



A Study of the Components and Challenges of Mobile Journalism: A Thematic Analysis Approach

Samira Khatibzadeh¹ | Seyed Ahad Hoseyni²

1. Corresponding author, Assistant Professor of Media Management, Cultural and Media Management Department, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran, Iran. Email: khatibzade@soore.ac.ir
2. Master in of Communication, Department of Communication, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran, Iran. E-mail: dahad.hoseyni224@yahoo.com

Article Info

Article type:

Scientific research

Article history:

Received: 16 December 2025

Received in revised form: 4

May 2026

Accepted: 7 June 2026

Available online: 15 September 2026

Keywords:

Mobile Journalism,
Journalism,
Media.
Thematic Analysis

ABSTRACT

Objective: This study aimed to analyze the components of mobile journalism using a content analysis approach.

Method: This applied research was exploratory in nature and employed a qualitative content analysis approach. The statistical population consisted of journalists, daily writers, media professors, and actual audiences of mobile journalism. A total of 20 participants were selected through purposive sampling, and data were collected via semi-structured interviews.

Results: Following content analysis of the 20 interviews, 157 basic themes (new) and 53 organizing themes (new) were identified from a total of 165 key points. Through the content analysis method, these were consolidated into six comprehensive themes—audience domain, content domain, access domain, infrastructure and legal domain, harms to communities, and the spread of fake news—as the overarching factors of mobile journalism.

Conclusions: The findings indicate that the overarching theme of "audience," comprising 16 organizing themes (e.g., increasing superficiality among individuals, vulgarizing audience taste, and enhancing audience persuasion), accounted for the highest number of organizing themes. The overarching themes of "content" and "spread of fake news" ranked next, with 14 and 7 organizing themes, respectively. Furthermore, political harms of mobile journalism, socio-cultural harms of mobile journalism, personal harms of mobile journalism, increased public distrust, opinion manipulation, and public polarization were among the organizing themes categorized under "harms of mobile journalism."

Cite this article: Khatibzadeh, S. & Hoseyni, S.A. (2026), A Study of the Components and Challenges of Mobile Journalism: A Thematic Analysis Approach, *News Science*, 15 (2), 10-14.

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.566625.1492>



© The Author(s) retain the copyright.

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.566625.1492>

Publisher: Press Institute for Contemporary International Journalism (PICIJ)



The Journal of News Science

Vol. 15, No. 2, Ser.58, summer 2026, P. 10- 14

Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.566625.1492>

Open Access

ORIGINAL ARTICLE

A Study of the Components and Challenges of Mobile Journalism: A Thematic Analysis Approach

Samira Khatibzadeh¹  | Seyed Ahad Hoseyni²

3. Corresponding author, Assistant Professor of Media Management, Cultural and Media Management Department, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran, Iran. Email: khatibzade@soore.ac.ir
4. Master in of Communication, Department of Communication, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran, Iran. E-mail: dahad.hoseyni224@yahoo.com

Received: December 16, 2025

Accepted: June 7, 2026

EXTENDED ABSTRACT

Introduction:

Today, the digital media landscape is fragmented and increasingly defined. Citizens of the information age now experience easy access to up-to-date news anytime and anywhere through digital and mobile journalism. This ease of access and the speed of news dissemination have attracted audiences and led to a growing trend among users toward online news. With the advancement of technology and the expanding use of mobile phones and smart devices, the concept of new media and new media activities has also emerged. One such activity is mobile journalism, or reporting using mobile phones. This research aimed to analyze the components of mobile journalism using a content analysis approach.

This research can contribute to a better and deeper understanding of the concept, characteristics, methods, and effects of mobile journalism on journalism. By utilizing this type of research, it is possible to identify and evaluate the strengths and weaknesses, opportunities, and threats of mobile journalism.

Without conducting research on mobile journalism, it is not possible to fully understand the impact and effects of media on society and culture. A lack of information and knowledge about mobile journalism can hinder progress and development in this field. Research related to mobile journalism can guide media outlets, journalists, media activists, and even audiences in this field, and provide appropriate strategies to improve their performance and efficiency.

Method:

The present study is an exploratory study. The method of this qualitative research is "theme analysis," and semi-structured interviews were used in its implementation. The statistical population of this study consisted of 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, based on the research topic. The number of participants in this study was 20. That is, 20 people were selected from among professors, media managers, reporters and journalists, and mobile journalism audiences in the following order:

- Media managers (4 people)
- Media professors (4 people)
- Reporters (4 people)
- Journalists (4 people)
- Actual mobile journalism audiences (4 people)

Findings:

After content analysis of 20 interviews, out of a total of 165 key points, 157 basic themes (new) and 53 organizing themes (new) were obtained, which, with the help of the content analysis method, resulted in 6 comprehensive themes (audience domain, content domain, access domain, infrastructure and laws domain, harm to communities, and the spread of fake news) as general factors of mobile journalism.

Conclusion:

The results indicate that the overarching theme of "audience" with 16 organizing themes (increasing superficiality in people, vulgarizing the audience's taste, increasing the audience's persuasion, etc.) has the most organizing themes. Also, the overarching themes of "content" and "spreading fake news" are ranked next with 14 and 7 organizing themes each. Furthermore, the political harm of mobile journalism, the socio-cultural harm of mobile journalism, the personal harm of mobile journalism, the increase in public distrust, the manipulation of opinions, and public polarization are among the organizing themes of "harms of mobile journalism."

Data Availability Statement.

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

The authors would like to thank anonymous reviewers.

Ethical considerations

Not applicable.

Funding

Not applicable.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

References:

- Alhabash, S., & McAlister, A. (2015). Redefining virality in less broad strokes: Predicting viral behavioral intentions from motivations and uses of Facebook and Twitter. *New Media & Society*, 17(8), 1317–1339.
- Bashir, H. (2019). Scientific journalism: History, importance, characteristics and challenges. *Quarterly Scientific-Research Journal of Media and Culture*, 11(1), 9–36. <https://doi.org/10.22083/jccs.2018.87313.2159> (in Persian)
- Fathi, H., et al. (2023). 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. <https://doi.org/10.30479/jfs.2023.17941.1434> (in Persian)
- García, A., & Soto, R. (2014). Mobile journalism: A theorizing model for study and teaching. *Digital Journalism*. (In Persian)
- Harte, D., et al. (2017). Mobile journalism: A model for the future of multimedia storytelling. *Digital Journalism*, 5(6), 663–678.
- Huang, E., & Davison, K. (2018). Mobile journalism and visual storytelling: The possibilities and challenges of 360-degree video and virtual reality. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(2), 139–152. <https://doi.org/10.1177/1077695818767963>
- International Media Organization. (2019). Mobile journalism: How smartphones are changing the news landscape (pp. 389–407).
- Kebatdar, A., et al. (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. <https://doi.org/10.22054/nms.2019.40736.708> (in Persian)
- Livingstone, S. (2019). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18.
- Masoudi, A., & Aghili, S. V. (2021). Citizen journalism and the necessity of change in Iran's press law. *Journal of News Sciences*, 10(2). (In Persian)
- Masoudi, O., & Bibakabadi, G. (2017). Iranian print and electronic journalism in the next twenty years. *Global Media Journal*, 12(1), 104–119. (In Persian)
- McNair, B. (2019). *An introduction to political communication*. Routledge.
- Mohammadi, F., Aghili, S. V., & Rezaian, M. J. (2022). Ethical challenges emerging in virtual reality journalism. *New Media Studies*, 8(30), 67–105. <https://doi.org/10.22054/nms.2022.61410.1223> (in Persian)
- Oliveira, M., & Fernandes, T. (2022). Luxury brands and social media: Drivers and outcomes of consumer engagement on Instagram. *Journal of Strategic Marketing*, (4).
- Pavlik, J. V. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229–237.
- Pettegree, A. (2022). *The invention of news: How the world came to know about itself*. Yale University Press.
- Pishnamazi, P., & Vladimirovich Barabash, V. (2013). A look at the status of electronic media and online journalism in Iran and its future prospects. *Media Studies*, 8(20), 53–66. <https://sid.ir/paper/212017> (in Persian)

- Privacy International. (2018). Journalism and privacy. <https://privacyinternational.org/learning-resources/journalism-and-privacy>
- Saeidi, M. A. (2018). Mobile journalism in Iran: Challenges and opportunities. National Conference on Language, Literature and Media Research. (In Persian)
- Silverman, C. (2020). The data journalism handbook. O'Reilly Media.
- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., & Vujnovic, M. (2011). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 5(3), 326–342. <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.551018>
- Smith, J. (2019). The history of journalism. Academic Press.
- Smith, J. (2021a). Challenges of mobile journalism.
- Smith, J. (2021b). Mobile journalism: Advantages and disadvantages. *Journal of Media Studies*, 5(2), 45–58.
- Smith, J. (2021c). The impact of mobile journalism on news websites. *Journalism Studies*, 18(3), 345–360. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1825491>
- Stephens, M. (1988). A history of news: From the drum to the satellite. Viking.
- United Nations. (1948). Universal Declaration of Human Rights.
- Zainali, H., & Mozaffari, A. (2021). Investigating the role of mobile social networks on the article journalism industry. *Media Studies*, (55), 67–86. <http://noo.rs/HVHGR> (in Persian)



واکاوی مؤلفه‌ها و چالش‌های روزنامه‌نگاری موبایلی: رویکردی مبتنی بر تحلیل مضمون

سمیرا خطیب زاده^۱ | سید احد حسینی^۲

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

khatibzade@soore.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد، گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه بین‌المللی سوره، تهران، ایران. رایانامه: dahad.hoseyni224@yahoo.com

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف: این پژوهش، با هدف تحلیل مؤلفه‌های "روزنامه‌نگاری موبایلی" با رویکرد تحلیل مضمون انجام شد.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

روش: این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نوع اکتشافی بود. این پژوهش کیفی با رویکرد تحلیل مضمون انجام شد. جامعه آماری این پژوهش خبرنگاران، روزنامه‌نگاران، اساتید حوزه رسانه و مخاطبین واقعی روزنامه‌نگاری موبایلی بوده که به روش هدفمند ۲۰ نفر از آنها انتخاب شدند و با استفاده از مصاحبه نیم ساختار یافته داده‌ها گردآوری شد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۹/۲۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۲/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۳/۱۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۶/۲۴

یافته‌ها: پس از تحلیل مضمون از ۲۰ مصاحبه صورت گرفته از مجموع ۱۶۵ نکته کلیدی به تفکیک مصاحبه‌ها، ۱۵۷ مضمون پایه (جدید) و ۵۳ مضمون سازمان دهنده (جدید) به دست آمد که با کمک روش تحلیل مضمون به ۶ مضمون فراگیر (حوزه مخاطب، حوزه محتوا، حوزه دسترسی، حوزه زیر ساخت و قوانین، آسیب بر جوامع و انتشار اخبار جعلی) به عنوان عوامل کلی روزنامه‌نگاری موبایلی منتج شد.

کلیدواژه‌ها:

موبایل روزنامه‌نگاری،

روزنامه‌نگاری،

رسانه،

تحلیل مضمون.

