

www.ketab.ir

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در اخبار

بی.بی.سی

والری بلر - گائون

ترجمه: حسین حسینی

سرشناسه:	بلر-گائون، والری، Belair-Gagnon, Valerie
عنوان و نام پدیدآور:	کاربرد رسانه‌های اجتماعی در اخبار بی.بی.سی / والری بلر گائون؛
مشخصات ناشر:	ترجمه‌ی حسین حسینی
مشخصات ظاهری:	تهران: نشر نیو، ۱۳۹۸
شابک:	۳۵۲ ص.
وضعیت فهرست‌نویسی:	۹۷۸-۶۲۲-۹۵۷۳۵-۱-۸
داداشت:	فیفا
موضوع:	عنوان اصلی:
شماره افزوده:	Social media at BBc News: The remaking of crisis reporting, c2015
رده‌بندی کنگره:	رسانه‌های اجتماعی، روزنامه‌نگاری الکترونیکی، قرن ۲۱م.
رده‌بندی دی‌سی:	حسینی، حسین، -۱۳۶۰، مترجم
شماره ثبت‌نام:	PN۵۱۲۴
	۰۷۰/۱۹۵
	۶۰۹۰۸۸۲



تلفن: ۰۲۱-۴۱۲۸ ۶۶۰

Instagram: @nievepub

نشر نیو

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در اخبار بی.بی.سی

والری بلر گائون

ترجمه‌ی حسین حسینی

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۷۳۵-۱-۸

تیراژ: ۲۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول

قیمت: ۴۲۰۰۰ تومان

سال چاپ: ۱۳۹۹

با همکاری نشر معیار علم

تلفن پخش: ۰۲۱-۶۶۴۹۵۷۹۷

حق چاپ و انتشار محفوظ و مخصوص نشر نیو است.

فهرست مطالب

مقدمه: تصمیم بازگشت به ایران.....	۹
فصل اول: «آنتی» استفاده از رسانه های اجتماعی را آغاز می کند.....	۲۳
فصل دوم: یاد بگیرید توئیت کنید و گرنه از ایران می شوید!.....	۵۱
فصل سوم: یک نظم جدید.....	۱۰۷
فصل چهارم: ساختارهای جدید، بازیگران جدید در اتاق های خبر.....	۱۵۷
فصل پنجم: اتاق خبر متصل شده.....	۱۸۷
نتیجه گیری: بحران های جهانی، واکنش های محلی.....	۲۰۳
ضمیمه: توضیحی درباره ی شبکه های اجتماعی.....	۲۰۹
فهرست منابع.....	۲۱۷

مقدمه

تصمیم بازگشت ناپذیر^۱

روز به شنبه هفتم ژوئیه سال ۲۰۰۵ در شهر لندن، در زمان اوج شلوغی صبح‌گاه، مجموعه‌ای از عملیات تروریستی هماهنگ شده، شبکه‌ی حمل و نقل عمومی این شهر را مختل کرد؛ در روال زندگی هر روزه‌ی میلیون‌ها نفر وقفه ایجاد کرد و سبب مجروح شدن ۷۲ نفر، مرگ ۵۶ انسان شد. در ساعت ۸ و ۵۰ دقیقه، سه بمب در تونل بین ایستگاه کینگز کراس^۲ و ایستگاه‌های میدان راسل^۳ و خارج از خیابان اجور^۴ و ایستگاه‌های خیابان لیو بول^۵، مترو لندن منفجر شدند. یک ساعت بعد، بمب دیگری در یک اتوبوس دو طبقه در میدان تاویستوک^۶، نزدیک میدان راسل منفجر شد. این حملات به سرعت به «مب‌اندازهای لندن^۷» یا «۷/۷» نام‌گذاری شدند.

