



## سخن سردیبر

طاهر روشندل اربطانی<sup>۱</sup>

استاد، گروه مدیریت رسانه و ارتباطات کسب‌وکار، دانشکده مدیریت کسب‌وکار، دانشکده‌های تهران، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه:

arbatani@ut.ac.ir

### پلتفرم‌های خبری و دروازه‌بانی اخبار

پلتفرم‌های خبری با توسعه الگوریتم‌هایی که می‌توانند محتوای خبری را به کاربران توصیه کنند، به‌عنوان واسطه‌ای تأثیرگذار در اکوسیستم خبری جهان نقش بسزایی ایفا می‌کنند. در واقع، آن‌ها مفهوم سنتی دروازه‌بانی خبر را متحول کرده‌اند و تغییری را در این بخش از صنعت رسانه به وجود آورده‌اند که در آن، دیده‌شدن یک محتوای خبری برای مخاطبان، تحت تأثیر این پلتفرم‌ها و الگوریتم‌های آن‌ها قرار می‌گیرد. در این زمینه، گوگل با پلتفرم گوگل نیوز<sup>۱</sup> خود، بازیگر پیشروی دنیا محسوب می‌شود که اکنون به‌عنوان یک پلتفرم تجمیع‌کننده<sup>۲</sup> اخبار فعالیت می‌کند. در سال ۲۰۱۷، گوگل پُرکاربردترین پلتفرم تجمیع‌کننده اخبار در دنیا بود (ایوانز، جکسون و مورفی<sup>۳</sup>، ۲۰۲۳) که کلیه اخبار جهان را پوشش می‌داد. علی‌رغم کاهش جزئی سال‌های اخیر، در ترافیک این پلتفرم خبری، گوگل نیوز همچنان هدایت‌کننده کلیدی جریان اخبار در مقیاس بین‌المللی است. بر اساس اعلام گوگل، این پلتفرم در سال ۲۰۲۱، هر ماه ۲۴ میلیارد بار کاربران را به سایت‌های خبری مختلف هدایت کرده است.

با اذعان به نقش حیاتی اخبار در جامعه و تأثیرهای آن، شیوه ارائه اخبار در دسترس عموم مردم، بسیار مهم است. در این زمینه، تأثیر پلتفرم‌های تجمیع‌کننده اخبار در سطح جهانی، مانند گوگل نیوز و الگوریتم‌های آن‌ها، در شکل‌دهی به دیده‌شدن یک پدیده (جنگ و...) برای پژوهشگران این حوزه، جای تأمل جدی دارد. در این زمینه دو نگرانی وجود دارد: اول، دستکاری محورهای اصلی خبری از طریق شخصی‌سازی‌های الگوریتمی که به‌طور بالقوه می‌تواند یک دستورکار خبری غیرواقعی تولید کند (نچوشتایی و لوئیس<sup>۴</sup>، ۲۰۱۸) و دوم، پلتفرم‌های تجمیع‌کننده اخبار، به دل‌خواه توصیه‌های خبری را از برخی رسانه‌ها به کاربران ارائه می‌کنند و برخی از منابع رسانه‌ای را حذف می‌کنند کالزادا و گیل<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰). این موضوع با بیانیه گوگل (۲۰۲۴) نیز هم‌خوانی دارد. گوگل خود تأکید می‌کند که قابل مشاهده کردن رسانه‌های خبری مختلف برای کاربران، جهت حمایت از صنعت خبر در سراسر جهان ضروری است و ما این کار را انجام می‌دهیم.

1. Google News
2. News aggregator
3. Evans, Jackson & Murphy
4. Nechushtai & Lewis
5. Calzada & Gil

اکنون با توجه به تأثیر این پلتفرم‌ها و الگوریتم‌های آن‌ها در شکل‌دهی به میزان و نوع نمایش اخبار برای کاربران، بررسی الگوریتم‌های آن‌ها برای پژوهشگران صنعت رسانه و خبر بسیار بااهمیت محسوب می‌شود. نشریه «بررسی‌های مدیریت رسانه» نیز، از این دست پژوهش‌ها استقبال و آن‌ها را منتشر خواهد کرد.

## Reference

- Calzada, J. & Gil, R. (2020). What do news aggregators do? Evidence from Google News in Spain and Germany. *Marketing Science*, 39(1), 134-167.
- Nechushtai, E. & Lewis, S.C. (2018). What kind of news gatekeepers do we want machines to be? Filter bubbles, fragmentation, and the normative dimensions of algorithmic recommendations. *Computers in Human Behavior*, 90, 298-307. doi: 10.1016/j.chb.2018.07.043.
- Evans, R., Jackson, D. & Murphy, J. (2023). Google News and machine gatekeepers: Algorithmic personalisation and news diversity in online news search. *Digital Journalism*, 11(9), 1682-1700. doi: 10.1080/21670811.2022.2055596

**استناد:** روش‌اندل اربطانی، طاهر (۱۴۰۲). سخن سردبیر: پلتفرم‌های خبری و دروازه‌بانی اخبار. *بررسی‌های مدیریت رسانه*، ۲(۳)، ۲۷۷-۲۷۸.



بررسی‌های مدیریت رسانه، ۱۴۰۲، دوره ۲، شماره ۳، صص. ۲۷۷-۲۷۸

ناشر: دانشکده مدیریت دانشگاه تهران

© نویسندگان

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۶/۱۵