

نگاهی به نقش دروازه‌بانی در شکل‌گیری و انتقال خبر

دروازه‌بانی خبر چیست؟

دروازه‌بانان کیستند؟

ترجمه، تلخیص و اقتباس:
مهدخت بروجردی علوی

اشاره

آگاهی‌های ما را از جهان پیرامون شکل می‌دهد. هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند که این تصویر، تصویری دقیق، روشن و کامل است.

اخبار و رویدادها تا به گوش ما برسند از صافی‌هایی عبور می‌کنند که معلوم نیست با محتوای آنها چه می‌کنند. مسکوت گذاشتن بعضی اخبار، گفتن بخشی از واقعیت یا تحریف آن، بزرگ و کوچک کردن رویدادها، انتخاب زمان و نحوه تنظیم و آرایش مطالب و یا حتی نوع رسانه حامل

می‌رسند. اما حقیقت این است که جهان‌بینی رسانه‌ای، جهان‌بینی دقیق و قابل اعتمادی نیست. علی‌رغم تصور ما که گمان می‌کنیم رسانه‌ها با بی‌طرفی کامل صرفاً برای آگاه ساختن مخاطب، در تلاش و تکاپو هستند، امروزه رسانه‌ها بیش از هر زمان دیگر، تحت تأثیر اغراض و اهداف سیاسی و اقتصادی و منافع خاص گروهی، جاه‌طلبی‌ها و قدرت‌طلبی‌ها قرار دارند.

پیامهایی که از طریق رسانه‌ها به ما می‌رسد و یا حتی نمی‌رسد، تصویر ذهنی و

در جهانی به سر می‌بریم که هر لحظه و به هر طرف بچرخیم، خبری، رویدادی، تفسیری ذهن ما را به خود مشغول می‌سازد. رسانه‌ها از همه طرف ما را محاصره کرده‌اند. هنوز بیچ رادیو را نبسته، روزنامه را می‌گشاییم و در حال خواندن روزنامه، چشمی هم به تلویزیون داریم.

امروز حتی تصور دنیای بدون رسانه برای ما غیرممکن است. بسیاری از ما فکر می‌کنیم که واقعیتهای اجتماعی همان چیزهایی هستند که از طریق رسانه‌ها به ما

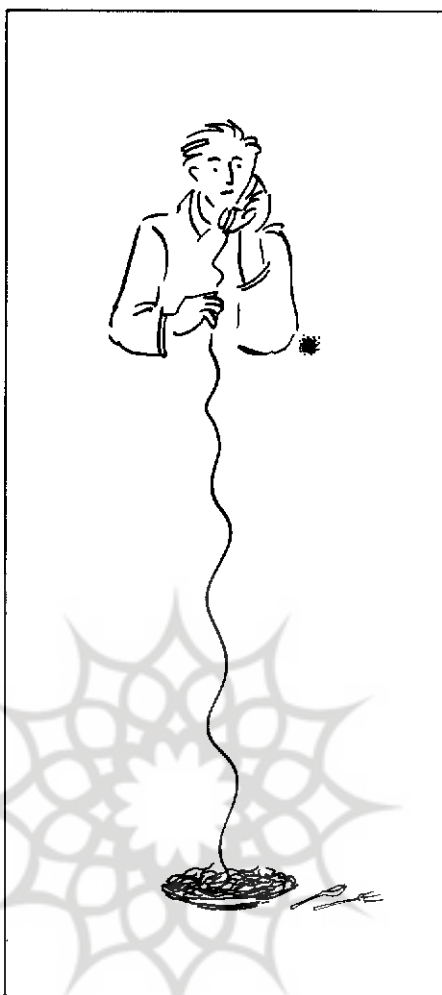
پیام، خبر را در جنبه‌های از فعل و انفعالات گوناگون قرار می‌دهد.

به این ترتیب می‌توان گفت که تصویری مخدوش از جهان پیرامون برای ما ترسیم می‌شود. سؤال اساسی این است که چه فرآیندی اتفاق می‌افتد؟ چه کسی گزارش می‌دهد؟ چه کسانی در مورد چگونگی انتشار و محتوای آن تصمیم می‌گیرند و چه تغییراتی را دانسته یا ندانسته اعمال می‌کنند؟ و چه زمانی و تحت چه عنوانی به صورت کالای خبری در اختیار ما می‌گذارند.

حتی اگر فرض را بر حسن نیت و بیطرفی کامل رسانه‌ها بگذاریم، تردیدی نیست که بین خبر اتفاق افتاده و خبر گزارش شده، تفاوت و فاصله‌ای وجود دارد که می‌تواند ناشی از عناصری باشد که از طبیعت کار روزنامه‌نگاری ناشی می‌شود.

سانسور، خودسانسوری، گروه‌های فشار، گرایش‌های شخصی و سلیقه‌های فردی، منافع گروهی، محدودیت‌های مکان و زمان، محدودیت فرصت تصمیم‌گیری، تکنیک‌های خاص روزنامه‌نگاری، جغرافیایی، سیاسی، اقتصادی و... همه از عواملی هستند که بر جریان گزارش‌دهی و خبررسانی توسط رسانه‌ها تأثیر می‌گذارند. حال پرسش دیگر این است که چه کسانی از میان دهها عامل تعیین‌کننده حق و قدرت تصمیم‌گیری دارند و چگونه در فرآیند انتقال خبر از منبع به مقصد عمل می‌کنند. هر که هست و هر چه هست، یک واقعیت را نمی‌توان انکار کرد و آن اینکه عملکرد این گروه و تصمیمات آنها، اطلاعات و آگاهی‌های صدها میلیون انسان را در هر روز و هر ساعت شکل می‌دهد و تصویر واقعیت‌های اجتماعی را برای آنان می‌سازد.

پس مطالعه این گروه به این دلیل اهمیت می‌یابد که آنها تعیین می‌کنند ما چه بدانیم و چه ندانیم. آنها فرآیند دانایی و اطلاع‌رسانی را رقم می‌زنند به ویژه اینکه مسأله دروازه‌بانی در یک نقطه و در یک مقطع صورت نمی‌پذیرد و هر یک از عوامل و عناصر دست‌اندرکار می‌تواند بر جریان انتقال خبر تأثیر بگذارد.



بررسی حاضر یک مطالعه اجمالی از فرآیند «دروازه‌بانی خبر» است. به این امید که بتواند ما را در شناخت واقعیت‌های موجود در جریان عملکرد رسانه‌ها یاری کند.

