش سریع اخبار جعلی دارند. (گزارش انستیتو رویترز، ۲۰۲۵)

روش پژوهش

پژوهش حاضر یک پژوهش اکتشافی است، روش این پژوهش کیفی و رویکرد آن «تحلیل مضمون» و در اجرای آن از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شد.

جامعه آماری این پژوهش خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و استادان و مدیران حوزه رسانه بودند که هم در روزنامه‌نگاری سنتی و هم در زمینه موبایل ژورنالیسم تجربه و فعالیت داشته‌اند و همچنین برخی از مخاطبان واقعی موبایل ژورنالیسم، نیز جزو این جامعه آماری بودند.

روش کار در این بخش از تحقیق، مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. از استادان و صاحب‌نظران و دیگر افراد مورد نظر با توجه به موضوع پژوهش در مورد فضای موجود، فضای مطلوب و چگونگی رسیدن و تحقق فضای مطلوب

پژوهش در طول زمان اشاره دارد. یک پروتکل مصاحبه نیمه ساختار یافته مشخص و استاندارد برای تمامی مصاحبه‌ها استفاده گردید. مستندسازی دقیق تمامی مراحل پژوهش، از جمله چگونگی انتخاب نمونه‌ها، انجام مصاحبه‌ها و تحلیل داده‌ها صورت گرفت و از ۱ کدگذار مستقل دیگر برای تحلیل داده‌ها استفاده شده و توافق بین کدگذارها بررسی گردید.

پایایی بین مصاحبه‌گران: بررسی‌های مختلف برای اطمینان از هم‌راستایی نتایج به دست آمده توسط مصاحبه‌گران مختلف صورت گرفت و ۷ مضمون سازمان‌دهنده تکمیل شدند، به این معنا که گستره تعداد مضامین پایه ذیل هر کدام از آنها افزایش یافت که در «جدول ۲» احصاء شده‌اند.

نتایج پژوهش

در این بخش از تحقیق، با پرسش از متخصصان و کارشناسان هر حوزه همچنین بر اساس مطالعات کتابخانه‌ای مجموعه‌ای از راهکارها در قالب مضمون فراگیر «نقش موبایل ژورنالیسم بر اخبار جعلی» که خود متشکل از ۷ مضمون سازمان‌یافته و ۲۰ مضمون پایه است ارائه می‌شود.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج بدست آمده و همکاری و همگرایی بسیار رسانه‌های کنونی با یکدیگر در عصر جدید به نظر می‌رسد روزنامه نگاران فعال در رسانه‌های مکتوب و بر بستر شبکه‌های آنلاین باید بیش از پیش به مهارت‌های مختلف و متنوعی همچون دریافت، تدوین و انتشار صدا و تصویر مجهز شوند و روزنامه نگاران رادیو تلویزیونی نیز با غلبه بر محدودیت‌های ساختار بوروکراسی پیچیده این رسانه در ایران، سعی در انتشار سریع و بی واسطه اخبار و اطلاعات داشته باشند و حضور خود را بر بستر پلتفرم‌های جدید اطلاع‌رسانی و شبکه‌های اجتماعی تقویت کنند. اما نقش

موبایل ژورنالیسم در انتشار اخبار جعلی چیست؟

این سؤال اصلی پژوهش حاضر بود که بر اساس نظرها کارشناسان مضمون فراگیر «نقش موبایل ژورنالیسم در انتشار اخبار جعلی» که خود متشکل از ۷ مضمون سازمان‌یافته و ۲۰ مضمون پایه است ارائه شد.

بعضی از پژوهش‌هایی که در این پژوهش به آنها پرداخته شد، نتایج این تحقیق را تأیید می‌کند. برای مثال

معیارهای روایی و پایایی متفاوت است. برای بررسی روایی پژوهش حاضر از استراتژی چند مصاحبه‌شونده استفاده شده است. در این روش علاوه بر افراد حاضر در مصاحبه‌ها از چند فرد دیگر جهت مصاحبه در زمینه پژوهش حاضر استفاده شد.

