



## اخبار جعلی و فریب افکار عمومی» بررسی شد چگونه همزیستی مخاطب و اطلاعات در عصر رسانه

کارشناسان سواد رسانه‌ای در نشست «فضای دیجیتال؛ اخبار جعلی و فریب افکار عمومی» مطرح کردند:

کارشناسان سواد رسانه‌ای در نشست «فضای دیجیتال؛ اخبار جعلی و فریب افکار عمومی» مطرح کردند: امروزه در فضایی قرار داریم که انبوه اطلاعات ما را دچار بحران در تحلیل خواهد کرد. یعنی حتی در مواجهه با اخبار واقعی، قدرت پردازش را از دست می‌دهیم و یکی از علت‌های مهم این است که خودمان را در مواجهه با انبوه اطلاعاتی قرار می‌دهیم که نیازی به آن‌ها نداریم. بهترین راهکار برای مواجهه با اخبار جعلی در سال‌های اخیر، گسترش رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و در مجموع فضای دیجیتال، فرآیند ارتباط افراد با یکدیگر را تسهیل کرده است. کاربران در این فضا اطلاعاتی را به اشتراک می‌گذارند، با سایرین ارتباط برقرار کرده و در رابطه با مسائل و موضوعات گوناگون بحث و تبادل نظر می‌کنند. با این حال همه این اطلاعات صحیح نیست و به ویژه در میان خبرهای منتشر شده، اخبار نادرستی نیز منتشر می‌شود که به آنها اخبار جعلی گفته می‌شود. این اخبار به قصد فریب کاربران تولید می‌شود و در ایام ویژه‌ای نظیر انتخابات، بحران‌ها، التهابات اجتماعی، سیاسی و ... افزایش می‌یابد.

فراوانی اخباری از این دست، نگرانی‌ها و مشکلات جدی را در اغلب جوامع به وجود آورده است. راهکارهای متعددی برای مقابله با چنین اخبار و محتواهایی وجود دارد، اما یکی از نکات مهم در این زمینه نحوه مواجهه کاربران با این محتواهاست که خبرگزاری ایکننا به بهانه هفته سواد رسانه‌ای نشست «فضای دیجیتال؛ اخبار جعلی و فریب افکار عمومی» با حضور لیلا نیرومند، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی و محمدمحسن دوباشی، عضو هیئت امنای باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو برگزار کرده و به این موضوع پرداخته است. مشروح این نشست را در ادامه می‌خوانید و می‌بینید.

ایکننا - امروز اخبار جعلی و در یک مرحله جدی‌تر دیپ فیک‌ها نگرانی‌های زیادی را به وجود آورده است. این محتواهای جعلی چگونه شکل می‌گیرد؟

نیرومند: اخبار جعلی پدیده‌ای نیست که تازه ایجاد شده باشد، ولی با گسترش رسانه‌ها، آن‌ها را بیشتر لمس می‌کنیم. اخبار جعلی از ابتدای خلقت بشر وجود داشته است و می‌توان همراه شدن حضرت آدم و حوا به واسطه شیطان را نوعی دستکاری در اطلاعات دانست که همین مسئله باعث شد آن‌ها از بهشت رانده شوند.

در سال ۱۸۹۰ میلادی به صورت جدی به اخبار جعلی توجه می‌شود و آن را می‌توان اطلاعات گمراه‌کننده و یا نادرستی دانست که بین مخاطبان توزیع می‌شود و بیشترین کاربرد این اطلاعات گمراه‌کننده در زمان بحران‌هاست؛ زمانی که مخاطب فرصت کمی برای تصمیم‌گیری دارد و رسانه‌های موازی کمتر می‌توانند خودشان را نشان دهند. افرادی که ویدئوهای جعلی تهیه می‌کنند، با توجه به حضور فعال رسانه‌های اجتماعی در فضای کنونی، این محتواهای جعلی را بسیار سریع پخش می‌کنند. در رابطه با ساخت ویدئوهای جعلی در قالب مدیا از تمام امکانات نرم‌افزاری رسانه استفاده می‌شود، حتی تصویر جعلی، تیتراژ و اخبار جعلی در این مدیا با هم ترکیب می‌شوند و به همراه فیلم‌های نمایش داده شده، مجموعه‌ای را تشکیل می‌دهند و ما با یک جریان و کار جعلی مواجه می‌شویم.

