



روزنامه نگاری، ~~«اخبار جعلی» و~~ دروغ رسانی

کتاب راهنمای آموزش روزنامه نگاری

مجموعه یونسکو برای آموزش روزنامه نگاری

منتشر شده در ۲۰۲۰ توسط سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد به نشانی:
place de Fotenoy, 75352 Paris 07 SP, France, 7

و

دفتر منطقه‌ای یونسکو در تهران

© حق تألیف یونسکو ۲۰۲۰

شابک: ۹۷۸-۹۲-۳-۰۰۱۲۲-۳



این مجلد در فضای دسترسی باز تحت مجوز Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) در سایت <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo> قرار گرفته است. شرایط به‌کارگیری مخزن دسترسی باز یونسکو در سایت <http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en> مندرج است و در صورت استفاده از محتوای این مجلد، افراد موافقت خود را با آن شرایط اعلام می‌نمایند. موارد و مطالب به‌کار رفته در این مجلد به هیچ وجه حاوی نقطه‌نظری از سوی یونسکو در مورد جایگاه حقوقی کشورها، مناطق، شهرها یا مقامات مسئول آنها و یا حد و مرزهای آنان نیست. عقاید و آرای مطرح‌شده در این مجلد مربوط به نویسندگان آن است و الزاماً مربوط به یونسکو نیست و تعهدی را برای این سازمان ایجاد نمی‌کند.

ویراستاران: شریلین آیرتون و جولی پوزتی (Cherilyn Ireton & Julie Posetti)
نویسندگان:

جولی پوزتی، شریلین آیرتون، کلر واردل (Claire Wardle)، حسین درخشان، الیس متیوز (Alice Matthews)، ماگدا ابوفاضل (Magda Abu-Fadil)، تام تروینرد (Tom Trewinnard)، فرگوس بل (Fergus Bell)، الکسیوس منتزلیس (Alexis Mant-zarlis)

پژوهشگر تکمیلی: تام لا (Tom Law)

طراح گرافیک: آقای کلینتون (Mr Clinton)

طراح جلد: آقای کلینتون

تصویرگری: یونسکو، فرست درفت و پوینتر (First Draft and Poynter)

حروفچینی: یونسکو

چاپ: یونسکو — فرانسه

عنوان متن اصلی: Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training

منتشر شده در سال ۲۰۱۸ توسط سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد

ترجمه از متن انگلیسی: حمید مرعشی

ویرایش متن فارسی: مریم صابری

صفحه‌آرای نسخه فارسی: سعید کاوندی

شریلین آیرتون
و جولی پوزتی

روزنامه‌نگاری، «اخبار جعلی» و دروغ‌رسانی

کتاب راهنمای آموزش روزنامه‌نگاری

فهرست مطالب

پیشگفتار گای برگ ۷

مقدمه شریلین آیرتون و جولی پوزتی ۱۳

استفاده از کتاب راهنما به عنوان برنامه درسی الگوجولی پوزتی ۲۲

پودمان ۱ - حقیقت، اعتماد و روزنامه نگاری: ضرورت آنها ۲۷

شریلین آیرتون

۲۹	خلاصه
۳۰	رئوس مطلب
۳۵	اهداف پودمان
۳۵	نتایج یادگیری
۳۶	قالب پودمان
۳۶	تمرین پیشنهادی
۳۷	منابع مطالعه

پودمان ۲ - تأملی بر «ناهنجاری اطلاع رسانی»:
قالب های غلط رسانی، دروغ رسانی و لطمه رسانی ۳۸

کلر واردل و حسین درخشان

۳۹	خلاصه
۳۹	رئوس مطلب
۴۵	اهداف پودمان
۴۶	نتایج یادگیری
۴۶	قالب پودمان
۴۸	تمرین پیشنهادی
۴۸	مطالب درسی
۴۸	منابع مطالعه

پودمان ۳ - تحول صنعت خبر:
فناوری دیجیتال، شبکه های اجتماعی و گسترش غلط رسانی و دروغ رسانی ۵۰

جولی پوزتی

۵۱	خلاصه
۵۲	رئوس مطلب
۵۲	اهداف پودمان
۵۸	نتایج یادگیری
۵۹	قالب پودمان
۶۰	تمرین پیشنهادی
۶۱	منابع مطالعه

پودمان ۴- مقابله با دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از طریق سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی

۶۳

ماگدا ابوفاضل

۶۴	خلاصه
۶۵	رئوس مطلب
۶۸	اهداف پودمان
۶۹	نتایج یادگیری
۶۹	قالب پودمان
۷۲	تمرین پیشنهادی
۷۲	مطالب درسی
۷۳	منابع مطالعه

۷۴

پودمان ۵- درآمدی بر صحت‌سنجی

الکسیوس منتزولیس

۷۵	خلاصه
۸۰	رئوس مطلب
۸۱	اهداف پودمان
۸۱	نتایج یادگیری
۸۱	قالب پودمان
۸۴	تمرین پیشنهادی
۸۵	منابع مطالعه

پودمان ۶- راستی‌آزمایی شبکه‌های اجتماعی: ارزیابی منابع و محتوای بصری

۸۸

تام تروینرد و فرگوس بل

	خلاصه
۸۹	رئوس مطلب
۹۴	اهداف پودمان
۹۴	نتایج یادگیری
۹۵	قالب پودمان
۹۶	تمرین پیشنهادی
۹۶	منابع مطالعه

۱۰۱

پودمان ۷- مقابله با آزار برخط: هدف‌گیری روزنامه‌نگاران و منابع آنها

جولی پوزتی

۱۰۲	خلاصه
۱۰۳	رئوس مطلب
۱۰۸	اهداف پودمان
۱۰۹	نتایج یادگیری
۱۰۹	قالب پودمان
۱۱۱	تمرین پیشنهادی
۱۱۱	منابع مطالعه
	نویسندگان

یادداشت مترجم درباره «دروغ‌رسانی»

شاید یکی از قسمت‌های دشوار ترجمه، معادل‌گزینی برای مفاهیمی فاقد واژه مرسوم یا جاافتاده در زبان مقصد باشد چراکه بعید نیست معادل‌های پیشنهادی مترجم مناقشه‌فراوان برانگیزد. بنابراین طبیعی است که احتمالاً تعداد قابل ملاحظه‌ای از شما خوانندگان محترم نیز با دیدن «دروغ‌رسانی» در عنوان این کتاب این واژه را به چالش بکشانید. البته چنین رویکردی حق مسلم شما هم به عنوان فارسی‌زبان و هم در مقام عضوی از اصحاب رسانه است، اما اینجانب نیز از این فرصت استفاده خواهم کرد و دلایل انتخاب واژه‌های دروغ‌رسانی برای disinformation، غلط‌رسانی برای misinformation و لطمه‌رسانی را برای mal-information از دیدگاه خود توضیح خواهم داد.

اول آنکه تلاش کردم که هر سه واژه فارسی حتماً مانند سه واژه انگلیسی دارای یک قسمت بنیادین یکسان باشند («رسانی» که از «اطلاع‌رسانی» گرفته شده است) تا مشخص باشد که هر سه در واقع نوعی از اطلاع‌رسانی هستند. نکته دوم در ارتباط با بخش‌های پیش از «رسانی» است: تلاش اینجانب برای یافتن پیشوندهایی متمایز و مرسوم (تأکید می‌کنم: «مرسوم») در زبان فارسی برای dis- و mis- متأسفانه به نتیجه نرسید. شاید «سوء» معادل رایجی برای mis- (مانند «سوءبرداشت» برای misinterpret، سوءمدیریت برای mismanagement و غیره) باشد که البته استثنائات زیادی هم برای این کاربرد وجود دارد (مانند mislead یا «گمراه ساختن»، misread یا «غلط خواندن» و غیره). حکایت dis- هم کاملاً متفاوت است زیرا در واژه‌های مختلف به طرق مختلف نمایان می‌گردد (dislocate یا «از جا در رفتن»، disinfect یا «گندزدایی»، disability یا «ناتوانی»، disembark یا «پیاده شدن» و غیره). ماجرای mal- نیز شاید به همین گونه باشد (maladjustment یا «ناسازگاری»، malnutrition یا «سوء تغذیه»، maldistribution یا «تقسیم نامنصفانه» و غیره).

از این رو، به جای تلاش برای یافتن سه پیشوند رایج فارسی برای mis-، dis- و mal-، به فکر معادل‌یابی مفهومی افتادم. همان‌طور که در این کتاب و در سایر منابع ذکر شده است، disinformation یعنی نشر عالمانه و عامدانه دروغ (لذا «دروغ‌رسانی»). عبارت misinformation یعنی نشر مطلب غلط بدون آگاهی از غلط بودن آن (لذا «غلط‌رسانی») و mal-information یعنی نشر مطلب درست اما فقط و فقط با هدف لطمه رساندن به فرد یا سازمانی خاص (لذا «لطمه‌رسانی»).

در عین حال خوانندگان محترم لطفاً توجه داشته باشند که سه واژه انگلیسی فوق اصلاً و ابداً حاوی این تمایزات مفهومی نیستند. به عبارت دیگر، فرد انگلیسی‌زبان صرفاً با دیدن این واژه‌ها و بدون اطلاع قبلی از مفهوم آنها متوجه عمدی یا غیرعمدی بودن disinformation و misinformation نمی‌گردد و mal-information هم که عبارتی است نسبتاً جدید و مسئله قصد لطمه زدن را در ذهن مخاطب انگلیسی‌زبان تداعی نخواهد کرد. طبیعی است که نباید چنین انتظاری را از سه واژه دروغ‌رسانی، غلط‌رسانی و لطمه‌رسانی داشته باشیم. به بیان دیگر، همان‌طور که انگلیسی‌زبانان صرفاً پس از خواندن توضیحات متوجه معانی دقیق این سه واژه می‌شوند، از معادل‌های فارسی آن نیز فقط باید همین میزان انتظار داشت.

نکته دیگر در ارتباط با خود واژه information است که مانند بسیاری از لغات در شاید اکثر زبانهای دنیا دارای بیش از یک معنا است: «اطلاعات» و «اطلاع‌رسانی». در تعداد کثیری از متون رشته و حرفه روزنامه نگاری و رسانه‌ها از واژه «اطلاعات» به عنوان معادل information استفاده شده است، حال آنکه بنظر اینجانب معادل دقیق‌تر در حوزه رسانه‌ها «اطلاع‌رسانی» است نه اطلاعات. توجه داشته باشیم که احتمالاً کارکرد حرفه‌ای رسانه‌ها انتشار اطلاعات یا در واقع همان اطلاع‌رسانی است.

نهایتاً جای آن دارد که از سرکار خانم تیوا کامران در دفتر منطقه‌ای یونسکو در تهران بابت باز گذاشتن دست اینجانب در ترجمه این کتاب راهنما تشکر نمایم. البته مسئولیت تمامی اشکالات احتمالی مربوط به این ترجمه صرفاً و تماماً بر عهده اینجانب است که بابت آنها پیشاپیش از کلیه خوانندگان گرامی عذرخواهی می‌نمایم و بسیار مشتاق دریافت نقدهای شما نیز هستم.

حمید مرعشی

دانشیار آموزش زبان انگلیسی

دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی

یونسکو برای قوت بخشیدن به آموزش روزنامه‌نگاری فعالیت می‌کند و کتاب راهنمای حاضر جدیدترین حاصل این مجموعه منابع حاوی آخرین اطلاعات در این زمینه است.

این کتاب راهنما بخشی از «ابتکار عمل جهانی برای تعالی آموزش روزنامه‌نگاری»^۱ است که یکی از محورهای کانونی برنامه بین‌المللی یونسکو برای توسعه ارتباطات^۲ است. هدف از این ابتکار عمل، تعامل در عرصه تدریس، روزنامه‌نگاری و پژوهش روزنامه‌نگاری از منظری جهانی و همچنین تبادل عملکردهای بین‌المللی مناسب است.

بدین ترتیب، کتاب راهنمای حاضر را می‌توان به‌عنوان برنامه درسی الگوی مرتبط با فضای بین‌المللی استفاده کرد و محتوای آن را می‌توان هم در قالب موجود اجرا کرد و هم با شرایط محیطی سازگار نمود. علاوه بر این، کتاب حاضر به مشکل نوظهور و جهانی دروغ‌رسانی^۳، که به‌طور کلی فراروی جوامع و به‌طور خاص فراروی روزنامه‌نگاری قرار گرفته است، پاسخ می‌دهد.

این کتاب می‌کوشد برای عبارت «اخبار جعلی»^۴ معنایی سراسر قابل فهم برای همگان در نظر نگیرد^۵؛ به این دلیل که «اخبار» یعنی اطلاعاتی که بشود آن را از لحاظ منافع عموم راستی آزمایی کرد و اطلاعاتی را که این استانداردها در آنها نیست نباید اخبار نامید. بنابراین «اخبار جعلی» متناقض‌نمایی است که اطلاعاتی را که واقعاً استانداردهای قابلیت راستی‌آزمایی و همسویی با منافع عمومی را در خود دارند — یعنی اخبار واقعی — را از اعتبار ساقط می‌کند.