روایی محتوایی: روایی محتوایی به میزان پوشش‌دهی کامل و جامع سؤالات مصاحبه از ابعاد مختلف موضوع پژوهش اشاره دارد. برای اطمینان از روایی محتوایی تعریف دقیق مفاهیم و ابعاد موبایل ژورنالیسم، تعریف دقیق و جامع از مفاهیم کلیدی پژوهش، مانند تکنیک‌های ژورنالیسم موبایلی، چالش‌ها و فرصت‌ها صورت گرفت.

این مصاحبه‌ها با تکیه بر نظریه‌ها و چارچوب‌های معتبر موجود در ادبیات علمی و بررسی و بازنگری سؤالات مصاحبه توسط چند نفر از متخصصان حوزه موبایل ژورنالیسم برای اطمینان از جامعیت و تناسب سؤالات صورت گرفت.

روایی ساختاری: روایی ساختاری به میزان دقیق و صحیح بودن اندازه‌گیری مفاهیم و ساختارهای پژوهش اشاره دارد. تعریف دقیق و عملیاتی از مفاهیم و ساختاری جهت اندازه‌گیری انجام شد و سؤالات مرتبط مصاحبه به‌طور مستقیم به مفاهیم و ساختارهای تئوریک مطابقت داده شد.

روایی درونی: روایی درونی به میزان دقت درونی و کنترل تغییرات غیر مرتبط با متغیرهای اصلی پژوهش اشاره دارد. تحلیل تماتیک برای شناسایی الگوها و موضوعات اصلی انجام و برای پشتیبانی از یافته‌ها و افزایش دقت تحلیل‌ها استفاده از نقل قول‌های مستقیم استفاده گردید.

روایی بیرونی: نمونه‌هایی با پیشینه‌ها و تجربیات مختلف در حوزه موبایل ژورنالیسم انتخاب و توضیحات دقیق درباره زمینه و شرایط پژوهش در ارزیابی قابلیت تعمیم‌پذیری نتایج شرح داده شد.

استفاده از روش‌های چندگانه: استفاده از منابع و روش‌های مختلف برای جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها (مانند مصاحبه‌ها، اسناد و مدارک) به افزایش روایی کمک نمود.

اعتبار توسط مشارکت‌کنندگان: نتایج و تحلیل‌ها توسط مصاحبه‌شوندگان برای اطمینان از صحت و دقت تفاسیر پژوهشگری دیگر مورد بازبینی قرار گرفت.

ثبات و پایداری: پایایی به میزان ثبات و پایداری نتایج

جدول ۲. مضامین فراگیر، سازمان یافته و پایه ای تشخیص خبر جعلی.

مضامین فراگیر	مضمون سازمان دهنده	مضمون پایه	فراوانی مصاحبه شوندهگان
موبایل ژورنالیسم بر اخبار جعلی	انتشار اخبار جعلی	موبایل ژورنالیسم یکی از عوامل افزایش و انتشار محتوای جعلی است چون به راحتی خبرنگار خبر را منتشر می کند	۱,۳,۵,۸,۹,۱۱
		تسهیل انتشار اخبار جعلی در موبایل ژورنالیسم	۲,۵,۸,۹,۱۱
		زیر سؤال رفتن صحت و درستی خبر	۱/۸/۳/۵/۶/۱۳,۹
		عدم نظارت بر اخبار در موبایل ژورنالیسم	۷,۹,۱۲,۱۴
		انتشار اخبار توسط اکانت های شخصی	۵
		انتشار سریع اخبار بدون صحت سنجی	۱,۳,۴,۷,۱۴
		نقش مخرب در موبایل ژورنالیسم	۴,۷,۹,۱۲
		موبایل ژورنالیسم مسبب عامدانه و غیر عامدانه منتشر شدن خبر جعلی	۱۳,۵
		خطر انتشار اخبار نادرست در موبایل ژورنالیسم	۳,۴,۱۴
		دسترسی کم به منابع اصلی	۱,۴,۵,۸,۱۰,۱۲
		انتشار خبر جعلی با استفاده از ابزار	۲,۶,۷,۸,۱۰
		عدم نظارت بر افراد غیر حرفه ای	۱,۲,۳,۶,۸,۱۱,۱۳,۱۴
		افزایش شایعات با سهولت در دسترسی به ابزارهای تولید محتوا	۲,۵,۶,۷,۸,۱۲
		مبنای روزنامه نگاری سنتی بر تیم خبری است	۸,۱۰
		صحت بالای خبر در روزنامه نگاری سنتی	۱,۶,۹,۱۰,۱۴
دشواری داشتن روایت اول	۱,۲,۵,۹		
ایجاد استانداردهای جدید سنجش اخبار	۳,۸		
نقش آفرینی در آشوب و بحرانها	۴,۶,۹,۱۳		
ازدیاد روایت های خبری	۲,۵,۷,۸		
عامل انتشار اخبار جعلی در بحران های اجتماعی	۱		
عامل انتشار اخبار جعلی در بحران های اجتماعی	عامل ایجاد آشوب های اجتماعی و فرهنگی		

