

Transmedia Journalism Strategies in Iran

Khosro Sina  *

Assistant Professor, Department of Cinema, Kurdistan University, Sanandaj, Iran

Neda Saidi 

Ph.D. Student in Communication Sciences, North Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

This research aims to investigate strategies for implementing transmedia storytelling in Iranian journalism. In the digital era, traditional journalism faces numerous challenges, prompting the need for innovative approaches such as transmedia journalism, which enhances media communication effectiveness and audience engagement. Employing a mixed-methods approach, this study utilizes a qualitative Delphi method to gather and analyze data. To identify practical strategies, a SWOT analysis was conducted to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats facing transmedia journalism in Iran. The findings reveal that transmedia storytelling not only enriches media content and facilitates a deeper understanding of events but also fosters increased audience participation and loyalty, promoting greater interaction and flexibility in information consumption. The SWOT matrix results indicate that transmedia journalism in Iran is positioned favorably for the implementation of developmental strategies. Furthermore, the study highlights that adopting transmedia storytelling could significantly elevate the status of journalism in Iran by providing practical solutions and establishing a theoretical framework. This research emphasizes the importance of employing transmedia techniques and underscores the necessity for suitable infrastructure to support these initiatives. Ultimately, the study advocates for a transformative approach to journalism that aligns with contemporary audience expectations and

* Corresponding Author: khosro.sina@uok.ac.ir

How to Cite: Sina, Kh., Saidi, N. (2025). Transmedia Journalism Strategies in Iran, *Journal of New Media Studies*, 11(41), 41-76. DOI: 10.22054/nms.2025.75899.1634

Accepted: 04/04/2024

Revised: 31/01/2024

Received: 31/10/2023

ISSN: 2538-2209

eISSN: 2476-6550

technological advancements, paving the way for a more interactive and participatory media landscape in Iran.

Extended Abstract:

Introduction

In the rapidly evolving landscape of digital communication, traditional journalism faces substantial challenges, especially in countries like Iran. The shift in audience behavior, economic pressures, and the proliferation of digital platforms necessitate innovative journalistic approaches. Transmedia journalism, which integrates multiple platforms and offers participatory narratives, presents a viable alternative that aligns with contemporary communication needs. In Iran, this method is particularly relevant due to its ability to foster deeper audience engagement and enrich storytelling. Despite infrastructural and regulatory limitations, the potential of transmedia storytelling to reshape journalism and enhance the credibility and impact of news media is notable. This study explores the strategic implementation of transmedia storytelling in Iranian journalism, aiming to bridge the gap between global innovation and local practice. The research is grounded in the theoretical frameworks of media convergence, participatory culture, and collective intelligence, drawing from the seminal works of Jenkins and Lévy. It further emphasizes how these frameworks can transform passive audiences into active contributors in the storytelling process, thereby expanding the influence and sustainability of journalistic practices in Iran.

Materials and Methods

The research adopts a developmental and exploratory mixed-methods design with a focus on qualitative data. Utilizing the Delphi method, expert opinions were gathered from a purposive sample of 13 media and journalism specialists. These experts participated in two iterative rounds of anonymous feedback and consensus-building. To analyze the data, a SWOT framework (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) was employed. This approach enabled the identification of internal and external factors affecting the development of transmedia journalism in Iran. The study also used IFE (Internal Factor Evaluation) and EFE (External Factor Evaluation) matrices to quantify expert evaluations and guide strategic planning. The methodological

rigor ensured the inclusion of diverse professional perspectives and minimized bias through anonymity and iterative validation.

Findings/Results

The findings suggest that transmedia journalism holds considerable promise for the Iranian media environment. Internally, its strengths lie in enhanced storytelling through multi-platform integration, the ability to foster audience loyalty, viral content dissemination, and more immersive content experiences. The Delphi panel highlighted the method's capacity to adapt to various audience preferences and facilitate emotional engagement through participatory storytelling. However, challenges persist, particularly in terms of infrastructural limitations (e.g., internet bandwidth, access to modern technology), legal restrictions, and a high dependency on advanced tools, which are not uniformly available across the country.

From an external perspective, the opportunities include increased internet penetration, the rise of domestic digital platforms, and the potential to amplify marginalized voices. Nonetheless, regulatory constraints such as platform censorship and the risk of misinformation were identified as significant threats. The SWOT analysis positioned Iran's media environment in the aggressive quadrant, suggesting high internal readiness for development if external barriers are managed. Three strategic scenarios—optimistic, pessimistic, and realistic—were developed, recommending infrastructure improvement, policy support, and audience education as key factors for success.

Discussion and Implications

The study interprets the SWOT findings within the theoretical frameworks of media convergence and participatory culture. The potential for creating "storyworlds"—where each platform contributes a unique narrative element—can transform the role of the audience from passive consumers to engaged co-producers. This participatory structure fosters emotional connection, enhances retention, and supports democratic discourse by enabling a multiplicity of voices. The use of technologies such as AR, AI, and VR further elevates the user experience and provides avenues for immersive and accessible journalism.

The convergence of media, as theorized by Jenkins, suggests that a transmedia approach can reduce redundancies, diversify storytelling,

and increase monetization potential. Economically, transmedia journalism opens avenues for brand integration, audience-driven content development, and collaborative storytelling between institutions and individuals.

Despite Iran's restrictive media environment, domestic social media platforms and alternative distribution channels can be optimized for local engagement. The study proposes tactical recommendations, including building internal platforms, enhancing journalistic digital literacy, incentivizing collaborative production models, and establishing legal frameworks that support innovation without compromising journalistic integrity. In the long term, these measures can reposition journalism as a dynamic, engaging, and socially relevant practice within Iran's digital transformation.

Conclusion

Transmedia journalism represents a transformative opportunity for Iranian media, balancing narrative depth with technological innovation and audience interaction. Despite infrastructural and legal hurdles, the internal readiness of Iranian journalism institutions suggests fertile ground for development. The study underscores the need for strategic support, education, and infrastructure to fully harness the potential of transmedia practices. It advocates for a shift from linear reporting to participatory, multi-platform storytelling as a viable pathway for the future of journalism in Iran.

Keywords: Collective Intelligence, Digital Journalism, Iranian Media, Media Convergence, Participatory Culture, SWOT Analysis, Transmedia Storytelling.



راهبردهای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران

استادیار، گروه سینما، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه کردستان، سنندج، ایران.

خسرو سینا * ID

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی،

ندا سعیدی ID

تهران، ایران

چکیده

در عصر دیجیتال، روزنامه‌نگاری سنتی با چالش‌های متعددی مانند کاهش تعامل مخاطب و گسترش رسانه‌های نوین مواجه شده بود. در این شرایط، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای به عنوان رویکردی نوین برای ارتقای اثربخشی ارتباطات رسانه‌ای و پاسخ به نیازهای نوپدید مخاطبان مطرح شده بود. این پژوهش باهدف شناسایی و تحلیل استراتژی‌های به کارگیری تکنیک‌های داستان‌سرایی فرارسانه‌ای در روزنامه‌نگاری ایران انجام شد. مطالعه حاضر با طراحی پژوهش توسعه‌محور و رویکرد ترکیبی، از روش دلفی کیفی برای گردآوری داده‌ها بهره برد. جامعه آماری شامل ۱۳ نفر از متخصصان حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری بود که با نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای تحلیل داده‌ها، از تکنیک تحلیل SWOT جهت ارزیابی عوامل درونی و بیرونی تأثیرگذار بر پیاده‌سازی این رویکرد استفاده شد. یافته‌ها نشان داد که به کارگیری تکنیک‌های فرارسانه‌ای باعث ارتقای کیفیت محتوای خبری، افزایش مشارکت و وفاداری مخاطبان و ایجاد انعطاف‌پذیری در فرایند مصرف اطلاعات شده بود. همچنین نتایج تحلیل‌ها حاکی از آن بود که روزنامه‌نگاری ایران از ظرفیت‌های درونی بالایی برای توسعه این رویکرد برخوردار بوده و در موقعیتی تهاجمی برای اجرای راهبردهای تحول‌آفرین قرار داشت. در جمع‌بندی، پژوهش تأکید کرد که استفاده هدفمند از روایت فرارسانه‌ای می‌تواند جایگاه حرفه‌ای رسانه‌ها را در ایران ارتقا دهد و بر ضرورت توسعه زیرساخت‌های فناورانه و سیاست‌گذاری حمایتی برای تحقق این تحول تأکید کرد.

کلیدواژه‌ها: هوش جمعی، روزنامه‌نگاری دیجیتال، رسانه‌های ایرانی، همگرایی رسانه‌ای، فرهنگ مشارکتی، تحلیل SWOT، داستان‌سرایی فرارسانه‌ای.

مقدمه

در دهه‌های اخیر، تحولات سریع در فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی شیوه‌های ارتباطی و تولید محتوا را دگرگون کرده است. روزنامه‌نگاری نیز به‌ویژه در ایران، با تغییرات گسترده‌ای در رفتار مخاطبان، فشارهای اقتصادی و ظهور پلتفرم‌های دیجیتال مواجه شده که این امر ضرورت استفاده از روش‌های نوآورانه مانند روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای (ترانس مدیا) را افزایش داده است. روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای رویکردی جدید و تعاملی است که با بهره‌گیری از پلتفرم‌های مختلف رسانه‌ای به مخاطبان این امکان را می‌دهد که به‌طور فعال در روند روایت‌ها شرکت کنند و از زاویه‌های مختلف به وقایع نگریسته و آن‌ها را درک کنند.