گاهی گذرا به تاریخچه دروازه‌بانی قرن‌ها پیش، زمانی که بشر اشکال اولیه ارتباط جمعی را ابداع کرد، به فکر راه‌های کنترل آن نیز افتاد. در واقع، فرآیند کنترل به قدمت فرآیند ارتباط است. به عنوان مثال، کسانی که در شهرها جار می‌زدند، تصمیم می‌گرفتند چه چیزهایی را اعلام کنند و چه چیزهایی را اعلام نکنند.

کسانی که در کار چاپ و نشر کتاب بودند، نه تنها تصمیم می‌گرفتند که چه کتابی

چاپ شود، بلکه تصمیم آنها بر محتوا و عرضه کتاب هم تأثیر داشت. به طور کلی همه کسانی که به نحوی در جامعه صاحب موقعیتی بودند، مثل صاحبان قدرت و سرمایه، معلمان، چاپگران و تاجران، همه و همه برای به دست آوردن اطلاعات و کنترل آن تلاش می‌کردند. این کوشش و تلاش برای به دست آوردن اطلاعات ناشی از شناخت تاریخی بشر از این اصل مهم اجتماعی است که می‌گوید: «دانایی اساس قدرت اجتماعی است».

فردوسی، حماسه‌سرای ایرانی، بیش از یک هزار سال پیش چنین سروده بود: «توانا بود هر که دانا بود». تردیدی نیست که همیشه، همه اخبار به دست ما نمی‌رسد. همان‌طور که «لشوروستن»^۱ در سال ۱۹۳۷ یادآوری می‌کند «روزنامه یک تقویم، سالنامه یا روزشمار^۲ تاریخ نیست. کل فرآیند روزنامه‌گاری در انتخاب^۳ خلاصه شده است».

بیش از یک دهه بعد (۱۹۴۹) ویلبر شرام^۴ در این باره می‌نویسد: «هیچ‌یک از جنبه‌های ارتباط به اندازه تعداد زیادی انتخاب و تعداد زیادی رد کردن^۵ در شکل‌دهی افکار گیرنده و ارتباط‌گر مؤثر نیست».

اما امر نظریه انتخاب در فرآیند ارتباط، تا زمانی که کورت لوین^۶ اصطلاح یا استعاره^۷ «دروازه‌بان»^۸ را به وجود آورد، پرداخته نشده بود. بعد از لوین، دیوید مینیک وایت^۹ به این اصطلاح، تحت نام مستعار «آقای دروازه»^{۱۰} زندگی بخشید.

مفهوم «دروازه‌بان» چارچوبی برای ارزشیابی به متخصصان داد تا مشخص شود که انتخابها چگونه صورت می‌گیرند و چرا بعضی از عناوین خبری رد می‌شوند. این مفهوم همچنین ساختاری برای مطالعه فرآیندهایی به جز انتخاب فراهم کرد؛ نظیر اینکه محتوا چگونه شکل می‌گیرد، ساخته می‌شود و مکان و زمانش مشخص می‌شود. نظریه «لوین» برای درک این موضوع به وجود آمد که چگونه یک نفر می‌تواند تغییرات اجتماعی گسترده‌ای در جامعه به وجود آورد.

تحقیقات لوین به حرفه روزنامه‌نگاری

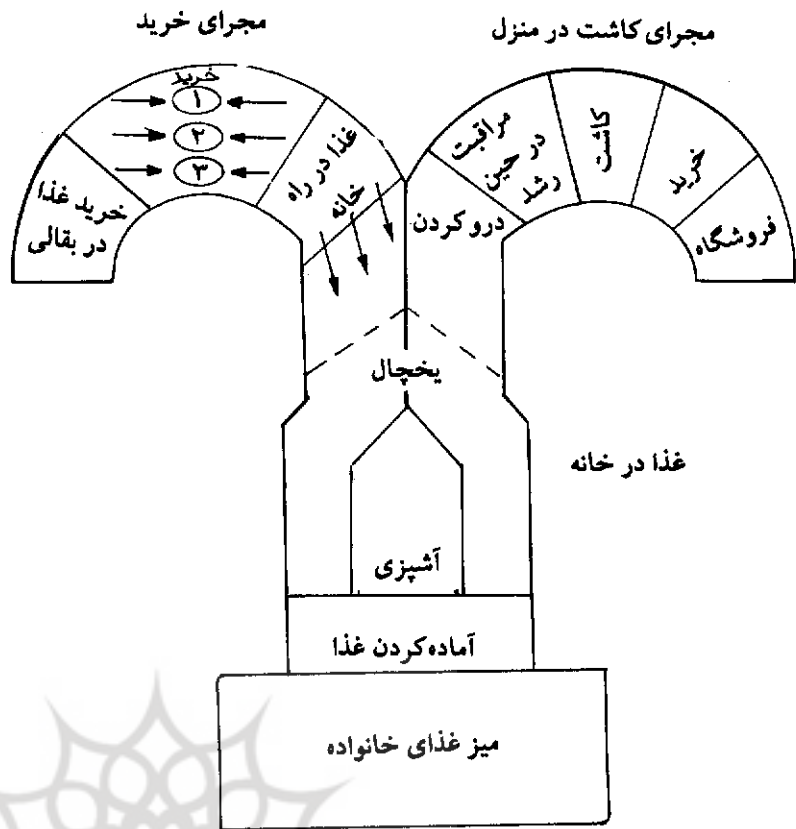
شخص را تشویق به خرید می‌کند و قیمت بالای آن یک عامل منفی است که شخص را از خرید بازمی‌دارد. وقتی که کالای مورد انتخاب از «دروازه خرید» گذشت، همه عوامل منفی قبلی تبدیل به عامل مثبت می‌شوند. برای مثال، تصمیم به خرید یک تکه گوشت گران قیمت مشکل است. قیمت بالای گوشت عامل منفی است ولی اگر گوشت خرید شده، همان عامل منفی باعث اطمینان می‌شود که، گوشت سایر دروازه‌ها را با موفقیت پشت سر گذاشته و به روی میز غذا برسد. یعنی خانم خانه‌دار در نقل و انتقال آن به خانه، نگهداری و پخت و آماده کردن برای مصرف و یافتن بهترین جاروی میز غذا سعی زیادی می‌کند و نتیجه اینکه همه دروازه‌های بعدی با موفقیت پشت سر گذاشته می‌شود.

لویین باور داشت که این چارچوب نظری در هر سطحی قابل تعمیم است و او در این باره چنین گفت: «این وضعیت نه تنها برای مجراهای مواد غذایی، بلکه در مورد عبور خیر از یک مجرای ارتباطی نیز صدق می‌کند و هم‌چنین برای نقل و انتقال کالاها و افراد.» بعد از کورت لویین، دیوید م. وایت که دستیار تحقیقاتی او در دانشگاه آیوا بود، نظریه مجراها و دروازه‌بانان را به صورت یک طرح تحقیقاتی درآورد.