ایکننا - اخبار جعلی با چه اهدافی تولید می‌شوند و چه ویژگی‌هایی دارند؟

دوباشی: زمانی که جریان رسانه‌ها هم در منبع و هم در مدیوم دچار تنوع می‌شود، نمی‌توانید تشخیص دهید که علت شیوع یک خبر فیک یا جعلی چیست؛ از این رو جریان فیک‌نویزها یک جریان کاتوره‌ای و نامنظم است که اگر هدفش را بتوانید تشخیص دهید، جلوی بخش زیادی از آن جریان شیوع خبر جعلی گرفته می‌شود؛ بنابراین نمی‌توان منبعی برای خبر جعلی تشخیص داد. در گذشته نه چندان دور به دلیل پیچیدگی تجهیزات، گران بودن و عدم دسترسی بودن آن‌ها هر کسی نمی‌توانست خبر تولید کند؛ از این رو وقتی خبری تولید می‌شد، مطمئن بودید که عده‌ای این خبر را دیده‌اند و از یک مسیری عبور کرده است. اما امروز تمام این مسیرها به حداقل خود رسیده و در گوشی تلفن همراه قابل جمع شدن است و این اتفاق باعث می‌شود، منبع تولید خبر فیک و مدیومی که در آن پخش می‌شود، اگر هوش مصنوعی و دیپ فیک‌ها را هم به آن ضرب کنید، موضوع پیچیده‌تر شود.

کد ویدئو

دانلود

فیلم اصلی

بنابراین ما موضوعی داریم که ویروس ناگزیر دنیای رسانه امروز است و نمی توانید جلوی آن را بگیرید. مثل داستان کرونا که می گویند دیگر شما باید با آن زندگی کنید و جامعه باید خود را با آن تطبیق بدهد. ما با فیک نیوز ها درگیر هستیم و جامعه هر روز با آن زندگی خواهد کرد و باید راه مقابله و ایمن کردن را یاد بگیریم. در بحث پزشکی، هیچ بیماری ویروسی اعم از سرماخوردگی، آنفولانزا و ... قابل درمان نیست و بدن شما در برابر آن ها قوی تر می شود تا ورژن بالاتری به بدن شما حمله کند. فیک نیوز ها مانند ویروس هایی هستند که در دنیای ما روزه روز در حال رشد هستند و شما با ویروس های دارای جهش ژنتیکی مواجه هستید که مثل قبل دیگر نمی توانید با آن ها رفتار کنید. اگر بخواهید دیپ فیک ها را تشخیص دهید به معنای واقعی غیرقابل تشخیص هستند. یعنی شما به عنوان مخاطب عام نمی توانید تشخیص دهید که این دیپ فیک و یا فیلم واقعی است، مگر اینکه به مقابله با این ویروس تجهیز شده باشید.

ایکنا - وجود اخبار جعلی در سرنوشت ما و در حال و روز کنونی ما چه تأثیری می تواند داشته باشد و مواجهه ما با آنها چگونه است؟

نیرومند: متأسفانه اخبار جعلی با تمام ابعاد زندگی ما درگیر است، از انتخابات، پروپاگاندا، تبلیغات سیاسی، بازار های بورس، سهام و حتی فرزندان ما که بازی های انیمیشنی انجام می دهند و یا ادبیاتی که به آن ها منتقل می شود، همه جا اخبار جعلی را می بینیم و در تمام زندگی ما وجود دارند و علت هم این است که از ابتدای خلقت تاکنون ابزار ها تغییر کرده است. یک جایی شیطان گول می زند و جایی دیگر ویدئو، نامه و یا رسانه های جمعی، تلویزیون و ماهواره دخیل است و هم اکنون از سوی شبکه های اجتماعی و مجازی انجام می شود که بدون زمان و مکان بوده و در عین حال که تعاملی، مرادده ای و همزمان است، گیرنده می تواند سریعاً دریافت کند و در جای دیگر فرستنده باشد؛ بنابراین ما در حال حاضر با سرعت گرفتن ابزار های ارتباطی، بیشتر با این قضیه مواجه شده ایم. بهترین راهکار برای مواجهه با اخبار جعلی