فردی با یک موبایل می تواند یک «خبرنگار» باشد، اما اغلب فاقد آموزش اصول ژورنالیسم (اعتبارسنجی، توازن، بی طرفی) است. این امر سردرگمی بین «شهادت عینی» و «گزارش حرفه ای» را ایجاد می کند.

۲. سرعت و فشار برای اولین بودن (قربانی شدن دقت در پای سرعت): رقابت برای کسب لایک، بازدید و اشتراک، کاربران و حتی رسانه ها را ترغیب می کند تا پیش از اعتبارسنجی خبر، آن را منتشر کنند. الگوریتم های شبکه های اجتماعی نیز به محتوای جذاب و سریع پاداش می دهند.

۳. حذف دروازه بانان سنتی (کاهش مکانیزم های تصحیح خطا): در مدل سنتی، سردبیران و ویراستاران به عنوان فیلتر عمل می کردند. در عصر موبایل ژورنالیسم، این فیلترها حذف یا بسیار ضعیف شده اند.

۴. بافت محدود (گزارش های سطحی و بدون عمق): یک

کریمی و همکاران (۱۳۹۹)، در مورد آسیب های اجتماعی که روزنامه ها به آن می پردازند، اشاره داشت که با پژوهش حاضر مطابقت دارد. انتشار اخبار جعلی از دیگر مواردی است که در این پژوهش به آن اشاره شده است و ورستری و همکاران (۲۰۲۳)، درویشی و همکاران (۱۴۰۳)، رحیم زاده حناچی و همکاران (۱۴۰۳)، نوش افزین و همکاران (۱۴۰۲)، بدان پرداختند که با پژوهش حاضر مطابقت دارد.

نتیجه آنکه موبایل ژورنالیسم با ایجاد یک انقلاب در سه حوزه دسترسی، سرعت و بافت، به طور ناخواسته بستری بسیار حاصلخیز برای رشد اخبار جعلی ایجاد کرده است. لذا می توان نتیجه گرفت نقش موبایل ژورنالیسم در انتشار اخبار جعلی چنین است:

۱. دموکراتیک سازی و دسترسی آسان به منابع بدون فیلتر: هر

ویدیوی ۶۰ ثانیه‌ای ممکن است تنها بخشی از یک رویداد بزرگ را نشان دهد و به راحتی قابل دستکاری باشد. فقدان توضیح پیش زمینه، تحلیل و پیامدها، منجر به سوء تفاهم عمدی یا سهوی می‌شود.

۵. قابلیت‌های ویرایش پیشرفته (تولید محتوای جعلی قانع‌کننده): اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای موجود موبایل، ویرایش پیشرفته ویدیو و صدا را در دسترس همگان قرار داده‌اند.

پیشنهادها

هرچند این پژوهش در حوزه نقش موبایل ژورنالیسم در انتشار اخبار جعلی می‌باشد، ولیکن تعداد قابل توجهی از نتایج و یافته‌های این تحقیق را در سایر حوزه‌ها نیز می‌توان استفاده نمود. از این رو سعی می‌شود تا پیشنهادها اجرایی و کوتاهی برای مدیران فراهم شود.