شاهدانی که در قطار زیرزمینی لندن به داغ افتاده بودند، از تلفن‌های همراه خود برای گرفتن تصویر و ضبط تصاویر ویدئویی هم‌زمان با وقوع آن‌ها استفاده کردند. بی.بی.سی که نمی‌توانست روزنامه‌نگارانش را به محل‌های بمب‌گذاری اعزام کند، به روایت‌های شاهدان عینی و داستان‌های بازماندگان تکیه کرد. یکی از بازماندگان این حادثه به‌نام الکساندر چادویک^۸ از تخلیه کینگز کراس با تلفن همراهش عکس گرفت چادر یک این عکس را به آدرس ایمیل yourpics@bbc.co.uk ارسال کرد. حدود ساعت یازده و سی دقیقه، این

۱. Crossing the Rubicon در اصل به داستان عبور ژولیوس سزار از رودخانه‌ی روبیکان در روز ۱۰ سپتامبر ۴۹ پیش از میلاد اشاره دارد که در نهایت به قدرت رسیدن وی و ظهور امپراتوری روم منجر شد؛ مترجم.

2. King's Cross

3. Russell Square

4. Edgware

5. Tavistock Square

6. The London bombings

7. 7/7

8. Alexander Chadwick

عکس روی میزهای سردبیران بی.بی.سی قرار داشت. سازمان‌های رسانه‌ای خبری دیگر از قبیل نیویورک تایمز و تایمز از آن تصویر در صفحه‌ی اول خود به‌شکل چاپی و آنلاین استفاده کردند. جادویک در این ماجرا تنها نبود. با سپری شدن روز، محتوای کاربرساخته^۱، منبع اصلی روزنامه‌نگاران برای پوشش آن حملات بود (بورنستین، ۲۰۰۹). هلن بودن^۲ مدیر اخبار بی.بی.سی در یک سخنرانی در سال ۲۰۰۸ آن موقعیت را به این شکل به یاد می‌آورد:

بی.بی.سی در طول ۲۴ ساعت، هزار عکس و ویدئو، ۳۰۰۰ متن و ۲۰ هزار ایمیل دریافت کرد. منبعی باور نکردنی. این تلویزیون بیست و چهار ساعته به شکلی تغذیه شد که هرگز پیش از آن مخاطبان بدین شکل در آن مشارکت نکرده بودند. یکی از ترس‌ها، در در بخش خبری ساعت شش^۳ پخش شد به‌طور کامل از محتوای کاربرساخته^۱ تولید شد. بود. آن موقع بود که ما در بی.بی.سی متوجه شدیم که باید تغییر کنیم. ما باید تواناس‌مان برای هضم کردن این نوع محتواها و سیاست‌های سردبیری را بازنگری می‌کردیم. تا به این شکل‌های جدید برنامه‌های خروجی توجه کنیم (بودن، ۲۰۰۸).

هم‌چنین، بودن به یاد می‌آورد که طی این رویدادها، کارکنان بی.بی.سی متوجه شدند که بسیاری از عکس‌های آماتوری «از عکس‌های تهیه شده توسط آژانس‌های عکاسی بهتر بود» (بودن، نقل شده در: بارنز، ۲۰۰۸). انتشار تصویر ثبت شده توسط جادویک روی پلتفرم‌های خبری بی.بی.سی نقاط عطفی در روزنامه‌نگاری بی.بی.سی بود. از نظر بسیاری از روزنامه‌نگاران و از جمله مدیران ارشد، انتشار آن تصویر آیکونیک نشان‌گر محو شدن مرزها و امکان‌های جدیدی بود که شبکه‌های اجتماعی برای روزنامه‌نگارانی خلق کرده بودند که بحران‌های مختلف را گزارش می‌کردند.