وایت، یک «ادیتور اخبار خبرگزاریها» را انتخاب کرد و او را «آقای دروازه» نامید و از او خواست که تمام خبرهایی که از سه خبرگزاری «یونایتد پرس» و «آسوشیتد پرس» و «خبرگزاری بین‌المللی»^{۱۳} دریافت می‌کند، نگه دارد. مدت اجرای این طرح یک هفته در فوریه ۱۹۴۹ بود و قرار شد که هر خبری را که «آقای دروازه» رد می‌کند، علت آن را با یک توضیح کوتاه، روشن سازد.

طبق این تحقیق، انتخابهای آقای دروازه، کاملاً «ذهنی»^{۱۴} بود. یک سوم مطالب انتخاب نشده بر اساس ارزیابیهای ذهنی آقای دروازه و دو سوم بقیه به علت کمبود یا نبود جا و یا به این علت که مطالب مشابه چاپ شده یا در حال چاپ است، رد شده بودند.

در سال ۱۹۸۱ مدل دروازه‌بانی وایت توسط «ویندال»^{۱۵} و مک کوئل^{۱۶} به این شکل



مدل کورت لویین در مورد اینکه چگونه غذا از مجراهای گوناگونی عبور می‌کند تا به روی میز غذای خانواده برسد

سبزیجات از فروشگاه، کاشتن آنها، دقت و مراقبت در حین رشد و درو کردن. در هر یک از این مراحل هم انتخاب دخالت دارد. مثلاً ضمن رشد سبزیها، بعضی از دانه‌ها ممکن است پیوسند، یا بعضی به وسیله حشرات یا بچه‌ها از بین بروند، خلاصه مقداری از سبزی درو شده و به مصرف خانواده می‌رسد. در مورد مغازه هم همین گفته صادق است.

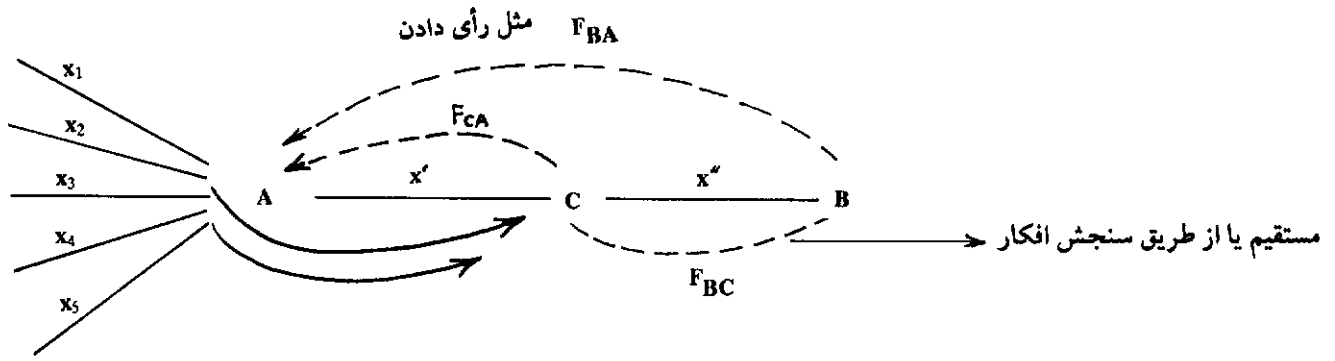
ورود به هر بخش و هر مجرا یک «دروازه» است و حرکت برای عبور از این دروازه به وسیله شخصی به نام «دروازه‌بان» کنترل می‌شود (یا به وسیله یک رشته از قوانین بی طرف).

نکته جالب در مورد دروازه این است که در هر مرحله‌ای از انتخاب، یک رشته نیروهای مثبت و منفی در اطراف دروازه وجود دارند که بر انتخاب تأثیر می‌گذارند. مثلاً جذابیت کالا یک عامل مثبت است که

مربوط نبود و مثال اصلی اش شامل تغییر عادات غذایی در یک جمعیت مفروض بود. او نتیجه گرفت که تمام اعضای آن جمعیت مفروض نقش یکسانی در این تصمیم که چه چیزی خورده شود، ندارند و این تغییر اجتماعی به بهترین صورت، توسط کسانی انجام می‌گیرد که بیشترین کنترل را روی انتخاب مواد غذایی برای منازل دارند. به نظر لویین، غذا از چند مجرا به روی میز غذاخوری می‌رسد. یک مجرا، فروشگاه مواد غذایی است. و یک مجرا، باغچه سبزی و میوه موجود در خانه است.

نمودار زیر نشان می‌دهد که چگونه هر مجرای به بخشهای مختلف تقسیم می‌شود، مثلاً در فروشگاه مواد غذایی، پیدا کردن تصمیم به خرید و انتقال آن به منزل بخشهای مختلف را تشکیل می‌دهد.

در صورتی که سبزی در خانه کاشته شود شامل بخشهای زیر است: خرید بذر



نشان داده شد:

در این مدل، دروازه‌بان می‌تواند یک یا چند نفر باشد که به طور هماهنگ عمل می‌کنند. محدودیت این مدل این است که به این موضوع توجه نکرده که چند دروازه‌بان، نقطه‌نظرهای متفاوتی درباره جمع‌آوری، شکل‌دهی و نحوه ارائه پیام خواهند داشت. در سال ۱۹۶۶، پاول اسنایدر،^{۱۷} این تحقیق را با همان «آقای دروازه» قبلی تکرار

خود چنین می‌گوید: «من چند تعصب دارم که کار زیادی در مورد آنها نمی‌توانم بکنم. من از سیاستهای اقتصادی ترومن، از ذخیره‌سازی روشنائی روز و نوشابه گرم بدم می‌آید. ولی باز هم اگر مطلب بهتری پیدا نکنم، علی‌رغم میل باطنی‌ام از همین‌ها هم استفاده می‌کنم. ترجیح دیگر من برای انتخاب، اخباری است که متناسب با نیازهای ما باشد.»

دارد.» و می‌افزاید که «ادیتور تلکس خبرگزاری» اساساً فرد منفعلی است و فرآیند انتخاب، مکانیکی است و مسائل سازمانی و مسائل روزمره کار ارتباطی، خیلی بیشتر از ارزشهای شخصی وی در کارگزينش دخالت می‌کنند.

یک سال بعد وستلی و مک‌لین،^{۲۱} مدلی ارائه کردند که تلفیقی بود از نظریه‌ای که دروازه‌بانی خبر را یک فعالیت سازمانی می‌دانست با نظریه ABX نیوکام.