- امروز خیلی از شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده مردم ما بومی نیستند و آن تعدادی هم که فعال هستند به دلیل ناتوانی فنی و مالی و عدم پشتیبانی حقوقی آنطور که باید شناخته شده و کارآمد نیستند و این در حالی است که تعدادی از آنها از ظرفیت‌های درونی بسیار بالایی برخوردارند. مهندسان برای طراحی شبکه‌های اجتماعی بومی حمایت‌های مالی و فنی نمی‌شوند. لذا دولت باید مکانیزم‌های تشویقی جهت تولید و ارائه محتوای متناسب با فرهنگ بومی کشور را فراهم نماید.

- بسیاری از مسئولان و دست اندرکاران امر به شبکه‌های اجتماعی نگاه منفی دارند، چراکه معتقدند این شبکه‌ها مروج فرهنگ غربی هستند، اما در ازای آن فعالیتی برای تولید محتوای داخلی در کشور صورت نمی‌گیرد. لذا مدیران رسانه‌ای باید به سمت کسب علمی و تجربی رسانه‌های جدید رفته و دانشگاه‌ها می‌توانند در این زمینه کمک شایانی داشته باشند.

پیشنهادهای راهبردی

برای نتیجه‌گیری از این پژوهش نیازمند عبور از «الگوی رسمی و آرمانی» و بررسی «الگوی عملیاتی مطلوب» از نگاه کارشناسان و نخبگان حوزه رسانه و فضای مجازی هستیم. براساس تحلیل نظرات و دیدگاه‌های منتشرشده نخبگان ارتباطات و رسانه در حوزه موضوع این

پژوهش، می‌توان پیشنهادات راهبردی مطلوب را در چند محور کلی ذیل خلاصه کرد: البته. در ادامه پیشنهادات راهبردی برای کاهش اثرات موبایل ژورنالیسم بر انتشار اخبار جعلی ارائه می‌شود. این راهبردها در سه سطح فردی (شهروندان و روزنامه‌نگاران)، سازمانی (رسانه‌ها و پلتفرم‌ها) و فراسازمانی (قانون‌گذاری و آموزش) دسته‌بندی شده‌اند.

سطح ۱. راهبردهای فردی (توانمندسازی شهروندان و روزنامه‌نگاران)

۱. سواد رسانه‌ای و خبری

آموزش عمومی: اجرای کمپین‌های ملی برای آموزش مهارت‌های تشخیص اخبار جعلی به شهروندان (مانند بررسی منبع، جست‌وجوی عکس معکوس، توجه به دامنه‌های عجیب سایت‌ها).

توسعه تفکر نقاد: تشویق کاربران به این سوالات: «چه کسی این خبر را نوشته؟»، «منبع اصلی چیست؟»، «آیا دیگر رسانه‌های معتبر نیز آن را گزارش کرده‌اند؟»، «هدف از انتشار این خبر چیست؟»

۲. اخلاق حرفه‌ای برای روزنامه‌نگاران موبایلی

تقدم دقت بر سرعت: فرهنگ‌سازی این مفهوم که «دقت مهم‌تر از اولین بودن است».

رعایت اصول: آموزش تکنیک‌های پیشرفته اعتبارسنجی محتوای تولیدشده توسط کاربر مانند بررسی ابرداه عکس و ویدیو، و تماس با شاهدان متعدد.

شفافیت: افشای منبع اطلاعات و ذکر این که چه چیزی تأیید شده و چه چیزی در حال بررسی است.

سطح ۲. راهبردهای سازمانی (رسانه‌ها و پلتفرم‌های فناوری)

الف. برای رسانه‌های رسمی:

۱. ایجاد واحدهای تخصصی

راه‌اندازی دپارتمان‌های مستقل مانند واحد «تأیید خبر» در خبرگزاری‌های بزرگ که وظیفه اصلی آنها بررسی صحت محتوای دریافتی از شهروند-خبرنگاران و شبکه‌های اجتماعی قبل از انتشار است.

۲. استفاده از فناوری برای مقابله با فناوری

سرمایه‌گذاری بر روی ابزارهای هوش مصنوعی: استفاده از

نرم افزارهایی که می‌توانند تصاویر و ویدیوهای جعلی^{۱۴} یا دستکاری شده را تشخیص دهند.