نتایج: نتایج نشان دهنده آن است که مضمون فراگیر "مخاطب" با ۱۶ مضمون سازمان دهنده (افزایش سطحی نگری در مردم، ابتذال ذائقه مخاطب، اقلان سازی بیشتر مخاطب و ...) بیشترین مضمون سازمان دهنده را داراست. همچنین مضمون فراگیر "محتوا" و "انتشار اخبار جعلی" هر کدام با ۱۴ و ۷ مضمون سازمان دهنده در رتبه بندی بعدی قرار دارند. همچنین آسیب سیاسی روزنامه‌نگاری موبایلی، آسیب فرهنگی اجتماعی روزنامه‌نگاری موبایلی، آسیب‌های فردی روزنامه‌نگاری موبایلی، افزایش بی‌اعتمادی عمومی، دستکاری افکار و دوقطبی سازی عمومی از جمله مضامین سازمان دهنده "آسیب‌های روزنامه‌نگاری موبایلی" هستند.



استناد: خطیب زاده، سمیرا و حسینی، سید احد (۱۴۰۵). واکاوی مؤلفه‌ها و چالش‌های روزنامه‌نگاری موبایلی: رویکردی مبتنی بر تحلیل مضمون، فصلنامه علوم خبری،

<http://doi.org/10.22034/lrsi.2026.566625.1492>

۱۵ (۲)، ۶۳-۴۲.



© نویسندگان.

ناشر: موسسه مطبوعاتی روزنامه‌نگاری بین‌المللی معاصر.

© نویسندگان.

مقدمه

رسانه‌ها امروزه فضای رسانه‌ای دیجیتالی، پراکنده و به طور 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 آزاد 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, 2012:24).

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، روزنامه‌نگاری موبایلی یا همان گزارشگری با استفاده از تلفن همراه است. این روش جدید در جامعه رسانه‌ای به‌عنوان یک ابزار قدرتمند برای جمع‌آوری اخبار و اطلاعات شناخته شده است. باتوجه به رشد روزافزون فناوری و استفاده گسترده از تلفن همراه، این موضوع اهمیت بسیاری برای صنعت رسانه و روزنامه‌نگاری دارد. روزنامه‌نگاری موبایلی با ایجاد فضایی برای تعامل و تبادل اطلاعات بین مخاطبان، خبرنگاران و منابع خبری، می‌تواند به ارتقای کیفیت و اعتبار خبرهای چندرسانه‌ای کمک کند. دسترسی آسان‌تر به اخبار، افزایش سرعت انتشار اخبار، استفاده از تصاویر و ویدئوها در نشر خبر و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی در این زمینه سبب جذب افراد به روزنامه‌نگاری موبایلی شده است.

روزنامه‌نگاری موبایلی 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. روزنامه‌نگاری موبایلی می‌تواند به صورت تصویری، صوتی، متنی یا ترکیبی از آنها باشد. روزنامه‌نگاری موبایلی از نظر فنی، اخلاقی و حرفه‌ای چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای ژورنالیست‌ها و مخاطبان ایجاد می‌کند (گارسیا و آنتونیا، 2014: 78).

روزنامه‌نگاری موبایلی یک روش نوین و مدرن برای انجام فعالیت‌های روزنامه‌نگاری و رسانه‌ای است که از تکنولوژی‌های موبایل برای جمع‌آوری، ویرایش و انتشار اخبار و مطالب استفاده می‌کند. این روش به راحتی به افراد امکان می‌دهد تا با استفاده از گوشی‌های هوشمند خود، خبرها و رویدادهای مختلف را ثبت و به اشتراک بگذارند، بدون نیاز به دسترسی به تجهیزات حرفه‌ای رسانه‌ای.

تکنولوژی‌های روزنامه‌نگاری موبایلی شامل دوربین‌های دیجیتال، میکروفون‌ها، نرم‌افزارهای ویرایش تصویر و صدا، اپلیکیشن‌های مخصوص خبرنگاری و... است که به افراد کمک می‌کند تا به سرعت و باکیفیت بالا، محتوای خبری تولید کنند. علاوه بر بحث فنی، روزنامه‌نگاری موبایلی تأثیر بسزایی بر فرایند تولید و انتشار خبر دارد.

یکی از مزایای بزرگ روزنامه‌نگاری موبایلی، 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 به سرعت منتشر کنند. همچنین، روزنامه‌نگاری موبایلی 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 به راحتی به منابع جدید خبری دسترسی پیدا کنند و خبرهای جذاب‌تر و گسترده‌تر منتشر کنند.

در نهایت، روزنامه‌نگاری موبایلی یک روش نوین و جذاب برای تولید و انتشار خبر است که باعث تغییرات قابل توجه در صنعت رسانه و فعالیت‌های ژورنالیسم شده است. باتوجه به پتانسیل‌های بالقوه آن، لازم است که رسانه‌ها و فعالان حوزه رسانه به‌منظور استفاده بهینه از این فناوری، الگوهای جدید رسانه‌ای را شکل دهند و بستر مناسب برای تولید محتوای کارآمد در روزنامه‌نگاری موبایلی فراهم کنند.

با پیشرفت تکنولوژی و استفاده گسترده از دستگاه‌های موبایل، روزنامه‌نگاری موبایلی به‌عنوان یک روش نوین برای انتشار خبر و اطلاعات به محبوبیت رسیده است. همراه با این توسعه فرصت‌های خوبی در جهت ارتقای روزنامه‌نگاری به وجود آمده است. این روش جدید در روزنامه‌نگاری چالش‌هایی را نیز به وجود خواهد آورد که می‌تواند تأثیر مستقیم یا بعضاً غیر مستقیمی بر روند

روزنامه‌نگاری داشته باشند. استفاده از روزنامه نگاری موبایلی تأثیر قابل توجهی بر فرهنگ روزنامه‌نگاری و نحوه مصرف خبر توسط خوانندگان داشته است.

هم اکنون با انتشار خبرها در قالب محتوای چندرسانه‌ای و قابلیت ارسال فوری، روش‌های گزارش‌دهی و ارائه خبر تغییر کرده و مخاطبان بیشتر به محتوای تعاملی و مشارکتی علاقه‌مند شده‌اند. به طور مثال، مخاطبان اکنون می‌توانند از طریق نرم‌افزارها و شبکه‌های اجتماعی با خبرنگاران در ارتباط باشند و نظرات و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. همچنین، با قابلیت دریافت خبرها به صورت زنده و در هر زمان و مکانی، خوانندگان می‌توانند به روزرسانی‌های سریع‌تری دسترسی داشته باشند (Harte, 2017:68).

دیتا ژورنالیست‌ها و رسانه‌هایی که این داده‌ها را منتشر می‌کنند در واقع پلی هستند میان داده‌های خام و شهروندانی که تشنه اطلاعات‌اند. هر روز روزنامه‌نگاران بیشتری به این حوزه تخصصی روی می‌آورند؛ عموماً ژورنالیست‌های جوان و نوآوری که تکنولوژی را می‌شناسند، تغییرات جهان فناوری‌های ارتباطی را با دقت دنبال نموده و گاهی اوقات این افراد به قدری نوآوری دارند که خود منشأ تغییراتی بزرگ‌تر خواهند شد. این افراد تکنیک‌ها را شناسایی نموده و مهارت‌های جدیدی را خلق می‌کنند. گذشته از این، دولت‌ها هم از تأثیرات مثبت و سازنده داده نگاری آگاه شده‌اند و حالا پکیج‌های بزرگ‌تری از داده‌ها را با سخاوت بیشتری در اختیار داده‌نگاران و رسانه‌ها قرار می‌دهند (نوروزی، ۲۰۱۱: ۲۳).

همچنین استفاده از روزنامه نگاری موبایلی در فرایند تولید و انتشار خبرها نیز تأثیر قابل توجهی داشته است. طبق گزارش سازمان بین‌المللی رسانه‌ها^۱، 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 (Mobile Journalism, ۲۰۱۷:108).

روزنامه نگاری موبایلی در ایران نیز مانند سایر کشورها با چالش‌هایی روبرو 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 برخاسته از 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 (سعیدی، ۱۳۹۷: ۱۵۶).

در این میان از موضوع همگرایی روزنامه نگاری موبایلی‌ها و خبرگزاری‌های داخلی ایران نباید غافل گردید. همگرایی روزنامه نگاری موبایلی با خبرگزاری‌های داخلی به معنای همکاری و هماهنگی بین ژورنالیست‌های فعال در حوزه موبایل و خبرگزاری‌ها است. این همگرایی می‌تواند به اشتراک‌گذاری منابع، تبادل اطلاعات و همکاری در تولید محتوا و اخبار مربوط به فضای موبایل و فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) منجر شود. این همکاری می‌تواند تنوع در گزارش‌ها و مقالات موجود را افزایش داده و بهبود کیفیت گزارش‌ها و پوشش خبری در حوزه موبایل و ICT را تضمین کرده و به ترویج اطلاع‌رسانی دقیق و قابل اعتماد در این زمینه کمک کند. به این ترتیب، همگرایی روزنامه نگاری موبایلی با خبرگزاری‌ها می‌تواند به توسعه و بهبود صنعت رسانه و اطلاع‌رسانی در این حوزه کمک کند.

باید توجه داشت ظهور هر فناوری و تکنولوژی جدیدی در ابتدا با ترس یا مقاومتی از سوی هم متخصصان و هم مخاطبین روبرو خواهد شد. روزنامه‌نگاری موبایلی (روزنامه نگاری موبایلی) نیز از این قاعده مستثنی نخواهد بود. ترس و مقاومت در مقابل فناوری‌ها و تکنولوژی‌های جدید بر فرایندهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تأثیرگذار بوده و نیاز به بررسی نحوه مدیریت این موضوع را برای افزایش پذیرش و بهره‌وری از فناوری جدیدی دارد (Smith, ۲۰۲۲:91). مطمئناً در این میان برخی روزنامه‌نگاران سنتی نسبت به این روش جدید در روزنامه‌نگاری، ایرادات و اشکالاتی به همراه مقاومت در پذیرش آن خواهند داشت؛ اما باید به این موضوع به چشم فرصتی در راستای اهداف روزنامه‌نگاری نگاه کرد.

¹ International Media Organization

از مشکلات روزنامه‌نگاری سنتی می‌توان به سرعت انتشار اخبار یا عدم جذابیت در چگونگی انتشار اخبار برای مخاطب، تأخیر در انتشار، محدودیت‌های فضایی دارند برای پوشش تمام جزئیات یک خبر و هزینه‌های تولید اشاره نمود که رویکرد روزنامه‌نگاری موبایلی توانسته است این موضوعات را تا حدودی برطرف نماید (Rosenstiel & Kovach, 2014: 108). حال با توجه به گستردگی استفاده از این نوع روزنامه‌نگاری در سراسر جهان که با استقبال فراوانی مواجه شده است، نیاز به پژوهش در این زمینه بیش‌ازپیش خواهد بود تا بتوان در کنار فرصت‌های به‌دست‌آمده در استفاده از این نوع روزنامه‌نگاری برخی معایب و تهدیدات آن را نیز شناخت.

تفاوت و شباهت‌هایی نیز در موضوع صحت انتشار اخبار در روزنامه‌نگاری موبایلی و روزنامه‌نگاری سنتی وجود دارد. برخی از این تفاوت‌ها مربوط به سرعت انتشار خبر و منابع خبری است. در ژورنالیسم موبایل، اخبار به‌سرعت منتشر می‌شوند و ممکن است به دلیل فشار زمانی، دقت و صحت اطلاعات کاسته شود. اما در روزنامه‌نگاری سنتی، فرصت برای تحقق و اثبات صحت خبر بیشتر است.

