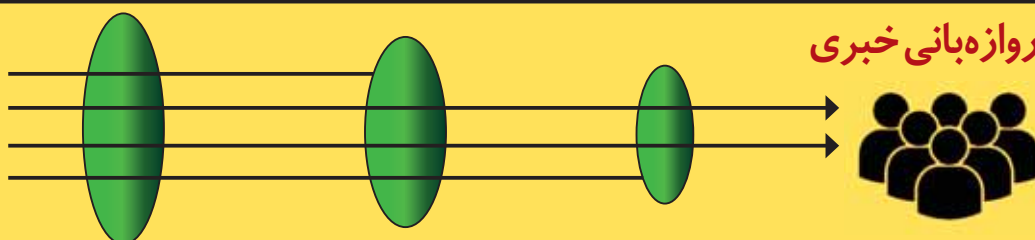


دروازه‌بانی رسانه

دروازه‌بانی خبری و محتوایی را در رسانه‌ها به شکل‌های متفاوت و متأثر از عوامل درون و برون‌سازمانی هر رسانه شاهد هستیم. دروازه‌بانان در رسانه‌ها تصمیم می‌گیرند که هر خبر یا محتوایی در چه قالب، شکل و شیوه نمایشی، با چه تنظیم و چینشی و نیز با چه راهکارها، فن‌ها و ... تهیه و برای مخاطبان و یا کاربران ارسال شود. این کار در رسانه‌های اجتماعی نیز در سطح‌ها و شکل‌های متفاوت صورت می‌گیرد که در این شماره قصد داریم با آن‌ها بیشتر آشنا شویم.

دروازه‌بانی خبری



با وجود تأیید شما و دبیر سرویس، این بار ممکن است سردبیر خبر انتخابی را تأیید نکند. با وجود تأیید مطلب حال تصمیم گرفته می‌شود که مثلاً یک خبر در کدام صفحه و به چه صورتی کار شود. اگر مطلبی مهم باشد، در صفحه اول روزنامه یا جزو یکی از خبرهای مهم در قسمت بالای صفحه وب‌گاه منتشر می‌شود. اگر هم خبر کم‌اهمیت‌تر باشد، در قسمت‌های پایین‌تر صفحه انتشار می‌یابد.

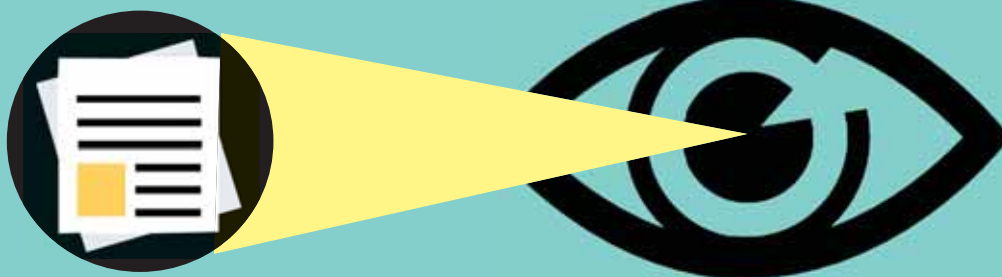
می‌رسد. چطور در خصوص انتخاب آن‌ها تصمیم می‌گیرید؟ قاعدتاً فضای داخل یک روزنامه، مجله یا حتی وب‌گاه، ظرفیت انتشار همه مطالب را ندارد.

از سوی دیگر نیز هر مطلبی ممکن است مناسب انتشار نباشد. پس خبرهایی را با همه ملاحظات احتمالی انتخاب می‌کنید. آیا دبیر سرویس شما همه مطالب انتخابی شما را تأیید می‌کند؟ او نیز چند مطلب را انتخاب می‌کند.

روزانه صدها یا هزاران خبر ممکن است به یک رسانه برسد. آیا همه آن‌ها از همه دروازه‌های خبری و محتوایی عبور می‌کنند؟ چه معیارها و عواملی سبب می‌شوند تا خبر یا مطلبی از همه دروازه‌های مربوطه عبور کند؟ علاوه بر ارزش‌های خبری، عوامل درون و برون‌سازمانی نیز در این خصوص مؤثرند. تصور کنید در یک سازمان خبری کار می‌کنید. صدها خبر در روز به دست شما

دروازه‌بانی فردی

دکتر یونس شکر خواه، از استادان حوزه ارتباطات می‌گوید: «خبری که به رسانه‌ها راه می‌یابد، از دروازه‌های متعدد و از مسیری طولانی گذشته است. خبری که در مقابل دیدگان شما قرار می‌گیرد، شما را آخرین گزینشگر می‌داند. آیا اجازه می‌دهید که بر دروازه نگاه شما جای گیرد؟»



واقعیت این است که در جریان دروازه‌بانی خبری و محتوایی در رسانه‌ها، ما خود حلقه آخر این گزینشگری هستیم و می‌توانیم تصمیم بگیریم که به سراغ سایت، روزنامه، یک شبکه خاص تلویزیونی و... برویم و خبر یا مطلبی مربوط به آن‌ها را بخوانیم یا خیر.