من نموداری را بررسی می کردم که از سال ۲۰۰۰ به دلیل رشد رسانه ها، با اخبار جعلی بیشتر آشنا شدیم. این روند از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۹ رشد صعودی دارد، یعنی اینکه در حال حاضر به واسطه وجود رسانه های موازی و جعلی که منابع معتبری نیستند، تعداد این اخبار بیشتر شده است و اگر منبع معتبری داشته باشید، دیگر اخبار جعلی از آن درز پیدا نمی کند. گاهی اوقات در زمان بحران ها به دلیل التهاب جامعه اخبار جعلی شکل می گیرد و یا زمانی که شایعه شکل می گیرد، دو پدیده ابهام و اهمیت در آن دخیل هستند. یعنی زمانی که موضوع اهمیت زیادی داشته باشد و یا در آن زمینه ابهام وجود داشته باشد، شایعه شکل یافته و به تدریج گسترش می یابد. حال یکی از آن ها را صفر و یا کم کنیم، یعنی یا ابهام را برداریم و یا حقیقت را روشن کنیم، ناخودآگاه شایعه محو خواهد شد؛ بنابراین زمانی که جامعه ملتهب است به ویژه در زمان جنگ، بحران ها و شرایط اضطراری مانند زلزله، آتش سوزی و ... شایعه شکل می گیرد و همچنین وقتی رسانه ها دیرتر اقدام می کنند، رسانه های تولیدکننده اخبار جعلی خود را نشان می دهند.

ایکنا - با توجه به آنچه اشاره کردید، ما ناگزیریم با اخبار جعلی مواجه باشیم، ولی این مواجهه باید هدفمند و پر قدرت باشد، از دیدگاه شما بهترین راه مواجهه با اخبار جعلی چیست؟

دوباشی: ما در فضایی قرار داریم که انبوه اطلاعات ما را دچار بحران در تحلیل خواهد کرد. یعنی حتی ما در مواجهه با اخبار واقعی، قدرت پردازش را از دست می دهیم، در این صورت اگر اخبار جعلی هم باشد، دیگر قدرت پردازش وجود نخواهد داشت. یکی از اتفاقات مهم این است که ما خود را در مواجهه با انبوه اطلاعاتی قرار می دهیم که نیازی به آن ها نداریم. وقتی خود را در برابر موجی از گرما قرار می دهید، نمی توانید بگویید چرا گرم شد؟ وقتی در برابر این حجم از اطلاعات قرار می گیرید، ناگزیرید که قدرت پردازشتان کاهش یابد.

کد ویدئو  
دانلود  
فیلم اصلی

امروز موضوع اول در بحث سواد رسانه ای این است که شما نباید خود را در برابر انبوه اطلاعات قرار دهید. ما در اینستاگرام و شبکه های اجتماعی زیادی حضور داریم که نشان می دهد، اگر یک ماده را با ماده دیگر ترکیب کنید، یک لکه خاص از بین می رود و اغلب آدم ها این را تست می کنند. مسئله اول این است که، شاید چنین لکه ای برای شما ایجاد نشده است و چنین نیازی ندارید که با این مسئله مواجه شوید، بنابراین نباید خود را درگیر آن کنید و یا مثلاً فردی که در عمرش یک بیت کوین هم نخریده است، خود را در جریان اخبار رمزارز ها قرار می دهد. یا فردی که در طول عمرش دلار نخریده است، دائماً اخبار دلار را دنبال می

کند و این مسئله بر شایعه‌ها دامن می‌زند؛ بنابراین باید نیاز خود را از دنیای اطلاعات درک کنید و در غیر این صورت انبوه اطلاعات به قدری زیاد است که شما به فیک نیوز می‌رسید.

در روش تحقیق در دانشگاه آموخته ایم که اگر صد مقاله را بررسی می‌کنید، روش مواجهه با مسئله چیست و سواد مواجهه با اطلاعات چگونه است؟ ما در دنیایی هستیم که معتقدیم، اطلاعات فقط روی کاغذ نیست. اطلاعات انبوه دیتا‌های کوچک، توثیقی، کوتاه، ساندویچی و پنلی است و این اتفاق مهمی است که نیاز خود را از دنیای اطلاعات برداشت کنیم و خودمان را در برابر این حجم قرار ندهیم.