از لحاظ منابع خبری نیز در روزنامه‌نگاری موبایلی، اغلب اخبار از منابع آنلاین و شبکه‌های اجتماعی تأیید می‌شوند که ممکن است دقت و صحت آنها قابل شک باشد. اما در روزنامه‌نگاری سنتی، منابع اخبار عموماً از منابع قابل اعتماد و تأیید شده استفاده می‌شود.

این دو نوع روزنامه‌نگاری شباهت‌هایی از لحاظ نیاز به رعایت اصول روزنامه‌نگاری و اهمیت تأیید منابع دارند. هر دو نوع رسانه باید اصول روزنامه‌نگاری را رعایت کرده و اخبار خود را با دقت و صحت منتشر کنند و در هر دو حالت، تأیید منابع و صحت اطلاعات بسیار حائز اهمیت است تا اخبار به‌درستی منتشر شوند.

با این حال، روزنامه‌نگاری موبایلی نقاط ضعف خود را نیز دارد. یکی از مشکلات آن، عدم قابلیت تأیید و صحت خبرها است. زیرا هر فرد ممکن است خبرهای نادرست یا تحریف شده را منتشر کند، بدون اینکه صحت آنها را بررسی کند. علاوه بر این، بعضی از محتواهای منتشر شده در روزنامه‌نگاری موبایلی، قابل تصحیح یا حذف نمی‌باشند و باعث منفور شدن خبرها و گسترش شایعات می‌شوند.

از دیگر نقاط ضعف این تکنولوژی پایین بودن کیفیت تصویر و صدا است. نقص‌های امنیتی، نقص‌های حقوق تصویر و وابستگی به فناوری نیز در راستای همین نقاط ضعف در روزنامه‌نگاری موبایلی است. استفاده از گوشی هوشمند برای جمع‌آوری و انتقال اطلاعات حساس ممکن است به خطر امنیتی بیشتری منجر شود، زیرا اطلاعات ممکن است در معرض حملات سایبری قرار بگیرند. در صورت خراب شدن گوشی هوشمند یا عدم دسترسی به شبکه اینترنت، ژورنالیست ممکن است به مشکلات جدی برخورد و نتواند به‌صورت مستقل کار کند. استفاده از تصاویر و ویدئوهای گرفته شده با گوشی هوشمند ممکن است به مشکلات حقوق تصویر و حق تکثیر خورده و منجر به پرونده‌های حقوقی شود که این موضوعات هریک به‌تنهایی سبب مشکلات جدی برای خبرنگاران و روزنامه‌نگاران خواهد شد (Smith, 2021: 51).

با توجه به تمام مسائل گفته شده در پژوهش حاضر به دنبال بررسی و تحلیل مولفه‌های روزنامه‌نگاری موبایلی در روزنامه‌نگاری در جهت ارائه اخبار و گزارش‌ها با رویکرد تحلیل مضمون هستیم.

ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

۱. مفاهیم نظری

۱-۱. روزنامه‌نگاری موبایلی:

روزنامه‌نگاری موبایلی حوزه مطالعاتی نوظهوری 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.

روزنامه نگاری موبایلی یا (Mojo) 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 دوردست 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 (Westlund, 2013:186).

۱-۲. انواع روزنامه نگاری موبایلی

روزنامه نگاری موبایلی 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 به عنوان یک حرفه و فعالیت اطلاع‌رسانی، انواع مختلفی دارد که هر کدام به شیوه‌ها و روش‌های خاصی اطلاق می‌شوند (Rosenstiel & Kovach, 2014:107).

ژورنالیسم شهروندی: ژورنالیسم شهروندی به نوعی از روزنامه‌نگاری اشاره دارد که در آن شهروندان عادی و نه خبرنگاران حرفه‌ای، در فرایند جمع‌آوری، گزارش و انتشار اخبار و اطلاعات دخیل هستند. با گسترش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی، ژورنالیسم شهروندی امکان انتشار سریع اخبار و دیدگاه‌های شخصی را برای عموم مردم فراهم کرده است (Radsch, 2013:78).

ژورنالیسم داده‌ای: ژورنالیسم داده‌ای یک رویکرد نسبتاً جدید در روزنامه‌نگاری است که بر استفاده از داده‌های دیجیتال و تحلیل آماری برای استخراج داستان‌ها و روندهای پنهان تمرکز دارد. این شیوه شامل جمع‌آوری، پردازش، تحلیل و ارائه اطلاعات به شکل متن، نمودار، انیمیشن یا دیگر فرمت‌های چندرسانه‌ای است (Howard, 2014:126).

ژورنالیسم واقعیت مجازی: ژورنالیسم واقعیت مجازی اصطلاحی است برای ارائه اخبار با استفاده از فناوری‌هایی که تعامل انسان کامپیوتر را با اشیا حقیقی و مجازی امکان‌پذیر می‌سازد و همچنین محیطی را به منظور ایجاد اول‌شخص، احساس تجربی حضور در مکان‌ها و رویدادهایی که ارزش خبری دارند فراهم می‌کند (Sirkkunen & Gynnild, 2020:98). ژورنالیسم واقعیت مجازی یک رویکرد نوین در روزنامه‌نگاری است که از فناوری واقعیت مجازی برای خلق تجربه‌های غوطه‌ور و واقع‌گرایانه برای مخاطبان استفاده می‌کند.

در این شیوه، خبرنگاران با استفاده از دوربین‌های ۳۶۰ درجه و هدست‌های واقعیت مجازی، محیط‌های سه‌بعدی را ضبط و بازسازی می‌کنند تا مخاطبان احساس حضور در صحنه داشته باشند (Sirkkunen & Gynnild, 2020:99).

خبرنگاری کوله‌پشتی: خبرنگاری کوله‌پشتی یک سبک روزنامه‌نگاری است که در آن خبرنگار تمام تجهیزات لازم برای تولید محتوای چندرسانه‌ای را در یک کوله‌پشتی حمل می‌کند و به‌تنهایی قادر به گزارش‌دهی کامل از یک رویداد است.

در این شیوه، خبرنگار وظایف مختلف از جمله فیلم‌برداری، عکاسی، گرفتن مصاحبه، نوشتن متن و ویرایش را انجام می‌دهد (Tabernero et al, 2017:78).

روایتگری تصویری: روایتگری تصویری خبری در روزنامه نگاری موبایلی به معنای استفاده از تصاویر و ویدئوها به عنوان عنصر اصلی در گزارش خبری در محیط موبایل است. در این نوع روایتگری، تصاویر و ویدئوها به عنوان ابزار اصلی برای نشان دادن حوادث و وقایع مورد بحث قرار می‌گیرند (Huang & Davison, 2018:45).

۱-۳. ابعاد روزنامه‌نگاری موبایلی

بعد موضوعی: روزنامه‌نگاری موبایلی از بعد موضوعی به معنای انتخاب و پوشش موضوعات خبری با استفاده از تلفن همراه است. روزنامه‌نگاری موبایلی می‌تواند به شکل‌های مختلفی مانند عکس، ویدئو، صوت، متن، نقشه، نظرسنجی و غیره ارائه شود. روزنامه‌نگاری موبایلی از مزایایی مانند سرعت، هزینه کم، دسترسی آسان، تعاملی بودن و اعتبار بالا برخوردار است. روزنامه‌نگاری موبایلی همچنین می‌تواند به ترویج ژورنالیسم شهروندی، ژورنالیسم مشارکتی و ژورنالیسم اجتماعی کمک کند. باتوجه به این مطالب قلمرو موضوعی این پژوهش تحلیل نقش روزنامه‌نگاری موبایلی در روزنامه‌نگاری، با تمرکز بر تکنیک‌ها، ابزارها، و تأثیرات آن بر روی شیوه‌های گزارش‌دهی و تولید محتوا است.

بعد زمانی: موج و (روزنامه‌نگاری موبایلی) از بعد زمانی به این معنی است که موبایل ژورنالیست‌ها می‌توانند به سرعت و به صورت زنده از رویدادهای مهم خبر بدهند و با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند. روزنامه‌نگاری موبایلی از نظر زمانی دارای مزایایی است. از مزایای آن می‌توان به امکان پوشش خبری از رویدادهایی که رسانه‌های سنتی نمی‌توانند به آنها دسترسی داشته باشند یا با تأخیر به آنها رسیدند، امکان ارائه خبر به صورت چندرسانه‌ای با استفاده از عکس، صوت، ویدئو و متن، امکان ایجاد تعامل و تبادل نظر با مخاطبان و دریافت بازخورد و نظرات آنها و امکان به‌روزرسانی خبر و اضافه کردن جزئیات و اطلاعات جدید به آن اشاره نمود.

بعد مکانی: روزنامه‌نگاری موبایلی از بعد مکانی به این معنی است که موبایل ژورنالیست‌ها می‌توانند از هر نقطه‌ای از جهان خبر بدهند و به مخاطبان خود اطلاعاتی از مکان‌های مختلف ارائه کنند. روزنامه‌نگاری موبایلی از نظر مکانی دارای مزایایی است که در روزنامه‌نگاری سنتی دیده نشده است. از مهم‌ترین مزایای روزنامه‌نگاری موبایلی از این بعد، امکان دسترسی به مکان‌هایی که رسانه‌های سنتی نمی‌توانند در آنها حضور داشته باشند یا با مشکلاتی مانند محدودیت‌های سیاسی، فرهنگی، امنیتی و غیره روبرو شوند، امکان ارائه خبر از زاویه‌ها و دیدگاه‌های متفاوت و متنوع باتوجه به تجربه‌ها و علایق شخصی موبایل ژورنالیست‌ها و امکان ایجاد حس همدلی و همبستگی با مردم مکان‌هایی که خبر از آنها داده می‌شود و انعکاس صدای آنها به جهان است.

۲. چهار چوب نظری تحقیق

باتوجه به اینکه روزنامه‌نگاری موبایلی حوزه‌ای تازه تأسیس است، ادبیات نظری در زمینه روزنامه‌نگاری موبایلی هنوز به صورت جامع و کامل تشکیل نشده است. بااین حال، نظریه رسانه جامعه، از نظریه‌های مرتبط با این حوزه مطالعاتی است.

نظریه جامعه‌شناسی رسانه^۱

نظریه جامعه‌شناسی رسانه توسط نیکلاس لومان در سال ۱۹۹۶ مطرح شد. این نظریه به بررسی روابط پیچیده و دوسویه بین رسانه‌ها و جامعه می‌پردازد. برای لومان، رسانه‌ها به عنوان یک سیستم ارتباطاتی در جامعه عمل می‌کنند که نقش مهمی در شکل‌دهی به آگاهی عمومی و تأثیر گذاری بر فرهنگ و ارزش‌های جامعه دارند. برخی اندیشمندان این نظریه را به عنوان یک رویکرد برای تحلیل نقش رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر نظام‌های قدرت و ساختارهای اجتماعی مطرح کرده‌اند. برخی دیگر از اندیشمندان به نظریه رسانه جامعه به عنوان یک الگو برای تحلیل روابط پویای بین رسانه‌ها و جامعه و نقش آن‌ها در تحولات اجتماعی و فرهنگی اشاره کرده‌اند (Luhmann, ۱۹۹۶: 198).