در ایران، تغییرات عمده‌ای در رفتارهای مصرف رسانه‌ای رخ داده است، اما همچنان با چالش‌هایی نظیر محدودیت‌های قانونی و دسترسی به پلتفرم‌های بین‌المللی مواجه هستیم که این محدودیت‌ها باعث کاهش استفاده از فرصت‌های جهانی در رسانه‌ها می‌شود. از طرف دیگر، رشد فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی داخلی، فرصت‌های جدیدی را برای رسانه‌ها ایجاد کرده است تا در تعامل نزدیک‌تر با مخاطبان خود باشند. در این راستا، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای با ترکیب داستان‌سرایی چندلایه و استفاده از رسانه‌های متنوع، می‌تواند به ارتقای اثربخشی ارتباطات رسانه‌ای کمک کند و مخاطبان متنوع و هوشمند امروزی را با خود همراه کند.

پژوهش حاضر با استفاده از روش دلفی و تحلیل SWOT، به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در زمینه روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران پرداخته است. هدف این مطالعه، شناسایی و ارائه راهبردهای کاربردی و مناسب برای توسعه روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران است. همچنین این پژوهش تلاش دارد تا با بررسی مزایا و معایب این رویکرد، نشان دهد چگونه می‌توان در بسترهای محلی، فرایندهای نوآورانه‌ای در تولید و انتشار محتوا ایجاد کرد که به نیازهای بومی و ویژگی‌های خاص رسانه‌های ایران پاسخ دهد.

این مقاله به معرفی چهارچوب نظری روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای و بررسی شرایط و الزامات آن در ایران می‌پردازد. در ادامه، به تحلیل نتایج به‌دست آمده از روش دلفی و تدوین راهبردهای عملیاتی پرداخته خواهد شد تا گام‌هایی مؤثر در جهت توسعه روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در کشور برداشته شود.

چارچوب نظری

روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای به معنای استفاده از چندین رسانه برای ارائه یک داستان با بهره‌گیری از ویژگی‌های منحصربه‌فرد هر رسانه است؛ به گونه‌ای که هر یک از رسانه‌ها بخش متفاوتی از روایت را غنی‌سازی و تقویت کند. برخلاف رویکردهای رایج مانند «چندرسانه‌ای» یا «رسانه‌های متقابل»، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای تنها به توزیع گسترده محتوا نمی‌پردازد؛ بلکه به خلق روایتی چندبعدی و عمقی از طریق تعامل با مخاطبان و ایجاد تجربه‌های مشارکتی توجه دارد (Jenkins, 2009).

• فرهنگ مشارکتی و هوش جمعی

هنری جنکینز (۲۰۰۹) با معرفی نظریه «فرهنگ مشارکتی»، بر نقش مخاطبان به‌عنوان تولیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان فعال محتوا تأکید می‌کند. در این نظریه، مخاطبان از جایگاه صرفاً مصرف‌کننده به جایگاه مشارکت‌کننده فعال تغییر می‌یابند و بدین ترتیب به خلق روایتی غنی‌تر و فراگیرتر کمک می‌کنند. مفهوم هوش جمعی، معرفی شده توسط پیر لوی (۲۰۱۰)، تکمیل‌کننده این دیدگاه است و نشان می‌دهد که دانش و تجربیات فردی مخاطبان می‌تواند به ارتقاء کیفیت محتوای خبری بینجامد. ترکیب این دو رویکرد در روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای، به‌ویژه در محیط‌های آنلاین، امکان مشارکت فعال و ارائه دیدگاه‌های جدید و متنوع از سوی کاربران را فراهم می‌کند و به غنای روایت کمک شایانی می‌کند.

• همگرایی رسانه‌ای

همگرایی رسانه‌ای به ترکیب و ادغام پلتفرم‌ها و رسانه‌های مختلف اشاره دارد، به گونه‌ای که محتوای خبری از زوایای گوناگون و به اشکال متنوعی در دسترس مخاطب قرار گیرد. جنکینز (۲۰۰۹) همگرایی رسانه‌ای را به عنوان ابزاری مؤثر در روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای معرفی می‌کند که به خبرنگاران این امکان را می‌دهد تا اطلاعات را به شکل جامع‌تر و با شیوه‌های مختلف به مخاطبان ارائه کنند. این همگرایی باعث می‌شود مخاطبان بتوانند به اشکال متنوعی از یک رویداد آگاهی پیدا کنند و با آن ارتباطی عمیق‌تر برقرار نمایند.

تفاوت‌های چندرسانه‌ای، رسانه‌های متقابل و فرارسانه‌ای

- چندرسانه‌ای: این رویکرد به معنای استفاده از چند فرم رسانه‌ای (مثل متن، صدا و ویدئو) برای روایت یک داستان در یک کانال واحد است؛ به عنوان مثال، استفاده از متن و اینفوگرافیک در یک وبسایت خبری (Jenkins, 2009).
- رسانه‌های متقابل: در این رویکرد، داستان یکسانی در چندین کانال رسانه‌ای منتشر می‌شود؛ به عنوان نمونه، یک خبر مشابه از طریق تلویزیون، روزنامه و سایت خبری پخش می‌شود. در این حالت، محتوا تقریباً بدون تغییر باقی می‌ماند (Jenkins, 2009).
- فرارسانه‌ای: این رویکرد به دنبال خلق داستان‌های مختلف اما مرتبط در پلتفرم‌های متعدد است. هر پلتفرم زاویه و عمق خاصی از داستان را ارائه می‌دهد و تعامل مخاطبان را گسترش می‌دهد. این روش نه تنها به جذب مخاطب بیشتر کمک می‌کند، بلکه تجربه‌ای عمقی‌تر و متنوع‌تر را برای آن‌ها ایجاد می‌نماید (Gambarato & Lapina-Kratasy, 2016).

• روزنامه‌نگاری همگرا

روزنامه‌نگاری همگرا به معنای ادغام و ترکیب چندین رسانه و پلتفرم برای روایت یک داستان به شکل چندبعدی است. این رویکرد، با استفاده از ابزارهای دیجیتال و رسانه‌های جدید، به خبرنگاران امکان می‌دهد تا با ارائه محتوا به صورت متن، صدا و تصویر در یک

پلتفرم واحد، تجربه‌ای جامع و تعاملی برای مخاطبان خود فراهم کنند. تحول در سلیقه مخاطبان و پیشرفت‌های فناورانه نقش مهمی در توسعه این رویکرد داشته است. از سوی دیگر، همگرایی روزنامه‌نگاری و روابط عمومی باهدف ارتقاء کیفیت اطلاعات، راه را برای همکاری‌های جدید در تولید محتوا هموار کرده است (Tuchman, 2013).

• فرارسانه و ایجاد جهان داستانی مشترک

روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای امکان ایجاد جهان‌های داستانی چندلایه و گسترده را فراهم می‌کند که هر بخش آن از طریق پلتفرمی متفاوت روایت می‌شود. در این روش، خبرنگاران می‌توانند از ظرفیت‌های هر پلتفرم برای بیان بخشی از داستان با عمق و زاویه‌ای خاص استفاده کنند و تجربه‌ای جامع و تعاملی برای مخاطبان ایجاد نمایند. در سال‌های اخیر، برخی رسانه‌های بزرگ بین‌المللی از این رویکرد برای پوشش رویدادهای مهم استفاده کرده‌اند، از جمله:

- پرونده اسنودن (گاردین، ۲۰۱۳): روزنامه گاردین با همکاری رسانه‌های دیگر، اسناد افشاشده توسط ادوارد اسنودن را به روش فرارسانه‌ای پوشش داد.
- بهمن در تونل کریک (نیویورک تایمز، ۲۰۱۲): نیویورک تایمز از گزارش فرارسانه‌ای برای روایت داستان ریزش بهمن در واشنگتن استفاده کرد.
- لابی الجزیره (۲۰۱۷): الجزیره با تولید مجموعه مستند فرارسانه‌ای به افشای فعالیت‌های یک گروه لابی‌گری پرداخت. این نمونه‌ها نشان‌دهنده اهمیت روزافزون رویکرد فرارسانه‌ای در عصر دیجیتال و تلاش برای جلب تعامل و توجه حداکثری مخاطبان هستند.

پیشینه پژوهش

مطالعه در خصوص روزنامه‌نگاری ترانس مدیا^۱ در ایران تا به امروز مورد توجه محققان حوزه رسانه قرار نگرفته است و بیشتر پژوهش‌های ایرانی، مرتبط با رسانه و روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال در چند حوزه روزنامه‌نگاری آنلاین و سایبر و نیز روزنامه‌نگاری

1. Transmedia

شهروندی^۱ خلاصه می‌شوند.

امید علی مسعودی و غزال بی بک آبادی (۲۰۱۷) هدف مطالعه خود را شناخت جایگاه روزنامه‌نگاری چاپی و الکترونی ایران در آینده می‌دانند و بیان می‌کنند که تحولات فناوری ارتباطی و اطلاعاتی باعث تضعیف روزنامه چاپی و تقویت روزنامه الکترونی شده است.

حسن بشیر و احمد کوهی (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که همگرایی رسانه‌ای^۲، تحول اصلی صنعت رسانه را به وجود آورده و نتیجه می‌گیرند که تلویزیون برای ادامه حیات و رشد خود در فضای همگرایی باید بتواند با رسانه‌های جدید مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی به تعامل برخیزد و بدین واسطه کنترل مخاطب بر جریان رسانه‌ای را افزایش دهد.

در میان مطالعات حوزه روزنامه‌نگاری آنلاین به زبان غیرفارسی کتاب‌ها و پژوهش‌های مفیدی وجود دارد که جملگی این مطالعات بر اهمیت و ضرورت بهره‌گیری از تکنیک‌های داستان‌سرایی ترانس مدیا در روزنامه‌نگاری پیشرو و نوین تأکید دارند.