ایجاد سیستم‌های گزارشگری ساده: درج دکمه‌ای در اپلیکیشن‌های خبری برای «گزارش اخبار جعلی» توسط کاربران.

۳. شفافیت در فرایند خبررسانی

توضیح عمومی درباره روند تولید خبر و اینکه چگونه یک خبر از طریق موبایل جمع‌آوری و تأیید می‌شود. این کار اعتماد عمومی را افزایش می‌دهد.

ب. برای پلتفرم‌های اجتماعی (مثل تلگرام، اینستاگرام، توییتر)

۴. برچسب‌گذاری و کاهش دامنه انتشار

قرار دادن برچسب‌های هشدار بر روی محتوای مشکوک یا تأیید نشده (مانند «منبع این خبر نامشخص است» یا «این محتوا توسط بررسی‌کنندگان تأیید نشده است.»)

تغییر الگوریتم‌ها برای اولویت‌دهی به محتوای رسانه‌های معتبر و کاهش دامنه انتشار محتوای مشکوک.

۵. همکاری با سازمان‌های مستقل

ایجاد مشارکت رسمی با نهادهای بی‌طرف بررسی‌کننده اخبار و دادن دسترسی به آنها برای برچسب‌گذاری سریع‌تر

محتوا.

۶. شفافیت در الگوریتم‌ها و آمار:

ارائه گزارش‌های شفاف درباره میزان و نحوه انتشار اخبار جعلی در پلتفرم و اقدامات انجام‌شده برای مقابله با آن.

سطح ۳. راهبردهای فراسازمانی (حاکمیتی و کلان)

۱. قانون‌گذاری هوشمند و نه سانسور

تصویب قوانینی که ناشران و پخش‌کنندگان عمدی اخبار جعلی (با اثبات قصد تخریب و ایجاد هراس) را مسئول بدانند، نه رسانه‌هایی که سهواً خبری را منتشر می‌کنند و بعد اصلاح می‌کنند.

جلوگیری از قوانینی که به بهانه مبارزه با اخبار جعلی، به ابزار سانسور تبدیل شوند.

۲. حمایت از نهادهای مستقل

حمایت مالی و حقوقی از سازمان‌های غیردولتی و مستقل که به صورت تخصصی به راستی‌آزمایی اخبار می‌پردازند تا استقلال و اعتبار آنها حفظ شود.

۳. ادغام سواد رسانه‌ای در سیستم آموزشی:

گنجاندن دروس سواد رسانه‌ای و تفکر نقاد در مقاطع مختلف تحصیلی از مدارس تا دانشگاه‌ها به عنوان یک ضرورت.

پی‌نوشت‌ها

1. mobile_journalism

2. International Media Organization

3. Blackwood

4. Montgomery

5. Westlund & Färdigh

6. Digital Journalism

7. Podger

8. Collins

9. Fake News

10. Disinformation

11. Misinformation

12. Malinformation

13. deliberately misleading

14. Deepfakes

فهرست منابع

پیش‌نمازی، پروانه؛ ولادیمیر ویچ باراباش، ویکتور (۱۳۹۲)، نگاهی به وضعیت رسانه‌های الکترونیک و روزنامه‌نگاری آنلاین در ایران و چشم‌انداز آن، *مطالعات رسانه‌ای*، ۸(۲۰)، ۵۳-۶۶. <https://sid.ir/paper/212017>. SID: fa

جعفری، زهرا؛ فلاح، علی (۱۴۰۱)، ژورنالیسم موبایلی ضرورت هزاره سوم برای رسانه‌های امروزی، *فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی*، شماره ۳۵، ۱-۱۹. <https://civilica.com/doc/1565965>

زینلی، حنا؛ مظفری، افسانه (۱۴۰۰)، بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر صنعت روزنامه‌نگاری مقاله، *مطالعات رسانه‌ای*، شماره ۵۵، ۶۷-۸۶. <http://noo.rs/HVHGR>

سلیمی، مریم؛ سلطانی‌فر، محمد؛ مظفری، افسانه؛ شکرخواه، یونس (۱۳۹۸)، بررسی وضعیت دیتا ژورنالیسم در رسانه‌های جهان؛ مطالعه موردی دیتا ژورنالیسم در گاردین انگلستان، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۵(۵۴)، ۲۹۱-۳۳۳. [SID: https://sid.ir/paper/369992/fa](https://sid.ir/paper/369992/fa)

