



دروازه‌بانی خبر

درس ۱۰

فعالیت گروهی



فرض کنید شما عضو شورای سردبیری یک بخش خبری پنج دقیقه‌ای در تلویزیون هستید و قرار است از میان اتفاقات و اخباری که به دستتان رسیده است، خبر تهیه کنید. ابتدا به صورت انفرادی خبرهای مورد نظر خود را مشخص کنید.

■ با توجه به محدودیت زمانی (۵ دقیقه) کدام عنوان‌های خبری را نادیده می‌گیرید؟ کدام‌ها را کوتاه و کدام‌ها را مشروح پوشش می‌دهید؟

اخبار

- ☐ آخرین وضعیت احیای دریاچه ارومیه
- ☐ ویژه برنامه های جشن عید قربان در حرم مطهر امام رضا علیه السلام
- ☐ ثبت میدان امیر چخماق یزد به عنوان میراث فرهنگی جهانی
- ☐ حضرت آیت الله خامنه ای رهبر معظم انقلاب اسلامی: خداوند شهید حججی را در چشم همه عزیز کرده است
- ☐ ۱۰۰۰ کیلومتر شنا برای نام خلیج فارس
- ☐ معضل ناترازی آب از مشکلات ملی است
- ☐ اعلام جزئیات اعزام دانش آموزان به اردوهای راهیان نور
- ☐ پارک مشاهیر سنندج را بیشتر بشناسید
- ☐ کشف شمش مس ۸ هزار ساله در لیلان آذربایجان شرقی
- ☐ بدافزار جدید اندرویدی با ضبط مکالمات تلفنی، از شما باج خواهی می کند
- ☐ ایران به طور رسمی عضو بریکس شد
- ☐ اعتراف تل آویو به قدرت موشکی ایران
- ☐ کدام تیم برنده شهرآورد خواهد بود؟
- ☐ آیین گرامیداشت شهدای دانشجو در یادمان هویزه برگزار می شود
- ☐ بازتاب گسترده سرنگونی پهپاد امریکایی توسط سپاه پاسداران انقلاب اسلامی در رسانه های اروپا
- ☐ افزایش کرایه تاکسی و اتوبوس در پایتخت
- ☐ سورنای ایرانی بر فراز قله ها
- ☐ اضافه شدن طوفان الاقصی به تقویم رسمی کشور

انتخاب‌ها به ترتیب اولویت	زمان

- اکنون نتیجه کار خود را با هم‌گروهی‌ها به اشتراک بگذارید. آیا چگونگی چینش و پرداختن به اخبار توسط همه اعضای گروه یکسان است؟ دلایل خود را برای گزینش، چگونگی چینش و پرداختن به اخبار را برای هم‌گروهی‌ها شرح دهید.
- یک بار دیگر با توافق اعضای گروه، گزینش، چینش و میزان پرداختن به خبرها را انجام دهید و نتیجه را به کلاس ارائه کنید.



همان‌طور که مشاهده می‌کنید، هر کس برای چگونگی انتخاب و چینش خبرها براساس دیدگاه‌ها و ارزش‌های خود عمل کرده است؛ مثلاً کسی که اخبار سیاسی داخلی را مهم‌تر می‌داند، نسبت به کسی که ورزش برایش ارزشمند است از ترتیب متفاوتی برای چینش اخبار و اختصاص زمان استفاده کرده است.



به سه گروه تقسیم شوید. هر گروه صفحهٔ اول یکی از روزنامه‌های یک روز (مانند کیهان، ایران، اعتماد، رسالت، اطلاعات، شرق و...) را براساس پرسش‌های زیر با دقت بررسی کند؛ سپس نمایندگان هر سه گروه، یافته‌های خود را برای هر پرسش به کلاس ارائه کند.

