

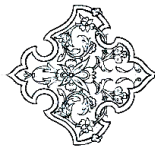
گزارش مذاق‌های بر آسیب‌های نشر اخبار، اطلاعات و آمار جعلی در بحران جهانی کرونا

تاریخ گزارش ۱۳۹۹/۰۲/۰۹



مرکز مطالعات و
برنامه‌ریزی شیراز



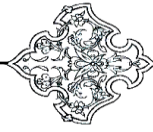


در این گزارش که توسط یکی از متخصصین خبره حوزه رسانه تهیه و تنظیم شده است تلاش گردیده تا به موضوع اینفودمیک یا مواجهه شهروندان با حجم عظیمی از اطلاعات و اخبار پرداخته شود و تشریح گردد که چگونه شهروند یا مدیر شهری می تواند در مواجهه با اخبار جعلی عملکرد و رفتار صحیح از خود بروز دهد.

این مستند پیش نویس است و محتوای این سند نهایی نیست و ممکن است اصلاحاتی در متن اعمال گردد.

نگارنده: دکتر قادر باستانی، متخصص و کارشناس ارتباطات و رسانه های اجتماعی

بازبینی: مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران



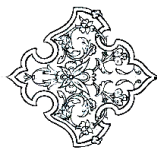
سخن نخست

با توجه به این که "ارتباط میان انسان‌ها" پایه و اساس شکل‌گیری شهرها است این ارتباط در صورتی که به نحوی مناسب مدیریت نگردد می‌تواند در وقوع برخی بحرانها همچون شیوع بیماریها اثر منفی و مخرب ایفا نماید. شیوع اخیر COVID-19 که از ووهان چین آغاز گردید و در حال حاضر بسیاری از شهرهای دنیا را درگیر خود نموده است، در شهر تهران نیز منجر به شیوع بیماری شده است و متأسفانه شمار قابل توجهی از همشهریان محترم تهران را گرفته است و سلامت شمار بسیاری را با مخاطره مواجه نموده است. این موضوع موجب به وجود آمدن حجم عظیمی از اطلاعات شده است که به سبب در دسترس بودن شبکه‌های اجتماعی به سهولت و سرعت به مخاطبین می‌رسند. بخشی از این مخاطبین شهروندان و بخشی از ایشان مدیران شهری هستند که اثرگذاری این حجم عظیم اطلاعات بر روی ذهن ایشان می‌تواند موجب تغییرات نامناسب رفتاری و عملکردی در ایشان گردد. نظر به این که پاندمی COVID-19 برای اولین بار در تاریخ بشر رخ داده است و ناشناخته‌های بسیاری در این خصوص وجود دارد افراد مستعد جذب و اثرپذیری از انواع اخبار هستند و این موضوع اثرگذاری اطلاعات بر ایشان را بسیار بیشتر می‌کند. با توجه به این مهم مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران با کمک یکی از متخصصین صاحب‌نظر در حوزه رسانه اقدام به تهیه و تنظیم این گزارش نموده است که می‌تواند نقش مفیدی در یاری شهروندان و مدیران شهری جهت تشخیص اخبار صحیح از اخبار غیر قابل اعتماد داشته باشد. با توجه به مأموریت مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران در ارتقاء جایگاه شهر تهران در سطح ملی و بین‌المللی، این گزارش در کنار سایر گزارشهای تهیه شده توسط مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران بر روی وبسایت مرکز جهت استفاده مدیریت شهری تهران قرار گرفته است که می‌تواند مورد استفاده سایر فارسی‌زبانان نیز در اقصی نقاط دنیا قرار گیرند. جهت دسترسی به صفحه بارگذاری این گزارشها می‌توانید کد پایین این صفحه را اسکن نموده یا بر روی آن کلیک نمایید.

محمد حسین بوچانی

رئیس مرکز مطالعات و برنامه ریزی شهر تهران





اشاره

«اخبار جعلی» یا «اخبار ساختگی»، محتوای نادرستی هستند که به عمد و دانسته در وب سایت های دروغی یا شبکه های اجتماعی، با هدف آسیب رساندن به فرد یا گروهی بارگذاری می‌شوند. در یک تعریف دیگر، خبررسانی جعلی، دروغ‌پراکنی یا اخبار جعلی (Fake news)، نوعی خبرنگاری زرد یا پروپاگاندا با قصد پخش اطلاعات غلط است که در بستر رسانه‌های چاپی سنتی، رسانه‌های خبری و رسانه‌های اجتماعی انتشار می‌یابد.