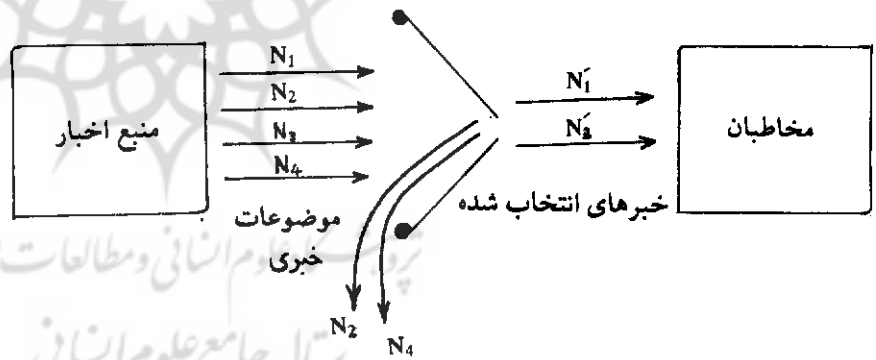
در این مدل X نشانه هر رویداد و واقعه‌ای در محیط اجتماعی است که در مورد آنها از طریق رسانه‌ها ارتباط صورت می‌گیرد.

A، نقش مبلغ و حمایتی دارد و اشاره دارد به افراد یا سازمانهایی که درباره X حرفی برای گفتن دارند. A می‌تواند یک سیاستمدار، تبلیغاتچی یا منبع خبر باشد. به طوری کلی، A یک ارتباط‌گر هدفمند^{۲۲} است.

C، یکی سازمان رسانه‌ای یا افراد داخل آن سازمان است. او بر حسب «نیازهای مخاطب» Xهای مختلف را مستقیماً و یا از طریق A دریافت می‌کند و به عبارتی «ارتباط‌گر غیرهدفمند»^{۲۳} است.

B، یعنی گروه مخاطبان، نیز کار گزینشگری را ادامه می‌دهد و در میان اخبار ارائه شده با توجه به نیازهای خبری خود، عمل گزینش را انجام می‌دهد.

باس^{۲۴} در سال ۱۹۶۹ فکرش را بدین صورت مطرح کرد که تمام دروازه‌بانان، به یک شکل عمل دروازه‌بانی را انجام نمی‌دهند و مدلی ارائه کرد و آن را «جریان



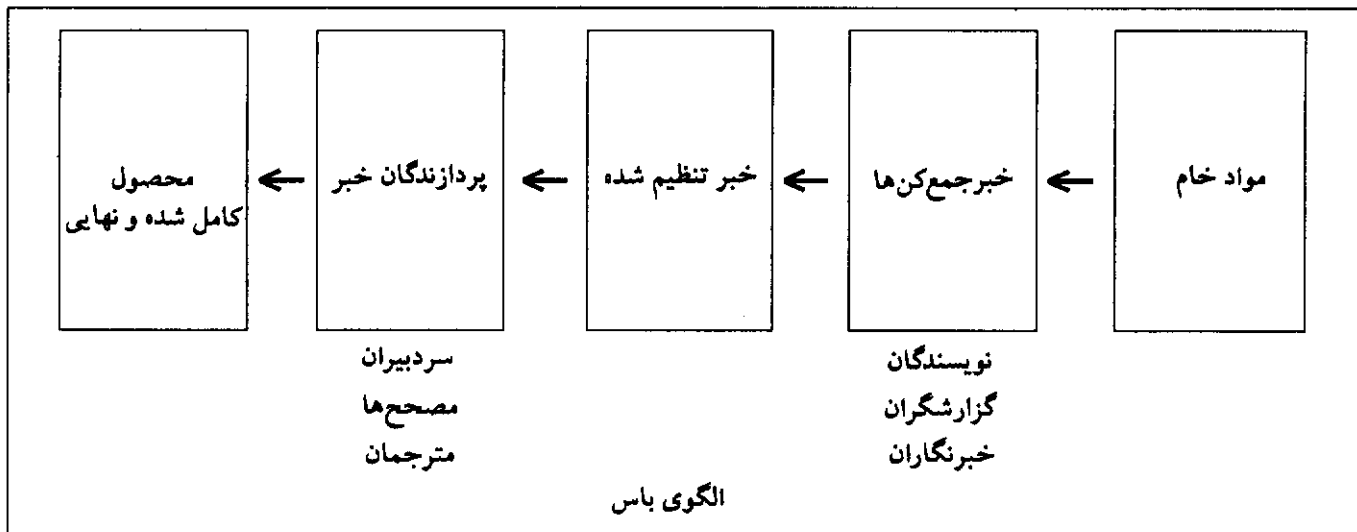
سایر مدل‌های «دروازه‌بانی خبر»

در سال ۱۹۵۶، در یکی از اولین مطالعات بعد از وایت، آقای گیبیر،^{۲۰} ۱۶ روزنامه را مورد مطالعه قرار داد و نتیجه آن چیزی بسیار متفاوت با نتیجه‌گیری وایت بود.

وایت نتیجه گرفته بود که ارزشهای شخصی دروازه‌بان عامل مهمی در تصمیم‌گیری اوست در حالی که گیبیر دروازه‌بان را به این صورت تعریف می‌کند: «کسی که تحت فشار جزئیات مکانیکی قرار

کرد. با این تفاوت که این دفعه آقای دروازه با یک خبرگزاری کار می‌کرد (دفعه قبل ۳ خبرگزاری بود) و شانزده سال هم پیرتر شده بود. نتیجه تقریباً همان نتیجه آزمایش قبل بود، یعنی انتخابهای آقای دروازه بر پایه مسائلی بود که خودش دوست داشت و فکر می‌کرد که خوانندگانش می‌خواهند.

او در آزمایش دوم، «علاقه انسانی»^{۱۸} کمتر استفاده می‌کرد و به «اخبار صرف»^{۱۹} علاقه بیشتری داشت. او در مورد علایق



داخلی دو مرحله‌ای دروازه‌بانی» نامید.

بر حسب تقسیم‌بندی باس دروازه‌بانان به دو دسته تقسیم می‌شوند: یک دسته «خبر جمع‌کن‌ها»^{۲۵} هستند شامل نویسندگان، گزارشگران و سردبیران محلی و کارشان این است که اخبار خام را که از مجراهای گوناگون به دست آنها می‌رسد تنظیم می‌کنند. دسته دوم «پردازندگان خبر»^{۲۶} هستند که خبر تنظیم شده را به محصول نهایی آماده برای چاپ تبدیل می‌کنند. «پردازندگان خبر» شامل سردبیران کل، مصحح‌ها و مترجمان هستند.

یک سال بعد (۱۹۷۰)، هالورن^{۲۷} و الیوت^{۲۸} و مرداک^{۲۹} نوشتند که فرآیند دروازه‌بانی در دفتر روزنامه آغاز نمی‌شود، بلکه همراه با «خبرنگار در خیابان» آغاز می‌شود.

