

چک لیست سوژه

هدف		تقویت مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها در عصر هوشمندی	
داستان کاربر		ما به عنوان یک رسانه مستقل و متعهد به اصول اخلاقی، نگران تأثیرات منفی اخبار جعلی بر جامعه هستیم. هدف ما این است که با افزایش آگاهی خبرنگاران و رسانه‌ها درباره مسئولیت‌پذیری، به تولید محتوای معتبر و باکیفیت کمک کنیم. ما می‌خواهیم به رسانه‌ها یادآوری کنیم که دقت و شفافیت در گزارش‌ها نه تنها اعتبار آن‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه اعتماد جامعه را نیز جلب می‌کند. درصددیم با همکاری با مسئولین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و انجمن‌های حرفه‌ای خبرنگاری، بستری برای تبادل نظرات و تجربیات در این زمینه ایجاد کنیم. ما معتقدیم که ترویج مسئولیت‌پذیری به معنای محدود کردن آزادی بیان نیست، بلکه راهی برای ارتقاء کیفیت اخبار و حفظ اعتماد مخاطبان است.	
خبر	خط روایت	اخبار جعلی و تأثیرات آن بر جامعه برای مثال، در اینجا به اخبار نادرستی که در خصوص موضوعات سیاسی و اجتماعی و یا به انتشار اخبار نادرستی درباره واکسن‌ها و شیوع بیماری‌ها اشاره کرده و بررسی می‌کنیم که چگونه این اخبار می‌توانند اعتماد عمومی را کاهش دهند.	
روایت		به مصادیقی چون نحوه پوشش خبری رویدادهای مهم مانند انتخابات، بحران‌های اجتماعی و حوادث طبیعی و بحران‌های بهداشتی می‌پردازیم. بررسی نمونه‌هایی از گزارش‌های دقیق و مستند، همچنین مواردی که با کم‌دقتی منتشر شده‌اند، در این بخش قرار می‌گیرد. به عنوان مثال: تحلیل نحوه گزارش رسانه‌ها از انتخابات، تأکید بر گزارش‌های بی‌طرفانه و نقد موارد جانبدارانه/ بررسی پوشش رسانه‌ها در مورد اعتراضات و مسائل حقوق بشری، با تمرکز بر رسانه‌های معتبر که به درستی به این موضوعات پرداخته‌اند/ مقایسه نحوه اطلاع‌رسانی درباره بلایای طبیعی و بحران‌های بهداشتی مانند پاندمی کووید-۱۹ و نقش مؤثر برخی رسانه‌ها در ارائه اطلاعات صحیح/	
ابر روایت		پرداختن به مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها و تأثیرات گسترده آن بر جامعه/ مقایسه رسانه‌های معتبر و غیرمعتبر/ بررسی اینکه چگونه رسانه‌های مسئول می‌توانند به شکل‌گیری یک جامعه آگاه و متفکر کمک کنند.	
فراروایت		پرداختن به چالش‌ها و موانع موجود در مسیر تقویت مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها (شامل عدم وجود استانداردهای واضح اخلاقی، فشارهای سیاسی و اقتصادی بر رسانه‌ها و نیاز به ایجاد سازوکارهای نظارتی) که بتواند به بهبود وضعیت رسانه‌ها کمک کند. / عدم نظارت و نبود قوانین شفاف به نشر اطلاعات نادرست و کاهش اعتبار رسانه‌ها منجر می‌شود.	
زمان پروژه		۳۰ نفر روز، یک هفته	

تعداد افراد و تخصص‌ها	۴ نفر ثابت + ۲ نفر متغیر (تخصص‌های رسانه و اخلاق رسانه‌ای) خبرنگار تحلیلی (۲ نفر): برای بررسی و تحلیل عمیق موضوعات و جمع‌آوری داده‌های مستند. (گروه هنر و رسانه) متخصص شبکه‌های اجتماعی: (۱ نفر): برای بررسی تأثیر رسانه‌های دیجیتال و روندهای جدید در اطلاع‌رسانی. (گروه شبکه‌های اجتماعی) مصاحبه‌گر (۱ نفر): برای ارائه دیدگاه‌های اخلاقی و استانداردهای مسئولیت‌پذیری از کارشناسان خبره اخلاق رسانه‌ای. (گروه سیاسی یا فرهنگی) پژوهشگر (۱ نفر): برای جمع‌آوری اطلاعات و تحقیق درباره مصادیق موفق و ناموفق در حوزه مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای. (گروه جامعه) نویسنده محتوا (۱ نفر): برای نگارش نهایی و تولید محتوای جذاب و قابل فهم. (گروه زندگی)
مخاطب	خبرنگاران و مدیران رسانه‌ها
ذینفعان / ذی مدخل / ذیربط	مسئولین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کمیسیون فرهنگی مجلس، خبرنگاران و مدیران رسانه، انجمن‌های حرفه‌ای خبرنگاری.
ملاحظات	ترویج مسئولیت‌پذیری به معنای محدود کردن آزادی بیان نیست؛ بلکه هدف ما ایجاد فضایی است که در آن اطلاعات دقیق و مستند در دسترس جامعه قرار گیرد و رسانه‌ها با رعایت اصول اخلاقی و حرفه‌ای، اعتماد مخاطبان را جلب کنند.