- عنوان (تیترا) اصلی هر روزنامه چیست؟
- تصویر اصلی هر کدام چیست؟
- عنوان (تیترا) خبرهای نیم‌تای بالای صفحه و عنوان (تیترا) خبرهای نیم‌تای پایین صفحه چیست؟
- در کدام خبرها از صفت استفاده شده است؟ حذف صفت‌ها چه تأثیری بر آنها می‌گذارد؟ فکر می‌کنید چرا در برخی خبرها از صفت استفاده می‌شود؟
- کدام یک از رویدادها بر تعداد زیادی از افراد جامعه در زمان حال یا آینده اثر دارد؟
- کدام خبرها با اعداد و آمار بیان شده است؟ در صورت وجود چنین خبرهایی، کدام رویداد با اعداد و آمار بیشتری بیان شده است؟ آیا این اعداد داده‌های خام است یا به اطلاعات تبدیل شده است؟
- کدام خبرها به اختلاف، کشمکش یا درگیری میان افراد، گروه‌ها، کشورها با یکدیگر پرداخته است؟
- کدام خبرها به رویدادهای غیرعادی، استثنایی، عجیب یا نادر پرداخته است؟



- اکنون با مقایسهٔ نتایج کار گروه‌ها به پرسش‌های زیر پاسخ دهید.
- چه شباهت و تفاوتی بین عنوان (تیترا) اصلی سه روزنامه وجود دارد؟
 - چه شباهت و تفاوتی بین تصویر اصلی سه روزنامه وجود دارد؟
 - چه شباهت و تفاوتی بین خبرهای نیم‌تای بالای صفحه سه روزنامه وجود دارد؟
 - به نظر شما چه چیزی باعث تفاوت‌های آنها شده است؟
 - روزنامه‌ها و نشریات خارجی نیز از همین شیوه‌ها استفاده می‌کنند. عکس صفحهٔ بعد بیانگر چه چیزی است؟



فیلم «سواد رسانه‌ای در مطبوعات» را ببینید. شما در بررسی روزنامه‌ها تا چه اندازه به نکات مطرح شده در فیلم توجه کرده‌اید؟



.....

.....

.....

.....

.....

گفت‌وگوی کلاسی



در درس چهارم خواندید که سیاست رسانه‌های بیگانه در قبال راهپیمایی اربعین همچنین دیگر راهپیمایی‌های مردمی مانند ۲۲ بهمن و روز قدس، سانسور و بازنمایی بوده است. حال تجارب و دانسته‌های خود را پیرامون نحوه پوشش خبری رسانه‌های مختلف از این مراسم بیان کرده و بگویید در پوشش خبری آنها از چه کلمات، اصطلاحات و... استفاده شده است؟

.....

.....

زائران اربعین حسینی در هنگام راهپیمایی با روش‌های مختلفی همچون حمل پرچم، کوله‌های مزین به نوشته و تصاویر، شعارها و نوشته‌های روی لباس و سربند و... پیام‌هایی را به جهانیان منتقل می‌کنند، آیا رسانه‌های خبری بیگانه این گونه پیام‌ها را پوشش می‌دهند؟

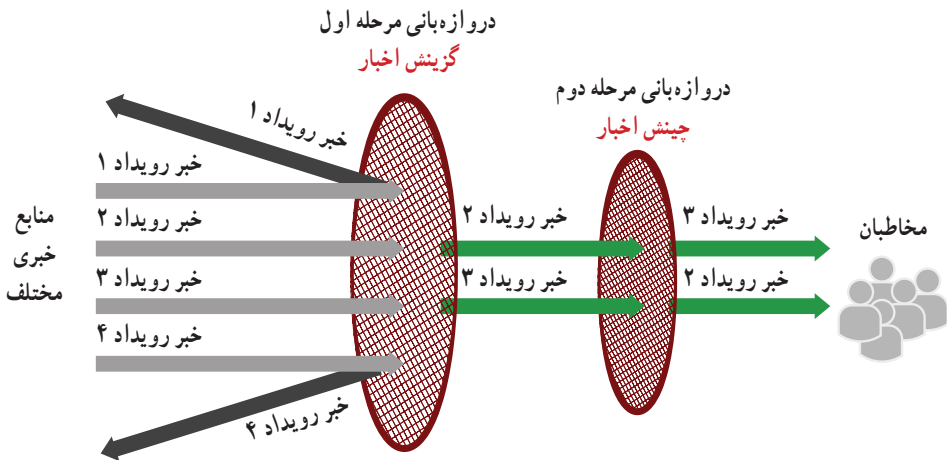
.....