این کتاب برای درک بهتر مواردی که در آنها زبان و قواعد ادبی ژانر خبرنویسی به طرزی سودجویانه دستکاری شده‌اند، این اقدامات کلاهبردارانه را در شکل واقعی‌شان بررسی می‌کند؛ به‌عنوان دسته‌ای خاص از اطلاعات نادرست و ساختگی^۶ در میان اشکال متنوع و رو به فزونی دروغ‌رسانی، از جمله در قالب‌های سرگرم‌کننده مانند قطعات تصویری که در فضای مجازی پخش می‌شوند.

در این کتاب، دروغ‌رسانی معمولاً برای اشاره به تلاش‌های عمدی (و اغلب هماهنگ‌شده) برای گیج کردن افراد یا جهت‌دهی به آنها از طریق ارائه اطلاعات نادرست به کار می‌رود. این رویه غالباً توأم با راهبردهای اطلاع‌رسانی موازی و متقاطع و پیگیری سایر تاکتیک‌ها مانند رخنه^۷ یا افشای اطلاعات است. غلط‌رسانی عموماً برای اشاره به اطلاعات ایجادشده یا توزیع‌شده همراه‌کننده بدون سوءنیت و بدون جهت‌دهی عمدی استفاده می‌شود. هر دو مورد مشکلاتی برای جامعه ایجاد می‌کنند اما دروغ‌رسانی به‌شدت خطرناک است، زیرا بسیاری از اوقات سازماندهی شده است، منابعی کافی دارد، و فناوری خودکار نیز نیروی آن را دوچندان می‌کند.

نشردهندگان دروغ‌رسانی از آسیب‌پذیری یا گرایش‌های جناحی دریافت‌کنندگان بهره می‌برند به این امید که این دریافت‌کنندگان به فهرست تقویت‌کنندگان و تشدیدکنندگان آنها اضافه شوند. بدین ترتیب، آنها در پی آن‌اند که ما را به رسانه‌های انتقال پیام خود تبدیل کنند و برای این کار از تمایل طبیعی ما به تبادل اطلاعات که دلایل مختلفی دارد سوءاستفاده می‌کنند. یکی از خطرات خاص این اقدامات این است که «اطلاعات جعلی» بدین معنا معمولاً رایگان است — بدین ترتیب افرادی که استطاعت مالی خرید روزنامه‌نگاری باکیفیت را ندارند یا از دسترسی به رسانه‌های خبری مستقل محروم‌اند به‌طور خاص نسبت به دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی آسیب‌پذیر می‌گردند.

1 Global Initiative for Excellence in Journalism Education

2 International Programme for the Development of Communication (IPDC)

3 disinformation

4 fake news

۵ بنگرید به:

Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions" in *Digital Journalism* (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Issue 2: 'Trust, Credibility, Fake News

6 phony information

7 hacking

گسترش وسیع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از طریق پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی میسر می‌گردد و این مسأله آشکارا با میزان مقررات و خودتنظیمی^۱ شرکت‌های ارائه‌کننده این خدمات در ارتباط است. این کسب‌وکارها که ایجادکننده محتوا نیستند و نقش شبکه‌های واسطه را دارند تا به امروز فقط در معرض مقرراتی سبک (به استثنای حوزه حق تألیف) قرار گرفته‌اند. هرچند اعمال مقررات بیش از حد برای آزادی بیان خطرناک است، اما افزایش فشار بر این کسب‌وکارها سبب شده است اقدامات بیشتر اما پراکنده‌ای در قالب خودتنظیمی اعمال شود.^۲ در ۲۰۱۸، گزارشگر ویژه آزادی بیان و عقیده سازمان ملل متحد گزارش سالانه خود را بر همین محور متمرکز ساخت و از شرکت‌های اینترنتی درخواست کرد که درباره خودتنظیمی در رسانه‌های خبری مطالعه کنند و همراستایی خود را با استانداردهای سازمان ملل متحد درباره حق انتقال، پیگیری و دریافت اطلاعات بیشتر افزایش دهند.^۳ در میان مجموعه اقداماتی که هم کشورها و هم شرکت‌ها اتخاذ کرده‌اند و به سرعت هم در حال تغییرند، نقش روزنامه‌نگاران و رسانه‌های خبری بسیار شاخص است و فلسفه وجودی این کتاب راهنما نیز مرتبط با همین محورهاست.

تفاوت‌های تمایزدهنده

دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی هر دو از روزنامه‌نگاری (باکیفیت) که از اخلاق و استانداردهای حرفه‌ای پیروی می‌کند متفاوت هستند. علاوه بر این، هر دوی این موارد با روزنامه‌نگاری ضعیف که در تحقق وعده خود ناکام می‌ماند نیز تفاوت دارند. روزنامه‌نگاری مشکل‌دار، برای مثال، دربردارنده خطاهای مستمر (و اصلاح‌نشده) ناشی از تحقیقات ضعیف یا راستی‌آزمایی بی‌دقت و سرسری و نیز حاوی هیجان‌سازی‌های اغراق‌آمیز برای اثرگذاری و گزینش‌های به‌شدت جناحی حقایق به‌قیمت زیر پا گذاشتن حق و انصاف است.

اما نباید نگاه آرمانی به روزنامه‌نگاری را که به‌نوعی از همه نقطه‌نظرات و بیانات مستتر فراتر می‌رود با روزنامه‌نگاری غیراستاندارد که ایدئولوژی به آن رنگ‌ولعاب داده است یکی دانست. در عوض، باید تأکید کرد که همه انواع روزنامه‌نگاری در خود دیدگاه‌ها و بیاناتی دارند و مشکل روزنامه‌نگاری غیراستاندارد نه وجود این نقطه‌نظرات و بیانات بلکه حرفه‌ای‌گری ضعیف در آنهاست. دقیقاً به همین دلیل است که روزنامه‌نگاری ضعیف معادل دروغ‌رسانی یا غلط‌رسانی نیست.

اما روزنامه‌نگاری با کیفیت کم گاهی اوقات امکان بروز یا نفوذ دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی را در نظام خبررسانی واقعی ایجاد می‌کند. با این همه، عوامل ایجاد و راه‌های علاج روزنامه‌نگاری ضعیف تشابهی با عوامل و راه‌حل‌های دروغ‌رسانی یا غلط‌رسانی ندارند. در عین حال، مشخص است که به‌عنوان جایگزین و پادزهری برای آلودگی محیط اطلاع‌رسانی و خدشه‌دار شدن اعتبار اخبار به‌طرزی گسترده‌تر، وجود روزنامه‌نگاری‌ای که به‌شدت به اصول اخلاقی پایبند است ضرورت دارد.

امروزه روزنامه‌نگاران فقط نظاره‌گر منفعل انبوه دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی که در حال شکل‌گیری است نیستند، بلکه خود را درگیر آن می‌یابند.^۴ این مسئله بدان معناست که:

< روزنامه‌نگاری در معرض خطر غرق شدن در میان صداها و آراء ناهنجار و ناهمگون است.

< روزنامه‌نگاران در معرض خطر جهت‌دهی توسط کنشگرانی قرار دارند که اخلاق روابط عمومی را زیر پا می‌گذارند تا روزنامه‌نگاران را به‌فساد بکشانند و به‌سوی نشر دروغ‌رسانی سوق دهند.^۵

1 self-regulation

۲ بنگرید به:

Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19 July, 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [accessed on 20/07/2018]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [accessed on 15/07/2018]; <https://youtube.googleblog.com/> [accessed on 15/07/2018]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/> [accessed on 15/07/2018].

۳ گزارش گزارشگر ویژه ارتقا و حفاظت از حق برخورداری از آزادی عقیده و بیان، شورای حقوق بشر سازمان ملل متحد، ۶ آوریل ۲۰۱۸. <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement> [accessed on 20/07/2018].

۴ علی‌رغم این تهدید و مطابق با نتایج یک مطالعه، اتاق‌های خبر یک کشور، نظام و بودجه و کارکنان آموزش‌دیده برای مقابله با دروغ‌رسانی را نداشتند. بنگرید به: Penplusbytes. 2018. *Media Perspectives on Fake News in Ghana*. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [accessed 12/06/2018].

۵ Butler, P. 2018. *How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation*. <http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>.

نیز بنگرید به پودمان ۳.

ممكن است روزنامه‌نگاران، به‌عنوان عوامل اطلاع‌رسانی‌ای که برای نشر حقایق مانند «حقایق دردرساز» فعالیت می‌کنند، هدف دروغ‌ها و شایعات و تهدیدهایی طراحی شده برای ترعیب و بی‌اعتبارسازی شخص خود و نیز روزنامه‌نگاری‌شان قرار گیرند؛ مخصوصاً در شرایطی که کار روزنامه‌نگار تهدیدی به افشای افراد پشت‌پرده یا مرتکب دروغ‌رسانی را در خود دارد.^۱

روزنامه‌نگاران همچنین باید متوجه باشند مادامی که حوزه اصلی دروغ‌رسانی شبکه‌های اجتماعی هستند، کنشگران قدرتمند امروزی از نگرانی‌ها درباره «اخبار جعلی» برای تضعیف شبکه‌های خبررسانی واقعی استفاده‌ای می‌کنند. قوانین جدید و سخت‌وسخت چنان مؤسسات خبری را قربانی می‌کنند که انگار این مؤسسات تولیدکننده اخبار جعلی بوده‌اند؛ گاهی هم با مقررات گسترده جدید همه بسترهای اطلاع‌رسانی را بدون رعایت اصل تفکیک محدود می‌سازند. چنین مقرراتی اغلب با اصول بین‌المللی اثبات ضرورت، تناسب و اهداف مشروع محدودسازی آزادی بیان مطابقت کافی ندارند و اثر این مقررات حتی اگر نیت اولیه پشت آنها چنین نباشد آن است که رسانه‌های خبری صادق تحت کنترل «وزارت حقیقت» قرار می‌گیرند که قدرت سرکوب اطلاعات را صرفاً برای دلایل سیاسی دارد.

در بستر امروزی دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی، خطر اصلی مقررات ناموجه روزنامه‌نگاری نیست بلکه این است که عموم مردم دیگر تمامی مطالب از جمله روزنامه‌نگاری را باور نکنند. طبق این سناریو، افراد احتمالاً محتوایی را به‌عنوان موارد قابل اعتماد می‌پذیرند که در شبکه‌های اجتماعی توزیع شده و با عواطف آنها همخوانی دارد و البته امکان تعامل با عقل و منطق را از آنها می‌گیرد. هم‌اکنون اثرات منفی این روند را بر باورهای عمومی در زمینه بهداشت، علوم، مفاهیم بین فرهنگی و جایگاه تخصص موثق مشاهده می‌کنیم.

اثر این موضوع بر عموم مردم، به‌ویژه در مورد انتخابات‌ها و اصل مردم‌سالاری به‌عنوان یکی از حقوق بشر، نگران‌کننده است. آنچه که دروغ‌رسانی مخصوصاً در هنگام انتخابات دنبال می‌کند فقط این نیست که مردم را متقاعد کند که محتوایش حقیقت دارد، بلکه دروغ‌رسانی به دنبال آن است که بر تعیین دستورکار (آنچه مردم فکر می‌کنند ضرورت دارد) اثر بگذارد و آب‌های اطلاع‌رسانی را گل‌آلود سازد تا تأثیر عوامل عقلانیت را در گزینش‌های انتخاباتی عموم مردم تضعیف کند.^۲ به همین ترتیب، مسائلی مانند مهاجرت و تغییرات اقلیمی و سایر موضوعات نیز می‌توانند شدیداً تحت تأثیر عدم قطعیت ناشی از دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی قرار گیرند.

این خطرات ضرورت رویارویی مستقیم روزنامه‌نگاری و آموزش روزنامه‌نگاری با پدیده افزایش «اخبار جعلی» را آشکار می‌کنند. در عین حال، چنین تهدیداتی فرصت را برای نشان دادن و تقویت ارزش رسانه‌های خبری فراهم می‌کند و از طریق آنها می‌توان بر عملکرد حرفه‌ای متمایز برای ارائه اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر و اظهارنظرات آگاهانه از منظر منافع عموم تأکید ورزید.^۳

آنچه روزنامه‌نگاری باید انجام دهد

در چنین شرایطی وقت آن رسیده است که رسانه‌های خبری اخلاق و استانداردهای حرفه‌ای را دقیق‌تر رعایت کنند، از انتشار اطلاعات بررسی‌نشده به‌طور کامل برحذر باشند و از اطلاعاتی که شاید مورد توجه برخی از مردم قرار گیرد اما در جهت منافع عموم نیست فاصله بگیرند.