در یک مطالعه علمی در گزارش اخبار دیجیتال سال ۲۰۱۹، ۵۵ درصد پاسخگویان در ۳۸ کشور جهان، نگران توانایی در تفکیک واقعی و جعلی در اینترنت بودند. با این حال، این نگرانی در کشورهای مختلف، متفاوت است؛ در حالی که ۸۵ درصد از برزیلی‌ها، می‌گویند نگران اطلاعات غلط آنلاین هستند، این نگرانی در آلمان ۳۸ درصد و هلند ۳۱ درصد، بسیار کمتر است.

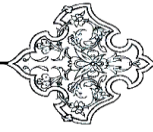
با توجه به این مهم که نحوه نگرش افراد عملاً نحوه عملکرد ایشان را کنترل می‌کند، شکل دادن صحیح به ذهنیت افراد و جلب اعتماد ایشان برای انجام اقدامات مناسب و دقیق نقشی حیاتی را در مدیریت بحران ایفا می‌کند.

در این مستند تلاش شده است تا با نگاهی دقیقتر به موضوع شایعات و اطلاعات در زمان وقوع بحران شیوع ویروس کرونا، برخی توصیه‌ها برای شهر تهران تبیین گردند که البته با توجه به عمومیت آن در سایر شهرها و در بعد وسیعتر نیز کارآیی دارند.

منظور از اینفودمیک^۱ چیست؟

مخاطرات در حوزه اطلاعات و ارتباطات از فروش درمانهای دروغین آنلاین برای کرونا ویروس تا حمله سایبری به سیستم‌های مهم اطلاعاتی بیمارستان‌ها و همچنین نشر اخبار دروغین را در بر می‌گیرند که از بحران کرونا ویروس به عنوان بستری برای فعالیت استفاده می‌کنند.

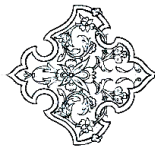
^۱ infodemics



Tedros Adhanom Gbrebreyus مدیر کل سازمان بهداشت جهانی (WHO) در یک گردهمایی از کارشناسان سیاست خارجی و امنیتی در مونیخ، آلمان، در اواسط ماه فوریه، با اشاره به اخبار جعلی به این نکته اشاره نمود که ما تنها در حال مبارزه با اپیدمی نیستیم بلکه به صورت همزمان در حال مبارزه با یک اینفودمیک هستیم که البته بسیار سریعتر و راحت‌تر از خود ویروس منتشر می‌شود.

WHO توضیح داده است که اینفودمیک حجم زیادی از اطلاعات در مورد یک موضوع یا مشکل است، که شناسایی یک راه حل را دشوار می‌کند. این شناسایی راه حل هم شامل مردم و هم شامل مسئولین مختلف می‌شود. در هنگام اضطراری اطلاعات نادرست، اطلاعات غلط و شایعات به سرعت می‌توانند گسترش یافته و یک واکنش موثر در سلامت عمومی را مختل کرده و باعث سردرگمی و بی‌اعتمادی در بین مردم شود. به منظور مقابله با اینفودمیک، تیمی از شرکت‌های جستجو و رسانه‌ای مانند فیس‌بوک، گوگل، پینترست، Tencent، توییتر، تیک‌تاک، یوتیوب و دیگران برای مقابله با انتشار شایعات همکاری می‌کنند تا با اطلاعات و شایعات در خصوص این ویروس مقابله نمایند. در کنار این شرکتها خبرگزاریهای رسمی نیز در تلاش هستند با شایعات مبارزه نمایند یا این که از برخی شایعات به نحوی مهندسی شده به نفع خود بهره‌برداری کنند. به عنوان مثال اطلاعات نادرست مانند این که ویروس نمی‌تواند در هوای گرم زنده بماند یا آنکه مصرف دوز بالای کلروکین می‌تواند از شما محافظت کند و مصرف مقادیر زیادی زنجبیل و سیر می‌تواند از ابتلا به ویروس جلوگیری کند. عموم این مجموعه‌ها به نحوی وصف ناپذیر در حال شناسایی و فیلتر نمودن اخبار جعلی، مطالب به ظاهر علمی اما بی‌اساس و سایر اطلاعات دروغین هستند که می‌توانند سلامت عمومی را به خطر اندازند.

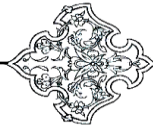
نیل والش، رئیس جرائم سایبری و مبارزه با پولشویی، در دفتر مواد مخدر و جرم سازمان ملل متحد (UNODC)، توصیه می‌کند که افراد باید از منابع معتبر مانند سازمان بهداشت جهانی (WHO) و سازمان ملل اطلاعات دریافت کنند. علاوه بر این، خانواده سازمان‌ها، صندوق‌ها و برنامه‌های سازمان ملل متحد منبع قابل اعتماد اطلاعات معتبر مرتبط با ویروس در بسیاری از جوانب هستند.