.....



دروازه‌بانی خبر

تجربه‌ای که شما در خصوص گزینش، چینش و پردازش چند خبر از بین تعداد زیادی از اخبار داشتید، نمونه بسیار ساده‌ای از دروازه‌بانی خبر است. شما در نقش عضو شورای سردبیری یک بخش خبری در تلویزیون ظاهر شدید و مانند دروازه‌بان بین منبع و گیرنده خبر، تعیین کردید چه خبرهایی انتخاب و یا رد شوند و اینکه خبرهای انتخابی چگونه چینش و پردازش شوند. در بررسی سه روزنامه نیز تأثیر دروازه‌بانی خبر را در موقعیت واقعی تحلیل کردید. تصویر زیر مدلی از دروازه‌بانی خبر را نشان می‌دهد.



واقعیت این است که هر رسانه ارتباط جمعی، اعم از روزنامه، رادیو، تلویزیون و... باید در بین حوزه گسترده‌ای از داده‌های خبری و اطلاعاتی که دنیای امروز درگیر آن است، دست به گزینش بزند، زیرا هرگز قادر نیست تمامی حوادث و اطلاعات را منعکس نماید.

دروازه‌بانی، فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمزگذاری پیام، نه فقط انتخاب، بلکه ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه و عرضه، تکرار، زمان‌بندی در طول مسیر انتقال از منبع به گیرنده است. به عبارتی دیگر، دروازه‌بانی شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه‌داشتن و کنترل پیام است.

لطفاً لایه‌های سطرها را بخوانید! دیدگاه‌ها و ارزش‌های تولیدکننده پیام در انتخاب کلمات، تصاویر، صداها و همه ابزارهایی دخالت دارد که برای انتقال یک پیام رسانه‌ای به کار می‌رود. اما این ارزش‌ها و دیدگاه‌ها در نگاه اول و به راحتی قابل تشخیص نیست. مخاطب منفعل در صورتی که پیوسته در رویارویی با این گونه پیام‌ها قرار گیرد، تحت تأثیر عقاید و ارزش‌های سازندگان پیام قرار می‌گیرد و آنها را می‌پذیرد. به‌ویژه وقتی برخی دیدگاه‌ها کم‌رنگ و بی‌اهمیت انگاشته یا حذف شده باشد.

«... پس بندگان مرا بشارت ده، آنان که سخن را با دقت می‌شنوند و بهترین آن را پیروی می‌کنند. آنان‌اند که خداوند هدایتشان کرده است و آنان‌اند همان خردمندان».



سوره زمر، آیات ۱۷ و ۱۸

گفت‌وگوی کلاسی



به تفاوت روایت دو خبرنگار از یک رویداد دقت کنید:

□ اصابت موشک به حيفا ده‌ها شهروند اسرائیلی را کشته و زخمی کرد. حماس ضمن برعهده گرفتن این حمله تروریستی اعلام کرد: «حملات حماس تا نابودی کامل اسرائیل ادامه خواهد داشت». سخنگوی کاخ سفید ضمن محکومیت شدید این حمله تروریستی، توقف فوری خشونت بین فلسطین و اسرائیل را خواستار شد و گفت: «حماس باید هر چه زودتر خلع سلاح و توسط محاکم بین‌المللی به جرم کشتار مردم بی‌گناه محاکمه شود».

□ جنبش حماس دیشب در پاسخ به حملات وحشیانه چند روز اخیر رژیم غاصب صهیونیستی به غزه و کشتار بی‌رحمانه زنان و کودکان فلسطینی، سه موشک را به سمت شهر حيفا شلیک کرد که یکی از آنها پس از برخورد به منطقه‌ای نظامی موجب کشته و زخمی شدن چند صهیونیست شد. حماس در بیانیه‌ای ضمن انتقاد از سکوت مجامع جهانی در برابر جنایت‌های جنگی صهیونیست‌ها در غزه از ادامه مقاومت تا پیروزی کامل بر رژیم صهیونیستی خبر داد.