شما در این حجم باید تشخیص دهید که کدام مدیوم و رسانه را انتخاب می‌کنید. رسانه قرار نیست، اخبار مستند ارائه کند و از طرفی هم هیچ خبرگزاری منبع اصلی اش اینستاگرام نخواهد بود. همچنان رسانه‌های با طول عمر بالاتر، منبع خبری هستند و می‌توان به آن‌ها استناد کرد. توثیق منبع خبر نیست و نمی‌تواند منبع خبری مستدلی باشد. چون طول عمرش کوتاه است و اگر بخواهیم تازه وارد این بازی شویم، وارد حوزه دیتا ساینس و ارزیابی بیگ دیتا‌ها خواهیم شد تا بتوانیم تشخیص دهیم که اگر این موج ایجاد شده است، اولین نفر چه کسی گفته و چه کسی روی این موج سوار شده و چه کسی آن را تقویت کرده است. اما اینها در میان مردم جایی ندارد و مربوط به حوزه تخصصی فضای رسانه است و تحلیلگران بیگ دیتا و دیتا ساینس باید درباره آن نظر بدهند. بنابراین باید تشخیص دهیم، در کدام مدیوم هستیم. وقتی من سراغ اینستاگرام می‌روم، باید بدانم که این مدیوم قرار است حواس مرا پرت کند و اطلاعات نادرستی به من بدهد؛ چراکه سرگرمی‌ها برای این ایجاد شده‌اند که حواس ما را پرت کنند و آرام آرام موضوع جایگزین را بگذارند. قبلاً فقط سرگرمی مطرح بود و اکنون موضوعات دیگر هم به آن اضافه شده و تبدیل به آموزش سرگرمی، سیاست سرگرمی و ... شده است. این سرگرمی یعنی اینکه حواست پرت می‌شود و من با طنز و سرگرمی محتوای خودم را انتقال می‌دهم و کسی هم نمی‌گوید، این محتوا را چه کسی گفته است و بعضی وقت‌ها اوضاعمان بدتر هم می‌شود و می‌گوییم گوگل یا ویکی پیدا گفته است. در حالی که گوگل نمی‌تواند منبع باشد و فقط موتور جستجو است. بنابراین باید بدانیم که چه مدیومی را انتخاب می‌کنیم، چون خاصیت بعضی از مدیوم‌ها دروغ‌گویی است.

ایکنا - شما به این نکته اشاره کردید که شایعات همیشه در هاله‌ای از ابهام به وجود می‌آیند، به ویژه برای کشورمان که زیاد در معرض تهاجم هستیم و برای فریب افکار عمومی شایعات زیادی ایجاد می‌شود، به نظرتان مسئولان در این زمینه چه وظیفه‌ای دارند، آیا باید توضیح دهند و شفاف سازی کنند و یا اینکه سکوت و از کنار آن گذر کنند؟

نیرومند: برای هر رسانه‌ای صحت خبر و سرعت خبر اهمیت ویژه‌ای دارد، اما به واسطه سرعت، نباید صحت خبر را از بین ببریم و نه به واسطه پیدا کردن صحت خبر، آنقدر زمان سپری نمی‌کنیم که سرعت را فدای صحت کنیم تا هر رسانه‌ای جایگزین رسانه اصلی شود. در کشورمان برخی اتفاقات می‌افتد که ملاحظه می‌کنیم به دلیل بروکراسی اداری که در خبر وجود دارد و باید کمتر شود، ما با تأخیر اخبار را پخش می‌کنیم. در موارد اخبار جعلی بماند که جعلی هستند، در انتشار اخبار واقعی هم بسیار دیده شده که رسانه‌های بیگانه که قطعاً به نفع ما صحبت نخواهند کرد و یا رسانه‌های مجازی که منابع مؤثقی نیستند، جایگزین رسانه‌های اصلی و منابع معتبر می‌شوند؛ بنابراین مخاطبی که از سواد رسانه‌ای اندکی هم برخوردار است، تفاوت بین منابع خبری را درک نمی‌کند و می‌بیند که وفور اطلاعات کجاست، جایی که وفور اطلاعات باشد، می‌گوید صحیح است. چون مخاطبان یک شهود و یک حس ششم دارند. معمولاً حدس می‌زنند و این حدسشان براساس اطلاعاتی است که در رسانه‌ها پخش شده است، یعنی طبق الگوی مارپیچ سکوت زمانی که مخاطب در اقلیت قرار می‌گیرد، تلاش می‌کند خود را از انزوا خارج کند و سکوت می‌کند و حتی اگر حرفش درست باشد، می‌گوید، چون اکثریت نه می‌گویند من از این مسیری که اقلیت می‌گویند، نمی‌روم؛ بنابراین یک بحث این است که دولت و مسئولان دیر اقدام می‌کنند و از طرفی رسانه‌های غیر موثق تلاش می‌کنند، برای رسیدن به درآمدزایی، رسیدن به اهداف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و آسیب رساندن به گروه‌های هدف از جمله خانواده، نوجوانان، دانشجویان و ... از آب گل آلود ماهی بگیرند.

کد ویدئو  
دانلود  
فیلم اصلی

این رسانه‌ها، اخبار جنجالی منتشر می‌کنند و شاید در ظاهر با هم نیستند، اما در باطن پشت هم هستند و شروع به دست به دست کردن اخبار می‌کنند و ناخودآگاه اخبار بالای گوگل قرار می‌گیرد و مردم منابع اصلی و جعلی را تشخیص نمی‌دهند و به صرف وفور اطلاعات در یک رسانه آن را دلیلی بر موثق بودن آن رسانه می‌دانند.