برخی اندیشمندان نقدهایی نیز به این نظریه دارند و معتقدند که این نظریه ممکن است به طور کامل تمام جوانب پیچیدگی رابطه میان رسانه‌ها و جامعه را پوشش ندهد. آن‌ها به نقائص و محدودیت‌های این نظریه اشاره کرده و بر این باورند که برای درک کامل تأثیرات رسانه‌ها در جوامع، نیاز به دیدگاه‌های دیگر و الگوهای تحلیلی متنوع‌تر است. این نظریه بر تأثیرات رسانه‌ها بر جوامع و جامعه متمرکز است. در زمینه روزنامه‌نگاری موبایلی، بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی، تحولات در الگوی مصرف خبر و اطلاعات، با استفاده از نظریه مذکور بسیار مفید است. این نظریه بر این فرض استوار است که مخاطبان به طور فعال و با اهداف مشخصی به سراغ رسانه‌ها می‌روند و از آن‌ها برای برآوردن نیازهای خود استفاده می‌کنند.

^۱ Social media theory

در روزنامه نگاری موبایلی که شامل تولید و انتشار محتوای خبری توسط دستگاه‌های موبایل است، مخاطبان نقش فعال‌تری دارند. آن‌ها نه تنها مصرف‌کننده محتوا هستند، بلکه می‌توانند به عنوان تولیدکننده خبر نیز عمل کنند. این امر می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر رویکردهای سنتی روزنامه‌نگاری داشته باشد و به تغییر نحوه تعامل مخاطبان با اخبار و اطلاعات منجر شود. استفاده از این نظریه کمک می‌کند تا به بررسی چگونگی استفاده مخاطبان از روزنامه نگاری موبایلی برای برآوردن نیازهای خبری پرداخته و تحلیل نمود که چگونه این نوع روزنامه‌نگاری به افراد امکان می‌دهد تا به صورت فعال در فرایند اطلاع‌رسانی شرکت کنند. همچنین می‌توان تأثیرات این تغییر نقش را بر کیفیت، دسترسی، و توزیع اخبار در جامعه مدرن بررسی نمود. یکی دیگر از نقش‌های این نظریه رسیدن به درک بهتر از رفتار مخاطبان در عصر دیجیتال و نحوه تعامل آن‌ها با رسانه‌های مختلف و تأثیرات فناوری موبایل بر جامعه و فرایند ساختاردهی اجتماعی است (McQuail, 2010: 67).

طبق نظریه جامعه شناسی رسانه، روزنامه نگاری موبایلی نقش مهمی در شکل‌دهی به جامعه و فرهنگ دارد و باعث تغییرات عمده در زمینه‌های زیر می‌شود:

۱. **تولید و مصرف محتوا:** با گسترش روزنامه نگاری موبایلی، افراد عادی به تولیدکنندگان محتوا تبدیل شده‌اند و مرزهای سنتی میان حرفه‌ای و غیرحرفه‌ای کمرنگ شده است. همچنین مصرف محتوا نیز از طریق گوشی‌های هوشمند متحول شده است.
۲. **جریان اطلاعات و قدرت:** روزنامه نگاری موبایلی باعث تسهیل جریان آزاد اطلاعات و دموکراتیزه شدن فرآیند خبرنگاری شده است. این امر ممکن است موجب تغییر در توزیع قدرت در جامعه شود.
۳. **هویت و تعامل اجتماعی:** گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی، روش‌های جدیدی برای بیان هویت و تعامل اجتماعی فراهم کرده‌اند که بر فرهنگ و روابط اجتماعی تأثیر می‌گذارند.
۴. **فضای عمومی جدید:** روزنامه نگاری موبایلی فضای عمومی جدیدی را ایجاد کرده که در آن بحث‌ها و گفتگوهای عمومی به شکل متفاوتی شکل می‌گیرند.
۵. **ارزش‌های فرهنگی:** نظریه رسانه جامعه معتقد است که روزنامه نگاری موبایلی بر ارزش‌های فرهنگی مانند آزادی بیان، دموکراسی و حریم خصوصی تأثیر می‌گذارد.

با این حال، این نظریه همچنین به چالش‌های احتمالی روزنامه نگاری موبایلی مانند خطرات امنیتی، انتشار اطلاعات نادرست و تأثیرات منفی بر روابط اجتماعی اشاره می‌کند (Westlund, 2013: 128). در مجموع، نظریه جامعه شناسی رسانه، روزنامه نگاری موبایلی را به عنوان یک پدیده اجتماعی و فرهنگی در نظر می‌گیرد که بر جنبه‌های مختلف زندگی انسان‌ها تأثیرگذار است.

۳. پیشینه تحقیق

این بخش خلاصه‌ای از مهمترین مطالعاتی است که تاکنون در زمینه موضوعات مرتبط با تحقیق در داخل و خارج از کشور انجام شده است.

مطالعات داخلی

فتحی، هژیر و واعظ، نفیسه (۱۴۰۲): این پژوهش با رویکرد آینده‌پژوهی، سناریوهای مهمی را درباره تحولات رسانه‌ای ترسیم می‌کند و بر ضرورت تطبیق رسانه‌های سنتی با شکل‌های هوشمند روزنامه‌نگاری تأکید دارد. نقطه قوت آن، توجه به بافت سیاسی-فناورانه ایران و احتمال محدودسازی‌های حاکمیتی است. با این حال، پژوهش بیشتر بر سطح کلان و سناریوهای احتمالی متمرکز است و به تحلیل عینی مولفه‌های عملیاتی و فرآیندهای دقیق "روزنامه‌نگاری رباتی" یا چگونگی اجرا و پذیرش آن در رسانه‌های سنتی ایرانی نمی‌پردازد. این شکاف می‌تواند نقطه آغاز مقاله حاضر برای تمرکز بر مولفه‌های عینی و ملموس روزنامه نگاری موبایلی باشد.

رضائیان و همکاران (۱۴۰۱): این مقاله با تمرکز بر چالش‌های اخلاقی در ژورنالیسم واقعیت مجازی، جنبه مهم و مغفولی از تحولات فناورانه در خبرنگاری را برجسته می‌کند. رویکرد دوجبهی (تولیدکننده و مخاطب) جامعیت خوبی دارد. انتقاد وارد به آن، عدم ارتباط

مستقیم با حوزه روزنامه نگاری موبایلی است، اگرچه برخی چالش‌های اخلاقی مشترک می‌باشد. برای مقاله حاضر، این پیشینه می‌تواند زاویه "ملاحظات اخلاقی" را به عنوان یک مضمون احتمالی در تحلیل مؤلفه‌های روزنامه نگاری موبایلی تقویت کند، اما نیاز است ارتباط مستقیم و تفاوت‌های آن با فضای موبایل مشخص شود.

مسعودی و عقیلی (۱۴۰۰): این مطالعه بر ضرورت تغییر قانونی متناسب با تحولات رسانه‌ای (شهروندی) تأکید می‌کند و بحث مهم "ضمانت اجرا" را مطرح می‌نماید. نقطه ضعف آن، کلی‌گویی و عدم ارائه جزئیات درباره چگونگی انطباق قوانین با فناوری‌های جدید مانند روزنامه نگاری موبایلی است. برای پژوهش حاضر، این مقاله بیش از آنکه به مؤلفه‌های فنی و حرفه‌ای روزنامه نگاری موبایلی بپردازد، به بستر حقوقی-سیاسی آن اشاره دارد. بنابراین، می‌تواند به عنوان یک "مضمون بافتی" (مانند قوانین و مقررات) در تحلیل مؤلفه‌ها مد نظر قرار گیرد.

زینلی و مظفری (۱۴۰۰): این پژوهش به طور مستقیم به نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در صنعت روزنامه‌نگاری می‌پردازد و مؤلفه‌های کاربرد، شکل و محتوا را شناسایی کرده که با موضوع مقاله حاضر بسیار مرتبط است. استفاده از تحلیل عاملی و اولویت‌بندی عوامل، نقطه قوت آن است. با این حال، محدودیت آن تمرکز بر "شبکه‌های اجتماعی موبایلی" به عنوان یک بستر است، نه بررسی جامع تمامی مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده "روزنامه نگاری موبایلی" به عنوان یک فرآیند حرفه‌ای (شامل جنبه‌های فنی، تولید محتوا، مهارت‌ها، اخلاق و...). مقاله حاضر می‌تواند با رویکرد تحلیل مضمون، این مؤلفه‌ها را گسترش و عمق بخشد.

مطالعات خارجی

(بلک‌وود، ۲۰۲۱؛ مونگومری و همکاران، ۲۰۲۰؛ وستلوند و فردیقی، ۲۰۱۹): این پیشینه‌ها به خوبی بر مزایای کلیدی روزنامه نگاری موبایلی (سرعت، دسترسی، هزینه، مشاهده بی‌واسطه) و نیاز به آموزش تأکید دارند. اما عمدتاً بر توصیف امکانات، چالش‌ها و فرصت‌های کلی متمرکزند و کمتر به تحلیل ساختاریافته و استخراج مضامین پایه‌ای، سازمان‌دهنده و فراگیر در این حوزه پرداخته‌اند. همچنین، بافت فرهنگی-حرفه‌ای این پژوهش‌ها با شرایط ایران متفاوت است. بنابراین، مقاله حاضر با "رویکرد تحلیل مضمون" می‌کند کاستی روش‌شناختی این مطالعات را پر کرده و با تمرکز بر بافت ایران، تحلیل بومی‌شده‌تری ارائه دهد.

جمع‌بندی:

پیشینه‌های داخلی عمدتاً به بسترها، قوانین یا تأثیرات خاص (شبکه‌های اجتماعی) پرداخته‌اند و پیشینه‌های خارجی بیشتر جنبه‌های توصیفی-کارکردی را پوشش داده‌اند. شکاف اصلی، فقدان پژوهشی است که با یک روش کیفی نظام‌مند (مانند تحلیل مضمون) به استخراج و تحلیل جامع و عمیق همه مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده روزنامه نگاری موبایلی (فنی، محتوایی، حرفه‌ای، اخلاقی، آموزشی و بافتی) در یک بافت مشخص بپردازد. مقاله حاضر با هدف پر کردن این شکاف طراحی شده است.

پیشینه‌های پژوهش به‌طور پراکنده به جنبه‌های مختلف موبایل ژورنالیسم (از جمله فناوری، محتوا، مخاطب، اقتصاد رسانه و چارچوب‌های حقوقی) پرداخته‌اند، اما هیچ‌کدام با رویکردی نظام‌مند و کیفی، همه مؤلفه‌های آن را در یک طرح جامع بررسی نکرده‌اند. همچنین، شکاف آشکاری در استفاده از روش تحلیل مضمون برای استخراج و سازماندهی لایه‌های پنهان این پدیده در بافت خاص ایران وجود دارد.

سؤال اصلی این پژوهش مستقیماً از همین خلأ سرچشمه می‌گیرد و می‌کوشد با به‌کارگیری روش تحلیل مضمون، مؤلفه‌های کلیدی، مرتبط و بومی موبایل ژورنالیسم را در یک الگوی یکپارچه شناسایی و تحلیل کند. بنابراین، پیشینه‌ها هم ضرورت پژوهش را نشان می‌دهند و هم چارچوب مفهومی اولیه‌ای برای کاوش عمیق‌تر فراهم می‌آورند.

