

چرا مخاطب سراغ اخبار جعلی علمی می رود؟

معاون امور مطبوعاتی دسترسی مخاطب به حجم گسترده‌ای از اطلاعات و اخبار را دغدغه امروز عنوان کرده و مخاطب شناسی و نیازشناسی دقیق را قبل از تولید محتوا، راه حلی برای مقابله با اخبار جعلی عنوان کرد.



معاون امور مطبوعاتی دسترسی مخاطب به حجم گسترده‌ای از اطلاعات و اخبار را دغدغه امروز عنوان کرده و مخاطب شناسی و نیازشناسی دقیق را قبل از تولید محتوا، راه حلی برای مقابله با اخبار جعلی عنوان کرد.

به گزارش ایسنا، بنیاد علم و فناوری مصطفی(ص) با همکاری معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پنجمین نشست ترویج علم را با موضوع «انتشار اخبار علمی در رسانه‌های عمومی؛ انتظارات، واقعیت‌ها» برگزار کرد.

این نشست با حضور محمد خدادی، معاون امور مطبوعاتی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ سیده زهرا اجاق، سرپرست پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات و هشام بومجوط، مدیر بخش علمی شبکه الجزیره، روز دوشنبه ۱۷ خردادماه از ساعت ۱۰ صبح در محل معاونت مطبوعاتی برگزار شد.

محمد خدادی - معاون امور مطبوعاتی وزارت ارشاد - در این نشست درباره رابطه علم و رسانه عنوان کرد: علم و رسانه رابطه کاملاً متقابلی دارند. من زمانی که در دهلی نو در سال ۱۳۶۸ خبرنگار جمهوری اسلامی بودم، با تلکس خبر را می فرستادم؛ در آن زمان ارسال هر خبر چهار - پنج ساعت طول می کشید و هزینه زیادی هم داشت. چهار سال بعد وقتی برگشتم تهران فکس آمده بود و به مرور پیشرفت در انتشار اطلاعات صورت گرفت. خبرگزاری یک کارخانه تولید اطلاعات است. الان هر کسی با موبایلش اطلاعات را جابه جا می کند. علم باعث پیشرفت رسانه شد و از طرفی رسانه توانست علم و فناوری را دغدغه مردم کند. علم و رسانه به عنوان دو موضوعی که برای توسعه به هم کمک کردند و با سرعت بی بدیلی در حرکت هستند، باعث شدند تا ما با دنیای دیگری روبرو شویم. چیزی که آینده را از آن ما می کند این است که اطلاعات و مهارت تولید اطلاعات را بالا ببریم. شما با حجم گسترده و نامحدودی از اطلاعات روبه رو هستید که دغدغه امروز است. منابع اطلاعاتی ما از مرجع اطلاعاتی ما نیستند زیرا منابع اطلاعاتی ما تبدیل شده به فیک نیوز. ما دیدیم در موضوع کرونا در جایی که از علم سوء استفاده شد، اطلاعات تبدیل به فیک نیوز شد.

او افزود: من در دهه شصت به خاطر دارم که مجلات علمی از خارج می آمد و گروهی این مجلات را ترجمه می کردند و خیلی هم خریدار داشت. امروز همه خبرگزاری ها، دارای سرویس علمی هستند. ما در دهه شصت اخبار خبرگزاری را نمی توانستیم به مردم بدهیم و تبادل اخبار محدودیت داشت. قدرت علم امروز محدود به یک سرویس نیست؛ هر کس که امروز زنده است، علم زندگی اش را تغییر داده است. اولویت کشورها هم در دغدغه علم تاثیرگذار است اما دغدغه علم از گذشته دور همیشه وجود داشته و روز به روز هم اهمیتش بیشتر می شود؛ زیرا ظرفیت و بسترش بیشتر می شود. ما در دوره ای انحصار اطلاعات داشتیم نهایتاً یک رادیو بود و یک روزنامه اما امروز ما انحصار نداریم بلکه انتخاب داریم؛ در این دوره رسانه نقشش مهم است اما دیگر تنها نیست. شبکه های اجتماعی شریک رسانه ها هستند. در گذشته از اطلاعات به مخاطب می رسیدیم اما امروز از مخاطب به اطلاعات می رسیم. باید مخاطب شناسی و نیازشناسی دقیق را قبل از تولید محتوا انجام دهیم.