این کتاب راهنما در واقع یادآور بهنگام این نکته است که همه مؤسسات خبررسانی و روزنامه‌نگاران باید، فارغ از گرایش‌های سیاسی خود، از نشر غیرعامدانه و بدون دقت دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی پرهیز کنند. در بسیاری از رسانه‌های خبری امروزی، حذف پست شغلی صحت‌سنجی گزاره‌ها^۴ تا حدودی به پیدایش کارکردی منجر شده است که امروزه

^۱ بنگرید به پودمان ۷.

^۲ Lipson, D (2018) Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election, ABC News: <http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm> [accessed 17/8/18].

^۳ همچنین بنگرید به:

Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [accessed 12/06/2018].

^۴ fact-checking

با عنوان «رکن پنجم»^۱ بلاگ‌نویسان و سایر کنشگران خارجی شناخته می‌شود و به کسانی اشاره می‌کند که اشتباهات روزنامه‌نگاران را، البته پس از نشر آنها، اعلام می‌کنند.

شبکه‌های خبررسانی می‌توانند از این پدیده نوظهور به عنوان چیزی که با کسب اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر منافع جامعه را تقویت می‌کند استقبال نمایند. روزنامه‌نگاران باید مخاطبان بیشتری را در کارگروه‌های مستقل صحت‌سنجی به کار گیرند. با وجود این، باید بدانند وقتی کنشگران خارجی خطاهای سیستماتیک را در یک نشریه خبری نمایان کنند، کمترین تأثیر این اتفاق این است که برند آن مؤسسه خبری به عنوان منبع حرفه‌ای اخبار زیر سؤال می‌رود. رسانه‌ها باید مراقب باشند که اصلاحات خارجی پس از انتشار اخبار جایگزین روندهای داخلی کنترل کیفیت نشود. روزنامه‌نگاران باید با دقت بیشتری فعالیت کنند و در همان وهله اول «متوجه اصل مطلب بشوند» یا آنکه سبب شوند فرصت جامعه برای برخورداری از رسانه‌های قابل اعتماد از دست برود.

به طور کلی، روزنامه‌نگاری در بازی اعمال اصلاحات از سوی ناظرین خارجی برنده نخواهد بود و روزنامه‌نگاران نباید وظیفه حرفه‌ای راستی‌آزمایی ادعاهای تردیدآمیزی را که منابع ارائه به آنها می‌کنند به سازمان‌های صحت‌سنجی بسپارند (چه این ادعاها در رسانه‌ها گزارش شده باشند، چه مسیر روزنامه‌نگاری را دور زده و مستقیماً در شبکه‌های اجتماعی ظاهر شده باشند). دست‌اندرکاران اخبار باید توانایی‌شان را در فراتر رفتن از روزنامه‌نگاری بر اساس «حرف این و آن» و نیز در بررسی صحت و سقم ادعاهای افراد تحت پوشش خود بهبود بخشند.

روزنامه‌نگاری همچنین باید فعالانه موارد و آشکال جدید دروغ‌رسانی را ردیابی و مشخص کند. این رویکرد در واقع مسئولیت خطیر رسانه‌های خبری و جایگزین رویکردهای قانونی به «اخبار جعلی» است. چنین رویکردی به عنوان پاسخ فوری به اخبار داغ و مخرب باعث می‌شود راهبردهای میان‌مدت از جمله باسوادی رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی تکمیل و تقویت شوند و این راهبردها نیز به نوبه خود مخاطبان را در تشخیص تمایز میان اخبار و دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی توانمند می‌سازند. دروغ‌رسانی داستان داغی است و پوشش قدرتمند آن سبب استحکام خدمات روزنامه‌نگاری به جامعه می‌شود.

در این راستا، کتاب راهنمای حاضر فراخوانی است به اقدام و عمل. این کتاب همچنین روزنامه‌نگاران را تشویق می‌کند تا در گفتگوی اجتماعی درباره اینکه چگونه افراد بی‌مسئولیت اعتبار اخبار را تعیین می‌کنند و چرا برخی از آنان اطلاعات تأییدنشده را نشر می‌دهند مشارکت کنند. این فرصت بزرگی است برای تعامل مدنی استوار شبکه‌های خبری و دانشکده‌ها و دانشجویان روزنامه‌نگاری و همچنین مربیان رسانه‌ها و شاگردان آنها با مخاطبان. برای مثال، اگر رسانه بخواهد دروغ‌رسانی‌ای را که بدون اطلاع آن رسانه با پیام‌رسان‌های اجتماعی یا ایمیل پخش می‌شود کشف و گزارش کند، «استفاده از منابع انبوه»^۲ ضروری است.

نقش‌های یونسکو

این کتاب راهنمای جدید که منابع مالی انتشار آن را برنامه بین‌المللی توسعه ارتباطات یونسکو تأمین کرده است، به تحولات گوناگون ماجرای دروغ‌رسانی نگاهی منحصربه‌فرد و کل‌نگر دارد و با ساختن مهارت‌های عملی دانش و درک ارائه‌شده را کامل می‌کند.^۳ این کتاب راهنما بخشی است از فعالیت‌های انتشارات یونسکو برای تشویق خودتنظیمی و عملکرد بهینه روزنامه‌نگاران به عنوان جایگزینی برای مخاطراتی که مداخلات دولتی برای حل و فصل مشکلات مذکور در حوزه آزادی بیان به همراه دارد.

این مجلد بر دو کتاب قبلی یونسکو تحت عناوین «آموزش روزنامه‌نگاری برای توسعه پایدار: سرفصل‌های جدید»

1 fifth estate

2 crowd-sourcing

۳ در شصت و یکمین نشست دفتر برنامه بین‌المللی توسعه ارتباطات یونسکو در سال ۲۰۱۷ تصمیم گرفته شد که از ابتکار عمل جهانی برای تعالی آموزش روزنامه‌نگاری از طریق تخصیص منابع مالی ویژه برای تدوین سرفصل‌های جدید در حوزه مفاهیم کلیدی برای روزنامه‌نگاری حمایت شود. گزارش پیشرفت کار در نشست شصت و دوم دفتر مذکور در سال ۲۰۱۸ ارائه شد و متعاقباً مبلغی اضافی برای حمایت از این برنامه درسی اختصاص یافت.

(۲۰۱۵)^۱ و «برنامه درسی الگو برای آموزش روزنامه‌نگاری: مجموعه موجز سرفصل‌های جدید» (۲۰۱۳)^۲ بنا شده است که این دو کتاب نیز به‌نوبه خود دنباله‌ای است برای کار اساسی یونسکو به نام «برنامه درسی الگو برای آموزش روزنامه‌نگاری»^۳ که در سال ۲۰۰۷ به ۹ زبان منتشر شد.

سایر موارد منتشرشده‌ای که یونسکو همچنان در زمینه آموزش روزنامه‌نگاری از آنها استفاده می‌کند عبارت‌اند از:

< دوره الگو درباره ایمنی روزنامه‌نگاران (۲۰۱۷)^۴

< تروریسم و رسانه‌ها: کتاب راهنما برای روزنامه‌نگاران (۲۰۱۷)^۵

< تغییرات اقلیمی در آفریقا: کتاب راهنما برای روزنامه‌نگاران (۲۰۱۳)^۶

< کتاب جهانی روزنامه‌نگاری تحقیقی (۲۰۱۲)^۷

< پرس‌وجوی موردمحور: دستورالعملی برای روزنامه‌نگاران تحقیقی (۲۰۰۹)^۸

< جدیدترین روش گزارشگری حساس به مخاصمات: دوره‌ای برای روزنامه‌نگاران و اساتید روزنامه‌نگاری (۲۰۰۹)^۹

موارد فوق در بسیاری از کشورهای سراسر دنیا ارزشمند ظاهر شده‌اند و از بسیاری جهات باعث بهبود عملکرد اساتید و مربیان روزنامه‌نگاری، دانشجویان و همچنین روزنامه‌نگاران شاغل بوده است. برخی از کشورها انعطاف‌پذیری لازم برای مطابقت با برنامه‌های کامل چندساله با دانش و نگاه جدید را داشته‌اند و در سایر کشورها نیز اجزایی از این منابع یونسکو در دوره‌های آموزشی موجود ادغام شده‌اند. از کیفیت و انسجام کتاب حاضر می‌توان انتظار داشت که برای خوانندگان ارزشی همچون مطالب داشته باشد.

با توجه به اینکه یونسکو سازمانی بین‌دولتی است از جانبداری در مناقشات ژئوپلیتیک اطلاع‌رسانی پرهیز می‌کند. همگان می‌دانند که ادعاهای مختلف و متضادی درباره دروغ‌رسانی وجود دارد. این مسئله باید در خواندن این متن در نظر گرفته شود و همچنین خوانندگان را به جمع‌آوری شواهد بیشتر درباره موارد متنوع تشویق نماید. در عین حال، کتاب حاضر با اجتناب از نسبی‌گرایی توانمندی‌های زیر را در صفحات خود با اطمینان به‌عنوان بنیان‌های خدشه‌ناپذیر ارزیابی و عمل جای داده است:

۱. آگاهی از اینکه وجود اخباری که کنشگران شفاف تولید کرده‌اند و راستی‌آزمایی‌پذیر است برای مردم‌سالاری، توسعه، علوم، بهداشت و پیشرفت انسانی ضروری است.

1 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [accessed 12/06/2018].

2 Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [accessed 12/06/2018].

3 Model Curriculum on Journalism Education

<https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [accessed 12/06/2018].

4 Model course on the safety of journalists

<https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [accessed 12/06/2018].

5 Terrorism and the Media: A handbook for journalists

<https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [accessed 12/06/2018].

6 Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [accessed on 12/06/2018].

7 Global Casebook of Investigative Journalism

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/> [accessed 12/06/2018].

8 Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists

<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [accessed 12/06/2018].

9 Conflict-sensitive reporting: State of the art; a course for journalists and journalism educators

<http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [accessed on 12/06/2018].

۲. اذعان به اینکه دروغ‌رسانی مسئله‌ای فرعی و جانبی نیست و مقابله با آن مأموریت خطیر رسانه‌های خبری است.
۳. تعهد به ضروری دانستن مهارت‌های حرفه‌ای ارتقایافته روزنامه‌نگاری برای رقابت روزنامه‌نگاری جامع و دقیق به‌عنوان جایگزینی قابل اعتماد برای محتوای جعلی.

سایر موارد قدرتمند و حیاتی سوادآموزی رسانه‌ای مندرج در این کتاب راهنما که به‌طور خاص درباره کار روزنامه‌نگاران و رسانه‌های خبری هستند عبارت‌اند از:

۱. دانش و مهارت‌های پایه‌ریزی نظام‌های اتاق خبر برای تضمین پایش، تحقیق و گزارش دهی قاعده‌مند دروغ‌رسانی.

۲. آگاهی از ارزش شراکت‌ها میان مؤسسات رسانه‌ای، دانشکده‌های روزنامه‌نگاری، سمن‌ها، بررسی‌کنندگان حقایق، اجتماعات^۱، شرکت‌های اینترنتی و قانون‌گذاران در حوزه مبارزه با آلودگی اطلاع‌رسانی^۲.

۴. آگاهی از نیاز تعامل با عموم مردم در مورد اینکه چرا باید روزنامه‌نگاری را پاس داشت و از آن دفاع کرد تا دروغ‌رسانی بر آن چیره نشود یا هدف کنشگرانی که با سوءنیت پوشش‌های دروغ‌رسانی را علیه روزنامه‌نگاران اجرا می‌کنند قرار نگیرد.

به‌طور کلی، کتاب راهنمای حاضر باید به جوامع کمک کند تا درباره دامنه پاسخ‌های خود به مشکلات دروغ‌رسانی از جمله پاسخ‌های دولت‌ها، سازمان‌های بین‌المللی، مدافعین حقوق بشر، شرکت‌های اینترنتی و موافقان سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی آگاه شوند. علاوه بر این، در این کتاب بر اقداماتی تأکید شده است که خود روزنامه‌نگاران و مردم می‌توانند به‌ویژه برای آموزش خود انجام دهند.

امیدواریم که کتاب راهنمای حاضر، در حد و اندازه‌های خود، بتواند به تقویت مشارکت و نقش اساسی روزنامه‌نگاری در جامعه کمک کند و نیز برای تحقق اهداف توسعه پایدار در حوزه «دسترسی عموم مردم به آزادی‌های اساسی و اطلاعات»^۳ مفید واقع گردد. یونسکو از ویراستاران و نویسندگانی که انتشار این کتاب را تحقق بخشیدند تشکر می‌نماید. بر این اساس، این کتاب را به شما خواننده گرامی عرضه و توصیه می‌کنیم و از دریافت بازخورد شما نیز استقبال می‌نماییم.

گای برگر

مدیر بخش توسعه رسانه‌ای و آزادی بیان یونسکو

دبیر برنامه بین‌المللی توسعه ارتباطات یونسکو^۴

۱ برای اجتناب از تداخل معنایی، از «اجتماع» برای community و از «جامعه» برای society استفاده می‌شود.