روش‌شناسی 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 پژوهش عبارت‌اند از خبرنگاران، روزنامه‌نگاران و اساتید و مدیران حوزه رسانه (مخالف و موافق) که هم در روزنامه‌نگاری سنتی و هم در زمینه روزنامه نگاری موبایلی تجربه و فعالیت داشته‌اند. همچنین برخی از مخاطبان واقعی روزنامه نگاری موبایلی نیز به عنوان جامعه آماری انتخاب شدند.

روش کار در این بخش از تحقیق، مصاحبه نیم ساختاریافته بود. از اساتید و صاحب‌نظران و دیگر افراد موردنظر با توجه به موضوع پژوهش در مورد فضای موجود، فضای مطلوب و چگونگی رسیدن و تحقق فضای مطلوب پرسیده شد. نوع تجزیه تحلیل در این بخش روش تحلیل مضمون است.

روش تحلیل مضمون از ۴ مرحله کدگذاری عبور می‌کند. ۱. کدگذاری اولیه، ۲. رسیدن به مضامین پایه، ۳. تنظیم مضامین سازمان دهنده و ۴. رسیدن به مضامین فراگیر. در این چهار مرحله به دنبال خرد کردن داده‌های حاصل از مصاحبه هستیم که به مفهوم پردازی و احصاء مضمون‌ها می‌انجامد.

۱. کدگذاری اولیه: این مرحله شامل خولدن و فهم متن‌ها، تعیین و تعریف واحدهای تحلیلی (کدها) و کدگذاری اولیه متن‌ها بر اساس این کدها است. در این مرحله، تحقیق‌گران باید با دقت و دقت بالا به متن‌ها نگاه کنند و الگوها و مضامین اصلی را شناسایی کنند.

۲. رسیدن به مضامین پایه: پس از کدگذاری اولیه، تحقیق‌گران باید به دست آوردن مضامین پایه (مضامین اصلی) بپردازند. این مضامین پایه نشان‌دهنده الگوها، تکرارها، و موضوعات اصلی در متن‌ها هستند.

۳. تنظیم مضامین سازمان دهنده: در این مرحله، تحقیق‌گران باید مضامین پایه را سازماندهی کرده و به دست آوردن الگوها و روابط بین آن‌ها بپردازند. این فرآیند شامل دسته‌بندی، سازماندهی، و تجزیه و تحلیل مضامین است.

۴. رسیدن به مضامین فراگیر:

در این مرحله، تحقیق‌گران باید به دست آوردن مضامین فراگیر (مضامین کلیدی یا الگوهای عمده) را همچنین با دقت بالاتر بررسی کنند. این مضامین فراگیر نشان‌دهنده الگوهای عمده و تکرار شده در متن‌ها هستند و به عنوان نتایج اصلی تحلیل مضمون استفاده می‌شوند.

با رعایت این مراحل، پژوهشگر قادر شد الگوها و مضامین اصلی در متون را شناسایی کرده و نتایج قابل قبول و قابل تفسیری را در نتیجه تحلیل مضمون به دست آورد. در پژوهش‌های کیفی، به‌جای استفاده از نمونه‌های آماری، از مشارکت‌کنندگان استفاده می‌شود که به‌صورت هدفمند انتخاب می‌شوند تا درک از پدیده مورد بررسی به دست آید (الوانی و همکاران، ۱۳۹۵). برای تعیین انتخاب مشارکت‌کنندگان (حجم نمونه) از اشباع نظری استفاده شد. به گونه‌ای که مصاحبه تا زمانی ادامه پیدا کرد که نظرات به سطحی از اشتراک رسیده و اشباع نظری صورت بگیرد. لذا مشارکت‌کنندگان در این پژوهش از بین اساتید، مدیران رسانه، خبرنگاران و روزنامه‌نگاران و مخاطبان روزنامه نگاری موبایلی به ترتیب ذیل انتخاب شدند.

- مدیران حوزه رسانه

- اساتید حوزه رسانه

- خبرنگاران

- روزنامه‌نگاران

- مخاطبین واقعی روزنامه نگاری موبایلی

روش نمونه‌گیری از این کارشناسان «نمونه‌گیری هدفمند» بود. یعنی به‌جای انتخاب تصادفی کارشناسان و اساتید، این افراد باتوجه به ویژگی‌ها، تخصص و اشرافیت بر موضوع تخصصی باتوجه 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 سازمان دهنده و رسیدن به مضامین فراگیر) به تحلیل و بررسی داده‌ها پرداخته شد، اما جمع‌آوری تا رسیدن به اشباع و کفایت نظری ادامه داده شد. که بعد از انجام ۲۰ مصاحبه به داده‌های تکراری دست یافتیم و لذا روند مصاحبات با رسیدن به حد اشباع متوقف شد.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها

پس از پایان پذیرفتن مصاحبه‌ها تجزیه و تحلیل داده‌ها شروع شد. مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی و ویرایش دسته‌بندی شدند و فرآیند تحلیل مضمون بر روی آنها صورت گرفت. بر مبنای این سیستم نشانگردهایی تعریف شده‌اند که از این قرار است: نشانگر K نشان دهنده نکته کلیدی و مخفف کلمه Key نشانگر A، B، C، ... بیانگر مصاحبه‌شوندگان است. مصاحبه‌شوند A، مصاحبه‌شوند B و ... نشانگرهای عددی ۱، ۲، ۳ و ... بیانگر شماره نکته کلیدی است. به طور مثال KA5 نشان دهنده نکته کلیدی پنجم در مصاحبه‌شونده A است. ابتدا اقدام به کشف نکات کلیدی هر مصاحبه و شکل دهی مضامین پایه کرده و سپس هر کدام از این مضامین پایه را ذیل گروه‌های بزرگتری به نام مضامین سازمان دهنده شدند. در ادامه و با مرور مصاحبه‌ها مضامین پایه و مضامین سازمان دهنده افزایش یافته و با تجزیه و تحلیل مستمر مصاحبه‌ها در قالب مضامین سازمان دهنده تکمیل می‌شوند و در نهایت توسط مضامین فراگیر دسته‌بندی خواهند شد.

مصاحبه‌شونده اول (A)

پس از ویرایش و تدوین مصاحبه اول مضامین پایه از نکات کلیدی به دست آمده و همچنین مضامین سازمان دهنده حاصل از آن در جدول زیر به نمایش گذاشته شده است.

جدول شماره ۱. نکات کلیدی، مضامین پایه و مضامین سازمان دهنده، مطالعه مورد A

ردیف	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه	نکات کلیدی
KA1	سرعت انتشار اخبار	تغییر سرعت انتشار خبر در روزنامه نگاری موبایلی	در روزنامه نگاری موجود یا روزنامه نگاری موبایلی یک سری تغییرات داریم که سرعت انتشار خبر یکی از مهمترین آنهاست.
KA2	تعاملی شدن خب	امکان تعاملی شدن خبر	در روزنامه نگاری موبایلی بحث تعاملی شدن خبر بسیار مهم است
KA3	بازخورد آنی	برخورداری از بازخورد آنی	روزنامه نگاری موبایلی این امکان را می دهد که بازخورد آنی داشته باشیم
KA4	حذف محدودیت مکانی	کمتر یا حذف نمودن محدودیت‌های مکانی	محدودیت های مکانی را می تواند کمتر کند و در بعضی جاها حتی حذف کند
KA5	توجه به هزینه های تولید	کاهش هزینه های تولید خبر در روزنامه نگاری موبایلی	در نهایت یک نکته بسیار مهم کاهش هزینه های تولید خبر در روزنامه نگاری موبایلی است
KA6	افزایش منابع خبری	تنوع منابع خبری	در روزنامه نگاری موبایلی شاهد تنوع منابع خبری هستیم
KA7	عدم توجه به تامین زیر ساخت	عدم تامین ابزار زیر ساخت سبب محدودیت می شود.	در روزنامه نگاری موبایلی در رابطه با ابزار صحبت می کنیم این ابزار یک سری زیر ساخت نیاز دارد که اگر تامین نشود نقش محدود کننده ایفا می کند.
KA8	وابستگی زیاد به سواد دیجیتال و سواد رسانه	نقش محدود کننده در مقابل رسانه‌های سنتی	در روزنامه نگاری موبایلی نیاز به سواد دیجیتال و سواد رسانه داریم که نبود آنها می تواند نقش محدود کننده داشته باشند در مقابل رسانه‌های سنتی.
KA9	عدم تضمین کیفیت خبر	عدم تضمین کیفیت خبر با استفاده از ابزار	در روزنامه نگاری موبایلی لزوماً ابزاری که استفاده می شود تضمین کننده کاهش و افزایش کیفیت نیست.

ردیف	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	نکات کلیدی
KA10	ازدیاد روایت‌های خبری	روایت‌های متنوع از یک رویداد	در روزنامه نگاری موبایلی ما می‌توانیم روایت‌های متنوعی از یک رویداد داشته باشیم.
KA11	بروزرسانی آسان خبر	بروزرسانی خبر	بحث بروزرسانی خبر در این روزنامه نگاری راحت‌تر است.
KA12	کاهش کیفیت خبر	سرعت انتشار خود سبب کاهش کیفیت می‌شود.	در مقابل راحتی آپدیت خبر، سرعت انتشار خود سبب کاهش کیفیت می‌شود.
KA13	کاهش دقت خبر	سرعت انتشار خبر سبب کاهش دقت	در روزنامه نگاری موبایلی سریع کار کردن سبب کاهش دقت نیز می‌شود.
KA14	کم شدن عمق تحلیل‌ها	کم شدن عمق تحلیل با افزایش میزان خبر	وقتی به میزان زیاد خبر اشاره می‌کنیم تحلیل عمیق کمتر شده و شاهد کمبود تحلیل عمیق هستیم.
KA15	عدم سازوکار نظارتی و افزایش اخبار جعلی	اخبار جعلی سبب کاهش اعتماد می‌شود.	یک سری عوامل سبب کاهش اعتماد می‌شود مانند اخبار جعلی که منتشر می‌شود که سازوکار جدی برای نظارت ندارد.
KA16	ازدیاد روایت‌های خبری	انتشار اخبار از سوی افراد گمنام	در روزنامه نگاری موبایلی انتشار اخبار از سوی افراد گمنام باعث می‌شود که سرمنشاء خبر را ندانیم و به کاهش اعتماد منجر می‌شود.
KA17	کاهش دقت خبر	در دقت انتشار خبر هم تاثیر مثبت و هم تاثیر منفی	روزنامه نگاری موبایلی در دقت انتشار خبر هم تاثیر مثبت و هم تاثیر منفی دارد.
KA18	سرعت انتشار اخبار	تسریع در خبر رسانی در مقابل روزنامه نگاری سنتی	تر نسبت به روزنامه اطلاعات و خبر را خیلی سریع نگاری سنتی به مخاطب می‌رسانیم و این انتخاب سرعت انتشار خبر، سبب کاهش دقت می‌شود.
KA29	امکان ویرایش و اصلاح خبر	عدم امکان اصلاح خبر در روزنامه‌نگاری سنتی	اینکه امکان اصلاح برای اشتباه رخ داده در خبر را داریم چیزی است که در روزنامه نگاری سنتی با این سرعت نداریم.
KA20	وجود ایرادات متعدد ویرایشی	کاهش زمان بررسی سبب ایرادات مختلف در ویرایش خبر	تاثیر منفی روزنامه نگاری موبایلی در انتشار سریع خبر سبب کاهش زمان بررسی خبر شده و این کاهش زمان بررسی سبب ایرادات مختلف در ویرایش خبر شده است.
KA21	نیازمند مخاطبانی با سواد رسانه‌ای بالا	اهمیت سواد رسانه‌ای	در این نوع روزنامه نگاری در نظر داشتن سواد رسانه‌ای اهمیت بالایی دارد.
KA22	امکان صحت‌سنجی خبر	امکان مقایسه خبر با بنگاه‌های خبری معتبر	در این نوع روزنامه نگاری امکان مقایسه خبر با بنگاه‌های خبری معتبر را به ما می‌دهد که باعث صحت‌سنجی خبر است.
KA23	آسیب فرهنگی اجتماعی روزنامه نگاری موبایلی	نبود اصول چک کردن و مقید نبودن به اصول اخلاقی انتشار خبر سبب افزایش محتوای جعلی می‌شود.	نبود اصول چک کردن و مقید نبودن به اصول اخلاقی انتشار خبر سبب افزایش محتوای جعلی می‌شود.
KA24	دو قطبی سازی فضای سیاسی	تضعیف نهادهای رسمی توسط روزنامه نگاری موبایلی	روزنامه نگاری موبایلی سبب دو قطبی سازی فضای سیاسی خواهد شد که در ایران می‌بینیم. تضعیف نهادهای رسمی را خواهیم دید.
KA25	دستکاری افکار عمومی	ایجاد چالش امنیتی در سطح خیلی کلان	از آسیب‌های سیاسی روزنامه نگاری موبایلی دستکاری افکار عمومی است. در رویدادهای متفاوت