■ به کمک هم کلاسی‌های خود ارزش‌های حاکم بر هر روایت رسانه‌ای را بیان کنید. چه دیدگاه‌هایی در هر کدام از روایت‌ها نادیده گرفته شده است؟

برجسته‌سازی چیست؟

یکی دیگر از راهکارها و شیوه‌هایی که رسانه‌ها در انتقال پیام به کار می‌گیرند برجسته‌سازی است. استخراج یک پیام از میان دیگر پیام‌ها یا از میان عبارت‌های یک پیام؛ درحالی که موضوعات دیگر مطرح شده از سوی رسانه، کوچک و کم‌اهمیت جلوه کند، برجسته‌سازی نام دارد. برجسته‌سازی در هر کدام از رسانه‌های جمعی، به شیوه‌ای خاص انجام می‌شود. به عنوان مثال، برجسته‌سازی یک خبر در مطبوعات با استفاده از فنون صفحه‌بندی، اندازه عنوان، استفاده از عکس، نقش، طرح و جایگاه خبر در صفحه انجام می‌شود. در رادیو، برجسته‌سازی با اولویت‌دهی در ترتیب شنیدن خبر، میزان زمان اختصاص داده شده به آن و نیز تغییر در لحن و صوت گوینده انجام می‌شود. در تلویزیون، برجسته‌سازی خبر با اولویت دادن به خبر، استفاده از خلاصه خبر، میزان زمان اختصاص داده شده، استفاده از عکس، دستانه (اسلاید)، فیلم و... صورت می‌گیرد. تمام تلاش رسانه‌ها در بهره‌گیری از برجسته‌سازی (با توسل به ابزارها و روش‌های مختلف)، هدایت مخاطبان و افکار عمومی به این سمت است که به چه موضوعی بیش از سایر موضوعات توجه کرده و در مورد آن فکر کنند.

فعالیت گروهی



به گروه‌های پنج تا شش نفره تقسیم شده و فیلم‌های «خبر ۱ و ۲» را ببینید. آنگاه تفاوت‌ها و شباهت‌های دروازه‌بانی (گزینش، چینش و پردازش) و برجسته‌سازی خبر را بررسی و براساس اهداف آن دو رسانه خبری تحلیل کنید. متن پشت جلد کتابتان را که بخشی از بیانیه گام دوم انقلاب است؛ بخوانید و براساس تحلیل انجام گرفته از فیلم‌های خبر ۱ و ۲، پیشنهاد‌های خود را جهت نحوه شکستن محاصره تبلیغاتی رسانه‌های بیگانه به کلاس گزارش کنید.



رسانه بی طرف؟!

بسیاری از خبرگزاری‌ها و شبکه‌های خبری، خود را کاملاً بی‌طرف می‌دانند و می‌گویند در ارائه اخبار بدون تعصب و جهت‌گیری عمل می‌کنند. اما آیا این مسئله ممکن است؟ هر تولیدکننده رسانه‌ای باید برای تولیدات خود به انتخاب دست بزند. این انتخاب‌ها بازتابی از ارزش‌ها و دیدگاه‌های تولیدکنندگان رسانه‌ای است و فقط به اخبار منحصر نیست و در مورد همه تولیدات رسانه‌ای مصداق دارد.

برای مثال، در اسناد لانه جاسوسی یکی از جاسوسان امریکایی در تحلیلی که برای مقامات بالادستی خود از وضعیت رسانه‌ها ارائه می‌دهد، از گسترش اخبار فارسی‌زبان شبکه رادیویی صدای امریکا (VOA) و پخش فیلم‌های امریکایی - که حامل فرهنگ‌های غیراخلاقی امریکا در تلویزیون ایران است - ابراز خرسندی می‌کند.^۱

توجه به این مسئله که بخش فارسی‌زبان صدای امریکا در سال ۱۳۵۹ (۱۹۸۰ میلادی) یعنی پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران، برنامه‌های فارسی‌زبان خود را به مدت یک ساعت افزایش^۲ می‌دهد، بیانگر این مطلب است که رسانه‌ها به‌خصوص رسانه‌های وابسته به دولت‌های مستبد نمی‌توانند بی‌طرف باشند و از مهم‌ترین ابزارهای نفوذ فکری و فرهنگی در جوامع هدف به‌شمار می‌آیند.