مولونی (۲۰۱۱) به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه روش‌های داستان‌سرایی فرارسانه‌ای در حال ظهور در صنعت سرگرمی ممکن است در زمینه روزنامه‌نگاری مورد استفاده قرار گیرد.

گامباراتو و لاپینا (۲۰۱۶) تلاش کرده‌اند تا کشف کنند که ابتکارات داستان‌سرایی فرارسانه‌ای روسی چه ویژگی خاصی دارند. این مقاله، ویژگی‌های مشارکت مدنی و فرهنگ مشارکتی^۳ در روسیه معاصر را برجسته می‌کند و بر داستان‌سرایی ترانس مدیا به عنوان دلالت بر ابتکارات مردمی تأکید می‌کند.

روزانا پلنر، الکساندر گودولا و همکاران (۲۰۲۲) یک طرح کلی از آنچه روزنامه‌نگاری چندرسانه‌ای^۴ را شامل می‌شود ارائه می‌دهد تا یک دید کلی از نحوه ادغام

۱. Citizen Journalism بر پایه شهروندان عمومی است که نقش فعالی در فرآیند جمع‌آوری، گزارش، تجزیه و تحلیل و انتشار اخبار و اطلاعات ایفا می‌کنند.

2. Media Convergence
3. Participatory Culture
4. Multimedia Journalis

و تولید داستان‌های چندرسانه‌ای توسط روزنامه‌نگاران و شرکت‌های رسانه‌ای را نشان دهند.

دال یونگ جین (۲۰۱۵) منطق و پیامدهای ظهور فرارسانه‌ای را از دیدگاه رشته‌های متعدد مورد بحث قرار می‌دهد؛ و مروری دارد بر سیر تحول شیوه‌های ترانس رسانه‌ای، همراه با فراگفتمان‌های انعکاسی، سیاست‌ها و سایر شیوه‌های کدگذاری.

گامبارتو (۲۰۱۸) عنوان می‌کند که از زمان ظهور دیجیتالی شدن جهان، نوعی سردرگمی مفهومی پیرامون کهکشان معنایی جهان رسانه و روزنامه‌نگاری را دربر گرفته و به همین سبب روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی رسانه‌ای^۱، به سرعت در حال گسترش محتوا و مشارکت دادن به مخاطبان است.

سرانو تلریا، ای (۲۰۱۶) به مفهوم و منطق ترانس مدیا به عنوان راهی برای تجدید ایده‌ها، ترکیب روش‌های تجربی نگاه می‌کند؛ و معتقد است روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای که بر نوآوری‌های احتمالی آینده متمرکز است، می‌تواند به مفهوم و منطق انتقال رسانه به عنوان راهی برای تجدید ایده‌ها کمک کند.

مطالعات متعددی به بررسی جنبه‌های گوناگون روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای پرداخته‌اند. نوهمی لوگو رودریگز (۲۰۱۸) به نقش طراحی فضاهای تعاملی در روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای اشاره دارد و بر اهمیت تجارب چندوجهی مخاطب تأکید می‌کند. منکه، کینبروک و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود بر تأثیر فرهنگ‌های مختلف بر ادغام محتوا در روزنامه‌نگاری دیجیتال تمرکز دارند و نتیجه می‌گیرند که همگرایی رسانه‌ای نیازمند سازگاری محتوایی با مخاطبان بومی است. جین آلزامورا و لورنا تارسیا (۲۰۱۲) بیان می‌کنند که فرارسانه‌ای، مخاطبان را به عنوان بازیگران فعال محتوا درگیر می‌کند و باعث توسعه رویکردهای نوآورانه می‌شود.

متس والبرگ و آری نیکویست (۲۰۲۲) اهمیت مدل‌های تجاری روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای را در ایجاد تعاملات عمیق و مستمر با مخاطبان مورد بررسی قرار داده‌اند. ساکولسری ساریساراکام (۲۰۱۸) معتقد است که نقش شبکه‌های اجتماعی در

روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای، به عنوان بستری برای انتقال سریع و گسترده اخبار، ضروری است. پاولیک (۲۰۲۰) بر اثرات واقعیت مجازی در تجربه روزنامه‌نگاری تأکید دارد و بیان می‌کند که این فناوری امکان غوطه‌وری مخاطب در روایت‌های خبری را فراهم می‌کند. نیومن (۲۰۰۹) نقش رسانه‌های اجتماعی را در تغییر روابط قدرت میان رسانه و مخاطب بررسی کرده و پاولیک (۲۰۱۳) بر اهمیت نوآوری‌های فناورانه برای بقای روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال تأکید دارد. رنو (۲۰۱۴) نیز به امکان استفاده از روایت‌های فرارسانه‌ای در پوشش اخبار اقلیت‌ها و گروه‌های کم‌صدا اشاره کرده است.

روش

این مطالعه از نظر هدف کاربردی و از نوع توسعه‌محور است. این شکل از مطالعات بیشتر با رویکردی به آینده و برای کمک به پیشرفت علوم و فناوری صورت می‌گیرد تا با کاوشی عمیق و جامع، جنبه‌های گوناگون یک پدیده شناسایی شود و امکان بررسی دقیق‌تر موضوع فراهم شود، کاری که با روش‌های دیگر عملاً غیرممکن است. (Gill, 2008). این مطالعه از نظر راهبرد و روش، اکتشافی متوالی است. در مطالعات اکتشافی در توالی گردآوری داده‌ها ابتدا داده‌های کیفی گردآوری می‌شوند. سپس بر مبنای یافته‌های کیفی، اقدام به گردآوری داده‌های کمی می‌شود تا تعمیم‌پذیری یافته‌ها را میسر سازد؛ و در تحلیل نتایج^۱ به کار گرفته شود.

• جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری در این مطالعه غیراحتمالی و هدفمند است. نمونه‌گیری هدفمند به معنای انتخاب غیرتصادفی و هدف‌دار واحدهای پژوهش (پنل خبره) است و بر این فرض استوار است که می‌توان از دانش صاحب‌نظران (در پنل خبره) برای پاسخگویی به سؤال‌هایی که در مطالعه مطرح است استفاده کرد (Lévy, 2010).

نمونه‌گیری خبره^۲ شامل شناسایی خبرگان کلیدی است که می‌توانند از طریق دانش،

1. Insights

2. Expert Sampling

تجربه و تخصص خود به یک تحقیق یاری دهند. گروهی از صاحب‌نظران بر این باورند که حداقل ۱۳ نفر برای پنل نخبه باید انتخاب شوند تا بتوان به یک نمونه قابل‌اعتماد (پایایی ۰/۹) دست‌یافت (Dalkey, 2002) و گروه دیگری از محققان تعداد ۱۰ تا ۱۵ شرکت‌کننده را ایده‌آل می‌دانند. (Delbecq, 1975).

• روش و ابزار گردآوری اطلاعات:

جمع‌آوری داده‌های کیفی به صورت اکتشافی است و از تکنیک دلفی کلاسیک به عنوان فرایند ارتباط با پنل خبره استفاده می‌شود. روش دلفی^۱ فرایندی است که برای کمک به تصمیم‌گیری و نیز پیش‌بینی به شیوه مرحله‌بندی پیمایش، برای جمع‌آوری اطلاعات و رسیدن به اجماع گروهی استفاده می‌شود. (Goodman, 1987)

• روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های کمی و کیفی در این مطالعه با استفاده از ماتریس S.W.O.T برای فرموله کردن راهبردها و نیز نگارش سناریوهای موجود انجام شده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات حاصل از مرحله دلفی، چهار عامل (نقاط قوت^۲، نقاط ضعف^۳، فرصت‌ها^۴ و تهدیدات^۵) در قالب جدولی لیست گردید، سپس بر اساس ترکیب هر یک از عناصر فوق، استراتژی مناسب انتخاب شد.

یافته‌ها

برای دستیابی به نظرات تخصصی و اجماع میان کارشناسان، روش دلفی در دو مرحله به کار گرفته شد. در مرحله اول، تعداد ۱۳ نفر از کارشناسان متخصص روزنامه‌نگاری و رسانه‌های دیجیتال دعوت شدند تا به پرسش‌های اولیه درباره وضعیت و آینده

1. Delphi Method
2. Strengths
3. Weaknesses
4. Opportunities
5. Threats

روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران پاسخ دهند. انتخاب این تعداد از مشارکت‌کنندگان باهدف به‌دست آوردن دیدگاه‌های متنوع و به‌حداقل رساندن سوگیری در داده‌ها انجام شد. در مرحله دوم، پس از تحلیل داده‌ها و استخراج گزاره‌های کلیدی، این گروه نظرات خود را به‌صورت ناشناس و مستقل بیان کردند و از طریق روش پنل دلفی، بر روی گزاره‌های اصلی به توافق رسیدند. در هر دو مرحله، ناشناختگی و عدم تأثیرپذیری مستقیم میان شرکت‌کنندگان رعایت شد. این رویکرد به‌ویژه به‌منظور کاهش تعصب‌های فردی و تضمین نتایج بی‌طرفانه انجام شد.