«چینیال»^{۳۰} (۱۹۷۷) اظهار داشت که اصطلاح «خبر جمع‌کن» را نمی‌پسندد و استدلال می‌کرد که: «خبر سیب نیست که در خیابان ریخته‌باشد و خبرنگار جمع کند. خبرنگار باید خبر را از طریق انتخاب قطعات کوچک اطلاعات از میان توده انبوه مواد خامی که دریافت می‌کند و سازمان دادن آنها در قالبهای مرسوم روزنامه‌نگاری خلق کند». همه خبرهایی که به روزنامه می‌رسد خبرهای خام نیست. بعضی از آنها مثل خبرهای روابط عمومی‌ها تقریباً پردازش شده و آماده مصرف است و این یک عامل جذابیت برای خبرنگار است و عامل مثبتی است که باعث رد شدن خبر از دروازه

می‌شود. پس به نحوی، دست‌اندرکاران روابط عمومی‌ها را می‌توان پردازندگان خبر نامید.

دروازه‌بانی خبر (تعاریف)

دروازه‌بانی خبر فرآیندی است که طی آن میلیاردها خبر خلاصه و جمع و جور و خرد می‌شوند و به صدها پیام تبدیل شده و به اشخاص مفروض در یک زمان مفروض می‌رسند.

معمولاً تصور می‌شود که دروازه‌بانی، انتخاب خبر برای روزنامه است ولی دروازه‌بانی خبر، چیزی بیش از یک انتخاب ساده است. به گفته تیچر^{۳۱} دروازه‌بانی باید این‌طور تعریف شود: «فرآیند 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. به عبارتی دروازه‌بانی شامل تمام جنبه‌های انتخاب، نگه داشتن و کنترل پیام است. چه با پیام از طریق رسانه‌ها ارتباط برقرار شود چه از طریق مجراهای میان فردی.»

در یک تحلیل دقیق‌تر می‌توانیم بگوییم: دروازه‌بانی، فرآیند دوساره‌سازی یک چارچوب ضروری برای رویداد و تبدیل آن به خبر است. ارتباط‌گران، عناصری از پیام را انتخاب می‌کنند و بقیه را رد می‌کنند. عناصر انتخاب شده، به‌طور برجسته‌ای نمایش داده می‌شوند. با بیشترین سرعت و مکرر.

اغراق نیست اگر بگوییم تمام دست‌اندرکاران امر ارتباط به نحوی دروازه‌بان هستند. چون دروازه‌بانی یک امر ضروری در سراسر فرآیند انتخاب و تولید پیام است.

نه تنها انتقال همه خبرها ممکن نیست، بلکه انتقال مواد خامی که شکل و شمایل خبر را نداشته‌باشد هم غیرممکن است.

اگرچه این اصطلاح بیشتر در زمینه ارتباطات شامل رسانه‌های جمعی است ولی می‌تواند برای هر نقطه تصمیمی و شامل هر گونه اطلاعاتی باشد. چه انتقال در مجرای جمعی اتفاق بیفتد، چه در مجرای فردی.

به نظرم شرام، در یک سیستم اجتماعی، هر فردی به عنوان یک دروازه‌بان بالقوه برای دیگران عمل می‌کند. فعالیت دروازه‌بانی از نقطه‌ای شروع می‌شود که در آن یک ارتباط‌گر، درباره یک پیام واقعی یا بالفعل چیزی را می‌فهمد و در نقطه‌ای پایان می‌پذیرد که این پیام‌های تا حدودی تغییر یافته به گیرنده منتقل شده‌است. یک دروازه، یک نقطه تصمیم ورود یا خروج است.

فرآیند دروازه‌بانی

در این بخش عاملهایی را که باعث می‌شود یک خبر مورد توجه ارتباط‌گر قرار بگیرد مشخص می‌کنیم این عوامل شامل: ۱. راههای ورود خبر به مجرا؛ ۲. نبردهای دو طرف دروازه؛ ۳. مشخصات موضوعات

خبری؛ ۴. ارزشها و نگرشهای شخصی فرد گزینشگر است.

هر یک از این عوامل را به اختصار روشن می‌کنیم:

۱. راههای ورود خبر به مجرا: اطلاعات از طریق مجراهای گوناگون به سازمانهای خبری می‌رسد. سیگنال^{۳۲} در سال ۱۹۷۳، راههای ورود خبر به مجرا را به سه دسته تقسیم کرد: ۱. مجراهای عادی؛ ۲. مجراهای غیررسمی؛ ۳. اخبار تولیدی.

۱/۱. مجراهای عادی: شامل جریانان رسمی مثل محاکمات، مسائل دادگاهها، مسائل انتخابات؛ ب. بیانیه‌های مطبوعاتی که از طریق رادیو و خبرگزاری رسمی به اطلاع می‌رسد؛ ج. کنفرانسهای خبری از جمله خلاصه گزارشهای خبری که به وسیله سخن‌گویان رسمی و مصاحبه‌هایی که توسط سخن‌پراکنی‌ها ارائه می‌شود؛ د. وقایعی که جنبه فوریت ندارد مثل سخنرانیها و جشنها.

۱/۲. مجراهای غیررسمی: شامل گزارشهای خبری از سایر سازمانهای خبری و دستوراتی نظیر بخشنامه‌ها.

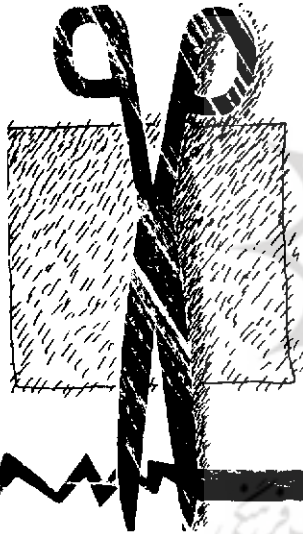
۱/۳. اخبار تولیدی: اخباری هستند که توسط کادر خبری یک سازمان ارتباطی تهیه می‌شوند.