در سندی که توسط لینکن کاردار موقت سفارت امریکا و جاسوس این کشور در ایران، برای «برژینسکی» مشاور امنیتی کارتر، رئیس‌جمهور وقت امریکا، تدوین شده، این‌گونه آمده است: «کسانی که با (امام) خمینی می‌جنگند و مخالفان نظام جمهوری اسلامی، می‌خواهند خبرها را از صدای امریکا کسب کنند. شما می‌توانید از نفوذ خود در صدای امریکا استفاده کرده و از راه تأکید بیشتر روی مشکلات مهم آنها و بازگو کردن علل آن، عکس‌العمل سریع‌تری برای مقاومت و تقابل ایجاد کنید. من می‌دانم این کار، کار ناچیزی است، ولی از نظر روان‌شناسی اثر فوق‌العاده‌ای دارد و بسیاری از افراد مخالف نظام جمهوری اسلامی به میزان همدردی و همفکری ما از طریق این صدا پی می‌برند.»^۳

(۲۸ اکتبر ۱۹۷۹، آبان ۱۳۵۸)

در این سند می‌بینیم که برای رسانه مذکور، راهبردهایی مانند تأکید بر مشکلات ایران و ربط دادن آنها به مقاومت مردم در مقابل استبداد و مسائلی از این قبیل توصیه شده است تا با ترویج این‌گونه اخبار سفارشی، مردم را از گفتمان استکبارستیزی و آزادی‌خواهی مأیوس کند.



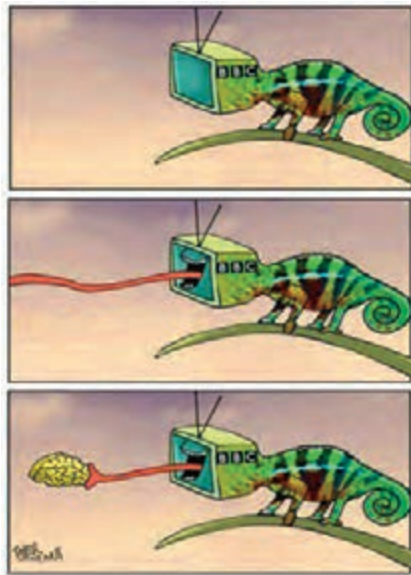
ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر فردی فاسق با خبری به نزدتان آمد، تحقیق کنید تا مبدا ندانسته به قومی بی‌گناه حمله کنید و بعداً از عمل خود پشیمان شوید.



۱. اسناد لانه جاسوسی، تهران، ۱۳۹۰، چاپ سوم، جلد ۱، ص ۱۱۴.

۲. همان منبع، صص ۱۱۶ و ۱۱۷.

۳. همان منبع، ص ۱۱۷.



از طریق دیدن یا شنیدن اخبار اصلی می‌توان به اهداف فرستندهٔ پیام، مثلاً یک روزنامه پی برد. صفحات اول یک روزنامه (چاپی یا برخط) یا بخش خبر یک شبکه را در یک هفته تعقیب کنید. عنوان (تیترا) و خبر اصلی آن را فهرست و تحلیل کنید:

■ این روزنامه چه نوع روزنامه‌ای است؟ (سیاسی، اقتصادی، سینمایی، ورزشی یا ...)

■ این روزنامه یا شبکه در طول هفته، بیشتر به چه موضوعاتی پرداخته است؟

■ هدف صاحبان این رسانه از کار رسانه‌ای چه می‌تواند باشد؟

یک بار دیگر صفحهٔ عنوانی فصل سوم را مشاهده کنید. قرار بود در این فصل شما تحلیل تولیدات رسانه‌ای را با دو سؤال از سؤالات کلیدی سواد رسانه‌ای تمرین کنید؛ همان سؤال‌هایی که با علامت مشخص شده است. اگر با مطالعهٔ متون و فعالیت‌های این فصل تا حدودی «توانایی تشخیص فرستنده/ارتباطگر و اهداف او را در فرستادن پیام رسانه‌ای» به دست آورده‌اید در جهت هدف اصلی آن گام برداشته‌اید.