مسئولان به ویژه در رسانه ملی باید زود اقدام کنند و خبرنگاران به سرعت اطلاع رسانی کنند و همچنین از بروکراسی اداری کاسته شود. ما باید تولید محتوا کنیم و متأسفانه در این زمینه بسیار عقب هستیم. درست است که دشمن تولید محتوا می‌

کند، اما ما نیز در ساختن تولید محتوا کم کاری می کنیم. اگر بتوانیم تولید محتوا کنیم، در این صورت در بسیاری از موارد جلوتر از آن ها حرکت خواهیم کرد.

ایکنا - پس شما نظرتان بر شفاف سازی است و سکوت را مجاز نمی دانید؟

نیرومند: سکوت در برابر شایعات یعنی افزودن بر ابهام و در این صورت شایعه گسترش می یابد و رسانه ملی می تواند در از بین بردن ابهام نقش مهمی داشته باشد.

دوباشی: در زیست بوم رسانه ای وقتی از سواد رسانه ای حرف می زنیم، سواد رسانه فقط برای مخاطب نیست. سواد رسانه ای برای مسئول و کسی که خبر تولید می کند اهمیت دارد و اینکه در چه مقامی خبر تولید می کند، به جریان رسانه کمک می کند. ما خیلی وقت ها روابط عمومی ها را مساوی با رسانه ها می دانیم. کار رسانه متفاوت از روابط عمومی است و در واقع روابط عمومی ها مدیریت جریان خبر یک نهاد یا سازمان را برعهده دارند.

بهترین راهکار برای مواجهه با اخبار جعلی

خانم نیرومند درباره شفافیت و اهمیت به نکات خوبی اشاره کردند. وقتی یک موضوع حیاتی است، اگر حرف زیادی درباره آن بزنید به آن کمک می کنید. رئیس کل بانک های مرکزی در دنیا را رصد کنید. آن ها چقدر مصاحبه می کنند؟ دنیای خبر و واقعیت به آدم های مهم حساسیت نشان می دهد و کوچکترین نوع خبر، نوع نشست، حرف زدن، ورود، لباس پوشیدن آنها و ... پیام هایی را به بازار و دنیای واقعی منتقل می کند؛ بنابراین وقتی حرف از سواد رسانه ای می زنیم، شما باید بدانید که کجا سکوت کنید و کجا درباره موضوعی حرف بزنید و کجا اهمیت موضوع را کم می کنید. این اتفاقی است که بین مخاطب و رسانه رخ می دهد. گاهی برداشت رسانه ما این است که اگر سرعتش را در پرداخت به یک موضوع بیشتر کند، اعتبار بیشتری دارد. بار ها رسانه ملی در پرداختن سریع به یک توثیق جعلی منجر به یک ابهام شده است. توثیقی که طول عمر کوتاهی داشته و شاید اگر آن را رها می کرد، آنقدر موج ایجاد نمی کرد. اما خبرنگاری که حواسش به جریان اطلاعات نیست، آن را برمی دارد و سریع به یک بخش خبری تبدیل و در رسانه پخش می کند و آن را تبدیل به موج خبری می کند که انتها ندارد. این اتفاق دو سوی یک جریان هستند، یعنی سواد رسانه ای که باید اهالی رسانه و مسئولان برای تولید داشته باشند و سوادی که مردم باید برای مواجهه با این محتوا داشته باشند.

بار ها در مواجهه با آدم های باسواد دیده اید که انتظار ندارید به یک خبر فیک واکنش نشان دهند، اما واکنش نشان می دهند و می گویند همه که دروغ نمی گویند. در حالی که نباید اصلاً درباره آن ها حرف می زدید. چرا فکر می کنید هر خبری را باید استوری کنید و یا درباره اش توثیق بزنید. پژوهشی درباره خطاهایی که آدم ها در مواجهه با سرعت اخبار انجام می دهند، نشان می دهد این آدم ها سریع واکنش نشان می دهند و سریع هم خطا می کنند.

ایکنا - مرجعیت رسانه ای که باید به دنبال آن باشیم، چقدر با این قضیه در ارتباط است، چون رجوع به رسانه های خارجی بیشتر شده است؟

دوباشی: من به عنوان فعال رسانه ای منابع مختلف خبری را بررسی می کنم، برخی خبرگزاری ها در برخی بحران ها که در هر نقطه از دنیا به وجود آمده باشد، طوری برخورد می کنند که مخاطب احساس می کند، همه حقیقت را نمی گویند و یا طوری وانمود می کنند که همه بدبخت هستند و ما خوب هستیم؛ و این باعث می شود مرجعیت را برای بسیاری از اخبار از دست بدهیم.