۲. نیروهای دو طرف دروازه: همان طور که ذکر شد، یکی از اندیشه‌های اصلی لوین این بود که عواملی در دو طرف دروازه وجود دارند که تمایل دارند جهت تصمیم را عوض کنند. اگر خبری از دروازه رد شد، عامل منفی تبدیل به مثبت می‌شوند و یا بالعکس. یک مثال: رویدادی در منطقه‌ای دوردست که شبکه تلویزیون در آنجا خبرنگار ندارد، اتفاق می‌افتد. مسأله نداشتن خبرنگار و دوری راه و هزینه زیاد تهیه خبر از آنجا، عوامل منفی هستند ولی اگر مقامات اجرایی فکر کنند که این موضوع آنقدر مهم است که هزینه‌گزار هم می‌تواند برای آن صرف شود، تمام عوامل منفی قبلی تبدیل به عامل مثبت می‌شوند. چون شبکه پول زیادی برای به دست آوردن آن اخبار خرج کرده، پس

احتمال زیاد دارد که از دروازه‌های پیاپی بعدی با موفقیت بگذرد و به صورت برجسته، در بهترین زمان ممکن مثلاً در اخبار غروب تلویزیون پخش شود.

حال سؤال این است که آیا همیشه عوامل مثبت و منفی طرفین دروازه باید جهت خود را بعد از عبور تغییر دهند؟ خیر. لزوماً همیشه این‌طور نیست. مثلاً اگر یک خبر دارای ارزش خبری بالا باشد، در طول مسیر از دروازه‌های گوناگون رد می‌شود تا زمانی که کهنه شود.

۳. مشخصات «موضوعات خبری»^{۳۳}: بعضی از خبرها، به طور مشخص دارای ارزش خبری بیشتری از سایر خبرها هستند. در مورد ارزشهای خبری مختلف، فهرستهای گوناگون تهیه شده ولی ارزشهای زیر در همه فهرستها به چشم می‌خورند:



تأثیر کدام یک از عوامل زیر قرار دارند؟ نگرشهای شخصی، خواستها و نیازهای مخاطبان، ادیتورها یا صاحبان آگهی‌ها.

خبرنگاران هر دو روزنامه اذعان داشتند که در درجه اول تحت تأثیر نگرشهای خود و در مرحله بعد، ادیتورها و سپس خوانندگان و در مرحله آخر، صاحبان آگهی‌ها هستند. به این ترتیب آنها عامل فشار خارجی را منکر شدند. از این گزارش چنین نتیجه گرفته شد که یک گزارشگر (روزنامه‌نگار) حرفه‌ای باید اول تعصبات خودش را بشناسد و بعد سعی کند که آنها را در گزارشهای عینی مهار کند.

به مثالی در زمینه ارزشها و نگرشهای شخصی توجه کنید:

وقتی که جک اندرسون در سال ۱۹۸۰ در ستون معروف «چرخ و فلک واشینگتن»^{۳۵}، نقشه محرمانه ایالات متحد

امریکا برای پیاده کردن نیرو در ایران را فاش کرد، بسیاری از خبرنگاران از انتشار این خبر خودداری کردند. در حالی که توجه عمومی معطوف به این نکته بود که آیا انتشار چنین اخباری، امنیت کشور را به خطر نمی‌اندازد؟ ولی تصمیم سردبیران روزنامه در خصوص انتشار آن خبر در این ستون، مبنی بر اعتماد و احساسی بود که آنان نسبت به جک اندرسون داشتند و نیز اهمیتی که خبر برای مردم داشت. به هر حال این مطلب مؤید اختلاف نظر در پیشداوریه و شخصیت‌های فردی روزنامه‌نگاران است مبنی بر این‌که دروازه‌بانان خبری منفعل هستند و خود را فقط با انگاره‌هایی تطبیق می‌دهند که فکر

(۱) تازگی،^{۳۲} (۲) مجسورت،^{۳۵} (۳) اهمیت،^{۳۶} (۴) دربرگیری،^{۳۷} (۵) علایق،^{۳۸} (۶) درگیری - تضاد،^{۳۹} (۷) احساسات،^{۴۰} (۸) نوظهوری،^{۴۱} (۹) استثناء و شگفتی.^{۴۲}

۴. ارزشها و نگرشهای شخصی فرد گزینشگر: سؤال این است که گزینشگر چه نوع ارزشها و نگرشهایی را با خود به دروازه می‌آورد؟ در پاسخ به این سؤال، وایت در سال ۱۹۵۰ گفته بود که نگرشها و ارزشهای شخصی «آقای دروازه» تأثیر زیادی بر روی انتخاب دارد. این نظریه به وسیله فلیگل^{۴۳} و شفه^{۴۴} (۱۹۷۱) تأیید شد. آنها در مورد دو روزنامه محافظه‌کار و لیبرال مطالعه کردند. از گزینشگران روزنامه سؤال شد که تحت

می‌کنند خوانندگانشان نیاز دارند و یا به فکری می‌پردازند که عینیت داشته باشد. سبک‌های مختلف گزارشگری و تفسیرهای فردی نسبت به خواست مدیریت احیاناً منجر به تصمیمات مختلف دروازه‌بانان خبری می‌شود.

یک تحلیل مجدد^{۲۶} از تحقیق «آقای دروازه» که به وسیله «مک کومب»^{۲۷} و «شاو»^{۲۸} و «هرش»^{۲۹} در سال ۱۹۷۷ انجام شد، یادآور شد که نگرشها و ارزشهای «آقای دروازه» به آن اندازه که «آقای وایت» گفته مهم نیست. این مطالعه نشان می‌دهد که انتخابهای «آقای دروازه» نشانگر چیزهایی است که خبرگزاریها برای او فراهم کرده‌اند. بنابراین نتیجه گرفته شد که فهرست مطالب خبرگزاریها نقش بسیار مهمتری دارد تا تصمیمات «آقای دروازه».



نقش اجتماعی «دروازه‌بانی خبر»
فرآیند «دروازه‌بانی»، فرآیند خلق واقعیت‌های اجتماعی است. اگر یک رویداد توسط دروازه‌بان رسانه‌ای که ما از آن استفاده می‌کنیم رد بشود، آن رویداد جزء واقعیت‌های اجتماعی ما نخواهد شد ولی اگر یک رویداد از دروازه بگذرد و منتشر شود، نه تنها برای ما به عنوان مخاطب تبدیل به واقعیتی اجتماعی می‌شود، بلکه به شدت بر جهان بینی ما نیز تأثیر خواهد گذاشت. تأثیر برداشتهای دروازه‌بانان از واقعیت‌های اجتماعی بر روی مخاطبان بدیهی‌ترین تأثیر دروازه‌بانی بر روی شناخت مخاطبان و شکل‌دهی جهان بینی آنان است. این موضوع

«نقشه‌های شناختی» نامیده می‌شود. اطلاعاتی که از دروازه گذشت، جزئی از واقعیات اجتماعی می‌شود و توانایی آن را دارد که نگرشهای مخاطبان را تحت تأثیر قرار دهد.