تفاوت دروازه‌بانی در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی

دروازه‌بانی در رسانه‌ها با دروازه‌بانی در رسانه‌های اجتماعی چه تفاوت‌هایی دارد؟ این موضوع را بررسی و جدول را کامل کنید.

دروازه‌بانی در رسانه‌ها	دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی
عموماً پیش از انتشارات صورت می‌گیرد	عموماً پس از انتشار صورت می‌گیرد
عموماً توسط دروازه‌بانان تعیین شده از سوی رسانه صورت می‌گیرد	توسط مالکان، دارندگان حساب کاربری و... صورت می‌گیرد

به نظر شما رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی چه شباهت‌هایی از این نظر با هم می‌توانند داشته باشند؟ هر دو رسانه به روش‌ها و شکل‌های متفاوت می‌توانند دروازه‌بانی کنند و خبری را تقویت، تثبیت، تضعیف یا تحریم کنند. از تحریم خبری یا محتوای، پوشش یا نشر ندادن یک محتوا در رسانه‌ها مربوطه است.

نحوه دروازه‌بانی در شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از ما در شبکه‌های اجتماعی دارای صفحه‌هایی هستیم. آیا هر مطلبی را به هر شکلی که می‌خواهیم می‌توانیم منتشر کنیم؟ چه عواملی باعث می‌شوند که نتوانیم هر مطلبی را در آن‌ها آزادانه منتشر کنیم؟ این محدودیت‌ها را چه کسی یا چه کسانی برای ما تعیین می‌کنند؟ محدودیت‌های محتوایی و خبری بیشتر به چه مطلبی مربوط می‌شوند؟ آیا با محتواهای ممنوعه در شبکه‌های اجتماعی آشنا هستیم؟



آیا تاکنون این تجربه را داشته‌اید که مطلبی را در شبکه اجتماعی منتشر کرده باشید و به دلیل آن مطلب تذکر گرفته باشید یا حساب کاربری و صفحه شما به‌طور موقت یا دائم مسدود شده باشد؟ در این شرایط چه کرده‌اید؟

واقعیت این است که ما در زمان عضویت در هر شبکه اجتماعی محدودیت‌های آن را می‌پذیریم و به‌طور دائم نیز باید در جریان قوانینی که مسئولان آن تعیین می‌کنند، باشیم تا با محدودیت‌های دسترسی مواجه نشویم. علاوه بر مالکان شبکه‌های اجتماعی، گاه دولت‌ها، مراجع و مراکز داخلی و بین‌المللی، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، اعمال نفوذهایی بر شبکه‌های اجتماعی و نحوه دروازه‌بانی محتوا در آن‌ها دارند.

لایه‌ها و ابعاد دروازه‌بانی محتوا در شبکه‌های اجتماعی عموماً به موارد آشکار محدود نمی‌شوند و لایه‌ها و ابعاد پنهان نیز دارند و با اعمال نفوذهای احتمالی از سوی دولت‌ها و... خطر پنهان شدن ابعاد دروازه‌بانی بیشتر می‌شود. ممکن است شبکه‌های اجتماعی به یاری روش‌هایی مانند روش‌های زیر به دروازه‌بانی محتوا بپردازند. سعی کنید موارد زیر را شما این بار تکمیل کنید:

بر چسب زنی (جعلی یا نادرست بودن، ارجاع دهی، ترویج خشونت و ...)	برجسته‌سازی، مانند داغ کردن موضوع، کمک به ترند شدن و ...	اولویت و مدیریت نحوه نمایش بر اساس برخی الگوریتم‌ها	دادن تذکر و در نظر گرفتن برخی محدودیت‌ها
تعليق موقت حساب کاربری	تعليق دائمی حساب کاربری		

شما چه فکر می‌کنید؟



تاکنون از این زاویه به شبکه‌های اجتماعی نگاه کرده بودید؟ چقدر تصور می‌کردید که نشر و باز نشر اطلاعات و اخبار در آن‌ها آزادانه صورت می‌گیرد؟ حالا به این موضوع چطور می‌نگرید؟