1 User-generated content

2 Helen Boaden

3 Six O'clock News

انتشار تصویر ثبت شده توسط جادویک بیان‌گر اختلاف بین روایت‌های روزنامه‌نگاران و مخاطبان از رویدادها نیز بود. ریچاد سمبروک^۱، مدیر سابق اخبار جهانی بی.بی.سی^۲ می‌گوید که تاکنون مخاطبان هرگز به این شکل در بیان خبرها به روزنامه‌نگاران درگیر نشده بودند:

انجام بخش گردآوری اخبار در بی.بی.سی تصمیمی بازگشت‌ناپذیر گرفت. کیفیت و کمیت مشارکت‌های عمومی آن‌ها را از بداعت، کار نمونه یا استثنائی، فراتر برد و دلالت‌های عمده‌ای داشت که ما هنوز برای حل و فصل آن‌ها چاره می‌اندیشیم؛ که یکی از کوچک‌ترین آن مسائل نحوه‌ی برخورد با این حجم از اطلاعات است. مرکز کوچک چهاردهی ما در این محتواهای ارسالی غوطه‌ور شد و هرچه ما به پیش می‌رویم آشکار می‌شود که ناکافی است. بی.بی.سی از سال‌ها پیش از تلفن‌های مخاطبان، ویدئوهای آماتوری و ایمیل در برنامه‌ها خود استفاده کرده بود اما آنچه اتفاق افتاد ما از آنچه پیش‌تر بودیم فراتر برد (سمبروک، ۲۰۰۸).

در طول رویدادهای ۷/۷، بی.بی.سی با ایجاد ساختارها و فرایندهای روزنامه‌نگاری برای گنجاندن این نوع محتوا در خروجی‌های روزنامه‌نگاری به هجوم ناگهانی محتواهای ارسالی شهروندان واکنش نشان داد. یکی از روزنامه‌نگاری در مرکز منحصراً محتوای کاربرساخته^۳ بیان می‌کند که یک هفته بعد از وقوع بمب‌گذاری‌ها، مرکز محتوای کاربرساخته^۴ ایجاد شد:

مشخص شد [رویدادهای ۷/۷] یک خبر بسیار مهم از نظرگاه محتوای کاربرساخته است زیرا محتوایی که در آن روز از مخاطبان به‌دست آوردیم، دستور کار ما را در مورد بیشتری خبرها تعیین می‌کرد. چون بیشتری شبکه‌های خبری خط مشی رسمی را گزارش می‌کردند که به این معنا بود که انفجارها در قطار زیرزمینی متوقف شده اما ما تصاویری از اتوبوسی را مشاهده کردیم که در میدان تاولیتوک منفجر شده بود.

1. Richard Sambrook
2. BC Global News
3. User-Generated Content Hub
4. UGC Hub

رویدادهای ۷/۷ یک خبر مهم برای بی.بی.سی بود. مخاطبان از طریق تصاویر شاهدان عینی که از محل حملات گرفته بودند به یک سازمان خبری بزرگ و با بودجه‌ی کلان کمک کردند تا این خبر را گزارش کند. مخاطبان، نقل قول‌ها، جزئیات و شرحی از رویدادها را به ترتیب زمان وقوع ارائه کردند که به روزنامه‌نگاران اجازه داد تا قطعه‌های مختلف معما را کنار هم بچینند.

بیشتر رویدادهای ۷/۷، محتوای مخاطبان به اخبار شکل داده بود؛ از فیلم ابراهام زاپرودر^۱، از قتل‌کندی در میدان دلی دالاس^۲ گرفته تا ویدئوها، تصاویر و روایت‌های شاهدان عینی از حملات به مرکز تجارت جهانی در ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ (آلن، ۲۰۰۳؛ بار-گاگنون و اندرسون، ۲۰۱۴؛ بورنستین، ۲۰۰۹). در هر یک از این اوقات، مردم سوشال گذشته ابزارهایی را به دست می‌آوردند که برای گزارش‌گری مفیدتر بود. امروزه سمیت، کیفیت و قابلیت تهیه چنین وسایلی (دوربین‌ها و تلفن‌های همراه) سبب شده است هر شهروند به‌طور بالقوه به یک خبرنگار تبدیل شود (کورنو، ۲۰۱۳). امروزه امکان تولید محتوای تولید شده توسط کاربر نسبت به اولین دوران روزنامه‌نگاری در اواخر قرن نوزدهم و قرن بیستم، حرف‌های بسیار بیشتری برای افرادی نظیر زاپرودر وجود دارد (نانت، ۲۰۰۷).