• تحلیل یافته‌ها با ماتریس SWOT

نتایج پژوهش با استفاده از ماتریس SWOT و بر اساس اجماع نظرات کارشناسان در چهار دسته اصلی، به شرح زیر تنظیم شده است. هر بخش به همراه مثال‌ها و توضیحات بیشتر برای تبیین دقیق‌تر یافته‌ها ارائه می‌شود:

الف) نقاط قوت^۱

از دیدگاه کارشناسان، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای دارای قابلیت‌های بالقوه‌ای است و می‌تواند به بهبود جایگاه و اثربخشی حوزه روزنامه‌نگاری در ایران کمک کند:

- تعامل بالای مخاطبان: با رشد پلتفرم‌های دیجیتال، امکان تعامل بیشتر مخاطبان با محتوای خبری فراهم شده است. به‌طور مثال، افزایش نظرات و بحث‌های کاربران در زیر اخبار در شبکه‌های اجتماعی نمونه‌ای از این تعاملات است.
- گسترش چندرسانه‌ای: ورود رسانه‌های مختلف و استفاده از فناوری‌های جدید، به رسانه‌ها اجازه می‌دهد تا از قالب‌های ویدئویی، صوتی و تصویری بهره ببرند و محتوای خود را به شیوه‌ای جذاب‌تر ارائه کنند.

نمونه موردی: کارشناسان به رسانه‌هایی اشاره کردند که به‌طور مداوم از شیوه‌های چندرسانه‌ای و تعاملی^۲ استفاده کرده و توانسته‌اند اثرگذاری بیشتری در مخاطبان ایجاد

1. Strengths

2. Interactive Media

کنند.

ب) نقاط ضعف^۱

محدودیت‌ها و چالش‌هایی که روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران با آن‌ها روبه‌رو است، از دیدگاه کارشناسان شامل موارد زیر است:

- فقدان زیرساخت مناسب: محدودیت در دسترسی به تجهیزات مدرن و پهنای باند اینترنت، یکی از موانع اصلی در اجرای مؤثر روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای است. بسیاری از کارشناسان معتقدند که ضعف در زیرساخت‌های فنی باعث می‌شود که رسانه‌ها از تمامی ظرفیت‌های دیجیتال استفاده نکنند.

- چالش‌های اقتصادی: هزینه‌های بالا برای به‌روزرسانی فناوری و تأمین منابع مالی کافی نیز از جمله موانع پیش روی رسانه‌هاست که به شدت کارایی آن‌ها را محدود می‌کند. نمونه موردی: برخی رسانه‌ها به دلیل هزینه‌های بالا از ایجاد نسخه‌های چندرسانه‌ای و تولید محتوا به صورت فرارسانه‌ای صرف نظر کرده‌اند.

پ) فرصت‌ها^۲

فرصت‌هایی که می‌توانند به ارتقای جایگاه روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای کمک کنند عبارت‌اند از:

- افزایش دسترسی به اینترنت و ابزارهای دیجیتال: با رشد استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌های بسیاری برای انتشار محتوای خبری دیجیتال فراهم شده است.

- پتانسیل توسعه و نوآوری: امکان استفاده از فناوری‌های نوینی مانند واقعیت افزوده و هوش مصنوعی می‌تواند روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای را به سطحی بالاتر ارتقا دهد.

مثال موردی: به کارگیری واقعیت افزوده در تولید گزارش‌های خبری که به رسانه‌ها کمک می‌کند تا اخبار را به شیوه‌ای جذاب‌تر و غنی‌تر ارائه دهند و جذب مخاطب کنند.

1. Weaknesses
2. Opportunities

ت) تهدیدها^۱

تهدیداتی که می‌تواند به روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای آسیب بزند عبارت‌اند از: محدودیت‌های قانونی در دسترسی به پلتفرم‌ها: برخی محدودیت‌های قانونی و مشکلات دسترسی به پلتفرم‌های خارجی مانند فیلترینگ، مانع از فعالیت آزادانه و گسترده رسانه‌ها می‌شود.

ریسک‌های امنیتی و حریم خصوصی: نیاز به مراقبت از اطلاعات شخصی و حفظ امنیت داده‌ها به‌ویژه در بسترهای دیجیتال یکی از چالش‌های اساسی برای رسانه‌ها است. نمونه موردی: برخی پلتفرم‌ها که امکان انتشار آزادانه اخبار را فراهم می‌کنند، ممکن است به دلیل نگرانی‌های امنیتی یا فیلترینگ، در دسترس نباشند و رسانه‌ها را از دستیابی به بخش مهمی از مخاطبان محروم کنند.

• جدول‌های تکمیلی و ارزیابی عوامل درونی و بیرونی

جدول‌های شماره ۱ و ۲ به ارائه طبقه‌بندی یافته‌ها و ارزیابی عوامل داخلی و خارجی حاصل از بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها بر اساس اجماع نظرات کارشناسان می‌پردازند.

ارزیابی عوامل درونی^۲ (IFE)

در این مطالعه جهت محاسبه وزن و رتبه در ماتریس IFE از تکنیک طوفان فکری استفاده شد. به همین منظور تیمی از صاحب‌نظران شامل هفت نفر در یک جلسه آنلاین به تبادل نظر پرداختند. ابتدا به دلیل عدم اشراف کامل تعدادی از اعضا با روش IFE خود تکنیک برای کلیه اعضا به صورت کامل توضیح داده شد.

برای تعیین وزن از افراد درخواست شد بین نقاط قوت و ضعف حاصل از یافته‌های موجود مهم‌ترین عامل در توسعه ترانس مدیا برای استفاده در روزنامه‌نگاری کشور را انتخاب کنند. در مرحله بعد هر کدام از انتخاب خود دفاع کردند و دلایل آن را برشمردند

1. Threats

2. Internal Factor Evaluation

تا آنکه عاقبت در یک توافق نسبی بین کلیه اعضا برای هر کدام از مقوله‌ها ضریب اهمیت‌ها مشخص گردید. باتوجه به اینکه وزن‌های به‌دست‌آمده نرمال نبود (دقیقاً معادل عدد یک نبود) وزن‌ها نرم گردید (گرد کردن اعداد) که یافته‌های نهایی در جدول (۱) آمده است.

جدول ۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE

امتیاز	رتبه	وزن	عوامل کلیدی داخلی	
۱,۰۰	۴	۰,۲۵	S1: استفاده از جذابیت‌های روایت چند پلتفرمی به‌جای محتوای خشک و غیرتعاملی	نقاط قوت
۰,۸۴	۴	۰,۲۱	S2: تسهیل درک عمیق‌تر مطالب از طریق احاطه جامع مخاطب بر جهان روایی	
۰,۵۱	۳	۰,۱۷	S3: قابلیت گسترش ویروسی محتوا در کانال‌های رسانه‌ای متنوع	
۰,۳۳	۳	۰,۱۱	S4: افزایش رضایت مخاطب از طریق پوشش سلیقه‌ها و نیازهای مختلف	
۰,۱۴	۱	۰,۱۴	W1: پیچیدگی هماهنگی و همکاری بین‌بخشی در مجموعه‌های رسانه‌ای	نقاط ضعف
۰,۲۴	۳	۰,۰۸	W2: عدم کارایی در انتشار سریع اخبار و اطلاعات فوری	
۰,۱۲	۳	۰,۰۴	W3: وابستگی بالا به فناوری‌های پیشرفته و محدودیت دسترسی عمومی	
۳,۱۸	-	۱,۰۰	مجموع کل	

همچنان که در جدول مشاهده می‌گردد امتیاز کل $\mu = 3/18$ به دست آمد و چون این عدد از $2/5$ بیشتر است. پس نشان‌دهنده این واقعیت است که ظرفیت درونی تکنیک‌های ترانس

مدیا جهت استفاده در روزنامه‌نگاری ایران بسیار بالا است و شرایط درونی و پتانسیل‌های لازم برای توسعه آن وجود دارد.

• ارزیابی عوامل بیرونی ۱ (EFE)

این ماتریس نیز مشابه ماتریس عوامل داخلی است با این تفاوت که محیط و عوامل محیطی مؤثر بر مقوله محوری‌ای که در این تحقیق (ترانس مدیا) است مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این ماتریس تلاش می‌شود تا مشخص گردد که مهم‌ترین عوامل محیطی که در چهارچوب فرصت و تهدید نمایان شده‌اند تا چه اندازه برای توسعه تکنیک‌های ترانس مدیا در روزنامه‌نگاری کشور کاربردی و مفید هستند.

این ماتریس از سه بخش وزن، رتبه و امتیاز تشکیل شده است که تقریباً به همان شکل که در مرحله قبل توضیح داده شد. مراحل با تشکیل جلسه توفان فکری ارزیابی و محاسبه شد. در ستون مربوط به وزن میزان اهمیت هر کدام از عوامل و در ستون مربوط به رتبه نیز، میزان ظرفیت موجود در میدان کنونی روزنامه‌نگاری کشور به جهت استفاده از فرصت‌ها و دفع تهدیدها در صورت استفاده از تکنیک ترانس مدیا (جدول شماره ۲) آمده است

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی EFE

امتیاز	رتبه	وزن	عوامل کلیدی بیرونی	
۰,۴۸	۳	۰,۱۶	O1: ایجاد گروه‌های هواداری و افزایش وفاداری مخاطبان	فرصت‌ها
۰,۶۰	۴	۰,۱۵	O2: افزایش درآمدزایی از طریق ادغام رسانه‌ها و هم‌افزایی	
۰,۳۹	۳	۰,۱۳	O3: افزایش احتمال رسیدن مطالب به مصرف‌کننده هدف	
۰,۲۷	۳	۰,۰۹	O4: مشارکت مخاطبان در فرآیند تولید محتوا و کاهش نیاز به نیروی انسانی	