۲ information pollution

۳ public access to information and fundamental freedoms

۴ Guy Berger, Director for Freedom of Expression and Media Development, UNESCO, Secretary of the IPDC

کتاب راهنمای حاضر به عنوان برنامه درسی الگو برای ارائه چارچوب و درس‌هایی به اساتید و مربیان روزنامه‌نگاری و همچنین دانشجویان روزنامه‌نگاری طراحی شده است تا با مسائل مرتبط با «اخبار جعلی» آشنا شوند و آنها را بررسی کنند. همچنین امیدواریم که این کتاب برای روزنامه‌نگاران شاغل راهنمایی مفید باشد.

در این کتاب، نقطه‌نظرات اساتید و پژوهشگران و متفکران برجسته بین‌المللی روزنامه‌نگاری جمع‌آوری شده است که در زمینه به‌روزرسانی روش و عملکرد روزنامه‌نگاری برای مقابله با چالش‌های غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی فعالیت می‌کنند. درس‌های این کتاب نظری و وابسته به شرایط هستند و نکاتی بسیار عملی درباره راسی آزمایی برخط را دربردارند. علاوه بر این، این درس‌ها، در قالب یک دوره آموزشی و همراه با یکدیگر یا به صورت مجزا، یا پودمان‌های آموزشی موجود را به روز می‌کنند و یا موارد جدیدی را مطرح می‌کنند. در همین راستا، پیشنهادهای برای چگونگی استفاده از این کتاب راهنما به عنوان برنامه درسی الگو در پی این مقدمه آمده است.

به کارگیری عبارت «اخبار جعلی» در عنوان و دروس این کتاب راهنما با اختلاف نظر همراه بوده است چراکه «اخبار جعلی» امروزه بسیار فراتر از عنوانی صرف برای اطلاعات گمراه‌کننده و نادرست تدوین و توزیع شده در قالب اخبار است. این عبارت به اصطلاحی احساسی و تهاجمی برای بی‌اعتبارسازی و زیر سؤال بردن روزنامه‌نگاری تبدیل شده است و به همین دلیل، اصطلاحات غلط‌رسانی، دروغ‌رسانی و «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»^۲ بنا به پیشنهاد واردل و درخشان^۳ ترجیح داده می‌شوند ولی تجویز نمی‌گردند^۴.

اعلامیه مشترک در زمینه آزادی بیان و «اخبار جعلی»، دروغ‌رسانی و جوسازی^۵

کتاب راهنمای حاضر در شرایطی تهیه شده است که نگرانی‌های بین‌المللی در مورد «جنگ دروغ‌رسانی» که روزنامه‌نگاری و روزنامه‌نگاران هدف اصلی آن‌اند افزایش یافته است. در اوایل سال ۲۰۱۷ که یونسکو این پروژه را سفارش می‌داد، گزارشگر ویژه آزادی عقیده و بیان سازمان ملل متحد، نماینده آزادی رسانه‌های سازمان امنیت و همکاری در اروپا، نماینده ویژه آزادی بیان سازمان کشورهای آمریکایی و گزارشگر ویژه آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات کمیسیون حقوق بشر و مردم آفریقا اعلامیه مشترکی در همین زمینه صادر کردند. این اعلامیه دربردارنده هشدار صریح در مورد گسترش دروغ‌رسانی و جوسازی و حملات به رسانه‌های خبری به عنوان «اخبار جعلی» بود و گزارشگران و نمایندگان مذکور نیز مخصوصاً اثرات این موضوع را بر روزنامه‌نگاران و روزنامه‌نگاری تصدیق کرده بودند:

«(ما) نگران مواردی هستیم که در آن‌ها مقامات دولتی به انتقاد ناعادلانه، ترعیب و تهدید رسانه‌ها می‌پردازند، از جمله اینکه چنین عنوان می‌کنند که این رسانه‌ها «مخالف دولت»^۶ اند یا «دروغ می‌گویند». این مقامات پیگیر دستورکار سیاسی پنهانی هستند که خطر تهدید و خشونت علیه روزنامه‌نگاران را افزایش می‌دهد، اعتماد عموم را به روزنامه‌نگاری به عنوان اهرم نظارت عمومی خدشه‌دار می‌کند و می‌تواند با خدشه‌دار کردن مرزهای میان دروغ‌رسانی و تولیدات رسانه‌هایی که حقایق راستی آزمایی‌پذیر و بی‌طرف را دربردارند، عموم مردم را

۱ آلیس متیو از شبکه ABC استرالیا و تام لائو از Ethical Journalism Network در تحقیق، ایده‌ها و منابعی که در این مقدمه آمده‌اند نقش داشته‌اند.

2 information disorder

۳ پودمان ۲

۴ استدلال استفاده نکردن از عبارت «اخبار جعلی» توسط بسیاری از نویسندگان و خود خبرنگاران از جمله نمونه زیر منعکس شده است: Basson, A. (2016) *If it's fake, it's not news*. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [accessed 12/06/2018]

5 Wardle, C et al. (2018). "Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Available at: https://first-draftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [accessed 21/07/2018].

6 Propaganda

7 The opposition

دروغ‌رسانی: داستانی قدیمی که با فناوری جدید تقویت شده است

ترویج و دستکاری اطلاعات پدیده‌ای تاریخی است که مدت‌ها قبل از اینکه روزنامه‌نگاری مدرن استانداردهایی تدوین کند که اخبار را به‌عنوان ژانری مبتنی بر قواعد خاص امانتداری تعریف می‌کنند، وجود داشته است. یکی از اسناد موجود به رُم باستان برمی‌گردد^۲، به زمانی که آنتونی با کلئوپاترا ملاقات کرد و دشمن سیاسی وی، اُکتاویان^۳، پویش لکه‌دار ساختن نام آنتونی را با «شعارهایی کوتاه و تند نوشته‌شده بر روی سکه‌هایی به‌شکل باستانیِ توئیت»^۴ به راه انداخت.^۵ کسی که مرتکب این عمل شد، اولین امپراتور روم شد و «اخبار جعلی امکان نابود کردن نظام جمهوری را برای همیشه در اختیار اُکتاویان قرار داد»^۶.

اما قرن بیست و یکم شاهد مسلح و تهاجمی‌تر شدن اطلاع‌رسانی در مقیاسی بی‌سابقه بوده است چراکه فناوری قدرتمند امروزی دستکاری کردن مطالب و دروغ‌سازی را ساده کرده است، شبکه‌های اجتماعی شدیداً به دروغ‌هایی که دولت‌ها و سیاستمداران پوپولیست و سازمان‌های فریبکار پخش می‌کنند قوت می‌بخشند، و عموم مردمی که دیدگاه نقادانه ندارند نیز این دروغ‌ها را به اطلاع دیگران می‌رسانند. شبکه‌ها به زمینی حاصلخیز برای جوسازی رایانه‌ای^۷ و «تخریب‌گران»^۸ و «ارتش‌های تخریب‌گر»^۹، «شبکه‌های خیمه‌شب‌بازی»^{۱۰} و «حقه‌بازان»^{۱۱} تبدیل شده‌اند. البته نباید ظهور «مزارع تخریب‌گران»^{۱۲} در زمان انتخابات را از قلم انداخت.^{۱۳}

زمانه‌ها و فناوری‌ها متفاوت‌اند اما تاریخ می‌تواند درس‌هایی دربارهٔ عوامل و عواقب پدیدهٔ معاصر «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» که در این کتاب راهنما بدان پرداخته شده است برای ما داشته باشد. برای تضمین گزارشدهی دقیق این بحران، روزنامه‌نگاران و اساتید و مربیان روزنامه‌نگاری (همراه با دانشجویان آنها) تشویق می‌شوند تا در زمینهٔ دروغ‌رسانی، جوسازی، ادعاهای دروغین و طنز به‌عنوان ویژگی‌های تاریخی حوزهٔ اطلاع‌رسانی مطالعه نمایند.^{۱۴}

بنابراین، تدوین و توسعهٔ راهبردهای روزنامه‌نگاری برای مقابله با دروغ‌رسانی باید با علم به این مطلب باشد که دستکاری اطلاعات به هزاران سال قبل برمی‌گردد اما پیدایش حرفه‌ای‌گری در روزنامه‌نگاری نسبتاً جدید است.^{۱۵} همزمان با رشد و تحول روزنامه‌نگاری و تحقق نقش هنجارساز آن در جامعهٔ معاصر، رسانه‌های خبری اکثراً توانسته‌اند

1 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and "Fake News", Disinformation, Propaganda: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [accessed 29/03/2017].

نیز بنگرید به:

Kaye, D (2017) Statement to the UN General Assembly on October 24th, 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [accessed: 20/8/18].

بنگرید به زمان‌بندی نمونه‌های انتخابی «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» از دوران کلئوپاترا تا امروز در راهنمای منتشرشده در مرکز بین‌المللی خبرنگاران:

2 International Center for Journalists (ICFJ) Posetti, J & Matthews, A (2018): <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [accessed 23/07/2018].

3 Octavian

4 tweet: جیرجیر پرندگان کوچ

5 Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [accessed 28/03/2018].

۶ همان.

۷ بنگرید به:

Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/> [accessed 20/07/2018].

۸ trolling برای مطالعات موردی نشان‌دهندهٔ این تهدیدات بنگرید به پودمان ۷ این کتاب راهنما.

۹ troll armies: گروهی از افراد که متحداً و با هویت‌های غیرواقعی به ارسال یا سرکوب تهاجمی پیام یا ابرازکنندهٔ پیام در فضای مجازی می‌پردازند. Rappler.com (2018) Fake News in the Philip-pines: Dissecting the Propaganda Machine <https://www.rappler.com/newsbreak/rich-media/199895-fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [[accessed 20/07/2018]

۱۰ sock-puppet network: شبکهٔ اینترنتی همراهکنندهٔ مخاطبان که هویت گردانندگان آن مانند عروسک‌گردانان در نمایش خیمه‌شب‌بازی مخفی است:

Gent, E. (2017) با نحوهٔ نوشتن و پست گذاشتن‌شان می‌شود نقاب از چهرهٔ آنها برداشت: <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [accessed 19/07/2018].

۱۱ spoofer: به‌طور کلی یعنی حقه‌باز، اما در به‌کارگیری برخط آن به افرادی گفته می‌شود که به‌صورت غیرمجاز در شبکه‌های سازمانی یا خصوصی افراد تحت هویت‌های مجاز رخنه می‌کنند. Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [accessed 19/07/2018].

12 troll farms

13 Silverman, C et al (2018) American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016 Buzzfeed <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [accessed 20/07/2018].

14 Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [accessed 23/07/2018].

۱۵ بنگرید به پودمان ۳.

به دور از عرصهٔ دروغ‌سازی و حملهٔ پنهان فعالیت کنند و خود را زیر سپر روزنامه‌نگاری پیرو استانداردهای حرفه‌ای حقیقت‌گویی و روش‌های راستی‌آزمایی و اخلاقیات منافع عمومی حفظ کنند. روزنامه‌نگاری خود مقاطع متعددی را پشت سر گذاشته و در طی این مقاطع مکرراً خود را از آن مجموعه متمایز کرده است. امروزه حتی با وجود دامنهٔ گسترده‌ای از «روزنامه‌نگاری‌ها» همچنان می‌توان تنوع ژانرهای اخبار واقعی را به‌عنوان اعضای خانواده‌ای مشترک پایبند به رویه‌های مشخص اخلاق محور اطلاع‌رسانی شناسایی کرد که همگی به حفظ استقلال در برابر منافع سیاسی و تجاری علاقه‌مندند. اما پیش از پیدایش چنین استانداردهایی، فقط مقررات معدودی دربارهٔ امانتداری اطلاعاتی که به‌طور گسترده منتشر می‌شوند وجود داشت.

گسترش صنعت چاپ گوتنبرگ از اواسط قرن پانزدهم میلادی به بعد نقش انکارناپذیری در رشد و توسعهٔ روزنامه‌نگاری حرفه‌ای ایفا کرد اما این فناوری، در عین حال، سبب تشدید جوسازی‌ها و ادعاهای دروغین نیز شد که برخی موارد مؤسسات رسانه‌ای را مرتکبین خلاف نشان می‌دادند.^۱ خبرپراکنی فرصت‌های بیشتری را برای جوسازی، ادعاهای دروغین و حقه‌بازی ایجاد کرد که نمونه‌ای از این موارد، برنامهٔ رادیویی جنگ جهان‌ها است که در ۱۹۳۸ پخش شد و امروزه چندان خوشنام نیست.^۲ ظهور خبرپراکنی بین‌المللی همچنین با استفادهٔ ابزاری از اطلاعات بدون رعایت شاخص‌های اخبار حرفه‌ای و مستقل توأم بود اگرچه داستان‌های کاملاً «ساخته و پرداخته» و دروغ‌های مستقیم معمولاً در نگارش بازیگران مختلف نه قاعدهٔ کلی بلکه موارد استثنایی بوده‌اند.