تحقیقات «برجسته‌سازی» نشان می‌دهد مطالبی که به دفعات بیشتری از دروازه‌ها می‌گذرند، به نظر مخاطبان مهمتر می‌آیند. باید به این نکته توجه داشت که فرآیند دروازه‌بانی خبر بر نگرشها و افکار عمومی اثر می‌گذارد به شرطی که پیامهای حمایت‌کننده و متضاد و هر دو از دروازه بگذرند. مثلاً توانایی نیروی نظامی امریکا در کنترل دسترسی به اطلاعات مربوط به جنگ ۱۹۹۱ خلیج فارس، حجم عظیم مطالب خبری را در مورد درگیری امریکا در جنگ، کاهش نداد. اما تعداد بسیار کمی از این مطالب منفی بود. نه تنها جنگ در رأس مسائل عمومی قرار داشت، بلکه بعد از جنگ میزان مقبولیت جورج بوش در افکار عمومی به سطح بی‌سابقه‌ای رسید.

بسیاری از مقوله‌ها یا رویدادهایی که تحت پوشش قرار نمی‌گیرند، برای بسیاری از اعضای جامعه مخاطبان وجود ندارند. وجود یک صنعت تبلیغاتی گسترده در ایالات متحد امریکا بر پایه این فرض استوار است که پوشش رسانه‌ای، قدرت، موقعیت و اعتبار را به آن افرد و سازمانهایی می‌دهد که راه خود را در رسانه‌ها باز کنند.

نظریه پردازی «دروازه‌بانی خبر»
موضوع مهم در ساختن نظریه برای دروازه‌بانی خبر، تعیین سطح سنجشی است که نظریه بر آن بنا می‌شود. به عبارت دیگر، سطح پیچیدگی واحدهای اجتماعی مطالعه می‌شود. طیف سطوح سنجش، از تک‌تک افراد تا یک ملت متفاوت است. ما در این قسمت پنج سطح تحلیل را مشخص می‌کنیم:

۱. ارتباط‌گر به عنوان یک شخص؛^{۳۰}
 - شیوه‌ها و رویه‌های کار مطبوعاتی؛^{۳۱}
 ۳. سطح سازمانی؛^{۳۲} ۴. سطح نهادی و اجتماعی؛^{۳۳} ۵. سطح نظام اجتماعی.^{۳۴}
- عقاید لوین به این نظریه منتهی می‌شود که دروازه‌بانی فرآیندی است که بر سطح

فردی تحلیل عمل می‌کند. به این معنی که یک شخص دروازه را باز می‌کند و می‌بندد. شرام عقیده داشت که جریان خبرها از طریق سازمان مورد بررسی قرار گیرند.

۱. **سطح فردی:** سؤال این است که افراد تا چه اندازه در انتخاب خبرها نقش دارند و مسؤول هستند؟ این نقش و مسؤولیت بر حسب نوع سازمان ارتباطی متفاوت است. نتیجه یک کار تحقیقی که در سال ۱۹۸۹ انجام پذیرفت، نشان داد که دروازه‌بانان تلویزیون در کار خود دارای خودمختاری بیشتری، نسبت به هم‌تایان خود در روزنامه‌ها هستند.

وقتی که ما دروازه‌بان را به عنوان یک شخص در نظر می‌گیریم، باید به یک رشته عوامل که با شخص او مرتبط هستند توجه کنیم که عبارتند از: الگوهای تفکر،^{۳۵} استراتژی تصمیم‌گیری،^{۳۶} مشخصات شخصیتی، زمینه‌ها، ارزشها،^{۳۷} تجارب شخصی و خودشناسی.^{۳۸}

۲. **شیوه‌ها و رویه‌های کار مطبوعاتی:** همان‌طور که لوین فرآیند دروازه‌بانی را توصیف کرده، حرکت در یک مجرا، از دروازه‌ای به دروازه دیگر به وسیله یک دروازه‌بان کنترل می‌شود. چگونه؟ به وسیله یک رشته قوانین بی‌طرف که به آنها قوانین کار روزمره ارتباطی می‌گویند. این قوانین عبارتند از: اعمال تکراری، طرح‌ریزی شده و روشمند که دست‌اندرکاران رسانه‌ها برای انجام کار روزانه‌شان از آنها استفاده می‌کنند. این قوانین عادی نه تنها برای جمع‌آوری، پردازش و انتقال خبر به کار می‌رود، بلکه برای ارتباطات میان فردی هم کاربرد دارد.

۳. **سطح سازمانی:** در اینجا یک سؤال مطرح می‌شود. اگر شیوه‌ها و روشهای کار مطبوعاتی به وسیله سازمان ارتباطی مشخص می‌شود، چرا ما آنها را به صورت دو سطح متفاوت تحلیل مورد بررسی قرار می‌دهیم؟ اگرچه شیوه‌های کار مطبوعاتی در بسیاری از سازمانهای ارتباطی به صورت مشترک وجود دارد ولی مورد نظر ما، عامل‌هایی هستند که در سازمانهای مختلف متفاوتند.

مطالعه دروازه‌بانی در سطح سازمان ضروری است. چون اگر سازمان و شیوه‌های

کار هستند که خبر را می‌سازند، این سازمان ارتباطی است که افراد را استخدام می‌کند و قوانین را وضع می‌کند. توانایی استخدام و اخراج یکی از بزرگترین قدرتهای سازمان است. و این امکان را به سازمان می‌دهد که آینده را شکل دهد و گذشته را تغییر دهد.

از نقطه نظر سازمان «دروازه‌بان موفق» کسی است که علایق سازمان را کاملاً بفهمد. اگر یک سازمان، طریقی را که «دروازه» عمل می‌کند نپسندد، دروازه‌بان را اخراج می‌کند.

۴. **سطح نهادی/اجتماعی خارج از رسانه:** باید در نظر داشت که یک سازمان ارتباطی درون یک نظام اجتماعی و در کنار سایر نهادهای اجتماعی قرار دارد که بسیاری از آنها بر کار دروازه‌بانی تأثیر می‌گذارند. برای مثال: منابع خبر، مخاطبان، سایر رسانه‌ها، روابط عمومی‌ها و دولت.

۵. **سطح نظام اجتماعی:** دروازه‌بانی خبر، وابستگی‌های مشخصی به نظام اجتماعی دارد. لوین در سال ۱۹۴۷، برای اولین بار، دروازه‌بانی را فرآیندی دانست که باعث تغییر اجتماعی می‌شود. بعضی از عواملی که یک دروازه را محاصره کرده‌اند، بر روی سطح تحلیل نظام اجتماعی اثر می‌گذارند و پایه و اساسی برای سایر سطوح تأثیر فراهم می‌کنند. چند متغیر در سطح نظام اجتماعی عبارتند از: فرهنگ، ساختار اجتماعی، ساختار علایق و ایدئولوژی.