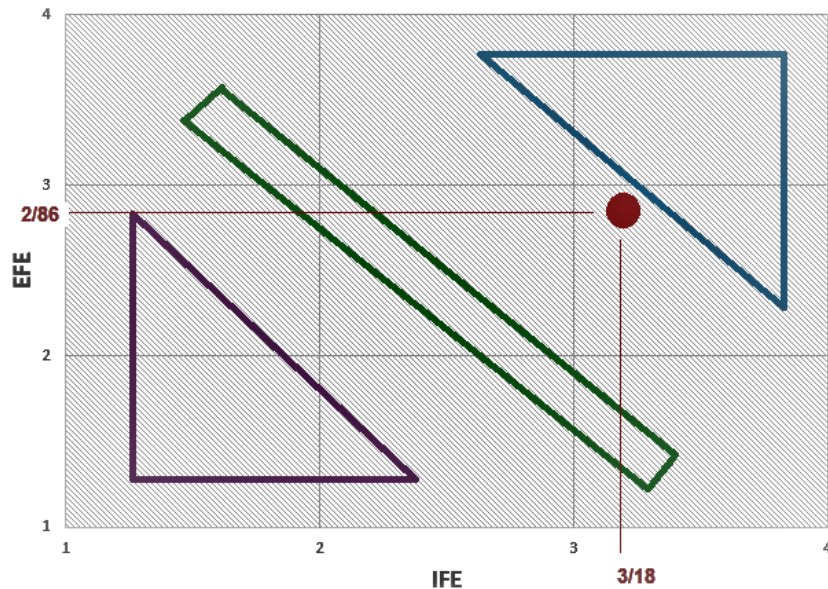
امتیاز	رتبه	وزن	عوامل کلیدی بیرونی	
۰,۳۶	۴	۰,۰۹	فراهم کردن فرصت برای شنیده شدن صداهای ضعیف یا مخالف O5: در جامعه	
۰,۳۶	۲	۰,۱۸	فیلترینگ گسترده پلتفرم‌های اصلی انتشار محتوا در کشور T1:	تهدیدها
۰,۲۴	۲	۰,۱۲	افزایش احتمال انتشار اخبار جعلی به دلیل مداخله مخاطبان در T2: بازنشر	
۰,۱۶	۲	۰,۰۸	ناپایداری، کیفیت پایین و هزینه بالای ارتباطات اینترنتی در کشور T3:	
۲,۸۶	-	۱,۰۰	مجموع کل	

نتایج حاصل در این مرحله نشان داد که چون $\mu = 2/86$ و از $2/5$ بیشتر است، پس می‌توان ادعا کرد روزنامه‌نگاری ایران به‌طور نسبی ظرفیت‌های لازم برای استفاده از فرصت‌ها و دفع تهدیدها را برای استفاده از تکنیک‌های ترانس مدیا دارد؛ البته ذکر این مطلب ضروری است که فاصله کم نتیجه حاصل یعنی $\mu = 2/86$ با عدد معیار $2/5$ نشان‌دهنده آن است که ظرفیت‌های درونی برای پیاده‌سازی تکنیک‌های ترانس مدیا از ظرفیت‌های بیرونی بالاتر است.

• ماتریس ارزیابی عوامل درونی - بیرونی IE:

ماتریس عوامل IE دارای دو محور است که محور افقی نشان‌دهنده وضعیت عوامل درونی و محور عمودی بیانگر وضعیت عوامل بیرونی است. این ماتریس با توجه به وضعیت عوامل محیطی و عوامل درونی شرایط برای مقوله محوری را به ۹ ناحیه کلی و ۳ ناحیه استراتژیک تقسیم می‌نماید.

شکل ۱. ماتریس نهایی SWOT



نتایج به دست آمده در (شکل ۱) نشان می‌دهد که وضعیت فعلی روزنامه‌نگاری ایران، برای استفاده از تکنیک‌های ترانس مدیا در ناحیه تهاجمی قرار گرفته است و این به معنای آن است که روزنامه‌نگاری ایران، در مسیر آماده‌سازی بسترهای لازم جهت بهره‌گیری از روش ترانس مدیا در آینده است و باید در مسیر انتخاب استراتژی‌های توسعه‌ای و تهاجمی قرار گیرد.

در ادامه به ارزیابی و تحلیل استراتژی‌های حاصل از اجماع اعضای پنل خبره در مورد شرایط درونی و بیرونی میدان روزنامه‌نگاری ایران برای نقاط ضعف و قوت استفاده از تکنیک داستان‌سرایی ترانس مدیا می‌پردازیم. با این توضیح که این شرایط مختص محدوده زمانی انجام این تحقیق است و امکان دارد با تغییر شرایط فعلی این رویکردها دچار تغییرات جزئی یا عمده‌ای شوند.

• شرایط درونی - نقاط قوت

جذابیت روایت چند پلتفرمی

رویکرد روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی به مخاطبان این امکان را می‌دهد که اخبار و گزارش‌ها را به صورت آنی و در اشکال مختلف (متنی، صوتی و تصویری) دریافت کنند. این امر به‌ویژه در شرایط بحرانی مانند جنگ یا بلایای طبیعی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. همچنین، این رویکرد به روزنامه‌نگاران اجازه می‌دهد تا زوایای مختلف و اطلاعات اضافی را در حین گزارش اخبار ارائه دهند. از نظر اقتصادی، گسترش روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی موجب ایجاد فرصت‌های جدید برای کسب و کارها شده است. درحالی‌که مخاطبان روزنامه‌های سنتی تنها گزینه‌ای منفعلانه دارند، در روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی می‌توانند اطلاعات موردنظر خود را از طریق کانال‌های مختلف انتخاب کنند و با جزئیات بیشتری درک نمایند. این روند به تولید محتواهای متنوع و تأمین زیرساخت‌های لازم برای این نوع روزنامه‌نگاری منجر شده است.

عنصر مهم دیگری که با ظهور همگرایی رسانه‌ای و به تبع آن روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی رواج یافت پیام‌رسانی هدفمند بود. ظهور همگرایی رسانه‌ای و روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی^۱، پیام‌رسانی هدفمند را تسهیل کرده است. با استفاده از داده‌های مربوط به علایق مخاطبان، روزنامه‌نگاران می‌توانند محتوای خود را بر اساس سلیقه جامعه هدف تنظیم کنند. همچنین، تعامل بیشتر بین روزنامه‌نگاران و مخاطبان از طریق نظرات آنلاین و چت‌های زنده امکان‌پذیر شده است.

تکنیک داستان‌سرایی ترانس مدیا قابلیت‌های جدیدی را ارائه می‌دهد. برخلاف کراس مدیا که یک مطلب را در پلتفرم‌های مختلف بازنشر می‌کند، در ترانس مدیا هر پلتفرم تنها بخشی از داستان را با توجه به توانایی‌های خود روایت می‌کند. این ویژگی باعث عمق‌بخشی به محتوا و افزایش کیفیت داستان‌ها می‌شود.

امکان درک عمیق‌تر مطالب

روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی با پیوند دادن هر مطلب به اطلاعات مرتبط، امکان

کنکاش عمیق‌تر را فراهم می‌آورد. نشر مستمر داستان‌ها در پلتفرم‌های مختلف توجه مخاطبان را برای مدت طولانی‌تری جلب کرده و دسترسی آسان به محتوا را تسهیل می‌کند. استفاده هم‌زمان از انواع رسانه‌ها (دیداری، شنیداری و متنی) نیز به فهم عمیق‌تر مطالب کمک می‌کند.

گسترش ویروسی مطالب

ویروسی شدن^۱ محتوا یکی از ویژگی‌های عصر دیجیتال است که بر اساس تعامل مخاطب با مطالب شکل می‌گیرد. مشارکت فعال مخاطب در تولید محتوا و غوطه‌وری در دنیای داستان باعث ایجاد حس همذات‌پنداری^۲ و افزایش مشارکت آن‌ها می‌شود. نمونه بارز این موضوع را می‌توان در گسترش اخبار مربوط به جرج فلویید^۳ مشاهده کرد. به‌طور کلی، روزنامه‌نگاری چند پلتفرمی با ارائه جذابیت‌های جدید، توانمندی‌های بالاتر و ایجاد تعاملات مؤثرتر، تحولی اساسی در نحوه تولید و مصرف اخبار ایجاد کرده است

• شرایط درونی - نقاط ضعف

ترانس مدیا و چالش‌های انتقال اخبار فوری

ترانس مدیا به‌عنوان یک رویکرد نوین در روزنامه‌نگاری، به دلیل ویژگی‌های خاص خود، ممکن است برای انتقال اخبار فوری مناسب نباشد. در دنیای امروز، توانایی گزارش سریع و به‌موقع رویدادها به‌شدت مورد توجه قرار گرفته و رسانه‌ها در رقابت برای ارائه اطلاعات به مخاطبان هستند. در این شرایط، مخاطبان به دنبال منابع معتبر و دست‌اول برای دریافت اخبار لحظه‌ای هستند.