ردیف	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	نکات کلیدی
			در سطح خیلی کلان بدل به چالش امنیتی خواهد شد.
KA26	سطحی نگری در مسائل اجتماعی و فرهنگی	کاهش عمق تحلیل‌ها	در مسائل اجتماعی و فرهنگی منجر به سطحی نگری و کاهش عمق تحلیل‌ها خواهد شد.
KA27	فراگیری روزنامه نگاری موبایلی	فراگیری روزنامه نگاری موبایلی در آینده	با توجه به ابزارهای مختلف هوش مصنوعی در آینده روزنامه نگاری موبایلی می‌تواند راحت‌تر و فراگیرتر شود.
KA28	چالش‌های زیرساختی	محدودیت‌های پوشش دهی و آنتن	در آینده روزنامه نگاری موبایلی، یک سری چالش‌ها هم مربوط به زیرساخت‌های فنی و پوشش دهی و آنتن خواهیم داشت
KA29	نیازمند قانون گذاری دقیق	تقویت روزنامه نگاری شهروندی با روزنامه نگاری موبایلی	در نهایت قانون گذاری دقیق و درست در این زمینه سبب افزایش استفاده از روزنامه نگاری موبایلی در ایران و تقویت روزنامه نگاری شهروندی خواهد شد.
KA30	ادغام با هوش مصنوعی	توجه به فناوری‌های جدید و هوش مصنوعی	در آینده با فناوری‌های جدید و هوش مصنوعی ادغام خواهد شد
KA31	دسترسی به اطلاعات مورد نیاز به صورت شخصی	شخصی سازی محتوا	در آینده شخصی سازی محتوا را شاهد خواهیم بود.

با بررسی و تحلیل مضامین پایه به دست آمده از مصاحبه اول (A) در مجموع ۱۸ مضمون سازمان دهنده از میان ۳۱ مضمون پایه ظهور یافته که به شرح زیر شکل گرفت:

جدول شماره ۲. شکل گیری مضامین سازمان دهنده از مضامین پایه مصاحبه A

عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته اول	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
سرعت انتشار اخبار	تغییر سرعت انتشار خبر در روزنامه نگاری موبایلی
	تسریع در خبر رسانی در مقابل روزنامه نگاری سنتی
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته دوم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
تعاملی شدن خبر	تعاملی شدن خبر
	برخورداری از بازخورد آنی
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته سوم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
تنوع منابع خبری	کمتر یا حذف نمودن محدودیت‌های مکانی
	افزایش منابع خبری
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته چهارم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
توجه به هزینه های تولید	کاهش هزینه های تولید خبر در روزنامه نگاری موبایلی
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته پنجم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
دسترسی به اطلاعات مورد نیاز به صورت شخصی	شخصی سازی محتوا

عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته ششم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
فراگیری روزنامه نگاری موبایلی	فراگیری روزنامه نگاری موبایلی در آینده
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته هفتم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
عدم توجه به تامین زیر ساخت	عدم تامین ابزار زیر ساخت سبب محدودیت می شود.
	محدودیت های پوشش دهی و آنتن
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته هشتم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
آسیب فرهنگی اجتماعی روزنامه نگاری موبایلی	نبود اصول چک کردن و مقید نبودن به اصول اخلاقی
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته نهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
نیازمند مخاطبانی با سواد رسانه ای بالا	نقش محدود کننده در مقابل رسانه های سنتی
	اهمیت سواد رسانه ای
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته دهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
کاهش کیفیت خبر	عدم تضمین کیفیت خبر با استفاده از ابزار
	سرعت انتشار خود سبب کاهش کیفیت می شود
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته یازدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
ازدیاد روایت های خبری	روایت های متنوع از یک رویداد
	انتشار اخبار از سوی افراد گمنام
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته دوازدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
امکان ویرایش و بروزرسانی خبر	بروزرسانی خبر
	عدم امکان اصلاح خبر در روزنامه نگاری سنتی
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته سیزدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
امکان صحت سنجی خبر	امکان مقایسه خبر با بنگاه های خبری معتبر
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته چهاردهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
کاهش دقت خبر	سرعت انتشار خبر سبب کاهش دقت
	سرعت انتشار خبر
	در دقت انتشار خبر هم تاثیر مثبت و هم تاثیر منفی
	تسریع در خبر رسانی در مقابل روزنامه نگاری سنتی
	در دقت انتشار خبر هم تاثیر مثبت و هم تاثیر منفی
	کاهش زمان بررسی سبب ایرادات مختلف در ویرایش خبر
عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته پانزدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
سطحی نگری در مسائل اجتماعی و فرهنگی	کم شدن عمق تحلیل با افزایش میزان خبر
	کاهش عمق تحلیل ها

عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته شانزدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
نیازمند قانون گذاری دقیق	تقویت روزنامه نگاری شهروندی با روزنامه نگاری موبایلی
	اخبار جعلی سبب کاهش اعتماد می‌شود

عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته هفدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
دستکاری افکار و دوقطبی سازی عمومی	تضعیف نهادهای رسمی توسط روزنامه نگاری موبایلی
	ایجاد چالش امنیتی در سطح خیلی کلان

عنوان مضامین سازمان دهنده ظهور یافته هجدهم	عنوان مضامین پایه زیر مجموعه
ادغام با هوش مصنوعی	توجه به فناوری های جدید و هوش مصنوعی

تحقق کفایت نظری

توقف فرایند گردآوری و تجزیه و تحلیل داده ها در روش تحقیق «تحلیل مضمون» کفایت نظری است به این معنی که ادامه پژوهش تغییری در مضامین پایه و یا مضامین سازمان دهنده ظهور یافته حین تحقیق، در پی نداشته باشد. جدول زیر چگونگی تحقق این معیار در پژوهش حاضر را نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳: فرایند ظهور مضامین پایه و مضامین سازمان دهنده تا مرز کفایت نظری

مورد مصاحبه	نکات کلیدی	تعداد مضامین	ظهور مضامین پایه جدید	ظهور مضامین سازمان دهنده جدید	تکمیل مضامین سازمانده قبلی
A	۳۱	۳۱	۳۱	۱۸	-
B	۱۳	۱۳	۱۳	۶	۵
C	۱۶	۱۶	۱۶	۷	۹
D	۱۳	۱۳	۱۳	۴	۸
E	۱۴	۱۴	۱۴	۳	۷
F	۱۰	۱۰	۱۰	۱	۸
G	۱۰	۱۰	۱۰	۲	۸
H	۹	۹	۹	۳	۶
I	۸	۸	۸	۱	۶
J	۱۰	۱۰	۱۰	۴	۶
K	۱۲	۱۲	۱۲	۳	۵
L	۱۱	۱۱	۱۱	۱	۹
M	۴	۴	۰	۰	۰
N	۴	۴	۰	۰	۰

فرایند ظهور ۱۵۷ مضمون پایه (جدید) و ۵۳ مضمون سازمان دهنده (جدید) از مجموع ۱۶۵ نکته کلیدی به تفکیک مصاحبه ها در جدول فوق ارائه شده است. همانطور که مشخص است، پس از مصاحبه ۱۲ روند ظهور مضامین پایه و مضامین سازمان دهنده

شکل گرفته در جریان تحقیق حاصل نشد که این موضوع به معنای تحقق معیار «کفایت نظری» است. تعیین مضامین فراگیر پس از رسیدن به کفایت نظری محقق با گردآوری مضامین سازمان دهنده ظهور یافته در جریان تحقیق و فراوانی مضامین مرتبط با هر کدام از این مضامین سازمان دهنده اقدام به حذف مضامین نزدیک به هم یا کم اهمیت تر (از منظر کم بودن میزان فراوانی) می‌کند تا شبکه مضامین فراگیر تحقیق حاصل شود.

جدول شماره ۴: تعیین مضامین فراگیر

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۱	انتشار اخبار جعلی	۱۳
۲	آسیب سیاسی روزنامه نگاری موبایلی	۱۱
۳	آسیب فرهنگی اجتماعی روزنامه نگاری موبایلی	۹
۴	افزایش نقش مخاطب	۲
۵	افزایش دسترسی	۷
۶	نیازمند مخاطبانی با سواد رسانه ای بالا	۷
۷	کاهش اعتبار خبر	۲
۸	پیش نیازهای روزنامه نگاری موبایلی	۱
۹	سرعت انتشار اخبار	۱۰
۱۰	نقش مثبت مولتی مدیا	۴
۱۱	افزایش سطحی نگری	۱
۱۲	آسیب های فردی روزنامه نگاری موبایلی	۲
۱۳	تغییر سبک زندگی مردم	۱
۱۴	مشخص نبودن منابع خبری	۳
۱۵	ایجاد فضای رقابتی	۱
۱۶	نوآوری در جریان گردآوری خبر	۱
۱۷	تهدید و فرصت برای رسانه های سنتی	۱
۱۸	فراگیری روزنامه نگاری موبایلی	۳
۱۹	امکان صحت سنجی خبر	۵
۲۰	عدم توجه به تامین زیر ساخت	۳
۲۱	سطحی نگری در مسائل اجتماعی و فرهنگی	۵
۲۲	مقطعی بودن تأمین نیاز	۱
۲۳	ایجاد ناامیدی در مخاطب	۱
۲۴	کاهش دقت خبر	۷
۲۵	کاهش کیفیت خبر	۷
۲۶	خطر اجتماعی روزنامه نگاری موبایلی	۱
۲۷	ایجاد فضای دموکراسی	۱
۲۸	افزایش سطحی نگری در مردم	۱
۲۹	نقش بسط دهنده	۲
۳۰	تنوع منابع خبری	۶
۳۱	توجه به هزینه های تولید	۱
۳۲	دسترسی به اطلاعات مورد نیاز به صورت شخصی	۱
۳۳	امکان ویرایش و بروزرسانی خبر	۳