معاون امور مطبوعاتی با بیان اینکه در ایران مشکل ما مشکل کمی شدن رسانه هاست، عنوان کرد: به همین خاطر ما رسانه مسلط و حرفه ای علمی نداریم زیرا رسانه های ما در عمق نیستند و در سطح هستند. رسانه ها باید تخصصی تر شوند و ما هم به عنوان معاونت مطبوعاتی از رسانه های تخصصی حمایت می کنیم. یکی از کارکردهای اصلی رسانه تخصصی، شناخت مخاطب است. زبان علم زبان تخصصی است و برای مخاطب عام باید دسته بندی و مصداق سازی شود. الان یکی از بحران های اصلی جوامع شبه علم هاست. باید مخاطب عام را از خاص جدا کنیم در تولید محتوا مهارتمان افزایش پیدا کند، از خام فروشی در اطلاعات دوری کنیم و اطلاعات را به گزارش انیمیشن و ... تبدیل کنیم. به نوعی کاری کنیم تا اطلاعات در بستر اقناع قرار بگیرد و به نیاز مخاطب پاسخ دهد؛ در این صورت شما جزو انتخاب های مخاطب قرار می گیرید.

او افزود: ما در همه موضوعات مخاطب خاص و عام داریم. رسانه تخصصی مخاطب خاص دارد. مخاطب خاص هم باز خودش لایه های مختلفی دارد. دنیای امروز دنیای تخصص هاست؛ تولید محتوا متناسب با مخاطب متخصص است. یکی از مشکلات ما این است که رسانه را تخصص نمی دانند. دغدغه اطلاع رسانی باید دغدغه خود مراکز علمی شود. باید افراد متخصص این حوزه را به همکاری دعوت کنند و مرجعیت اعلام اطلاعات را خودشان اعلام کنند.

خدادی در پایان با بیان چند راه حل برای انتشار درست اطلاعات علمی گفت: فضای رقابتی، تقابل و تضاد در علم هم وجود دارد. جذابیت اطلاعات برای مردم در چیزی است که متمایز باشد. ما با چهار لایه در اطلاعات روبه رو هستیم: شبهات، ابهامات، القائات و شایعات که بسترش بی اطلاعی است. دسترسی به اطلاعات الان برای مخاطب زیاد است. در دنیای جدید تقاضای جدید ایجاد می شود. جامعه علمی باید تولید اطلاعات و شناخت مخاطب را در اولویت قرار دهند. در حوزه رسانه ها ما باید به سمت افزایش مهارت تولید اطلاعات و جدا کردن ویوز از نیوز برویم، به سوژه های علم و فناوری هم توجه کنیم، از خام فروشی اطلاعات دوری کنیم و به فضای فرآورده سازی از اطلاعات برویم. اگر چه هیچکس امروز در دنیای حاضر نمی تواند نیازش به علم را بپوشاند اما زیرساخت هایش را هم باید به همین میزان افزایش دهیم.

سیده زهرا اجاق - سرپرست پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات - نیز در این نشست درباره دلایل نفوذ شبه علم و اخبار جعلی در جامعه عنوان کرد: بین حوزه علم و رسانه شکاف است که در همه جای جهان هم این شکاف وجود دارد. به دلیل تفاوت زبانی که حوزه علم با دیگر حوزه ها دارد، این شکاف عادی تلقی می شود. ما می خواستیم تا علم حلال مشکلاتمان باشد و این برداشت تاریخی از علم از همان ابتدا در رسانه های ما نیز اثر گذاشت؛ باعث شد تا رویکرد رسانه ها به علم هم رویکرد حلال مشکلات باشد. متاثر از همین نگاه ابزاری، رویکرد رسانه ها هم می شود رویکرد انتقالی؛ به این معنی که مخاطب را به عنوان موجودی غافل که چیزی نمی داند در نظر می گیرد که باید اطلاعاتی را به او منتقل کند. وقتی جلوتر می آییم و به دوره ای می رسیم که علم نقش اجتماعی پیدا می کند، مفاهیمی مثل درک عمومی از علم مطرح می شود. بعد می رسیم به اینکه در جامعه ما فکتنی وجود دارد تا ببینیم درک عمومی نسبت به علم چیست. رسانه باید این ضعف را برطرف کند و برای این کار باید نگاهش را به مخاطب تغییر دهد. شکافی در ارتباط علم با جامعه وجود دارد که دلایل متعددی دارد. یکی از دلایلیش همان نگاه ابتدایی ما نسبت به علم است. بعد می بینیم که پژوهشی در این زمینه نداریم تا بتوانیم روزنامه نگاری را تربیت کنیم که این پیوند را برقرار کند؛ در نهایت نیز به این فضای رسانه ای می رسیم که تولیدکننده محتوا خود مخاطب می شود و در اینجا موضوع شبه علم نفوذ پیدا می کند.