ما باید بدانیم منبع خبری چیست و خبری که درباره موضوعی منتشر می شود، از منبع خارجی هم بررسی کنیم. البته وقتی می گوئیم منبع خارجی، برخی سریعاً ذهنشان به بی بی سی می رود، در حالی که ap، رویترز و ... هم هستند و درباره این موضوع اظهار نظر می کنند و اتفاقاً وقتی موضوع و سبک ورود آنها را مثلاً در قضیه فلسطین بررسی می کنید و مثلاً نوع پوشش اخبار بی بی سی ان را می بینید، متوجه عمق ضربه حماس به بدنه اسرائیل می شوید، در حالی که هیچ یک از رسانه های داخلی ما نمی توانند آن را منعکس کنند. پس لازم است که سراغ منابع خارجی هم برویم.

کد ویدیو

دانلود

فیلم اصلی

البته بسیاری از رسانه های خارجی در برابر چنین خبرهایی سکوت می کنند. شما در فاصله کمتر از ۲۴ ساعت در بخش های

خبری آن رسانه، این اخبار را می بینید و متوجه می شوید که انگار قضیه جدی شده است. شما این را نمی توانید با رسانه های داخلی تشخیص دهید، چون شما در رسانه های داخلی، سلاقی را در نظر نمی گیرید و رسانه ها وحدت درستی در پوشش اخبار ندارند و نوع پوشش خبری حرفه ای نیست.

باید بدانیم که قرار نیست رسانه با مخاطب، ۱۰ هیچ برنده باشد و هر چه ما می گوئیم درست است و بقیه دروغ می گویند. در تحلیل و کنار هم چیدن خبرها و رویدادها، باید همه حرف ها را بزنیم. چپش اخبار کنار هم مهم است و این اخبار ممکن است به گونه ای کنار هم چیده شده باشد که تحلیلش غلط باشد؛ بنابراین سبک پرداختن به خبرها باعث می شود که آنها در موضوعیت باشند. برخی از خبرگزاری ها خبر اول را منتشر نمی کنند، در حالی که ما عادت داریم فقط خبر اول را منتشر کنیم و این اشتباه است. گاهی لازم است سرعت داشته باشید و گاهی لازم است تحلیل خوب بدهید. رسانه های ما در راستای سرعت رقابت می کنند و تقریباً گزارش حرفه ای در رسانه ها نمی بینید. گزارش تحلیلی خوب هم نداریم، چون چندان خبرنگار تخصصی نداریم؛ بنابراین وقتی این ها را نداریم نمی توانیم منبع باشیم. یعنی کسی به موضوع می پردازد که خبرنگار تخصصی این حوزه نیست و فقط به دلیل درخواست سردبیر است که سرعت پرداختن به موضوع را مورد توجه قرار می دهد و این خبرنگار خطا خواهد کرد و همه این موارد است که به اخبار جعلی دامن می زند و شما دیگر نمی دانید به چه کسی اعتماد کنید. وقتی پدری یک بار به فرزندش دروغ بگوید، ممکن است بار دوم هم دروغ بگوید؛ بنابراین مسئله منبع خبر را دچار مشکل می کند.

ایکنا - در شریطی که مردم با انواع اخبار جعلی سروکار دارند، ذهن و روانشان دچار خدشه می شود، این اخبار جعلی چگونه در نظام شناختی و ادراکی ما تأثیر می گذارد؟

نیرومند: ما نباید سرعت را فدای صحت و یا صحت خبر را فدای سرعت کنیم. همیشه باید اقتضائی عمل کنیم. در یک فضای ممکن است سرعت اهمیت داشته باشد و در فضای دیگر نیاز باشد سکوت کنیم. در روابط عمومی ها هم به این شکل عمل می شود. مثلاً فردی درباره یک سازمان اظهار نظر کرده است. ما می گوئیم به این خبر جوابیه ندهید و اگر جوابیه بدهید توجه مردم را بیشتر جلب می کنید و مخاطبانی که آن خبر را نخوانده اند، می خوانند؛ بنابراین این مسئله بستگی به سیاست ها و راهبرد ها دارد. اما اگر بخواهیم از نظر ادراکی و شناختی به مخاطبانمان توصیه کنیم که چه باید بکنند و چگونه این قدرت ادراک و شناخت را بالا ببرند؛ یکی بررسی منابع معتبر از غیرمعتبر است که منابع معتبر ما باید توسط مخاطب شناسایی شود. بهترین راهکار برای مواجهه با اخبار جعلی