علاوه بر این، چیزهایی را نیز می‌توان از سابقهٔ طولانی فریب افراد با دروغ آوریل^۳ دریافت که گاهی بعضی روزنامه‌نگاران مرتکب آن شده‌اند.^۴ حتی امروزه نیز در بسیاری موارد، کاربران شبکه‌های اجتماعی طنز خبری را که نقش مهمی در خدمات پاسخگویی روزنامه‌نگاری^۵ ایفا کرده است به اشتباه درک می‌کنند و آن را به‌عنوان اخبار درست پخش می‌کنند.^۶ در برخی مواردی که نمونه‌های تاریخی این موضوع را بازگو می‌کنند، لایه‌های بسیاری در پس یکدیگر وجود دارند که در میان آنها سایت‌های ظاهراً طنزآمیز بخشی از شبکه‌ای گسترده‌تری هستند که طوری طراحی شده‌اند که از طریق کاربران ساده‌لوحی که به آنها وارد می‌شوند و مطالبشان را تبادل می‌کنند، از منافع تبلیغات اینترنتی بهره‌مند شوند. این مسئله نه تنها بر محتوای «دغل‌باز» بلکه بر اعتبار اخبار نیز تأثیر دارد^۷ که خود دلیلی متقن برای تلاش بیشتر روزنامه‌نگاران در تضمین دقت گزارشگری‌هایشان است و همچنین استدلال محکمی است که جوامع را ترغیب می‌کند مخاطبان را از لحاظ سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی^۸ توانمند سازند تا مردم بتوانند درک صحیح و نقادانه‌ای از ژانرها و هنجارهای در حال ظهور در رسانه‌های خبری، تبلیغات، سرگرمی و شبکه‌های اجتماعی به‌دست آورند.

علاوه بر این، با نگاه به تاریخ درمی‌یابیم که قصد نیروهای پشت‌پردهٔ دروغ‌رسانی لزوماً متقاعد کردن روزنامه‌نگاران یا مخاطبان گسترده‌تر دربارهٔ حقیقت داشتن ادعاهای دروغین نیست، بلکه بیشتر در پی آن‌اند که جایگاه اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر تولیدشده در بنگاه‌های حرفه‌ای خبری را در معرض تردید قرار دهند. چنین ابهامی باعث می‌شود که بسیاری از مخاطبان اخبار خود را هرچه بیشتر محق به انتخاب یا حتی تولید «حقایق» ببینند. در برخی مواقع،

۱ به‌عنوان نمونه، بنگرید به آنچه از آن به‌عنوان اولین اخبار نادرست در مقیاس وسیع یاد می‌شود:

'The Great Moon Hoax' of 1835. Detailed here: Thornton, B. (2000). *The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers*, Journal of Mass Media Ethics 15(2), pp. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMM1502_3 [accessed 28/03/2018].

2 Schwartz, A.B. (2015). *The Infamous "War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke*, The Smithsonian. <http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99> [accessed 28/03/2018].

3 'April Fool's' jokes

4 Laskowski, A. (2009). *How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press*, BU Today. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [accessed 01/04/2018].

5 Baym, G (2006) *The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism* in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 pp 259-276 <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [accessed 20/07/2018].

6 Woolf, N. (2016) *As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact*, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [accessed 01/04/2018].

7 Abad-Santos, A. (2012). *The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive*, The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [accessed 28/03/2018].

۸ برای بحث تفصیلی در این زمینه بنگرید به پودمان ۳.

۹ بنگرید به پودمان ۴.

سیاستمدارانی که در پی محافظت از خود در برابر نقد مشروع هستند نیز به کمک این دسته از مخاطبان می‌آیند.

از اینها می‌گذریم و به سراغ سال ۲۰۱۸ و گسترش ابزارهای فناوری قدرتمند جدید می‌رویم. این فناوری‌ها در کنار ماهیت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسانی که استانداردهای کنترل کیفیت برای تعیین آنچه اخبار را شکل می‌دهد محدود کرده است، جعل وقایع و تقلید از برندهای مشروع خبری را برای واقعی نشان دادن دروغ آسان کرده‌اند. همچنین بیش از پیش می‌شود صدا و تصویر را طوری مهندسی کرد که پا را از ویرایش مشروع اخبار فراتر بگذارد و محتوا را به گونه‌ای نشان دهد که به نظر برسد فردی خاص در مکانی خاص واقعاً حرفی زده یا کاری کرده است و در ادامه نیز این محتوا به عنوان واقعی ثبت شده به صورت ویرال در محیط ارتباطات اجتماعی منتشر می‌شود.^۱

امروزه انواع مختلف محتوا، از موارد شخصی گرفته تا مسائل سیاسی، خوراک شبکه‌های اجتماعی است. بسیاری از این موارد را دولت‌ها و یا کل صنعت روابط عمومی که با کنشگران سیاسی یا تجاری قرارداد دارد، آشکار یا نهان، تولید می‌کنند. نتیجه این است که بی‌شمار بلاگ‌نویس و «تأثیرگذار»^۲ اینستاگرامی و ستاره یوتیوب محصولات و سیاستمداران را، بدون افشا کردن دریافت پول از آنان، تبلیغ می‌کنند. به مفسرین (اغلب با هویت‌های جعلی) نیز پنهانی مبالغی داده می‌شود تا در مجامع برخط، موارد یا افرادی را تأیید، بی‌اعتبار یا مرعوب سازند. در این میان، روزنامه‌نگاری بنیان خود را از دست می‌دهد و نه فقط در معرض نقد منصفانه بلکه در معرض حملات به موجودیت خود قرار می‌گیرد.

در حال حاضر با خطر پیدایش «مسابقه تسلیحاتی» در گسترش دروغ‌رسانی ملی و بین‌المللی از طریق بنگاه‌های جناحی «اخبار» و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی مواجهیم که باعث آلودگی محیط اطلاع‌رسانی برای همه طرفین می‌شود و حتی گریبانگیر خود آغازگران نیز می‌گردد.^۳ در مواردی که پوشش‌های دروغ‌رسانی افشا شده‌اند، خسارت فراوانی به کنشگران مربوطه (هم نهادهای مجری و هم مشتریان سیاسی آنها) وارد شده است (بنگرید به موارد اخیر بل-پاتینجر^۴ و کمبریج آنالیتیکا^۵).

ماحصل همه این موارد این است که دروغ‌رسانی دیجیتال در بسترهای قطبی شده خطر تحت‌الشعاع قرار گرفتن نقش روزنامه‌نگاری را در پی دارد. گذشته از این، حتی روزنامه‌نگاری مبتنی بر اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر که در جهت منافع عموم دستاورد تاریخی جدیدی که به هیچ وجه تضمین شده نیست- تبادل می‌شود، خود می‌تواند در صورت اتخاذ نکردن اقدامات احتیاطی برای اجتناب از دستکاری و مخدوش شدن بی‌اعتبار گردد. اگر روزنامه‌نگاری به ابزار دروغ‌رسانی بدل شود، اعتماد عمومی کاهش پیدا می‌کند و از یک سو این نگاه بدبینانه عدم تمایز میان مطالب مختلف در روزنامه‌نگاری رواج می‌یابد و از سوی دیگر دروغ‌رسانی. از این روست که تاریخچه به کارگیری مناقشه‌آمیز محتوا و آشکال متعدد آن آموزنده است. با درک تکامل چندجانبه «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» در قرن بیست و یکم به شناختی بهتر از عوامل و عواقب تهدید جهانی بی‌سابقه‌ای می‌رسیم که دامنه آن از آزار روزنامه‌نگاران توسط «ارتش‌های تخریبگر»ی که با مجوز دولت کار می‌کنند تا دستکاری در انتخابات، تخریب بهداشت عمومی و به رسمیت نشناختن مخاطرات تغییرات اقلیمی را در بر می‌گیرد.

1 Solon, O (2017) *The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read* in The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [accessed 20/07/2018].

2 influencers

3 Winseck, D (2008). Information Operations 'Blowback': Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70 (6), 419-441.

۴ بنگرید به پودمان ۷ و:

The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017). *The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine*, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [accessed 29/03/2018].

Cameron, J. (2017) *Dummy's guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews* <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [accessed 29/03/2018] and Segal, D. (2018) *How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa*. New York Times, 4 Feb 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [accessed 29/03/2018].

Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [online] Available at: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [accessed 06/04/2018].

5 Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [accessed 29/03/2018].

Cassidy, J. (2018). *Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote*, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [accessed 29/03/2018].

کتاب راهنما برای کمک به مقابله با بحران دروغ‌رسانی

این کتاب راهنما در قالب برنامه‌ی درسی حاوی دو بخش متمایز است: ۳ پودمان اول به بیان مسئله در بسترهای مربوطه اختصاص یافته‌اند و ۴ پودمان بعدی بر پاسخ به «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» و تبعات آن متمرکز است.

پودمان ۱، حقیقت، اعتماد و روزنامه‌نگاری: ضرورت آنها باعث تشویق تفکر در مورد اهمیت و پیامدهای گسترده‌تر دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی و همچنین چگونگی دامن زدن آنها به بحران اعتماد به روزنامه‌نگاری می‌شود.

پودمان ۲، تأملی بر «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»: قالب‌های غلط‌رسانی، دروغ‌رسانی و لطمه‌رسانی^۱ مشکل را باز می‌نمایاند و چارچوبی برای شناخت ابعاد آن ارائه می‌کند.

در قرن بیست و یکم، پیش از ورود شبکه‌های اجتماعی به حوزه اخبار هم در اکثر کشورهای جهان اعتماد شکننده به رسانه‌ها در حال کاهش بود و این روند نزولی فضا و امکانات را فراهم می‌کرد تا هرکسی بتواند اطلاعات را تبادل کند.^۲ دلایل این روند متغیر و پیچیده است. همان‌طور که در پودمان ۳ تحول صنعت خبر: فناوری دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و گسترش غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی گفته می‌شود، جهان بیست و چهار ساعته برخط و تقاضای سیری ناپذیر آن برای محتوای خبری همزمان با کم شدن بودجه و کارمندان اتاق‌های خبر روزنامه‌نگاری را دگرگون کرد. امروزه وسعت، تشکیلات اقتصادی و دامنه‌ی گسترده‌ی اخبار بی‌اساسی که برخط تبادل می‌شوند، بحران جدیدی برای روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاران، رسانه‌ها و جامعه ایجاد کرده است.^۳

مروجین روزنامه‌نگاری از جمله اساتید، شاغلین و سیاستگذاران رسانه‌ای چگونه باید به چنین اوضاعی پاسخ دهند؟ مقابله با دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از طریق سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی موضوع پودمان ۴ است.

نهایتاً این راستی‌آزمایی است که روزنامه‌نگاری حرفه‌ای را از سایرین متمایز می‌کند^۴ و موضوع مورد بحث پودمان ۵ نیز همین است: راستی‌آزمایی یا مقدمات و اقیانوس سنجی. پودمان ۶ راستی‌آزمایی شبکه‌های اجتماعی: ارزیابی منابع و محتوای بصری کاملاً عملی است و به چالش‌های راستی‌آزمایی و روزنامه‌نگاری شواهد محوری می‌پردازد که فناوری دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی آن را کنار گذاشته‌اند.

شبکه‌های اجتماعی در فرایند توانمندسازی مردم برای حضور در روند تولید اخبار باعث از بین رفتن نگاهبانان متمرکز شده‌اند.^۵ روزنامه‌نگاری یعنی حس کردن عواقب، اما همان‌طور که در اختلالات فناوری نیز رخ می‌دهد، ارزیابی و سنجش و تهیه‌ی پاسخ زمان می‌برد. ناگزیر باید زمانی را قبل از انجام تحقیق و اقدام مناسب عینی در نظر گرفت.

دروغ‌رسانی حقیقتاً مشکلی جهانی فراتر از حوزه‌ی سیاسی است و همه‌ی جوانب اطلاع‌رسانی مانند تغییرات اقلیمی، سرگرمی و غیره را در بر می‌گیرد. با وجود این، تا به امروز، منبع بسیاری از مطالعات موردی ثبت شده و پاسخ‌های اولیه و منابع مالی برای تأمین پژوهش و ابزار لازم ایالات متحده بوده است، یعنی جایی که محل استقرار غول‌های جهانی فناوری است و اتهاماتی که رئیس‌جمهور آن دونالد ترامپ درباره‌ی طرفداری از «اخبار جعلی» به مؤسسات رسانه‌ای و روزنامه‌نگاران وارد کرده است، اقدامات و تأمین منابعی مالی را در پی داشته است.

سیمای جهان هر روزه در حال تغییر است به‌خصوص به‌وسیله‌ی واکنش تک تک کشورهایی که بسیاری از آنها به قانونگذاری برای حل این مشکل فکر می‌کنند. غول‌های فناوری نیز برای زدودن دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از عرصه‌ی شبکه‌های خود در تلاش‌اند.