ردیف	عنوان مضمون سازمان دهنده	فراوانی مضامین پایه مرتبط
۳۴	نیازمند قانون گذاری دقیق	۲
۳۵	عدم نیاز به تجهیزات زیاد	۱
۳۶	صحت بالای خبر در روزنامه نگاری سنتی	۱
۳۷	تغییر پارادایم انتقال اخبار	۱
۳۸	دشواری داشتن روایت اول	۱
۳۹	ایجاد استانداردهای جدید سنجش اخبار	۱
۴۰	افزایش بی اعتمادی عمومی	۱
۴۱	حذف حلقه های نظارتی	۱
۴۲	ابتذال ذائقه مخاطب	۱
۴۳	اعتماد نسل زد به روزنامه نگاری موبایلی	۳
۴۴	دستکاری افکار و دوقطبی سازی عمومی	۳
۴۵	سهولت دروازه بانی خبر	۱
۴۶	نقش آفرینی در آشوب و بحران ها	۱
۴۷	تعاملی شدن خبر	۵
۴۸	ازدیاد روایت‌های خبری	۱
۴۹	عامل انتشار اخبار جعلی در بحران‌های اجتماعی	۲
۵۰	تبدیل روزنامه نگاری حرفه ای به فعالیت عمومی	۱
۵۱	اقتناع سازی بیشتر مخاطب	۱
۵۲	ایجاد فشار روانی بر مردم	۱
۵۳	ادغام با هوش مصنوعی	۴

پس از مرور جدول می‌توان مضامین سازمان دهنده ای که از منظر محقق به لحاظ محتوایی و درونمایه به هم شبیه هستند را در قالب یک مضمون فراگیر مطرح کرد تا جدول شبکه مضامین فراگیر به شکل زیر ترسیم شود:

جدول شماره ۵: جدول شبکه مضامین فراگیر

ردیف	عنوان مضامین فراگیر	شماره عناوین سازمان دهنده زیر مجموعه
۱	حوزه مخاطب	۵۲-۵۱-۵۰-۴۳-۴۲-۲۹-۲۸-۲۷-۲۳-۲۲-۲۱-۱۸-۱۳-۱۱-۶-۴
۲	حوزه محتوا	۴۷-۴۵-۴۱-۳۷-۳۳-۳۰-۲۵-۲۴-۱۹-۱۶-۱۴-۱۰-۷
۳	حوزه دسترسی	۵۳-۳۲-۳۱-۱۷-۱۵-۸-۵
۴	حوزه زیر ساخت و قوانین	۳۵-۳۴-۲۰
۵	آسیب بر جوامع	۴۴-۴۰-۲۶-۱۲-۳-۲
۶	انتشار اخبار جعلی	۴۹-۴۸-۳۹-۳۸-۳۶-۱

تحلیل چرایی و چگونگی شکل‌گیری مضامین

شکل‌گیری مضامین فوق بازتابی عمیق از تجربه زیست‌شده فعالان رسانه‌ای و متخصصان در بافت خاص ایران است. مضامین حوزه آسیب‌ها (مانند انتشار اخبار جعلی، آسیب سیاسی- فرهنگی و کاهش اعتبار خبر) با فراوانی بالا نشان‌دهنده دغدغه اصلی مصاحبه‌شوندگان نسبت به تأثیرات منفی موبایل‌ژورنالیسم بر انسجام اجتماعی و اعتماد عمومی است. به نظر می‌رسد این نتیجه از مشاهده عینی پیامدهای گسترش بی‌ضابطه محتوا در فضای مجازی کشور نشأت می‌گیرد.

از سوی دیگر، مضامین مثبتی مانند افزایش دسترسی، تعاملی شدن خبر و نقش مثبت مولتی‌مدیا حاکی از اقبال به توانمندسازی دموکراتیک این فناوری است. این دوگانگی (تهدید/ فرصت) در خود ذات پدیده موبایل ژورنالیسم و نیز در تنش بین آرمان‌خواهی حرفه‌ای و واقعیت‌های محدودکننده محیطی ریشه دارد.

شکل‌گیری مضمون جداگانه "نیازمند قانون‌گذاری دقیق" درحالی که زیرمجموعه حوزه کم‌فراوانی قرار گرفته، خود گویای شکاف عمیق بین واقعیت موجود و وضعیت مطلوب از نگاه کارشناسان است. تراکم مضامین حول مخاطب (به عنوان بزرگترین حوزه) نشان از یک تحول پارادایمی دارد: محوریت یافتن مخاطب فعال در تولید، انتشار و مصرف خبر، که خود سبک زندگی، سواد رسانه‌ای و حتی سلامت روان او را تحت تأثیر قرار داده است.

ارتباط مضامین با نظریه جامعه‌شناسی رسانه

مضامین استخراج شده به‌وضوح با نظریه جامعه‌شناسی رسانه در تعامل و انعکاس متقابل قرار می‌گیرند. از یک سو، مضامینی مانند "تغییر سبک زندگی مردم"، "افزایش سطحی‌نگری" و "ابتذال ذائقه مخاطب" مستقیماً بر ساختار اجتماعی و فرهنگی جامعه تأکید دارند و رسانه را نه به عنوان ابزار، بلکه به عنوان عامل تغییر و بازتولید هنجارها و رفتارها در نظر می‌گیرند. این مضامین نشان می‌دهند موبایل ژورنالیسم در حال دگرگونی بافت اجتماعی و ایجاد فرم جدیدی از کنش اجتماعی است.

از سوی دیگر، مضامین حوزه آسیب بر جوامع (دوقطبی‌سازی، کاهش اعتماد، آسیب سیاسی) و نیز "ایجاد فضای دموکراسی"، تصویری از رسانه به عنوان عرصه کشمکش قدرت را ترسیم می‌کنند. این مضامین مؤید این دیدگاه هستند که رسانه‌های جدید، مانند موبایل ژورنالیسم، بازتاب‌دهنده، تشدیدکننده و گاهی ایجادکننده شکاف‌ها و تنش‌های ساختاری جامعه هستند. در این نظریه، فناوری رسانه‌ای جدا از بافت اجتماعی آن معنا ندارد؛ و دقیقاً همین تعامل پیچیده فناوری با ساختارهای سیاسی، فرهنگی و اقتصادی جامعه ایران است که در قالب مضامین متضاد و متنوع این تحقیق ظهور یافته است. بنابراین، یافته‌ها نشان می‌دهند موبایل ژورنالیسم در ایران در حال بازتعریف رابطه سنتی رسانه و جامعه است.



بحث و نتیجه گیری

با توجه به همگرایی بیش از پیش رسانه ها در قرن حاضر و ترکیب و هم افزایی رسانه ها با یکدیگر، روزنامه نگاران فعال در رسانه های چاپی و آنالین به مهارت های دریافت، تدوین و انتشار صدا و تصویر بیش از پیش مجهز شوند و روزنامه نگاران رادیو تلویزیونی نیز با غلبه بر محدودیت های ساختار بوروکراسی پیچیده این رسانه در ایران، سعی در انتشار سریع و بی واسطه اخبار و اطلاعات داشته باشند و حضور خود را در نرم افزارهای اطلاع رسان تلفن همراه و شبکه های اجتماعی تقویت کنند. اما نقش روزنامه نگاری موبایلی در روزنامه نگاری چیست؟

این سوال اصلی پژوهش حاضر است که پس از تحلیل مضمون از ۱۲ مصاحبه صورت گرفته که شرح آنها در فصل قبل تفصیل داده شد، این نتایج حاصل شد که از مجموع ۱۶۵ نکته کلیدی به تفکیک مصاحبه ها، ۱۵۷ مضمون پایه (جدید) و ۵۳ مضمون سازمان دهنده (جدید) به دست آمد که با کمک روش تحلیل مضمون به ۶ مضمون فراگیر (حوزه مخاطب، حوزه محتوا، حوزه دسترسی، حوزه انتشار اخبار جعلی، آسیب بر جوامع و قوانین، آسیب بر جوامع و انتشار اخبار جعلی) به عنوان عوامل کلی روزنامه نگاری موبایلی منتج شد.

پژوهش هایی که در خصوص روزنامه نگاری و نقش شبکه های اجتماعی موبایلی انجام شده است، کم نیستند. زینلی و مظفری (۱۴۰۰)، به حوزه های کاربرد و محتوا اشاره داشتند و بیان داشتند که افزایش قدرت مخاطب در حوزه کاربرد مهمترین و اثرگذارترین نقش را در روزنامه نگاری موبایلی دارد. از طرفی کتابداری و همکاران (۱۳۹۸)، نشان دادند بین «میزان استفاده

روزنامه‌نگاران چاپی و رادیو-تلویزیونی» از تلفن همراه هوشمند تفاوت معنی‌داری وجود ندارد، اما میزان استفاده روزنامه‌نگاران آنالاین از تلفن همراه هوشمند بیشتر از دیگران است. همچنین درباره «نحوه» استفاده نتیجه گرفته شد استفاده غالب روزنامه‌نگاران چاپی و آنالاین از تلفن همراه هوشمند، استفاده «شبکه‌ای» و استفاده غالب روزنامه‌نگاران رادیو-تلویزیونی، استفاده «ارتباطی» بوده است. احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، محتوای چهار رسانه موبایل ژورنالیستی ایران وایر، روزنامه شرق، روزنامه اعتماد و روزنامه ایران را مورد بررسی قرار دادند و نشان دادند که روزنامه نگاری موبایلی در ایران با چالش‌های فنی، قانونی، اخلاقی و و حرفه‌ای روبه‌رو است و می‌تواند به توسعه دموکراسی و حقوق شهروندی در ایران کمک کند. بلک وود، آلیتا (۲۰۲۱)، معتقد است که اخبار دقیق و حقایق واقعی توسط روزنامه‌نگاران سیار پخش می‌شود، زیرا ناظران می‌توانند وضعیت را همان‌طور که اتفاق می‌افتد، به‌صورت آنالاین و بدون قالب‌بندی یا ویرایش ببینند. گوشی‌های هوشمند به چشم ناظران تبدیل شده و مردم می‌توانند پر شوند. نتایج مونته‌گومری و بوروم (۲۰۲۰)، نشان داد که این روش می‌تواند به ایجاد محتوای خبری باکیفیت بالا و هزینه کم کمک کند.

برخی پژوهش‌ها، نتایج این تحقیق را تأیید می‌کند. برا نمونه کریمی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی در مورد آسیب‌های اجتماعی که روزنامه‌ها به آن می‌پردازند، اشاره داشته‌اند 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)، نوش‌افزین و همکاران (۱۴۰۲)، بدان پرداختند که با پژوهش حاضر مطابقت دارد.

در خصوص سایر مضامین مضامین سازمان دهنده‌ای که در این پژوهش به آنها اشاره شده است، جزء دستاورد‌های این پژوهش به شمار می‌رود که شامل نکاتی است که در پژوهش‌های پیشین مورد توجه قرار نگرفته و مغفول مانده است و باید گفت نکته قابل توجه در این پژوهش همین است که کمبود پژوهش درباره روزنامه نگاری موبایلی در ایران به‌عنوان یکی از مسائل مهم و حیاتی در زمینه رسانه‌ها و ارتباطات مطرح است و تحقیقات کافی در زمینه روزنامه نگاری موبایلی در ایران انجام نشده است و اطلاعات کمی در این زمینه وجود دارد.