فتحی، هژیر؛ تقی‌پور، فائزه؛ واعظ، نفیسه (۱۴۰۲)، آینده‌پژوهی شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های سنتی ایران مبتنی بر شکل‌گیری

- doi: 10.30479/jfs.2023.17941.1434 .۱۳۴-۱۰۸، (۱)۸، آینده‌پژوهی ایران، کتابدار، علیرضا؛ شکرخواه، یونس؛ خرازی آذر، زهرا (۱۳۹۸)، مطالعه مقایسه‌ای استفاده حرفه‌ای از تلفن همراه هوشمند بین روزنامه‌نگاران آنلاین، چاپی و رادیو تلویزیونی ایران، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، (۱۸)۵، ۹۶-۶۵. doi: 10.22054/nms.2019.40736.708
- گزارش جهانی آینده شبکه اینترنت (Future of the Internet) توسط مرکز تحقیقات پیو (Pew Research Center) و دانشگاه ایلون (Elon University) که در آن صدها کارشناس در مورد تهدیدات فضای مجازی در سال‌های آینده، از جمله تشدید اخبار جعلی توسط هوش مصنوعی، اظهارنظر کرده‌اند. لینک: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/06/25/the-future-of-misinformation-in-the-age-of-ai>
- گزارش‌های انستیتو Reuters برای مطالعه روزنامه‌نگاری (Reuters Institute for the Study of Journalism) در دانشگاه آکسفورد. این انستیتو هر ساله گزارش‌های مفصلی درباره تحولات صنعت خبر و چالش‌هایی مانند اعتماد و اطلاعات نادرست منتشر می‌کند. لینک: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>
- محمدی، فرید؛ عقیلی، سیدوحید؛ رضاییان، محمدجواد (مجید) (۱۴۰۱)، چالش‌های اخلاقی پدیدار شده در ژورنالیسم واقعیت مجازی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، (۳۰)۸، ۱۰۵. DOI: 10.22054/NMS.2022.61410.1223
- مسعودی، امیدعلی؛ بی‌بک‌آبادی، غزال (۱۳۹۶)، روزنامه‌نگاری چاپی و الکترونیک ایران در آینده بیست‌ساله، فصلنامه جهانی رسانه، (۱)۱۲، 104-119. SID. <https://sid.ir/paper/391821/fa>
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). The spread of fake news by social bots. arXiv preprint arXiv:1707.07592, 96-104
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30(5), 504-529.
- Ward, S. J. A. (2019). *Global Journalism Ethics: Widening the Concept of Media Accountability*. Rowman & Littlefield.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe Report, 27.
- Zuckerman, E. (2017). Stop Saying Fake News, It's not Helping. My Heart is in Accra. Available in: <https://mediawell.ssrc.org/citation/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>
- Blackwood, Alina, (2021), *Mobile Journalism: Constantly Online*
- Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T. and Mauri, M. (2017). *A Field Guide to Fake News*. Public Data Lab
- Boyd, D. (2004). Friendster and publicly articulated social networks. *Proceedings of ACM Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1279-1282). New York: ACM Press. DOI:10.1145/985921.986043
- Cameron, D. (2008). Mobile journalism: a snapshot of current research and practice. In *End of Journalism? Technology, Education and Ethics Conference 2008* (pp. 1-6). University of Bedfordshire.
- Fathi, Hezhir, Taghipour, Faezeh and Vaez, Nafiseh. (1402). Futures Studies of Virtual Social Networks in Confrontation with Traditional Iranian Media Based on the Formation of Robotic Journalism. *Iranian Futures Studies*, 8(1), 108-134. doi: 10.30479/jfs.2023.17941.1434. (in persian)
- Harcup, T. (2021). *Journalism: Principles and Practice*. Sage Publications.
- International Media Organization, (2019) ، "Mobile Journalism: How Smartphones Are Changing the News Landscape." -۳۸۹ ۴۰۷. DOI:10.30547/worldofmedia.3.2019.2
- Jafari, Zahra, Fallah, Ali (2014), "Mobile Journalism: A Necessity of the Third Millennium for Today's Media", *Quarterly Journal of New Research in the Humanities*, No. 35, 1-19. <https://civilica.com/doc/1565965>. (in persian)
- Kebatdar, Alireza, Shokrkah, Younes and Kharrazi Azar, Zahra (2019) "A Comparative Study of Professional Use of Smartphones Among Iranian Online, Print and Radio and Television Journalists", *Journal of New Media Studies*, 5(18), 65-96 . doi: 10.22054/nms.2019.40736.708 . (in persian)
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Three Rivers Press. DOI:10.13140/RG.2.1.1066.7926.
- Masoudi, Omid Ali and Bibekabadi, Ghazal (2017) "Iranian Print and Electronic Journalism in the Twenty-Year Future", *Global Media Quarterly*, 12(1), 104-119. SID. <https://sid.ir/paper/391821/fa>. . (in persian)
- McGonagle, T. (2017). "Fake news" False fears or real concerns? *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4), 203-209. DOI:10.1177/0924051917738685.
- McNair, B. (2013). *An Introduction to Political Communication*. Routledge
- Mohammadi, Farid, Aghili, Seyyed Vahid and Rezaian, Mohammad Javad (Majid) (1401) "Ethical Challenges Emerging in Virtual Reality Journalism", *New Media Studies Quarterly*, 8(30), 105. (DOI): 10.22054/NMS.2022.61410.1223. (in persian)
- Montgomery, Robb, Burum, Ivo, (2020), *Mobile Journalism: The Challenges and Opportunities of Producing News with Networked Smartphones*

- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pishnamazi, Parvaneh, and Vladimirovich Barabash, Victor. (2013). A look at the status of electronic media and online journalism in Iran and its future prospects. *Media Studies*, 8(20), 53-66. /fa SID. <https://sid.ir/paper/212017>. (in persian)
- Podger, Corinne, Burum, Ivo, Hirst, Martin, (2018), *Mobile Journalism: Defining a New Storytelling Language*
- Qiu, X., Oliveira, D. F., Shirazi, A. S., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). Limited individual attention and online virality of low-quality information. *Nature Human Behaviour*, 1(7), 013. . (in persian)
- Reports from the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford. The institute publishes detailed reports each year on developments in the news industry and challenges such as trust and misinformation. Link: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024> . (in persian)
- Rochlin, N. (2017). Fake news: belief in post-truth. *Library hi tech*, 35(3), 386-392. DOI:10.1108/LHT-03-2017-0062
- Salimi, Maryam, Soltanifar, Mohammad, Mozaffari, Afsaneh, and Shekarkhah, Younes (2019). Surveying the Status of Data Journalism in the World Media; A Case Study of Data Journalism in the Guardian, England. *Cultural and Communication Studies*, 15(54), 291-333. SID.<https://sid.ir/paper/369992/fa>. (in persian)
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2017). The spread of fake news by social bots. arXiv preprint arXiv:1707.07592, 96-104.
- The Global Report, The Future of the Internet, by the Pew Research Center and Elon University, in which hundreds of experts weigh in on the threats to cyberspace in the coming years, including the intensification of fake news by artificial intelligence. Link: <https://www.pewresearch.org/internet/2024/06/25/the-future-of-misinformation-in-the-age-of-ai> . (in persian)
- Tsfati, Y., & Cappella, J. N. (2003). Do people watch what they do not trust? Exploring the association between news media skepticism and exposure. *Communication Research*, 30(5), 504-529.
- Ward, S. J. A. (2019). *Global Journalism Ethics: Widening the Concept of Media Accountability*. Rowman & Littlefield.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe Report, 27.
- Zainali, Hananeh and Mozaffari, Afsaneh (1400), "Investigating the Role of Mobile Social Networks on the Article Journalism Industry", *Media Studies*, No. 55, 67 - 86 <http://noo.rs/HVHGR>. (in persian)
- Zuckerman, E. (2017). Stop Saying Fake News, It's not Helping. My Heart is in Accra. Available in: <https://mediawell.ssrc.org/citation/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>