در ۷ ژوئیه ۲۰۰۵ تصاویر، ویدئوها و روایت‌های شاهدان عینی از محل بمب‌گذاری‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی و ایمیل‌ها گذر کرد و روی میز خبر بی.بی.سی فرود آمد. روزنامه‌نگاران از این محتواهای خلق کاربرسانان برای تئلیم خبر استفاده کردند. استفاده‌ی روزنامه‌نگاران از محتواهای کاربرساخته تا چندین هفته پس از وقوع حملات ادامه پیدا کرد. در ۲۱ ژوئیه چهار مورد اقدام به بمب‌گذاری بی.بی.سی ۶۷ عکس و ۲۳ ویدئو دریافت کرد و یک هفته بعد در روز دستگیری مظنونان، ۲۰ تصویر دیگر به بی.بی.سی ارسال شد (داگلاس، ۲۰۰۵). به‌گفته‌ی ریچارد سمبروک (۲۰۰۵)

۱ Abraham Zapruder

۲ Dallas's Dealey Plaza

پس از رویدادهای ۷/۷، بی.بی.سی تصمیمی بازگشت‌ناپذیر گرفت که نمایان‌گر نقطه‌ی عطفی در رابطه‌ی بی.بی.سی با مخاطبانش محسوب می‌شود.

گرچه رسانه‌های اجتماعی شکل‌های جدیدی از گزارش‌گری و تکیه بیشتری بر محتوای کاربرساخته را هنگام تولید امکان‌پذیر کردند، اما روزنامه‌نگاران بی.بی.سی همچنان نگران تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر کار روزمره‌شان هستند. با آنکه بی.بی.سی با آرمایه‌ای خدمت به عموم پیوند خورده است و از این سازمان پخش رادیو - تلویزیونی انتظار می‌رود که در پی دقت، توازن، بی‌طرفی و عینیت باشد اما با یک چالش اساسی مواجه شده است: بی.بی.سی به دنبال گنجاندن رسانه‌های اجتماعی در گزارش‌های خود است اما در عین حال باید اشتها و کیفیت محتوای خود را نیز حفظ کند (بنت، ۲۰۱۰). بی.بی.سی می‌کوشد تا مرجعیت خود را برای مخاطبان (از جمله پرداخت کنندگان هزینه‌ی تراز)^(۱) حفظ کند و با مخاطبانش وارد گفتگویی مبتنی بر همکاری شود. این رویایی نه به امل ارتباط به واسطه‌ی پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بین گزارش‌گران و مخاطبان نیز هست، بخش محوری این کتاب را تشکیل می‌دهد.

در این کتاب نقش پلتفرم‌های اجتماعی در تولید اخبار بحران بررسی می‌شود. همچنین در این کتاب فرایندهای اجتماعی و تنش‌هایی که در فعالیت‌های حرفه‌ای و هنجارهای بی.بی.سی ایجاد شده است تحلیل می‌شود. در کانون این کتاب این ایده وجود دارد که منازعه‌ی بی.بی.سی برای درک و مدیریت رسانه‌های اجتماعی هنگام گزارش بحران‌ها را باید در زمینه‌ی تطور قواعد روزنامه‌نگاری و نیز موقعیت بی.بی.سی در دوره‌ی تغییرات سیاسی - اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی - فناورانه و نیز نهادی تفسیر کرد. به نوشته‌ی استیو بارنت^۲ و اندرو کری، ایجاد تغییرات در بی.بی.سی «بدون منازعه قابل دستیابی نبوده است. تغییر با جامعه‌ی بریتانیا و زندگی سیاسی درهم تنیده است». بی.بی.سی تمجید شده و «کاملاً در معرض دید قرار گرفته است». (بارنت و کری، ۱۹۹۴: ۱۰).

1. Steve Barnett

2. Andrew Curry