آسیب‌های انتشار اخبار جعلی درباره کرونا

همانطور که بیان شد، در پی شیوع کرونا، برخی دولت‌ها بعضاً به انتشار آمار و اطلاعات نه چندان واقعی و دقیق درباره بیماری کرونا اقدام کرده‌اند که این مسأله، موجبات گله‌مندی سایر کشورها را فراهم کرد. کارشناسان علوم ارتباطات اجتماعی، معتقدند این حرکت، حداقل دارای ۱۶ آسیب احتمالی است که به آنها اشاره می‌شود:

۱. ارزیابی و برآورد اشتباه از بیماری و سطح خطرات و صدمات احتمالی و نیز راهکارهای مقابله و مهار آن.
۲. ارزیابی غیرواقعی از تبعات و حواشی ناشی از بیماری در حوزه‌های مختلف اعم از اقتصادی، اجتماعی و...
۳. تصمیمات نادرست به اتکای آمار و اطلاعات ناصحیح یا غیرواقعی.
۴. خطا در سیاست‌گذاری‌ها، سطح محدودیت‌ها، تدوین دستورالعمل‌ها و... از سوی دولت‌ها، سازمان‌ها و...
۵. خطا در محاسبه و اختصاص نامناسب بودجه لازم برای پیشگیری، درمان و مهار.
۶. خطا در تجهیز و ایجاد آمادگی لازم به لحاظ روحی، جسمی و... برای مواجهه و مقابله با بیماری.
۷. بزرگنمایی یا کوچکنمایی واقعیت و پیامدهای ناشی از آن در ابعاد جهانی.
۸. تعمیم بی‌اعتمادی نسبت به سایر آمار و اطلاعات و نیز به مراکز رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای ارائه‌کننده آنها.
۹. خطا در برنامه‌ریزی و تحقق هدف از سطوح جهانی تا شخصی.
۱۰. صدمات مالی، جانی و... مختلف ناشی از اتکا به اطلاعات نادرست.
۱۱. بروز ابهام و عدم امکان ارزیابی صحیح از احتمال پایان وضعیت فعلی با توجه به عدم دقیق بودن اطلاعات.
۱۲. عدم امکان تشخیص واقعیت و عمق حادثه برای خانواده‌ها و نحوه مواجهه مناسب آنها.

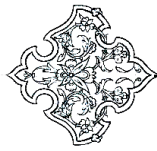


۱۳. تأثیر منفی بر روند مطالعات علمی و تحقیقاتی داخلی و جهانی و بر آمارهای سازمان بهداشت جهانی و ...
۱۴. ایجاد گفتمان ناسالم به ویژه در سطح بین‌المللی و موثر بر روابط کشورها، ملت‌ها، نژادها و... با یکدیگر.
۱۵. عدم درک صحیح جهان از وضعیت واقعی بیماری برای هرگونه کمک و یاری احتمالی بشردوستانه.
۱۶. ثبت تاریخی و مستندنگاری‌های غیرواقعی در انتقال تجارب به آیندگان.

روش تشخیص اخبار جعلی

برای تشخیص اخبار جعلی، لازم است مخاطبان سواد رسانه‌ای خود را ارتقا دهند. سواد رسانه‌ای باعث می‌شود، مخاطب توانایی راستی‌آزمایی اخبار را به دست آورد. به طور خلاصه برای راستی‌آزمایی اخبار، طرح چند پرسش می‌تواند راهگشا باشد:

۱. نویسنده کیست و هدف پیامش چیست؟
۲. چه ارزش‌ها و شیوه‌های زندگی و یا دیدگاه‌هایی توسط نویسنده پیام مطرح شده است؟
۳. چه تکنیک‌هایی برای جلب توجه شما به کار رفته است؟
۴. چه تکنیک‌هایی برای سندیت‌دهی و اعتباربخشی به پیام خرج شده است؟
۵. چرا افراد مختلف امکان برداشت‌های متفاوت از پیام را داشته‌اند؟
۶. چه چیزهایی از پیام حذف شده است؟
۷. چه کسانی از پیام نفع می‌برند.



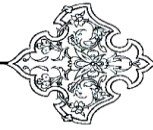
ارایه راهکار برای مبارزه با اخبار جعلی

اگر بخواهیم فضای عمومی متمایل به دیدن و شنیدن اخبار جعلی و نیز اخبار منفی، به سوی فضای واقع‌بینی و واقع‌شنوی و نتیجتاً گفت‌وگوی انتقادی تحول یابد، لازم است به مواردی توجه نماییم. از دیدگاه دکتر هادی خانیکی، استاد ارتباطات، امروز اهمیت و حساسیت حرفه‌ی روزنامه‌نگاری و نهاد رسانه اعم از مکتوب، تصویری و مجازی به بالاترین سطح تاریخی خود رسیده است. جهان، سیاست، فرهنگ، اجتماع و حتی اقتصاد رسانه‌ای شده بخشی از واقعیت‌های پیش روی ماست.