1 mal-information

2 Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Available at <https://www.edelman.com/global-results/> [accessed 03/04/2018].

3 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] The Guardian. Available at <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [accessed 03/04/2018].

4 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What new people should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

5 Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news. [online] The Conversation. Available at <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [accessed 03/04/2018].

در زمان تدوین کتاب راهنمای حاضر، کمیسیون اروپا گزارشی را^۱ بر مبنای یک تحقیق^۲ تهیه کرد که نگرانی از آسیب‌های دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی برای همه جوامع را در بر داشت^۳. سیاستمداران و نهادهای سیاستگذاری عمومی در تک تک کشورها، از استرالیا تا فیلیپین و کانادا و فرانسه و بریتانیا و برزیل و هندوستان و اندونزی به فکر پاسخ به این نگرانی‌ها افتادند^۴. در زمینه قانونگذاری، آلمان اولین کشوری بود که قانون جدیدی تصویب کرد که برای شبکه‌های دیجیتال، در صورتی که «محتوای غیرقانونی» شامل «اخبار جعلی» و نفرت‌پراکنی^۵ را حداکثر تا ۲۴ ساعت پس از گزارشگری حذف نکنند، جرایم سنگین تعیین می‌کند^۶. پارلمان مالزی نیز لایحه ضد «اخبار جعلی» را در آوریل ۲۰۱۸ تصویب کرد، اما در ماه اوت همان سال آن را لغو نمود^۷. پوینتر^۸ فهرست به‌روزشده کشورها را تکمیل کرده است^۹.

مدافعان آزادی از این می‌ترسند که مبادا قانونگذاری اساس مردم‌سالار بودن اطلاع‌رسانی و ابراز عقیده را که فناوری‌های جدید ممکن ساخته‌اند خدشه‌دار کند. در برخی کشورها، از قانونگذاری برای خاموش کردن صدای رسانه‌های منتقد استفاده می‌شود^{۱۰}.

برای بسیاری از روزنامه‌نگاران که عمیقاً به آزادی بیان باور دارند و از دیرباز خود را بازیگران اصلی حمایت از جوامع مردم‌سالار می‌دانند^{۱۱}، نحوه مواجهه با «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» مسئله پیچیده‌ای است. این امر ابعاد شخصی نیز دارد: حملات برخلاف خط علیه روزنامه‌نگاران مخصوصاً زنان بسیار رایج است و در بسیاری موارد، آنها را در معرض تهدیدهای جسمی و روانی قرار می‌دهد، و همانطور که در پودمان ۷ مقابله با آزار برخلاف شرایطی که روزنامه‌نگاران و منابع آنها را هدف قرار می‌دهد گفته می‌شود، روزنامه‌نگاری را تضعیف می‌کند^{۱۲}.

دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی فقط به چالش کشاندن وجهه و امنیت روزنامه‌نگاران نیست، بلکه هدف و اثربخشی آنان را نیز زیر سؤال می‌برد و تنزل جایگاه روزنامه‌نگاری را تداوم می‌بخشد که این خود به ضرر گفتمان مدنی است. بهبود استانداردها و ارتباط با اجتماع به نفع تمامی روزنامه‌نگاران آینده و در کل به نفع جامعه است. کتاب راهنمای حاضر از همه پژوهشگران، دانشجویان و شاغلین این حرفه دعوت می‌کند به بررسی و مباحثه درباره چگونگی خدمت بهتر روزنامه‌نگاری به جوامع باز و نظام‌های مردم‌سالار در شرایط جدید بپردازند زیرا:

«مطبوعات و نظام مردم‌سالار کارآمد نیازمند نقد و شفافیت و پذیرش پیامدهای اشتباهات روزنامه‌نگاری هستند. آنها همچنین نیازمند آن‌اند که ما همگی بتوانیم میان آنها و دروغ‌پردازی و گمراه‌سازی تمایز قائل شویم. در غیر این صورت، اطلاعات واقعی به‌عنوان موارد جعلی نمایش داده می‌شوند و موارد ساختگی (مزخرفات) در قالب حقایق ارائه می‌گردند.» - کرگ سیلورمن^{۱۳}

- 1 European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [accessed 03/04/2018].
- 2 European Commission (2017). *Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation*. [online] Available at http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [accessed 03/04/2018].
- 3 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. Available at https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [accessed 03/04/2018].
- 4 Malloy, D. (2017). *How the world's governments are fighting fake news*. [online] ozy.com. Available at <http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671> [accessed 03/04/2018].
- 5 hate speech: گفتاری که شخص یا گروهی را براساس ویژگی‌هایی نظیر نژاد، جنسیت، دین، قومیت، ملیت، جنسیت، معلولیت، گرایش جنسی یا هویت جنسیتی ابراز شده یا هر مسئله دیگر مورد حمله قرار دهد.
- 6 Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg)*. [online]. Available at: http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg/_documents/netzdg_englisch.html [accessed 03/04/2018].
- 7 Malaysia scraps 'fake news' law used to stifle free speech. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [accessed 18/08/2018]
- 8 Poynter
- 9 Funke, D. (2018). *A guide to anti-misinformation actions around the world* (Poynter). Available at <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [accessed 13/07/2018].
- 10 Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America Available at https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].
- 11 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch, ed., *Handbook of Journalism Studies*, 6th ed. [online] New York: Routledge.
- 12 بنگرید به پودمان ۷.
- 13 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Available at <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-criinge> [accessed 03/04/2018].

نکته‌ای درباره اخلاقیات و خودتنظیمی

استانداردهای حرفه‌ای برای روزنامه‌نگاری اخلاقی و پاسخگو سود دفاعی مهمی در برابر دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی است. هنجارها و ارزش‌های راهنمای دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری در طی سال‌ها تحول یافته و مأموریت و کارکرد متمایز و خاص روزنامه‌نگاری را تعریف کرده‌اند. آنها به‌نوبه خود اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر و اظهاراتی را که آگاهانه در جهت منافع عموم تبادل شده‌اند ترویج می‌کنند و همین عوامل‌اند که از اعتبار روزنامه‌نگاری پشتیبانی می‌کنند و به همین دلیل، با سطر به سطر متن حاضر تنیده شده‌اند.

در همین زمینه، خوب است به نقل‌قولی از پروفسور چارلی بکت^۱ از دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی لندن توجه کنیم که ارزش بالقوه بحران «اخبار جعلی» را برای روزنامه‌نگاری به‌طور خلاصه بیان می‌کند:

«اخبار جعلی بهترین چیزی است که در چند دهه اخیر رخ داده است زیرا این فرصت را برای روزنامه‌نگاری باکیفیت مرسوم فراهم می‌کند که ارزش خود را بر مبنای تخصص، اخلاقیات، تعامل و تجربه اثبات کند. «اخبار جعلی» بیدارباشی است برای شفافیت و ارتباط بیشتر با جامعه، و بخشیدن ارزشی افزوده به زندگی مردم. این پدیده می‌تواند الگوی جدیدی برای کسب‌وکار ایجاد کند که بررسی حقایق، اسطوره‌زدایی و به‌طور کلی ساماندهی روزنامه‌نگاری به‌عنوان جایگزینی بهتر برای جعل‌سازی را در خود دارد.»^۲

روزنامه‌نگاران تمایل دارند «راویان حقیقت» باشند اما نمی‌توانند «حقیقت» را تضمین کنند. با این حال، تلاش برای یافتن واقعیت‌ها و تولید محتوایی که این واقعیت‌ها را با دقت منعکس می‌کند «یکی از» اصول بنیادین روزنامه‌نگاری است. حال پرسش این است که روزنامه‌نگاری اخلاقی در عصر دیجیتال چگونه است؟

روزنامه‌نگاری اخلاقی که برای عملکرد شفاف و پاسخگویی ارزش قائل است، در زمانه «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» جزء حیاتی زرادخانه نبرد برای دفاع از واقعیت‌ها و حقایق است. روزنامه‌نگاران واحدهای خبر باید صدای مستقل داشته باشند و این یعنی نباید به‌طور رسمی یا غیررسمی از سوی گروه‌هایی با منافع خاص عمل کنند. معنای دیگرش این است که روزنامه‌نگاران باید هر چیزی را که باعث تضاد منافع می‌شود تشخیص دهند و به‌شکل عمومی به نفع شفافیت اعلام نمایند. به گفته پروفسور امیلی بل در مرکز روزنامه‌نگاری دیجیتال تو در دانشگاه کلمبیا^۳، ارزش‌های محوری در حرفه روزنامه‌نگاری عبارت‌اند از:

«حصول اطمینان از دقیق بودن اخبار، پاسخگویی در برابر بی‌دقتی آن، شفافیت در مورد منابع گزارش‌ها و اطلاعات، ایستادگی در برابر دولت‌ها و گروه‌های فشار و منافع تجاری و پلیس، در صورتی که آنها روزنامه‌نگاران را ترعیب یا تهدید یا سانسور کنند. حمایت از منابع خود در برابر بازداشت و افشا. آگاهی داشتن از اینکه چه زمانی دفاعی که برای نقض قانون به نفع منافع عمومی دارند به اندازه کافی قدرتمند است، و آمادگی برای به زندان افتادن به‌خاطر دفاع از گزارش و منابع خود. آگاهی از غیراخلاقی بودن انتشار برخی مسائل. ایجاد توازن میان حقوق فردی برخورداری از حریم خصوصی و حق گسترده‌تر منافع عموم.»^۴

در شرایط پایبند نبودن فضای سیاسی به اصول، بحران «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»، انعکاس نفرت‌پرانی برخط، بهره‌برداری از «بازاریابی محتوا» و تبلیغات و چرخش روابط عمومی در خدمت منافع شخصی، مؤسسات خبری و روزنامه‌نگاران همچنان باید روزنامه‌نگاری اخلاقی را به‌عنوان رکن اساسی الگوی پایدار عملکرد، حتی در بحبوحه بحران‌های مالی و اعتمادی، حفظ کنند. به‌علاوه، وقتی پای توجیه منافع عمومی در میان است، نظام‌های مردم‌سالار نیز باید در دفاع از روزنامه‌نگاری و حمایت از روزنامه‌نگاران و منابع آنان ایفای نقش کنند. قوانین اخلاقی^۵ که برای حمایت

1 Charlie Beckett

2 Beckett, C. (2017). 'Fake news': The best thing that's happened to Journalism at Polis. <http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/> [accessed 04/03/2018].

3 Professor Emily Bell of the Tow Center for Digital Journalism at Columbia University

4 Bell, E. (2015). *Hugh Cudlipp Lecture* (Full text), The Guardian <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [accessed 01/04/2018].

از جمع‌آوری و راستی‌آزمایی اطلاعات هم‌راستا با منافع عموم طراحی شده‌اند باعث تمایز روزنامه‌نگاری و مخصوصاً رپورتاژ خبری از سایر انواع اطلاع‌رسانی می‌شوند. این مسئله در عصر دیجیتال، که نه تنها توأم با مردم‌سالار شدن اطلاع‌رسانی است بلکه جریان دائمی دروغ‌رسانی، غلط‌رسانی، جعلیات و سوءاستفاده را نیز به همراه دارد، اهمیت بیشتری یافته است. در چنین شرایطی، اهمیت روزنامه‌نگاری اخلاقی به‌عنوان چارچوب ایجاد الگوهای روزنامه‌نگاری طرفدار اعتماد و پاسخگویی به منظور ایجاد ارتباطات تعاملی معنی‌دار با مخاطبان دوچندان می‌گردد.

اعتماد به گزارشگری دقیق و پاسخگو و مستقل برای جلب مخاطبان و ساختن حوزه عمومی مشترکی که در آن مباحثات بر مبنای واقعیت‌های تبادل‌شده انجام می‌شوند ضروری است. مخاطبان آگاهی که در تعامل و تبادل محتوای معتبر قرار می‌گیرند پادزهرهای اصلی در برابر گسترش دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی هستند.

اتاق‌های خبر و مؤسسات رسانه‌ای برای نهادینه و تقویت کردن این ارزش‌های محوری در محیط متغیر رسانه‌ای، قوانین رفتاری را اتخاذ می‌کنند و تطبیق می‌دهند و سازوکارهایی را برای پاسخگویی به عموم مردم بنا می‌کنند. شوراهای مطبوعاتی، سردبیران خوانندگان، سیاست‌های سردبیری و بازرسان داخلی نمونه این ساختارهای خودتنظیمی هستند. چنین ساختارهایی به شناسایی خطاها در فضایی حرفه‌ای که در آن افرادی با شایستگی‌های یکسان کار یکدیگر را بررسی می‌کنند کمک می‌کنند، تشخیص اشتباهات و تقاضای اصلاح آنها را برای عموم مردم تسهیل می‌کنند، و به اعمال هنجارهای حرفه‌ای در زمینه استاندارد انتشار مطالب همسوبا منافع عموم کمک می‌کنند. منتقدان علاقمند به اعمال مقررات خارجی در شبکه‌های خبری اغلب این ساختارها را با عنوان «بره‌های بی‌دندان» تحقیر می‌کنند اما چنین ساختارهایی هدف مهمی را در شرایط بحران دروغ‌رسانی دنبال می‌کنند: آنها به تقویت شفافیت و پاسخگویی حرفه‌ای کمک می‌کنند و اعتماد اجتماعی به روزنامه‌نگاری را قوت می‌بخشند. علاوه بر این، این ساختارها ویژگی‌های متمایز آن نوع از روزنامه‌نگاری که راستی‌آزمایی را برای دستیابی به دقت و اعتمادپذیری و متمایز بودن از دروغ‌رسانی، جوسازی، تبلیغات و روابط عمومی به‌کار می‌گیرد برجسته می‌سازند.