او دلیل تفاوت نگاه به علم در کشورهای مختلف را نظام های سیاسی و حکومتی دانست و گفت: آرایش متفاوت علم در کشورها به حکمرانی های متفاوت برمی گردد. در اشکال مختلف سیاست گذاری، علم جایگاه متفاوتی دارد. به همین دلیل می بینم که مردم هم رفتار متفاوتی از خود نشان می دهند. هر کشوری بر اساس معیارهای خودش رسانه هایش را اداره می کند. پشت نظام رسانه ای به نظام سیاست گذاری می رسیم که خودش را در عمل و رفتار روزنامه نگار هم نشان می دهد.

زهرا اجاق در توضیح تفاوت روزنامه نگاری علم و روزنامه نگاری علمی گفت: بین رسانه علم و رسانه علمی و روزنامه نگاری علم و روزنامه نگاری علمی تفاوت وجود دارد. روزنامه نگاری علمی یعنی شما به عنوان روزنامه نگار در هر سرویسی باید از حوزه ای که به آن می پردازید شناخت علمی داشته باشید. روز نامه نگار علم ما فکر می کند علم یعنی اینکه بگوید کیت تشخیص چیست و به اینکه چرا کیت تشخیص به ما نمی رسد نمی پردازد و این موضوع را علمی نمی داند؛ در صورتی که باید در این زمینه هم گزارش بنویسد و کار کند.

سرپرست پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، درباره اخبار جعلی و دلیل روی آوردن مخاطب به این اخبار نیز گفت: من در این دوران کرونا روی اخبار جعلی تمرکز کردم تا ببینم از منظر مخاطب دارای چه ویژگی هایی هستند که برای مخاطب جذاب هستند. بحران هایی مثل کووید ۱۹ جامعه را دست پاچه می کند تا زودتر راه حلی پیدا کند. تا وقتی علم این پدیده را بشناسد زمانی طی می شود. راه حلی که خود علم در این زمان ارایه داد رعایت بهداشت و نظافت بود. در واقع حوزه بهداشت در این موضوع راه حل شد. اما در این فاصله ما مخاطبی را داریم که دنبال اطلاعات است. برایش مهم نیست چرا به کووید ویروس تاجدار می گویند، فقط دنبال راهی برای در امان بودن است. در این میان رویکردهای مختلفی مثل طب سنتی، نگاه مذهبی و ... را داریم که اطلاعاتی را ارایه می کنند، یا دلشان می سوزد و می خواهند راه حل ارایه دهند و یا به دنبال سودجویی هستند. از طرفی، از حوزه علم اخبار متضاد خارج می شود. زیرا تردید و شک ویژگی ذاتی علم هستند که اگر مخاطب این را نشناسد از اخبار متضاد علمی خسته می شود و در نتیجه بیشتر سراغ آن هایی می رود که راه حل های فوری را ارایه می دهند. مخاطب یا نمی داند چطور باید مغالطه را تشخیص دهد و یا نمی خواهد این کار را بکند؛ در نتیجه با موبایلش اطلاعات را به اشتراک می گذارد و این جریان به سرعت منتشر می شود. روزنامه نگار علم باید پیشا بحران عمل کند و ببیند کدام خبر ظرفیت جعل خبر را دارد؛ باید از نظر خود مردم هم در این زمینه استفاده کند.

زهرا اجاق در پایان گفت: ما الان در فضای اطلاعاتی اجتناب ناپذیری هستیم. این فضا خطراتی دارد. فوران اطلاعات مشکلاتی را ایجاد کرده است. این دسترسی، به این معنی نیست که همه آدم ها متخصص شده اند. ما فضایی داریم که کاملاً تخصصی است. بعدش کتاب های مرجع را داریم، بعد از آن هم اطلاعات علمی - عمومی است که روزنامه نگار اطلاعات را به صورت ساده به خورد مخاطب می دهد. روزنامه نگاری علم، الان اولویت درجه چندم است در نتیجه جعل خبر پیش می تازد. تا زمانی که روزنامه نگاری علم وضعیتش این است این مشکل را داریم. تا زمانی که بودجه پژوهشی ما انقدر است، یعنی ما برای علم واقعی قائل نیستیم. فکر می کنم برای تصویب این قضیه که امروز صحبت کردیم باید در دل سیاست گذاران ما علم را بفهمند. فعالان حوزه علمی نیازمند زیر اخت هایی هستند تا بتوانند نقششان را انجام دهند. علم را قطعه قطعه می بینند اما اینطور نیست. همه بخشهای علم در هم تنیده اند و این به حل مساله کمک می کند. باید علم را به فرهنگ خودمان تزریق کنیم.