دوم، نویسنده، گوینده و توزیع کننده خبر است که به آن تحلیل کنترل می گوئیم، یعنی باید بدانیم فرستنده خبر کیست؟ چرا که می تواند به درک و شناخت مردم کمک کند و از طرفی استفاده از تصاویر جعلی، نادرست، اغراق آمیز و ... نیز در این زمینه بی تأثیر نیست و از همه مهمتر نگاه انتقادی مخاطب است. مخاطب نباید به صرف اینکه دلار بالا یا پایین شده است، مدام خود را در معرض اخبار دلار قرار دهد. آیا اصلاً نیاز دارد که این اخبار را دنبال کند یا خیر؟ باید قدرت تحلیل، تفسیر و استنباط داشته باشند تا بتوانند از پدیده ای که درباره اش صحبت می شود، ببینند به چه نتیجه ای می خواهند برسند.

خبر به قدری حساس است که به محض اینکه جلوی آنتن رفتیم، همه چیز تمام می شود و دیگر نمی توانید جلوی آن را بگیرید، مثل آبی است که ریخته شده و امکان جمع شدن ندارد، بنابراین باید در انعکاس خبر دقت لازم داشته باشیم. من احساس می کنم باید روی مخاطب کار کرد و مخاطب شناسی اهمیت ویژه ای دارد. البته مسئولان را هم باید آموزش دهیم و یک آموزش همه جانبه با امکانات روز ارائه دهیم. در دانشگاه ها هنوز درباره ارزش های خبری و مسائلی تدریس می شود که کاربردی ندارند. اکنون کافی است هر فردی فقط یک گوشی داشته باشد و یک خبرنگار بین المللی باشد و با یکسری پارامتر هایی که دارد، اخبار را تولید و پخش کند و منبع موثقی هم نباشد. ضمن اینکه چنین منابعی، سعی می کنند نامشخص باشند، چون اگر منبع اعتبار داشته باشد، خود را نشان می دهد، معمولاً این ها با اسامی جعلی خود را معرفی می کنند.

ایکنا - مردم در مواجهه با اخبار جعلی هستند و شما به مواردی برای مواجهه با این اخبار پرداختید، آموزش سواد رسانه ای باید چگونه به مردم انتقال یابد؟

نیرومند: من احساس می کنم هر چیزی از دوران کودکی باید آغاز شود. وقتی ما در آموزش و پرورش بحث سواد رسانه ای را برای دانش آموزان برجسته کنیم و به آن ها یاد بدهیم، موفق خواهیم بود. در حالی که اکنون این درس بسیار مختصر تدریس می شود و محدود و پایه ای است و معلمی هم که تدریس می کند، آموزشی در این زمینه ندیده است. متأسفانه در این زمینه تولید محتوا هم نکرده ایم و از طرفی هم باید با زبان روز با آن ها صحبت کنیم و این آموزش ها را در فیلم ها و کلیپ های کوتاه ارائه دهیم تا بتوانند اخبار جعلی و غیرجعلی را تشخیص دهند و مواجهه صحیحی با اخبار جعلی داشته باشند.

ایکنا - امروز با پدیده ای به نام هوش مصنوعی مواجه هستیم. هوش مصنوعی چگونه می تواند در روند اخبار جعلی اثرگذار باشد؟

دوباشی: هوش مصنوعی ابزار قدرتمندی است و پدیده جدیدی نیست و در یک سال گذشته اخبار بسیاری درباره هوش مصنوعی منتشر شده است و گرنه چندین دهه است که درباره این فناوری تحقیق و بررسی می کنند، البته در رابطه با این فناوری یک مسئله تغییر کرده است و آن هم اینکه قبلاً هوش مصنوعی بنا داشت با یک نفر ارتباط داشته باشد، یعنی کامپیوتر را آموزش می دادند تا با یک نفر شطرنج بازی کند. امروز هوش مصنوعی، مواجهه اش را با جامعه مطرح می کند. یعنی هوش مصنوعی فقط به شما پاسخ نمی دهد، بلکه از انبوه اطلاعات جوامع استفاده می کند و پاسخ می دهد.