از «روزنامه‌نگار» تا روزنامه‌نگاری

دورانی که اخلاقیات روزنامه‌نگاری محدود به کسب‌وکار (اگر همیشه به‌طور کامل رعایت نمی‌شد) یا حرفه یا شغل بود به سر آمده است. این مسئله را همگان، از جمله سازمان ملل متحد، پذیرفته‌اند زیرا دبیرکل آن سازمان در گزارش ایمنی روزنامه‌نگاران در سال ۲۰۱۷^۱ نیز چنین می‌گوید:

«عبارت "روزنامه‌نگار" روزنامه‌نگاران و سایر کارکنان رسانه‌ها را در بر می‌گیرد. روزنامه‌نگاری در بند ۴۴ سند مربوطه^۲ به‌عنوان کارکرد مشترک میان دامنه وسیعی از کنشگران شامل تحلیلگران و گزارشگران حرفه‌ای تمام‌وقت و همچنین بلاگ‌نویسان و سایرینی که در آشکال چاپی خودانتشاری در اینترنت یا جای دیگر مشغول هستند تعریف شده است.»^۳

به همین ترتیب، کنفرانس عمومی یونسکو نیز به «روزنامه‌نگاران، کارکنان رسانه‌ها و تولیدکنندگان شبکه‌های اجتماعی که میزان قابل ملاحظه‌ای از روزنامه‌نگاری را به‌صورت برخط و یا غیربرخط تولید می‌کنند» اشاره دارد (قطعنامه ۳۹، نوامبر ۲۰۱۷)^۴. برنامه عملی سازمان ملل متحد برای ایمنی روزنامه‌نگاران و مسئله مصونیت^۵ مصوب هیئت مدیران

Australian Media, Entertainment and Arts Alliance's 'Journalist Code of Ethics'. Available at: <https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [accessed: 04/03/2018].

۱ بنگرید به:

<https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [accessed on 16/06/2018]

۲ CCPR/C/GC/34

۳ همچنین بنگرید به این اسناد سازمان ملل متحد:

A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 and Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, and A/HRC/16/44 and Corr.1, para. 47.

۴ Records of the General Conference. 39th session. Paris, 30 October – 14 November 2017. <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [accessed 02/07/2018].

۵ UN Plan of Action on the Safety of Journalists

ارشد سازمان ملل متحد^۱ در سال ۲۰۱۲ تصریح می‌کند که: «حمایت از روزنامه‌نگاران نباید محدود به افرادی باشد که رسماً روزنامه‌نگار شناخته می‌شوند بلکه باید سایرین را نیز پوشش دهد، از جمله کارکنان رسانه‌های اجتماعات و شهروند روزنامه‌نگاران و کسانی که از رسانه‌های جدید به عنوان روش تعامل با مخاطبان خود استفاده می‌کنند.»^۲

از این منظر، روزنامه‌نگاری را می‌توان فعالیتی دانست که هدایتگر آن استانداردهای اخلاقی اطلاعات رستی آزمایی‌پذیر که همسوبا منافع عموم تبادل می‌شوند است. شاید افرادی که مدعی روزنامه‌نگار بودن اند عملکردی گسترده‌تر از روزنامه‌نگارانی داشته باشند که شغلشان روزنامه‌نگاری است، زیرا ممکن است افرادی که به عنوان روزنامه‌نگار استخدام شده‌اند یا با این عنوان شناسایی می‌شوند در برخی موارد یا حتی به شکلی قاعده‌مند نتوانند از پس تولید محتوای دقیق، منصفانه، حرفه‌ای و مستقل همسوبا منافع عموم بریایند. در این میان، اهمیت ماهیت محتوای تولید شده بیش از مسئله رسمیت روزنامه‌نگار یا ادعای اوست.

روزنامه‌نگاری در عین اینکه مبتنی بر فعالیت بر اساس آزادی بیان است که آن هم حق همه انسان‌هاست، فعالیتی تخصصی است که با پیروی دقیق از استانداردهای خاصی شکل می‌گیرد که آن از سایر شکل‌های بیان (مانند شعر و شاعری، روابط عمومی، تبلیغات، دروغ‌رسانی و غیره) متمایز می‌کنند. این استانداردها با اخلاقیات عملکرد حرفه‌ای روزنامه‌نگاری پیوندی عمیق دارند.

آیا شفافیت عینیت‌گرایی جدید است؟

عینیت‌گرایی معانی متفاوتی دارد و در تقابل با ذهنیت‌گرایی، مفهوم مناقشه‌برانگیزی در روزنامه‌نگاری حرفه‌ای است. می‌توان برای تحقق عینیت‌گرایی تلاش کرد اما تحقق آن بعید است و شاید هم با توجه به رفتارهای غیرانسانی و وحشیانه همواره مطلوب نباشد (به عنوان مثال، گزارشگری مستقل و منصفانه اخلاقاً اعتبار یکسانی برای ادعاهای افرادی که مرتکب جنایات جنگی شده‌اند و نجات‌یافتگان از این جنایات قائل نیست، حال آنکه ادعاهای نجات‌یافتگان نیز باید برای اثبات صحت و سقم آنها بررسی شوند). اما رعایت انصاف، استقلال، دقت، شرح وضعیت، شفافیت، حفاظت از منابع محرمانه و ذکاوت^۳ در گزارش دهی باعث ایجاد اعتماد و اعتبار و اطمینان می‌شود.

پژوهشگر دانشگاه هاروارد دکتر دیوید واینبرگر^۴ در سال ۲۰۰۹ اعلام کرد که «شفافیت عینیت‌گرایی جدید است»^۵. در همان سال، ریچارد سمبروک رئیس سابق بخش اخبار جهانی بی بی سی^۶ توضیح داد که شفافیت باعث ایجاد اعتماد در «عصر جدید رسانه» می‌شود نه عینیت‌گرایی:

«... اخبار امروزه همچنان باید دقیق و منصفانه باشد زیرا خوانندگان و شنوندگان باید ببینند که اخبار چگونه تولید می‌شود، اطلاعات از کجا می‌آید و چگونه عمل می‌کند. تکوین اخبار به اندازه‌ای اهمیت دارد.»^۷

تفاوت‌ها

معنای مؤلفه‌های محوری عملکرد حرفه‌ای روزنامه‌نگاری که در بالا گفته شد این نیست که فقط یک شکل از روزنامه‌نگاری وجود دارد. این اهداف را می‌توان در دامنه‌ای از روایات و سبک‌های روزنامه‌نگاری تحقق بخشید که هر یک از آنها در نگارش‌های مختلفی پدیدار می‌گردند که آنها هم به نوبه خود مبتنی بر ارزش‌های متفاوت و چشم‌اندازهای متغیر انصاف، وابستگی به شرایط زمینه، واقعیت‌های مرتبط و غیره‌اند. مثلاً شاید رسانه‌های مختلف یک خبر را به شکل‌های

1 Issue of Impunity, endorsed by the UN's Chief Executives Board

۲ برنامه عملی سازمان ملل متحد برای ایمنی روزنامه‌نگاران و مسئله مصونیت

ICI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [accessed 03/11/2017].

۳ بنگرید به اصول محوری در فصل بعد.

4 David Weinberger

5 Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [accessed 28/03/2018].

6 BBC's Global News Division, Richard Sambrook

7 Bunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [accessed 28/03/2018].

متفاوت منعکس کنند (و حتی برخی آن را پوشش ندهند) و همچنان از «کسب و کار اطلاع رسانی» خارج نشده و پا به حوزه دروغ رسانی و غلط رسانی نگذاشته باشند (بنگرید به فصل بعدی، استفاده از کتاب راهنما به عنوان برنامه درسی الگو و پودمان های ۱ الی ۳) اما هنگامی که محتوا از اصول روزنامه نگاری فاصله بگیرد، مخصوصاً در شرایطی که به عنوان اخبار ارائه می شود، دیگر از حوزه روزنامه نگاری خارج شده و به نوع خاصی از دروغ رسانی بدل گشته است. در این فصل مقدماتی، بر دامنه مسائل مطرح شده در مباحثات «اخبار جعلی» تأکید شده و زمینه مساعد برای توضیح و تحلیل و یادگیری پودمان های بعدی فراهم شده است.

استفاده از کتاب راهنما به عنوان برنامه درسی الگو

جولی پوزتی

در این دوره آموزشی، از الگوی اکتشافی آموزشی¹ استفاده شده است که معنای آن ترغیب کاربران به فکر کردن به تجارب خود در طی فرایند یادگیری است. دروس حاضر قرار نیست تجویزی باشند بلکه باید برای متناسب بودن با بسترهای خاص ملی، فرهنگی، نهادی و صنعتی و یادگیری سازگار شوند. علی‌رغم تلاش‌هایی که برای تضمین جذابیت جهانی این دروس انجام شده است، همچنان محدودیت‌های اجتناب‌ناپذیری وجود دارد. نویسندگان این مجموعه، اساتید و مربیان و شرکت‌کنندگان را شدیداً به ادغام مطالعات موردی، نمونه‌ها و منابع ارائه‌شده با تجاربشان در مناطق خود و با استفاده از زبان خود تشویق می‌کنند.

با در نظر گرفتن نکات فوق، روش‌های زیر به عنوان نمونه‌های به کارگیری این کتاب راهنما پیشنهاد می‌شوند:

< به عنوان درس/ دوره آموزشی جامع در رشته‌های دانشگاهی موجود در حوزه روزنامه‌نگاری، ارتباطات، رسانه‌های دیجیتال یا مطالعات رسانه‌ها ارائه شود. همچنین می‌تواند به صورت واحد اختیاری در دوره‌های آموزشی علوم سیاسی و جامعه‌شناسی در زمینه مسائل رسانه‌ها و ارتباطات ارائه شود.

< به عنوان منبعی برای تکمیل درس/ دوره‌های آموزشی موجود (مانند تاریخچه رسانه، اخلاقیات رسانه، منبع‌گذاری و راستی‌آزمایی اخبار، نقد رسانه، عملکرد رسانه‌های دیجیتال، روزنامه‌نگاری اجتماعی) استفاده شود. بسیاری از مطالعات موردی، مطالبی که اساتید ارائه کرده‌اند و نیز متون پیشنهادی را می‌توان برای به‌روزرسانی محتوا در دروس و دوره‌های آموزشی موجود ادغام کرد تا بتوانیم بحران دروغ‌رسانی را که به سرعت در حال بروز است کنترل کنیم.

< مؤسسات خبری، سازمانهای صنفی یا نهادهای توسعه رسانه می‌توانند این کتاب را به عنوان دروس انفرادی یا دوره آموزشی جامع به روزنامه‌نگاران، مدافعین حقوق بشر و سایر افراد شاغل در حرفه روزنامه‌نگاری ارائه دهند.

< به عنوان راهنمای آموزشی: مربیان روزنامه‌نگاری احتمالاً مایل خواهند بود این پودمان‌ها را با اهداف خود مطابقت دهند و این مطابقت می‌تواند بر اساس فهرست متون پیشنهادی و مطالعات موردی انجام شود و در مجموعه محدودتری از منابعی که برای گروه‌های روزنامه‌نگاران تهیه می‌شود ادغام شود.

< به عنوان منبعی الهام‌بخش برای مجموعه بلاگ‌های سازمان‌های صنفی، رسانه‌ها یا نهادهای توسعه رسانه‌ها به عنوان بخشی از فعالیت‌های تبادل دانش.

< به عنوان منبعی خواندنی برای روزنامه‌نگاران شاغل به منظور غنی‌سازی فکری و رشد حرفه‌ای آنان. مثلاً، بسیاری از تکنیک‌های بررسی‌شده را می‌توان در فعالیت‌های گزارش‌دهی از طریق «یادگیری خود‌هدایت‌شده» به کار گرفت. علاوه بر این، از برخی مطالعات موردی می‌توان برای ارائه گزارش‌های پیشرفته‌تر با موضوعات محلی و شرایط محیطی پیچیده‌تر الهام گرفت (مثلاً اخبار دروغینی را که باعث فریب روزنامه‌نگاران محلی شده با تاریخچه جهانی اخبار دروغین مقایسه کرد و بر تحولات اخیر در توزیع ویرال دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از طریق شبکه‌های اجتماعی تأکید نمود).