پیشنهاده‌ها

زمان آن رسیده تا رسانه‌های ایران با توجه بیشتر به روزنامه نگاری موبایلی، از سطح داده‌های کوچک و در دسترس عبور کرده و به توانایی بهره‌گیری از انواع داده‌ها به خصوص داده‌های متوسط و بزرگ دست یافته و اطلاعات پنهان و آشکار بیشتری در اختیار مخاطبان خود قرار دهند. امروز اگر چه خبرگزاری‌ها در شبکه‌های اجتماعی فعال هستند، اما فعالیت‌شان بسیار محدود و ابتدایی است و این کاستی و نقص تنها در سطح خبرگزاری‌ها و رسانه‌ها مشهود نیست، بلکه برای دولت به معنای خاص و حاکمیت به معنای عام نیز وجود دارد. بر دولت فرض است که با انجام حمایت‌های مالی، حقوقی و فنی لازم رسانه‌های کشور را به استفاده تخصصی و مناسب از شبکه‌های اجتماعی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی بومی ترغیب نماید. امروزه متأسفانه بسیاری از شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده مردم کشور ما بومی نیستند و شبکه‌های اجتماعی بومی فعال به دلیل ناتوانی فنی و مالی و عدم پشتیبانی حقوقی‌انگونه که باید بین عموم مردم شناخته شده و کارآمد نیستند و این در حالی است که برخی شبکه‌های اجتماعی بومی با استفاده از توانمندی‌های متخصصان جوان داخلی از ظرفیت‌های بالایی برای جذب مخاطب برخوردارند.

پیشنهادهای کاربردی

- تخصیص بودجه و اعتبار مکفی برای حمایت فنی، مالی، حقوقی و ... جهت حمایت از پیام رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بومی.
- ایجاد مکانیزم‌های تشویقی در دولت و کلیه مسئولین مربوطه حاکمیتی جهت تولید و ارائه محتواهای متناسب با فرهنگی ملی و ایرانی.

- ایجاد مکانیزم‌های مناسب در رسانه‌ها برای استفاده بیشتر از محتوای تولیدشده توسط مخاطب (کاربر ساخته) در فرایند روزنامه نگاری آنالاین و نوآوری در جریان گردآوری خبر.
- ارتقای مهارت‌های روزنامه نگاری موبایلی در خبرنگاران.

- توجه به موضوعات جدید به‌عنوان ایده خبری، بهره‌گیری از ارتباطات موبایل محور به‌جای شبکه محور و هوشمندی و معنایی محتوا.
- ایجاد بسترهای لازم برای هدایت مدیران رسانه‌ای به سمت کسب تجربه‌های علمی به روز در خصوص رسانه‌های جدید و استفاده از ظرفیت نخبگان دانشگاهی.
- ایجاد انگیزه برای ارتقاء علم روزنامه‌نگاری در ایران از سنتی به مدرن و متناسب با اقتضاعات روز.
- تأمین زیر ساخت‌های مورد نیاز برای روزنامه‌نگاری موبایلی همچون تأمین اینترنت در مناطق دور افتاده
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای خبرنگاران و کاربران عادی در زمینه استفاده مؤثر از ابزارهای موبایل.
- توسعه نرم‌افزارهای کاربردی و ایجاد و ارتقاء نرم‌افزارهای ویرایش و انتشار محتوا که کاربری آسانی داشته باشند.
- ترویج فرهنگ خبرنگاری آنلاین و تشویق به تولید محتوای معتبر و مستند از طریق مسابقات و جوایز برای تولیدکنندگان محتوا.
- ایجاد شبکه‌های همکاری بین خبرنگاران مستقل و رسانه‌های بزرگ برای پوشش بهتر رویداد.
- تصویب قوانین مناسب و بازدارنده برای جلوگیری و یا محدود کردن انتشار اخبار جعلی.

منابع

- بشیر، حسن (۱۳۹۹). ژورنالیسم علمی: تاریخچه، اهمیت، ویژگی‌ها و چالش‌ها. *فصلنامه علمی-پژوهشی رسانه و فرهنگ، ۱۱*(۱)، ۹-۳۶.
<https://doi.org/10.22083/jccs.2018.87313.2159>
- پیشنمازی، پروانه و ولادیمیروویچ باراباش، ویکتور (۱۳۹۲). نگاهی به وضعیت رسانه‌های الکترونیک و روزنامه‌نگاری آنلاین در ایران و چشم‌انداز آتی آن. مطالعات رسانه‌ای، ۸*(۲۰)، ۵۳-۶۶.
- زینلی، خانه و مظفری، افسانه (۱۴۰۰). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر صنعت روزنامه‌نگاری مقاله. مطالعات رسانه‌ای، شماره ۵۵، ۶۷-۸۶.
<https://search.isc.ac/dl/search/defaultta.aspx?DTC=8&DC=1040044>
- سعیدی، محمدعلی (۱۳۹۷). ژورنالیسم موبایل در ایران: چالش‌ها و فرصت‌ها. کنفرانس ملی تحقیقات زبان، ادبیات و رسانه.
- فتحی، هژیر؛ تقی‌پور، فائزه و واعظ، نفیسه (۱۴۰۲). آینده‌پژوهی شبکه‌های اجتماعی مجازی در مواجهه با رسانه‌های سنتی ایران مبتنی بر شکل‌گیری روزنامه‌نگاری رباتی. آینده‌پژوهی ایران، ۸*(۱)، ۱۰۸-۱۳۴.
<https://doi.org/10.30479/jfs.2023.17941.1434>
- کتابدار، علیرضا؛ شکرخواه، یونس و خرازی آذر، زهرا (۱۳۹۸). مطالعه مقایسه‌ای استفاده حرفه‌ای از تلفن همراه هوشمند بین روزنامه‌نگاران آنلاین، چاپی و رادیوتلوویزیونی ایران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۵*(۱۸)، ۶۵-۹۶.
<https://doi.org/10.22054/nms.2019.40736.708>
- گارسا، آنتونیا و سوتو، رابرتو (۲۰۱۴). روزنامه‌نگاری موبایلی: یک مدل نظریه‌پردازی برای مطالعه و تدریس. دیجیتالی ژورنالیسم.
- محمدی، فرید؛ عقیلی، سیدوحید و رضاییان، محمدجواد (مجید) (۱۴۰۱). چالش‌های اخلاقی پدیدار شده در ژورنالیسم واقعیت مجازی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۸*(۳۰)، ۶۷-۱۰۵.
<https://doi.org/10.22054/nms.2022.61410.1223>
- مسعودی، احمدرضا و عقیلی، سیدوحید (۱۴۰۰). روزنامه‌نگاری شهروندی و ضرورت تغییر در قانون مطبوعات ایران. فصلنامه علوم خبری، دوره ۱۰، شماره ۲.
- مسعودی، امیدعلی و بی‌یک‌آبادی، غزال (۱۳۹۶). روزنامه‌نگاری چاپی و الکترونیک ایران در آینده بیست‌ساله. جهانی رسانه، ۱۲*(۱)، ۱۰۴-۱۱۹.

References:

- Alhabash, S., & McAlister, A. (2015). Redefining virality in less broad strokes: Predicting viral behavioral intentions from motivations and uses of Facebook and Twitter. *New Media & Society*, 17(8), 1317–1339.
- Bashir, H. (2019). Scientific journalism: History, importance, characteristics and challenges. *Quarterly Scientific-Research Journal of Media and Culture*, 11(1), 9–36. <https://doi.org/10.22083/jccs.2018.87313.2159> (in Persian)
- Fathi, H., et al. (2023). 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. <https://doi.org/10.30479/jfs.2023.17941.1434> (in Persian)
- García, A., & Soto, R. (2014). Mobile journalism: A theorizing model for study and teaching. *Digital Journalism*. (In Persian)
- Harte, D., et al. (2017). Mobile journalism: A model for the future of multimedia storytelling. *Digital Journalism*, 5(6), 663–678.
- Huang, E., & Davison, K. (2018). Mobile journalism and visual storytelling: The possibilities and challenges of 360-degree video and virtual reality. *Journalism & Mass Communication Educator*, 73(2), 139–152. <https://doi.org/10.1177/1077695818767963>
- International Media Organization. (2019). Mobile journalism: How smartphones are changing the news landscape (pp. 389–407).
- Kebatdar, A., et al. (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. <https://doi.org/10.22054/nms.2019.40736.708> (in Persian)
- Livingstone, S. (2019). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18.
- Masoudi, A., & Aghili, S. V. (2021). Citizen journalism and the necessity of change in Iran's press law. *Journal of News Sciences*, 10(2). (In Persian)
- Masoudi, O., & Bibakabadi, G. (2017). Iranian print and electronic journalism in the next twenty years. *Global Media Journal*, 12(1), 104–119. (In Persian)
- McNair, B. (2019). An introduction to political communication. Routledge.
- Mohammadi, F., Aghili, S. V., & Rezaian, M. J. (2022). Ethical challenges emerging in virtual reality journalism. *New Media Studies*, 8(30), 67–105. <https://doi.org/10.22054/nms.2022.61410.1223> (in Persian)
- Oliveira, M., & Fernandes, T. (2022). Luxury brands and social media: Drivers and outcomes of consumer engagement on Instagram. *Journal of Strategic Marketing*, (4).
- Pavlik, J. V. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229–237.
- Pettegree, A. (2022). The invention of news: How the world came to know about itself. Yale University Press.
- Pishnamazi, P., & Vladimirovich Barabash, V. (2013). A look at the status of electronic media and online journalism in Iran and its future prospects. *Media Studies*, 8(20), 53–66. <https://sid.ir/paper/212017> (in Persian)
- Privacy International. (2018). Journalism and privacy. <https://privacyinternational.org/learning-resources/journalism-and-privacy>
- Saeidi, M. A. (2018). Mobile journalism in Iran: Challenges and opportunities. National Conference on Language, Literature and Media Research. (In Persian)
- Silverman, C. (2020). The data journalism handbook. O'Reilly Media.

- Singer, J. B., Hermida, A., Domingo, D., Heinonen, A., Paulussen, S., Quandt, T., & Vujnovic, M. (2011). Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspapers. *Journalism Practice*, 5(3), 326–342. <https://doi.org/10.1080/17512786.2010.551018>
- Smith, J. (2019). *The history of journalism*. Academic Press.
- Smith, J. (2021a). Challenges of mobile journalism.
- Smith, J. (2021b). Mobile journalism: Advantages and disadvantages. *Journal of Media Studies*, 5(2), 45–58.
- Smith, J. (2021c). The impact of mobile journalism on news websites. *Journalism Studies*, 18(3), 345–360. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1825491>
- Stephens, M. (1988). *A history of news: From the drum to the satellite*. Viking.
- United Nations. (1948). *Universal Declaration of Human Rights*.
- Zainali, H., & Mozaffari, A. (2021). Investigating the role of mobile social networks on the article journalism industry. *Media Studies*, (55), 67–86. <http://noo.rs/HVHGR> (in Persian)