هر عرصه‌ای از زندگی ما با رسانه و در رسانه بر ساخته، و بزرگ و کوچک می‌شود؛ شکل‌گیری «واقعیت‌های مجازی» و چگونگی و ابعاد آن موضوع حوزه‌های مختلف دانش شده است. حداقل به سه تحول درازدامن که نام انقلاب‌های فناورانه و اجتماعی به خود گرفته‌اند، باید توجه کرد. «انقلاب اطلاعات و ارتباطات» خود مرکب از این سه انقلاب است: انقلاب شبکه‌های اجتماعی، انقلاب اینترنت و انقلاب تلفن‌های هوشمند. ترکیب این سه، پارادایم جدیدی در برابر معرفت، کنش مدنی و سیاسی گشوده است.

پارادایم جدیدی که ما امروز در آن قرار گرفته‌ایم، گذار از ارتباطات یک‌سویه و آمرانه به ارتباطات چندسویه و مختارانه است. در تولید، توزیع و دریافت اطلاعات، نقش کاربران به مراتب بیش از گذشته شده است. فرصت‌ها و قابلیت‌های جدید قابل مقایسه با دوره‌های پیشین نیست. شرایط جدید، هم توانسته است فرصت‌های کم‌نظیر در عرصه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی ایجاد کند و هم در صورت اعمال محدودیت‌های ناروا و کاربرد نادرست و غیرمسئولانه این موقعیت، مخاطره‌ها و تهدیدهای جدی به وجود آورد.

پرسشی که امروز در برابر ماست، این است که چگونه می‌توان از ظرفیت‌های رسانه‌ای در شکل‌گیری افکار عمومی و از توان روزنامه‌نگاران و کنش‌گران رسانه‌ها در بالابردن قدرت انتخاب، مشارکت، نظارت، نقد و هدایت فعالیت‌های اجتماعی، مدنی و سیاسی در جامعه استفاده کرد.



تجربه به ما آموخته است که رسانه‌ها می‌توانند هم میدان گفت‌وگو، نقد و روان‌شدن جریان آزاد اطلاعات باشند و هم منشأ اختلال در گفت‌وگو، ترویج خشونت، نفرت‌پراکنی، جعل اطلاعات و اخبار و تخریب بنیان‌های اخلاقی.

ما امروز با انبوهی از ناکارکردی‌ها و کج‌کارکردی‌های رسانه‌ای در فضا و حوزه‌ی عمومی مواجه هستیم که باید با همت و تلاش یکایک خبرنگاران و روزنامه‌نگاران هم در رسانه‌های بزرگ و هم در فضای شبکه‌ای و نیز با سامان‌یابی نهادهای مؤثر صنفی، حرفه‌ای و علمی اصلاح شود. باید به سمتی برویم که خروجی آن تقویت گفت‌و شنود، مفاهمه، همبستگی و امید اجتماعی برای عبور از چالش‌ها و ابرچالش‌های پیش‌رو باشد.

چه کنیم تا صداهای واقعی مردم، نخبگان، منتقدان و مسئولان به‌درستی و به‌موقع شنیده شود؟ چه کنیم که فضای عمومی متمایل به دیدن و شنیدن اخبار منفی یا اخبار جعلی، به‌سوی فضای واقع‌بینی و واقع‌شنوی و نتیجتاً گفت‌وگویی انتقادی تحول یابد؟ همه تلاش کنش‌گران فضای شبکه‌ای و شهروند_روزنامه‌نگاران هم خارج از چهارچوب این مسئولیت ملی نیست. باید در اندیشه ایران بود و به آینده ایران فکر کرد.

باید قدرت شنیدن و دیدن را در شهر، در جامعه و در میان نخبگان بالا برد که نه فقط تهران، بلکه ایران در هر سه زمینه دچار «اختلال ارتباطی» است. برای رهایی از این بیماری مهلک باید به بالا بردن نقش روزنامه‌نگاران و کنش‌گران فعال و مستقل و مرجعیت شبکه‌ها و رسانه‌های داخلی اندیشید. وظیفه‌ی نهادهای حاکمیتی برای بازگرداندن این امید به دنیای رسانه‌ای سنگین‌تر و تعیین‌کننده‌تر است.

بحران کرونا و مواجهه با اخبار جعلی، باید تجربه‌ای باشد که بتوانیم بر مشکل انتشار اخبار جعلی غلبه کنیم و افکار عمومی را از آسیب‌های بزرگ آن مصون نگه داریم.
مدیریت شهری در این زمینه با ارایه آموزش‌های شهروندی و ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان، می‌تواند پیشگام مبارزه با نشر اخبار، اطلاعات و آمار جعلی باشد و تجارب خود را به کلانشهرهای دیگر کشور انتقال دهد.