دروازه‌بانی و واقعیتها - یک جمع‌بندی
شاید بتوان گفت که امروزه کمترین نقش دروازه‌بانی را، به ویژه در جهان سوم، خود روزنامه‌نگاران دارا هستند زیرا که مختار و مخیر در انتخاب و انتشار اخبار واقعاً دلخواه مردم نیستند. آنان در بسیاری از موارد، علی‌رغم تشخیص این موضوع که بعضی از خبرها بسیار مورد علاقه مردم است، به علل گوناگون قادر به انتشار آنها نیستند. به طور کلی سه گروه را می‌توان به عنوان دروازه‌سازان عمده‌ی خبر نام برد:

اول، هیأت حاکمه و سیاستگذاران که به انحاء مختلف جلو انتشار آنچه را که به صلاح خود نمی‌بینند، می‌گیرند. گرچه این کار بسیاری اوقات تحت پوشش حفظ منافع ملی صورت می‌گیرد ولی عملاً در اکثر موارد

و در غالب کشورها، در خدمت حفظ قدرت و مشروع جلوه دادن وضعیت موجود است. **گروه دوم،** بخصوص در عصر ما، سرمایه‌داران و صاحبان قدرتهای مالی و تأمین‌کنندگان هزینه‌های مطبوعات از طریق آگهیها هستند. اما در کشور ما، هنوز به این دلیل که سرمایه‌داری آنچنان رشد یافته نیست و نقش تولیدی ندارد و بیشتر دلال و وابسته است، این نقش آنچنان که در غرب برایش هیاهو راه انداخته‌اند، مصداق ندارد، اما به هر حال نمی‌توان آن را نادیده انگاشت.

عوامل سوم، مدیران و سردبیران مطبوعات جهان سوم هستند که در بسیاری از موارد انتصابی‌اند. خطر این عامل از سانسور مستقیم بیشتر است. زیرا ظاهراً حکومت را آزادیخواه و مدافع آزادی مطبوعات قلمداد می‌کند، اما در عمل تأثیر منفی آن بر عملکرد مطبوعات از سانسور مستقیم بیشتر است.

اینها دروازه‌سازان اصلی هستند، دروازه‌بانان فرعی هم وجود دارند. در حالی که مردم باید دروازه‌سازان اصلی باشند ولی اغلب به صورت کم‌رنگ و ظاهری به خواسته‌هایشان توجه می‌شود و نقش ضعیفی در این فرآیند ایفا می‌کنند. سایر عواملی که بر فرآیند دروازه‌بانی اثر می‌گذارند عبارتند از:

۱. ضعف آموزش روزنامه‌نگاری و آگاهیهای اجتماعی. روزنامه‌نگاران؛
۲. عدم استقلال حرفه‌ای روزنامه‌نگاران و وابستگی مالی آنها به سازمان ارتباطی؛
۳. سطح سواد و آگاهیهای عمومی جامعه؛
۴. عدم امنیت کامل قضایی و اجتماعی روزنامه‌نگاران؛
۵. مسائل و مشکلات اقتصادی حاکم بر جامعه.

بحران اقتصادی عمومی که تأثیرش را بر وضعیت مطبوعات نیز باقی می‌گذارد، مثل کمبود کاغذ و مشکلات چاپ، شرایط رقابت سالم در مطبوعات را از بین می‌برد و چون رقابتی در کار نیست تا مخاطب بیشتری به دست بیاورند و تیراژ خود را بالا ببرند، فرآیند دروازه‌بانی به حداقل تأثیر خود در جذب مخاطب می‌رسد. چراکه دست‌اندرکاران روزنامه‌انگیزه‌ای برای بالا

بردن تیراژ که خود در گرو وسواس و دقت در امر دروازه‌بانی خبر است، ندارند.

شرایط اقتصادی - سیاسی در فرآیند ادامه‌ی خبر هم نقش مهمی بازی می‌کند به عنوان مثال: نحوه‌ی درج و ارائه‌ی خبر افزایش حقوق معلمان و استادان، علی‌رغم داشتن ارزش خبری زیاد در یک شرایط نامتعادل اقتصادی، به دلیل تأثیرات تورمی که می‌تواند به دنبال داشته‌باشد، نوع خاصی از اعمال دروازه‌بانی را اقتضاء می‌کنند.

فهرست منابع

1. Pamela J. Shoemaker, *Gatekeeping*, (1992).
2. Donohue. Tichner "Gatekeeping: Mass Media System and Information", PP. 43-45
- از جزوه درسی آقای دکتر بدیمی، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی
۳. ارتباط‌شناسی، مهدی محسنیان راد. ص ۳۶۷ - ۳۶۸، ۴۲۵ - ۴۲۶ - ۲۲۷.
۴. جریان بین‌المللی اطلاعات، دکتر حمید مولانا، ترجمه یونس شکرخواه، ص ۲۸ - ۳۹.
۵. روزنامه‌های هم‌شهری، شماره ۶۰، شنبه ۸ اسفند، و کارکرد مطبوعات در ایران، مصاحبه آقای دکتر بدیمی.
6. Denis Mc Quail and Windhall *Communication Models*

پی‌نوشتها:

- | | |
|----------------------------------|----------------------------|
| 1. Leo Rostem | 2. Chronology |
| 3. Selectivity | 4. Wilber Schramm |
| 5. Rejection | 6. Kurt Lewin |
| 7. Metaphor | 8. Gatekeeper |
| 9. Vapid manning White | 10. Mr gate |
| 11. Iowa | 12. Wire editor |
| 13. International News Service | 14. Subjective |
| 15. Windthal | 16. Mc Quail |
| 17. Paul Snaider | 18. Human interest |
| 19. Hard News | 20. Gieber |
| 21. Westly and Mac Lean | 22. Purposive Communicator |
| 23. Norv Purposive Communicator | |
| 24. Bass | 25. News Gatherers |
| 26. News Prossorsors | 27. Halloran |
| 28. Elliot | 29. Emurdock |
| 30. Chibnall | 31. Tichner |
| 32. Sigal | 33. News item |
| 34. Timeliness | 35. Proximity |
| 36. Importance | 37. Impact |
| 38. Interest | 39. Conflit |
| 40. Sensatinism | 41. Novelty |
| 42. Oddity | 43. Flegel |
| 44. Chaffee | |
| 45. Washington Merry-go Round | |
| 46. Reanalyze | 47. Mc Comb |
| 48. Shaw | 49. Hirsch |
| 50. Individual Level | |
| 51. Communication Routines Level | |
| 52. Organization Level | |
| 53. Social/Institutional Level | 54. Social Syestem Level |
| 55. Modela of Thinking | |
| 56. Decision Making Strategion | |
| 57. Values, Attitudes, Ethics | 58. Cognetive Heuristic |