1. Going Viral

2. Identification

3. George Perry Floyd Jr

مردی آفریقایی-آمریکایی بود که در حین دستگیری توسط پلیس در مینیاپولیس پس از آن که یک افسر پلیس سفیدپوست به نام درک شووین زانویش را به مدت ۹ دقیقه و ۲۹ ثانیه بر روی گردن وی فشار داد کشته شد. پس از مرگ وی اعتراضات گسترده‌ای در محکومیت این اتفاق و در اعتراض به برخوردهای خشن پلیس آمریکا به‌خصوص در برخورد با سیاه‌پوستان انجام گرفت. این اعتراض‌ها به سرعت در سراسر ایالات متحده و جهان گسترش یافت. (منبع ویکی‌پدیا)

اخبار سریع^۱ معمولاً به فلاش‌های خبری اطلاق می‌شود که برنامه‌های غیر خبری را قطع می‌کند، درحالی‌که اخبار فوری^۲ به وقایعی اشاره دارد که در یک برنامه خبری رخ می‌دهد؛ اما آن‌قدر مهم نیست که نیاز به قطع برنامه‌های دیگر داشته باشد. این نوع اخبار بیشتر در رسانه‌های رادیویی و تلویزیونی منتشر می‌شود و در روزنامه‌نگاری آنلاین نیز از پلتفرم‌هایی مانند توییتر برای اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود. چندین چالش اصلی در پوشش اخبار فوری وجود دارد:

- عدم اعتماد به اظهارات ناظران: در شرایط بحرانی، اظهارات شاهدان ممکن است تحت تأثیر ترس قرار گیرد و قابل اعتماد نباشد.
- احتمال انتشار اخبار نادرست: باز نشر اطلاعات از منابع غیرمعتبر می‌تواند منجر به گسترش اخبار جعلی شود.
- نیاز به منابع معتبر: دریافت اطلاعات دقیق درباره یک خبر فوری معمولاً نیازمند دسترسی به منابع معتبر است که در شرایط بحرانی ممکن است دشوار باشد.
- ریسک گمانه‌زنی: گزارشگران ممکن است تحت فشار قرار گیرند تا سریعاً اطلاعات را منتشر کنند که این امر می‌تواند منجر به گمانه‌زنی‌های نادرست شود.

بااین حال، برخی محققان معتقدند که روزنامه‌نگاری ترانس مدیا بیشتر بر تحقیق و تحلیل استوار است تا پوشش فوری؛ اما طراحی مطالب با استفاده از تکنیک‌های ترانس مدیا می‌تواند منجر به مشارکت بیشتر مخاطبان در پوشش اخبار فوری شود. برای مثال، استفاده از توییتر یا رسانه‌های دیگر به عنوان نقطه ورود می‌تواند زمینه‌ساز تعاملات بیشتر و تولید محتوا توسط مخاطبان باشد و این دقیقاً همان نقطه قوت این تکنیک یعنی انتشار و بررسی اخبار و نیز مشارکت فعال مخاطبان در تولید محتوا است. نمونه بارز این مسئله را در پوشش خبری بلایای طبیعی یا اتفاقات سیاسی روز شاهد هستیم که مخاطبان برای پوشش حداکثری این دست از وقایع در قالب «روزنامه‌نگاری شهروندی»^۳ نقشی مؤثر دارند. با این تحلیل محققان با این ایده خبرگان که «ترانس مدیا برای انتشار اخبار فوری

1 Flash News

2 Breaking News

3 Citizen Journalism

مناسب نیست» هم‌داستان نیستند و خلاف این نظر را دارند.

وابستگی ترانس مدیا به فناوری

ترانس مدیا همچنین وابستگی زیادی به فناوری‌های روز دارد. با ظهور تکنولوژی‌هایی مانند اینترنت اشیا، متاورس^۱ و هوش مصنوعی، نیاز به به‌روزرسانی روش‌ها و تعاملات با دنیای معاصر بیشتر از پیش احساس می‌شود. عمده دغدغه نخبگان از مطرح کردن مؤلفه «وابستگی بسیار زیاد ترانس مدیا به فناوری روز» به‌عنوان یک نقطه‌ضعف برای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای را می‌توان در دو نگرش عمده جستجو کرد.

- عدم دسترسی عمومی: بخشی از جامعه ایرانی، به‌ویژه در مناطق کم‌برخوردار، ممکن است با فناوری‌های جدید آشنا نباشند و این مسئله می‌تواند مانع استفاده از تکنیک‌های ترانس مدیا شود.

- تهدید روزنامه‌نگاری سنتی: برخی نخبگان ممکن است نگران فروریختن سبک‌های سنتی روزنامه‌نگاری باشند؛ اما باید توجه داشت که ترانس مدیا تلاش می‌کند تا از تمامی رسانه‌ها، چه سنتی و چه دیجیتال، بهره‌برداری کند و هیچ‌گاه پایانی بر روزنامه‌نگاری سنتی نیست.

درنهایت، با توجه به تحولات سریع فناوری و نیازهای روزافزون جامعه، ضروری است که زیرساخت‌های لازم برای پذیرش این تغییرات فراهم شود تا روزنامه‌نگاری بتواند با چالش‌ها و فرصت‌های جدید سازگار شود.

1. Metaverse

متاورس فرضیه‌ای از آینده اینترنت است که از محیط‌های مجازی سه‌بعدی آنلاین غیرمتمرکز و پایدار تشکیل می‌شود. این دنیای مجازی از طریق هدست‌های واقعیت مجازی (VR)، عینک‌های واقعیت افزوده، گوشی‌های هوشمند، رایانه‌های شخصی و کنسول‌های بازی قابل دسترسی خواهد بود. متاورس به شکلی محدود در حال حاضر در پلتفرم‌هایی مانند وی آر چت وجود دارد.

• شرایط بیرونی - فرصت‌ها

ایجاد گروه‌های هواداری

در ادبیات مربوط به طرف‌داری، دو دیدگاه کلیدی وجود دارد:

دیدگاه اول جنبه‌های درون‌فردی: این دیدگاه بر جنبه‌های روان‌شناختی تأکید دارد و معتقد است که هواداری یک امر شخصی است که در آن سلیقه و علایق فرد اهمیت دارد. طرفداران از فرهنگ‌عامه برای ساخت هویت خود استفاده می‌کنند و لذت آن‌ها بیشتر ناشی از فرایندهای خودساخته است.

دیدگاه دوم جنبه‌های اجتماعی: این دیدگاه بر تأثیر شرایط اجتماعی و زمینه‌ای بر طرفداران تأکید می‌کند. احساسات طرفداران تحت تأثیر نگرش‌های دیگران شکل می‌گیرد و به همین دلیل، اصطلاح «اجتماعات تخیلی»^۱ برای توصیف آن‌ها به کار می‌رود. این جامعه‌ها حول یک موضوع مشترک گرد هم می‌آیند و حتی بدون ملاقات واقعی، تصور مشترکی از هویت و باورهای خود ایجاد می‌کنند. خاطرات جمعی نقش مهمی در ایجاد همبستگی و احساس تعلق دارند.

اما می‌توان دیدگاه سومی را نیز اضافه کرد این دیدگاه به چگونگی تأثیرگذاری داستان‌های رسانه‌ای در پلتفرم‌های دیجیتال توجه دارد. طرفداران با بروز حساسیت در رسانه‌های اجتماعی، فرهنگ‌های جدیدی را شکل می‌دهند که بر احساس کلی طرف‌داری تأثیر می‌گذارد. در این حالت، محتوا به صورت افقی در شبکه‌ها پخش شده و طرفداران به صورت عمودی برای درک عمیق‌تر داستان دعوت می‌شوند. اینجاست که اشتراک‌گذاری و واکنش‌های مختلف به ایجاد گروه‌های همسو حول موضوع منجر خواهد شد.

درآمدزایی بیشتر شرکت‌ها

ایده مرکزی این تفکر به عوامل متعددی برمی‌گردد که تکنیک‌های ترانس مدیا را شکل داده‌اند. اول ایجاد گروه‌های هواداری است که می‌توانند به عنوان بهترین بازار هدف جهت

1. Imagined Community

ارائه تبلیغات برند مورد استفاده قرار گیرند. تکنیک‌های ترانس مدیا می‌توانند برای بازاریابی محصولات غیر سرگرمی نیز استفاده شوند، مشروط بر اینکه مشارکت طرفداران مختل نشود.

استفاده از داستان‌ها: داستان‌ها می‌توانند به عنوان «اسب تروآ» برای پیام‌های بازاریابی عمل کنند. با ایجاد مکالمات بین برندها و مصرف کنندگان، قدرت داستان‌سرایی دیجیتال افزایش می‌یابد.

تجربه مشترک: عناصر داستانی که به طرفداران اجازه می‌دهد تجربه خود را خلق کنند، تعامل را افزایش می‌دهد. کسب و کارها با پیروی از صنعت سرگرمی، می‌توانند داستان‌سرایی برند خود را با ایجاد دنیای کامل ارتقا دهند.

گسترش مطالب: انتقال داستان‌ها به پلتفرم‌های مختلف این امکان را فراهم می‌کند که شرکت‌ها با ایجاد فرانچایز^۱های متعدد منبع درآمدی کسب کنند.

کسب درآمد از مشارکت: شرکت‌ها می‌توانند از طریق دریافت سهم مشارکت از پلتفرم‌های اجتماعی درآمد کسب کنند، مشابه روشی که یوتیوب برای پرداخت هزینه به تولید کنندگان محتوا استفاده می‌کند.

شنیده شدن صداها یا ضعیف یا مخالف

در بحث بازنمایی رسانه‌ای، سه رویکرد «عدم بازنمایی»، «کم نمایی» و «بدنمایی» وجود دارد که معمولاً توسط دولت‌ها یا قدرت‌ها برای خاموش کردن صداها یا مخالف استفاده می‌شود؛ اما با ظهور روزنامه‌نگاری سایبر و پلتفرم‌های دیجیتال، امکان بیان دیدگاه‌های مخالف بسیار بیشتر شده است.

امکانات پلتفرمی به افراد این امکان را داده است که صدای خود را بیان کنند و دموکراسی ژورنالیستی تحقق یابد. دسترسی آسان‌تر گروه‌های مختلف اجتماعی به فضای سایبر فرصتی برای اقلیت‌ها فراهم کرده تا نه تنها در برابر دیدگاه‌های حاکمیتی مقاومت

1. Franchise

فرانچایز یک مدل کسب و کار است که گسترش یک نام تجاری را از طریق یک رابطه قراردادی بین یک امتیاز دهنده و یک امتیاز گیرنده امکان‌پذیر می‌کند.