کد ویدیو  
دانلود  
فیلم اصلی

در موضوع ماشین های اجتماعی، وجه بین انسان و هوش مصنوعی را داشتیم، شبکه اجتماعی هم به اینها اضافه شد. شبکه اجتماعی، بیگ دیتا تولید می کند و ماشین آن را می گیرد و از این طریق به سؤالات پاسخ می دهد. برخی تصور می کنند وقتی از چت جی پی تی سؤال می کنید درست پاسخ می دهد، در حالی که این طور نیست و بارها و بارها خطا کرده است. بنابراین باید درک کنیم که هوش مصنوعی یک ابزار است و منبع نیست. بنابراین با ابزار هر کاری می توانید انجام دهید. شما می توانید پیچیده ترین عکس ها را با هوش مصنوعی تولید کنید و دیپ فیک ها از طریق الگوریتمی صورت فرد را آنالیز می کند و آن را روی صورت یک شخص معروف می گذارد و یا صدای فرد را با آن ترکیب می کند و شما تصویر یک گوینده معروف را می بینید اما متنی که می خواند، متن نوشته شده ای است که از زبان او شنیده می شود. پیدا کردن دیپ فیک فقط از طریق هوش مصنوعی انجام می شود و ابزارهایی دارد که پیچیده ترین عکس ها را در لحظه جستجو می کند، مثلاً می بینید براساس حوادثی که در سال های اخیر رخ داد و یا اتفاقاتی که در غزه شاهد بودیم، تصاویر جعلی منتشر می شود و می توان آن را در گوگل لنز جستجو کرد و دید که این عکس فیک است و این کار چند لحظه بیشتر زمان نمی برد.

همانطور که در ابتدای صحبتیم گفتم، راه مقابله با ویروس، خود ویروس است، یعنی از واکسن که ویروس ضعیف شده است، استفاده می کنیم. در رابطه با هوش مصنوعی نیز باید ماهیت آن را درک کنیم. بنابراین باید بدانیم که هوش مصنوعی می خواهد ابزارهایی را در اختیار انسان قرار دهد و کار را راحت تر کند. از این رو هوش مصنوعی می تواند هم خوب و هم بد باشد و ضد آن را هم می توان با هوش مصنوعی تشخیص داد. هوش مصنوعی در چند سال آینده وارد بحران جدی تری خواهد شد. فعلاً در بخش سرگرمی آن که شامل تصویر و صدا است، هستیم. نکته مهم در این زمینه این است که نباید هوش انسان را نادیده بگیریم، ماشین ها و هوش مصنوعی در بالاترین حد خودش در بسیاری از پدیده های رفتاری و علوم شناختی مغز انسان ناتوان هستند و مغز انسان همچنان در این موضوعات بسیار توانمند است.

تحلیلی را خواندم که نوشته بود، اتفاقاً اسرائیل از تکیه بیش از حد به هوش مصنوعی ضربه خورد. چون در تمام شبیه سازی ها و آنالیزی که کرده بود، مغز انسان را نادیده گرفته بود. بنابراین همه رفتارهای انسان قابل پیش بینی نیست، درست است که هوش مصنوعی می تواند با الگوریتم های پیچیده ما را پیش بینی کند، اما این مسئله لزوماً به معنی زیون بودن انسان نیست.

توصیه می کنم، محققان و دانشجویان علوم اجتماعی به بحث ماشین های اجتماعی توجه کنند که به نظرم موضوع بسیار خوبی است و بحث های بسیار جدی در رابطه با آن برقرار است. همچنین ما در موضوع جامعه شناسی، جامعه پردازی و ساخت یابی جامعه دچار اشتباهات راهبردی در تحلیل می شویم. چراکه تحلیل هایمان را از شبکه های اجتماعی می گیریم. در حالی که شبکه های اجتماعی لزوماً تحلیل جامعه نیستند و می توانند بخشی از تحلیل جامعه باشند و واقعیت همه جامعه هستند. آنچه در جامعه منفی است، فریاد می زند و خود را نشان می دهد ولی واقعیت های جامعه فریاد نمی زنند و باید به آنها دقت و توجه کرد.

نیرومند: هوش مصنوعی هم فرصت و هم تهدید است. فرصت از این جهت که می تواند اخبار جعلی را برای ما پیدا کند و تهدید است به واسطه انسانی که باهوش تر از این ماشین است و اگر این انسان، شیطنانی باشد، می تواند جامعه را با هوش مصنوعی به فنا برد. چون به ماشین دیکته می کند که چه کار کند. همانطور که آقای دوباشی گفت، اکنون در مرحله سرگرمی هوش مصنوعی هستیم و بعدها ممکن است در ذهن و جسم انسان ها نفوذ کنند. بنابراین هوش مصنوعی همانند چاقویی است که معلوم نیست دست چه کسی باشد، آیا برای بریدن کیک و تقدیم به مهمان است یا برای کشتن یک انسان.

گفت وگو از فاطمه بختیاری