گوهر رضا - عضو موسسه ملی ارتباطات علم و منابع اطلاعاتی هند - نیز که به صورت آنلاین در این نشست شرکت داشت، درباره نقش رسانه در انتقال مفاهیم علمی توضیح داد: در قرن های گذشته زبان علم و تعریف هایی که ما از اخبار داشتیم توسط مردم عادی قابل فهم نبود اما به مرور با پیشرفت نظام های آموزشی مفاهیم بازتعریف شدند و مردم در مورد جهان به طور جدی فکر کردند. زبان دانشمندان هنوز هم توسط مردم عادی به خوبی فهمیده نمی شود ما به کسانی نیاز داریم که زبان دانشمندان را به زبان مردم عادی ترجمه کنند این خلاء حس می شود و این دقیقاً اتفاقی است که در خبرگزاری ها می افتد. در رقابت میان رسانه ها، علم باید با دیگر حوزه ها مثل سیاست، فرهنگ و ورزش رقابت کند. همه مردم عادی این موضوعات را دنبال می کنند. وقتی رسانه می خواهد واقعیت را منتقل کند رقابت به وجود می آید. در اغلب موارد علم در این رقابت شکست می خورد زیرا واقعیت ها و ارقام و اعداد برای مردم جذابیت زیادی ندارد. ما فکر می کنیم اگر در یک اتاق بنشینیم و علم را به جامعه منتقل کنیم کار درست را انجام داده ایم اما این با انتقال واقعی فرق دارد. ارتباط علم و رسانه ها می تواند کامل شود.

او درباره مشکلات حوزه علم روزنامه نگاری علمی در برخی از کشورها گفت: حدوداً دیتاهایی از ۲۸ کشور جمع آوری شده و به این نتیجه رسیده اند که بیشتر رسانه ها و روزنامه ها بخش علمی ندارند. برای ارتباط برقرار کردن میان علم و جامعه باید نگاه جامعی وجود داشته باشد. تقابل بین ایده های موجود که غیرعلمی هستند و ایده های علمی همیشه در همه جوامع وجود داشته است. وقتی اطلاعات کشف می شوند این تقابل رخ می دهد. من در مورد هند و پاکستان اطلاعاتی را جمع آوری کردم و متوجه شدم در طی چهار سال چندین دانشمند و فعال رسانه ای کشته شدند و برخی نیز آرزوی مرگ می کردند. مگر در علم چه چیزی وجود دارد که برخی از افراد جامعه را به انگیزه قتل می کشاند؟ در حالت عادی به نفع همه است تا علم به همه منتقل شود. جامعه وقتی دچار فجایع علمی می شود بیشتر به سمت اخبار علمی متمایل می شود.

گوهر رضا در پایان گفت: ما در حال کار بر روی مشکلات ارتباط بین جامعه و علم هستیم. جامعه محترم علمی در هند قطعاً پیشرفت کرده است با وجود اینکه این حقیقت وجود دارد که ما یک گروه تحت فشار به ویژه توسط کشورهای پیشرفته هستیم. علم ابزار شناخت است نه ابزار حل مشکلات. حوزه های اقتصادی، صنعتی و... باید از اطلاعات علمی برای پیدا کردن راه حل استفاده کنند. علم وظیفه اش حل مشکلات نیست. یک فاصله فرهنگی بین علم و حقایق فرهنگی وجود دارد که مردم باید این را درک کنند. ما باید در فرمت مناسبی برای هر مخاطبی اطلاعات علمی را ارائه دهیم. وقتی تلاش می کنیم تا اطلاعات علمی را به مردم عادی منتقل کنیم باید بدانیم نیاز مخاطب چیست. باید نحوه واکنش مردم نسبت به اطلاعات بررسی شود و ببینیم که سطح دانش عمومی را افزایش می دهد یا نه. ما در هند بر روی ارتباط بین علم و جامعه تمرکز کرده ایم. به گفته خانم دکتر اجاق، اینطور نیست که مخاطب را بشکه خالی تصور کنیم که باید پُرش کنیم بلکه باید بررسی کنی که چه اطلاعاتی نیاز دارد. ما باید بدانیم که مردم چه نیازی دارند و سطح دانششان چقدر است و بدانیم که می خواهیم آن ها را به چه سطحی برسانیم. در کتاب من که ماه پیش منتشر شد اطلاعات جالبی در این زمینه می بینید. تجربه چین در این زمینه می تواند برای همه ما مهم باشد. اطلاعات علمی برای مردم قابل احترام است اما جامعه علمی باید بر روی فهم عمومی از علم تمرکز کند. نمی توانیم بگوییم چون علم خوب است ما باید آن را به جامعه منتقل کنیم باید ببینیم چه اطلاعاتی برای جامعه مفید است و بعد آن ها را منتقل کنیم. باید بر روی فهم مردم درباره علم بیشتر کار کنیم.