کنند، بلکه خود نیز توان تولید محتوا داشته باشند. در نتیجه، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای به عنوان یک ابزار مؤثر برای تقویت صدای گروه‌های به حاشیه رانده شده است^۱ و تحقق دموکراسی در عصر دیجیتال شناخته می‌شود.

• شرایط بیرونی - چالش‌ها

فیلتر بودن اکثر پلتفرم‌های جهانی در کشور

دولت ایران به سمت راه‌اندازی اینترنت ملی حرکت کرده و این امر منجر به محدودیت دسترسی به پلتفرم‌های جهانی؛ مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر، تلگرام و یوتیوب شده است. این محدودیت‌ها به عنوان جدی‌ترین چالش برای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در کشور مطرح می‌شود، چراکه این تکنیک به شدت به ارتباطات جهانی و استفاده از این پلتفرم‌ها وابسته است.

با وجود اینکه برخی پلتفرم‌های داخلی مانند تماشاء، آپارات و سروش وجود دارند، هنوز هیچ‌یک از آن‌ها نتوانسته‌اند به عنوان جایگزینی مؤثر برای پلتفرم‌های بین‌المللی عمل کنند. عدم وجود پلتفرم‌های قوی برای اشتراک گذاری عکس و صدا و همچنین جایگزینی برای توئیتر، مشکلات عمده‌ای را ایجاد می‌کند. حتی اگر پلتفرم‌های مشابهی در آینده راه‌اندازی شوند، جذب مخاطبان غیرایرانی به این پلتفرم‌ها چالش دیگری خواهد بود.

در نتیجه، عدم دسترسی روزنامه‌نگاران به پلتفرم‌های جهانی، آن‌ها را از تعامل با مخاطبان بین‌المللی محروم می‌کند و این امر می‌تواند به کاهش نفوذ اخبار ایرانی در سطح جهانی منجر شود.

احتمال گسترش اخبار جعلی

اخبار جعلی پدیده‌ای قدیمی است که با پیشرفت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته است. این نوع اخبار با اهداف مختلفی از جمله سرگرمی و اهداف سیاسی تولید می‌شود و با رشد رسانه‌های آنلاین، انتشار آن‌ها آسان‌تر شده است.

روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای نیز با معضل اخبار جعلی مواجه است؛ اما این مشکل تنها مختص این تکنیک نیست و از دیرباز گریبان‌گیر تمامی رسانه‌ها بوده است. برخی کارشناسان بر این باورند که روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای می‌تواند به گسترش اخبار جعلی کمک کند، اما باید توجه داشت که مبانی آن بر اساس داستان‌سرایی سریالی استوار است. در این رویکرد، هر پلتفرم باید بخشی جدید از داستان را روایت کند و نه صرفاً بازنشر محتوا.

این ویژگی باعث می‌شود که احتمال گسترش اخبار جعلی در روزنامه‌نگاری ترانس مدیا کمتر از سایر روش‌ها باشد. همچنین، اگر خبری جعلی در یک یا چند پلتفرم منتشر شود، تأمین منابع رسانه‌ای برای منتشرکنندگان این اخبار بسیار دشوار خواهد بود. در مجموع، فیلتر بودن پلتفرم‌های جهانی و احتمال گسترش اخبار جعلی دو چالش عمده پیش روی روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران هستند. برای تحقق ایده روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ابعاد برون‌مرزی، نیاز به رفع محدودیت‌ها و ایجاد زیرساخت‌های مناسب وجود دارد تا بتوان از ظرفیت‌های این تکنیک بهره‌برداری کرد.

• واکاوی استراتژی حاصل از مطالعه

بر اساس تحلیل انجام‌شده در مرحله قبل و با تحلیل استراتژی‌های SO (استفاده از نقاط قوت برای بهره‌برداری از فرصت‌ها)، WO (کاهش نقاط ضعف با استفاده از فرصت‌ها)، ST (استفاده از نقاط ضعف برای مقابله با تهدیدها) و WT (کاهش نقاط ضعف با استفاده از فرصت‌ها). سرانجام به سه سناریوی محتمل زیر رسیدیم.

الف) سناریوی خوش‌بینانه

این سناریوها بر اساس بهترین شرایط ممکن و امکان استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها شکل می‌گیرد. در این حالت، فرض بر این است که دولت و سایر نهادهای مرتبط، همکاری کامل برای پیاده‌سازی روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران فراهم کنند و زیرساخت‌های موردنیاز (مثل دسترسی به پلتفرم‌های جهانی، آموزش نیروی انسانی و

حمایت مالی) را تأمین کنند. در این وضعیت:

- رسانه‌ها با رویکرد تحلیلی و با ایجاد روایت‌های چندلایه از وقایع روز، جذابیت و کیفیت محتوای خود را افزایش می‌دهند.
- فشار رقابتی در فضای رسانه کاهش می‌یابد و رسانه‌ها سودآوری بهتری تجربه می‌کنند.
- مخاطبان به عنوان «مخاطب - مولد» محتوا، نه تنها در بازنشر بلکه در تولید محتوای جدید مشارکت دارند و گروه‌های هواداری پایداری حول موضوعات شکل می‌گیرند.
- تعامل و همکاری بین مخاطبان و رسانه‌ها به تقویت پایگاه مالی و افزایش اعتماد مخاطبان منجر می‌شود.

ب) سناریوی بدبینانه

این سناریوها بر پایه بدترین شرایط ممکن و تأثیرات منفی نقاط ضعف و تهدیدها بنا شده است. در این سناریو، دولت همراهی لازم را برای پیاده‌سازی روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای ندارد و همچنان به محدود کردن دسترسی به پلتفرم‌های جهانی ادامه می‌دهد. در این شرایط:

- رسانه‌ها از دسترسی به مخاطبان گسترده جهانی محروم شده و رقابت‌پذیری آن‌ها محدود می‌شود.
- به دلیل محدودیت دسترسی به فناوری‌های پیشرفته و زیرساخت‌های دیجیتال، امکان تولید محتوای فرارسانه‌ای در اکثر مناطق از بین می‌رود.
- سازمان‌های رسانه‌ای، به دلیل کمبود منابع و دشواری در همکاری بین واحدهای مختلف، به چالش‌های کیفی و ساختاری روبرو می‌شوند.
- کاهش تعامل مخاطبان و کاهش تمایل به سرمایه‌گذاری در این حوزه، موجب می‌شود تا رسانه‌ها از بهره‌برداری از این شیوه محروم شوند.

ج) سناریوی محتمل

این سناریوها ترکیبی از شرایط خوش‌بینانه و بدبینانه هستند که واقعیت‌های موجود را در

نظر می‌گیرد. در این سناریو، دولت با فراهم آوردن دسترسی به زیرساخت‌های ملی و داخلی، به شکل جزئی با پیاده‌سازی این رویکرد همراهی می‌کند و اجازه می‌دهد رسانه‌ها به برخی از قابلیت‌های فرارسانه‌ای دسترسی داشته باشند. در این حالت:

– بنگاه‌های رسانه‌ای با ایجاد و تقویت زیرساخت‌های داخلی (شبکه‌های اجتماعی بومی و پلتفرم‌های داخلی) می‌توانند تا حدی از رویکرد فرارسانه‌ای بهره‌مند شوند.

– همکاری بین رسانه‌های رسمی و رسانه‌های مستقل به گسترش آگاهی و ترویج تکنیک‌های فرارسانه‌ای کمک می‌کند، هرچند دسترسی کامل به پلتفرم‌های بین‌المللی ممکن نباشد.

– مخاطبان با استفاده از بسترهای داخلی امکان تعامل و غوطه‌وری بیشتری در محتوا پیدا می‌کنند، اما همچنان محدودیت‌های دسترسی به اطلاعات جهانی پابرجا خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران، به بررسی و شناسایی راهبردهای مناسب برای توسعه این رویکرد پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای، علی‌رغم برخی چالش‌های زیرساختی و محدودیت‌های قانونی، از پتانسیل بالایی برای ایجاد تحول و تقویت تعاملات رسانه‌ای در ایران برخوردار است.

در این راستا، فرهنگ مشارکتی و هوش جمعی به عنوان مؤلفه‌های اساسی، می‌توانند بستر مناسبی برای ارتباط مؤثرتر و غنی‌سازی محتوای رسانه‌ها از طریق مشارکت فعال مخاطبان فراهم کنند. این ویژگی‌ها سبب می‌شوند که رسانه‌ها از حالت یک‌طرفه صرف خارج شده و به محیطی برای تعامل و بازتاب دیدگاه‌ها و تجربیات متنوع مخاطبان تبدیل شوند. همچنین، مفهوم همگرایی رسانه‌ای به روزنامه‌ها و رسانه‌ها امکان می‌دهد تا از پلتفرم‌های چندگانه استفاده کرده و دامنه ارتباطی خود را به صورت گسترده‌تری توسعه دهند؛ به گونه‌ای که قادر به ارائه محتوای جامع‌تر و متنوع‌تری برای مخاطبان باشند و ارتباط خود را با آن‌ها تقویت کنند.

از سوی دیگر، روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای با استفاده از ظرفیت‌های ترانس‌مدیا و ایجاد جهان داستانی مشترک، می‌تواند از ابزارهای چندرسانه‌ای برای خلق روایت‌های چندلایه و جذاب بهره‌برد. این رویکرد، تجربه‌ای تعاملی و فراگیر را برای مخاطبان فراهم می‌کند که تنها به دریافت اطلاعات محدود نمی‌شود، بلکه به دنبال ایجاد ارتباط عمیق‌تر و درگیرانه با محتوای ارائه‌شده است.

نتایج این مطالعه حاکی از آن است که باوجود چالش‌ها، بسترهای لازم برای این تحول وجود دارد. ازاین‌رو، به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها و مدیریت بهینه تهدیدها، اعمال راهبردهای زیر توصیه می‌شود:

- ایجاد یا توسعه پلتفرم‌های ملی جایگزین به‌منظور گسترش و تقویت روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای.
 - تدوین و اجرای قوانین حمایتی که به این حوزه اجازه رشد و توسعه دهد.
 - ادغام و تقویت روزنامه‌های کوچک برای ایجاد رسانه‌های قدرتمند و مؤثر.
 - توسعه روزنامه‌نگاری تحلیلی به‌عنوان پایه اصلی برای روزنامه‌نگاری ترانس‌مدیا، باهدف ارائه محتوای عمیق‌تر.
 - تقویت زیرساخت‌های آموزشی و فناوری برای بهبود کیفیت محتوای ارائه‌شده و بهبود شبکه‌های توزیع.
 - افزایش همکاری با پلتفرم‌های سرگرمی و فرهنگی برای درآمدزایی پایدار و تعامل بیشتر با مخاطبان.
 - تشویق به تأسیس شرکت‌های فناورانه که با استفاده از فناوری‌های فرارسانه‌ای در زمینه‌های دیگر، به تقویت رسانه‌ها کمک کنند.
 - ارتقای سواد رسانه‌ای در میان مخاطبان برای بهره‌برداری بهینه از فضای دیجیتال.
- این اقدامات، نمایانگر مسیری عملی و مؤثر برای آینده روزنامه‌نگاری در ایران است که ضمن حفظ اصالت رسانه‌ها، آن‌ها را با تحولات سریع فناوری و تغییرات جهانی همگام می‌سازد.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با وجود نتایج کاربردی و راهبردی خود، محدودیت‌هایی نیز داشت که می‌تواند بر تعمیم‌پذیری آن تأثیر بگذارد:

- محدودیت در تعداد و تنوع نمونه‌ها: باینکه روش دلفی امکان گردآوری نظرات متنوعی را فراهم کرد، اما به دلیل تمرکز بر گروه کوچکی از کارشناسان داخلی، ممکن است یافته‌ها نتوانند به‌طور کامل تمامی دیدگاه‌های موجود در صنعت رسانه ایران را نمایندگی کنند.

- محدودیت‌های زیرساختی و دسترسی به فناوری‌های پیشرفته: در برخی بخش‌های پژوهش، محدودیت‌های فنی و دسترسی به فناوری‌های جدید در ایران، به‌ویژه برای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای، بر جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها تأثیرگذار بود.

- محدودیت در بررسی سایر کشورها: به دلیل تمرکز پژوهش بر ایران، یافته‌ها و استراتژی‌های پیشنهادی به‌طور خاص با شرایط محلی و محدودیت‌های قانونی این کشور هماهنگ هستند و ممکن است تعمیم‌پذیری در سایر کشورها یا شرایط مختلف محدود باشد.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

- بررسی تطبیقی روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در کشورهای مختلف: با توجه به محدودیت‌های پژوهش حاضر، پژوهش‌های آینده می‌توانند به بررسی تطبیقی روش‌ها و چالش‌های روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در کشورهای دیگر بپردازند تا با شناخت بهتر تجربیات جهانی، راهکارهای کاربردی‌تر و بومی‌شده برای ایران فراهم شود.

- تحلیل تأثیر فناوری‌های جدید بر روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای: فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، واقعیت افزوده و واقعیت مجازی می‌توانند به تغییرات گسترده‌ای در روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای منجر شوند. پژوهش‌های آینده می‌توانند به تأثیرات این فناوری‌ها بر ارتباطات رسانه‌ای و مشارکت مخاطبان بپردازند.

- پژوهش‌های موردی در سازمان‌های رسانه‌ای موفق در ایران: پژوهش‌هایی که به

راهنمای روزنامه‌نگاری فراسانه‌ای در ایران؛ محمد و همکاران | ۷۳

بررسی دقیق‌تر سازمان‌های رسانه‌ای موفق در به‌کارگیری روزنامه‌نگاری فراسانه‌ای
پردازند، می‌توانند نمونه‌های عملی بیشتری برای بهبود این حوزه ارائه دهند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Khosro Sina



<https://orcid.org/0000-0002-0299-6724>

Neda Saidi



<https://orcid.org/0009-0002-2062-5713>

منابع

بشیر، حسن و کوهی، احمد. (۱۳۹۱). تلویزیون و فرهنگ همگرایی رسانه‌ای. مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)، ۲(۲)، ۸۳-۱۰۷.

مسعودی، امید علی و بی‌بک آبادی، غزال. (۱۳۹۶). روزنامه‌نگاری چاپی و الکترونیک ایران در آینده بیست‌ساله. جهانی رسانه، ۱۲(۱)، ۱۰۴-۱۱۹.

References

Here are the references formatted according to APA style:

- Alzamora, G., & Tárca, L. (2012). Convergence and transmedia: Semantic galaxies and emergent narratives in journalism. *Brazilian Journalism Research*, 8(1), 22-34.
- Menke, M., Kinnebrock, S., Kretzschmar, S., Aichberger, I., Broersma, M., Hummel, R., Salaverria, R. (2018). Convergence culture in European newsrooms: Comparing editorial strategies for cross-media news production in six countries. *Journalism Studies*, 19(6), 881-904. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1232175>
- Dalkey, N. C. (2002). Toward a theory of group estimation. In H. A. Linstone & M. Turoff (Eds.), *The Delphi method: Techniques and applications* [Electronic version] (pp. 231-256). Newark, NJ: New Jersey Institute of Technology.
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi processes*. Glenview, IL: Scott, Foresman.
- Gambarato, R. R., & Alzamora, G. C. (Eds.). (2018). *Exploring transmedia journalism in the digital age*. IGI Global.
- Gambarato, R. R., & Lapina-Kratasiuk, E. (2016). Transmedia storytelling panorama in the Russian media landscape. *Russian Journal of Communication*, 8(1), 1-16.
- Gill, P., Stewart, K., Treasure, E., & Chadwick, B. (2008). Methods of data collection in qualitative research: Interviews and focus groups. *British Dental Journal*, 204(6), 291-295.
- Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century* (p. 145). The MIT Press.
- Jin, D. Y. (2015). Digital convergence of Korea's webtoons: Transmedia storytelling. *Communication Research and Practice*, 1(3), 193-209.
- Leavy, P. (2010). Performance-based emergent methods. In *Handbook of emergent methods* (pp. 343-357).
- Lévy, P. (2010). From social computing to reflexive collective intelligence: The IEMML research program. *Information Sciences*, 180(1), 71-94.

- Moloney, K. (2011-2018). Building transmedia journalism. *Transmedia journalism*. Retrieved from <https://transmediajournalism.org/contexts/building-transmedia-journalism/>
- Newman, N. (2009). The rise of social media and its impact on mainstream journalism.
- Pavlik, J. (2020). Journalism in the age of virtual reality. In *Journalism in the age of virtual reality*. Columbia University Press.
- Pavlik, J. V. (2013). Innovation and the future of journalism. *Digital Journalism*, 1(2), 181-193.
- Planer, R., Godulla, A., & Wolf, C. (2022). Produktion multimedialer Storys in Newsrooms. In *Journalismus und Unternehmenskommunikation* (pp. 27-40). Springer, Wiesbaden.
- Renó, D. (2014). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Periodismo transmedia, 1-219.
- Rodríguez, N. L. (2018). Immersive journalism design within a transmedia space. In R. R. Gambarato & G. Alzamora (Eds.), *Exploring transmedia journalism in the digital age* (pp. 67-82).
- Sakulsri, S. (2018). Crafting news narratives on social media. *Journalism Practice*, 12(8), 1081-1090. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1507683>
- Serrano Tellería, A. (2016). Transmedia journalism: Exploring genres and interface design. *Tripodos*, (38), 67-85. Retrieved from http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/326
- Tuchman, G. (2013). The production of news. In *A handbook of media and communication research* (pp. 90-102). Routledge.
- Wahlberg, M., & Nykvist, A. (2022). Transmedia journalism as a feature of business models for news media outlets. In V. J. E. Manninen, M. K. Niemi, & A. Ridge-Newman (Eds.), *Futures of journalism*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-95073-6_5
- Yow, J. L., & Goodman, R. E. (1987). A ground reaction curve based upon block theory. *Rock Mechanics and Rock Engineering*, 20(3), 167-190.

Websites

- Al Jazeera. (2017). *The Lobby: A documentary series on pro-Israel lobbying in the UK*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/program/the-lobby/>
- BBC. (2019). *Panorama: The Great Barrier Reef*. Retrieved from <https://www.bbc.co.uk/programmes/m0003h7t>
- CBC. (2019). *Fifth Estate: Investigating Canada's opioid crisis*. Retrieved from <https://www.cbc.ca/fifth>

Guardian. (2013). *The Snowden files: The inside story of the world's most wanted man*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/world/2013/jun/06/snowden-nsa-files>

References [In Persian]

- Bashir, H., & Kuhi, A. (2013). Television and media convergence culture. *Rasane Va Farhang*, 2(2), 83-107. <https://sid.ir/paper/222420/en>
- Masoudi, O., & Bibakabadi, G. (2017). Print and electronic journalism in Iran in the next twenty years. *Global Media Journal*, 12(1), 104-119. <https://sid.ir/paper/391821/en>

استناد به این مقاله: سینا، خسرو، سعیدی، ندا. (۱۴۰۴). راهبردهای روزنامه‌نگاری فرارسانه‌ای در ایران، فصلنامه

مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۱(۴۱)، ۷۶-۴۱. DOI: 10.22054/nms.2025.75899.1634



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..