< به عنوان مبنایی برای جمع‌آوری مطالب، منابع و ابزاری که طراحی شده‌اند تا همراه با گسترش فعالیت و پژوهش در این حوزه نوظهور رشد کنند.

1 Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf>) [accessed: 28/03/2018].

اصول محوری

امروزه شفافیت فرایند و به کارگیری صریح استانداردهای اخلاقی به یاری روزنامه‌نگاری آمده‌اند و نقش متمایز روزنامه‌نگاری از توانایی آن در ایجاد شفافیت و اعتمادسازی برای محتوای راستی‌آزمایی شده سرچشمه می‌گیرد. اصول هفت‌گانه زیر که به میزانی متغیر با اخلاقیات ارتباط دارند باید در اجرای این دوره و جهت‌دهی به فعالیت‌ها، بحث‌ها و ارزیابی‌ها در نظر گرفته شوند^۱:

< **دقت:** روزنامه‌نگاران همیشه نمی‌توانند «حقیقت» را تضمین کنند اما بیان دقیق واقعیت‌ها همواره یکی از اصول بنیادین روزنامه‌نگاری است.

< **استقلال:** روزنامه‌نگاران باید صدای مستقل داشته باشند، یعنی به‌طور رسمی یا غیررسمی از سوی گروه‌هایی با منافع خاص عمل نکنند و در عین رعایت شفافیت موردی را که سبب تضاد منافع می‌شود مطرح نکنند.

< **رعایت انصاف:** گزارش منصفانه اطلاعات، رویدادها، منابع و اخبار آنها باید با غربالگری، وزن‌دهی و ارزیابی اطلاعات با ذهنی باز و توأم با ذکاوت همراه باشد. نمایاندن بستر گزارش و طیفی از دیدگاه‌های رقابتی باعث ایجاد اعتماد و اطمینان در گزارشگری می‌شود.

< **محرمانگی:** یکی از مبانی اساسی روزنامه‌نگاری تحقیقی حفاظت از منابع محرمانه (با حداقل استثنا) است. این مسئله برای تأمین اعتماد منابع اطلاعات (از جمله افشاکنندگان^۲) و در برخی موارد تضمین ایمنی آن منابع ضروری است^۳.

< **انسانیت:** ممکن است مطالبی که روزنامه‌نگاران انتشار می‌دهند ناگزیر ناراحت‌کننده باشد (مانند تحقیقی که روزنامه‌نگاری تحقیقی بر سیاستمداری فاسد پس از برملا شدن روا می‌دارد) اما باید تأثیر روزنامه‌نگاری بر زندگی سایرین را در نظر گرفت. رعایت منافع عمومی در اینجا اصل راهنماست^۴. علاوه بر این، انسانیت یعنی در نظر گرفتن مشکلات فراروی گروه‌های محروم حتی اگر الزاماً به این مسئله نپردازد، یعنی مثلاً از سبکی در روزنامه‌نگاری که مصرانه معطوف به عدالت اجتماعی است استفاده نکند.

< **پاسخگویی:** علامت مشخصه حرفه‌ای‌گری و روزنامه‌نگاری اخلاقی است^۵ که بر اساس آن اشتباهات به سرعت و آشکارا و صادقانه اصلاح می‌گردند، به دغدغه‌های مخاطبان توجه می‌شود^۶ و به آنها پاسخ داده می‌شود. چنین رویه‌هایی را می‌توان در متون راهنمای مؤسسات خبری و سازمان‌های خودتنظیم‌گری نشان داد که روزنامه‌نگاری را تابع قوانین رفتاری حرفه‌ای داوطلبانه می‌دانند.

< **شفافیت:** در عمل پشتیبان پاسخگویی است و به رشد و حفظ اعتماد به روزنامه‌نگاری کمک می‌کند^۷.

با توجه به این مطالب در کنار استقلال روزنامه‌نگاری، به اهمیت زیاد مسائل تکرر و آزادی رسانه‌ها پی می‌بریم. کثرت گرایي نهادها و تنوع کارکنان و منابع و مطالب پژوهشی برای نقش‌آفرینی روزنامه‌نگاری به‌عنوان جزئی از نظام مردم‌سالار

۱ توجه داشته باشید که پنج اصل از این اصول هفت‌گانه بر مبنای «اصول محوری پنج‌گانه روزنامه‌نگاری» شبکه روزنامه‌نگاری اخلاقی هستند. اما در اینجا «رعایت انصاف» بر «بی‌طرفی» ارجحیت دارد زیرا بی‌طرفی معمولاً با عینیت‌گرایی آمیخته می‌شود و اغلب اوقات به اشتباه معادل نیاز وزندهی یکسان به تمامی منابع و واقعیت‌ها در نظر گرفته می‌شود. این مفهوم دقیقاً به همان دلایلی مشکل‌آفرین است که «عینیت‌گرایی» امروزه موضوع مناقشه‌آمیزی در روزنامه‌نگاری است. منبع:

<http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism> [accessed 22/4/2018].

۲ whistleblower

۳ Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO) <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [accessed 28/03/2018].

۴ برای آشنایی با الگوی جدید اخلاقی اعمال همدلی در عصر دیجیتال، بنگرید به: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066> [accessed 01/04/2018].

۵ بنگرید به:

<http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism> [accessed 22/4/2018].

۶ Locker, K. & Kang, A. (2018). *Focused listening can help address journalism's trust problem*, at American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [accessed 28/03/2018].

۷ Aronson-Rath, R. (2017). *Transparency is the antidote to fake news* on NiemanLab, December 2017 <http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [accessed 15/06/2018].

و پایداری جوامع باز ضرورت دارند. رسانه‌های مشارکتی مانند شبکه‌های اجتماعی و رادیوهای محلی نیز نقش مهمی در تضمین این موضوع ایفا می‌کنند که صدای گروه‌های محروم یا بدون نماینده در فرایند خبرسازی در حاشیه نماند. کثرت‌گرایی همچنین یعنی اذعان داشتن به اعتبار طیفی از روایت‌ها در حیطه روزنامه‌نگاری اخلاقی و در عین حال شناسایی دروغ‌رسانی، جوسازی و سایر انواع محتوا که خارج از استانداردهای حرفه‌ای قرار می‌گیرند (بنگرید به پودمان‌های ۱ الی ۳).

پرسش‌های پیشنهادی

هر بحثی درباره فعالیت روزنامه‌نگاری اخلاقی در جهانی که دروغ‌رسانی، غلط‌رسانی و جوسازی در آن وایرال است می‌تواند با در نظر گرفتن پرسش‌های زیر آغازی سودمند داشته باشد:

- < روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال دقیقاً چیست؟ (پرسشی که مکالمات را از «روزنامه‌نگار کیست؟» به‌سوی درکی دقیق‌تر از روزنامه‌نگاری معاصر می‌برد).
- < چه عاملی روزنامه‌نگاری را از تولید و انتشار گسترده‌تر محتوا (مانند تبلیغات، بازاریابی، روابط عمومی، دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی) به‌شکل برخط و غیربرخط متمایز می‌سازد؟
- < دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری باید منافع چه کسی را حفظ کنند؟
- < آیا دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری باید در برابر محتوایی که تولید یا چاپ می‌کنند پاسخگو باشند؟ اگر پاسخ مثبت است، بگویید چرا، و چه کسی باید این کار را بکند؟ اگر پاسخ منفی است، چرا؟
- < تعهدات اخلاقی دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری به منابع و موضوعات و مخاطبان خود چیست؟
- < دست‌اندرکاران روزنامه‌نگاری باید به کدام دوراهی‌های اخلاقی جدید در بستر «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» توجه کنند؟

معیارهای ارزیابی

هدف کلی این کتاب راهنما عمق بخشیدن به توانایی تفکر نقادانه و تقویت قوای دفاعی دانشجویان روزنامه‌نگاری، روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و سایر افرادی است که «فعالیت‌های روزنامه‌نگاری» می‌کنند. استانداردهای راستی‌آزمایی و دقت در کنار پایبندی به اصول محوری اخلاقی، و عمق پژوهش و تحلیل نقادانه را باید معیارهای کلیدی ارزیابی دانست.

معیارهای پیشنهادی ارزیابی برای تکالیف نظری:

- < دقت و راستی‌آزمایی (مثلاً، آیا منابع ذکرشده دقیق انعکاس یافته‌اند؛ آیا روش‌های مناسب راستی‌آزمایی به‌کاررفته‌اند؟)
 - < توان پژوهشی (مثلاً، شرکت‌کننده چقدر برای یافتن منابع/ داده‌های قابل استناد و مرتبط برای حمایت از یافته‌ها/ استدلال‌های خود کوشیده است؟)
 - < کیفیت استدلال و تحلیل (میزان اصالت و پیچیدگی استدلال‌ها و تحلیل‌ها چقدر است؟)
 - < مسائل نگارشی (املا، قواعد دستوری، نقطه‌گذاری، ساختار)
 - < روشی که مطلب/گزارش نتایج یادگیری پودمان را نمایان می‌کند، چقدر کارآمد است؟
- معیارهای پیشنهادی ارزیابی برای تکالیف عملی/روزنامه‌نگاری:
- < دقت و راستی‌آزمایی (مثلاً، آیا منابع ذکرشده با دقت انعکاس یافته‌اند و به‌شکلی مناسب نیز شناسایی شده‌اند؛

آیا روش‌های مناسب راستی‌آزمایی به‌کار رفته‌اند؟)

< توان پژوهشی (مثلاً، شرکت‌کننده چقدر برای یافتن منابع/ داده‌های قابل استناد و مرتبط برای حمایت از یافته‌ها/ استدلال‌های خود کوشیده است؟)

< تحلیل نقادانه (مثلاً، هر شرکت‌کننده با چه دقتی مسائل اصلی را برای مخاطبان تشریح و تفصیل می‌نماید؟)

< نوآوری

< توانمندی روایت (خبر/ محصول تولیدشده چه اثری بر خوانندگان و بینندگان و شنوندگان دارد؟)

< ارزش‌های تولید (مثلاً، توانمندی اجزای چندرسانه‌ای و ویرایش سمعی-بصری)

< مسائل نگارشی (املا، قواعد دستوری، نقطه‌گذاری، ساختار)

< پایبندی به ارزش‌های محوری اخلاقی در منشورهای حرفه‌ای

شیوه‌ارائه

این پودمان‌ها برای تدریس حضوری یا برخط طراحی شده‌اند. شرکت‌کنندگان هنگام گذراندن این درس‌ها از مزایای محیط یادگیری توأم با همکاری که می‌تواند برخط باشد (مثلاً، از طریق شبکه‌های یادگیری مانند مودل^۱ یا با استفاده از گروه‌های فیسبوک) بهره می‌برند.

اکثر درس‌ها از الگویی دوبخشی پیروی می‌کنند: یادگیری نظری (مثلاً، استفاده از سمینارها، متون یا ارائه‌های گفتارمحور) و تمرین‌های عملی مکمل (مثلاً، کارگروه‌هایی که به آنها تمرین‌های راستی‌آزمایی داده می‌شود). این روند نوعاً شامل بخش نظری ۶۰ الی ۹۰ دقیقه‌ای و کارگاه و تدریس ۹۰ الی ۱۲۰ دقیقه‌ای است. این جلسات را می‌توان در روزهای مختلف بسته به چارچوب آموزش/یادگیری مؤسسه مربوطه گسترش داد، فشرده کرد یا تقسیم و توزیع نمود. برای هر پودمان یک تکلیف پیشنهاد می‌شود.

از سخنرانان و مربیان خواسته می‌شود، در صورت امکان، متخصصان و شاغلان در این صنعت را در مجامع و گفتارهای تعاملی مشارکت دهند و مطمئن شوند که مباحثات و مسائل و مطالعات موردی جاری در برنامه درسی گنجانده می‌شود. علاوه بر این، طراحان دوره آموزشی سخنرانان و مدرسان را به ادغام نمونه‌ها و مطالب درسی منطقه‌ای، محلی، زبانی و فرهنگی مرتبط در درس‌ها تشویق می‌کنند.

مطالب درسی و منابع

مدرسان و شرکت‌کنندگان به اتصال اینترنتی نیاز دارند و دسترسی به پایگاه داده‌های دانشگاهی و یا گوگل اسکالر^۲ برایشان سودمند است.

یکی از سایت‌های اصلی به‌عنوان منبع اضافی یادگیری در پیوند با کاربرد عملی نتایج کلی یادگیری، سایت پیش‌نویس اول اخبار^۳ است.

لطفاً توجه داشته باشید که نام ویراستاران و نویسندگان این برنامه درسی که در تهیه محتوا و منابع این کتاب راهنما نقش داشته‌اند، باید به‌درستی ذکر شود.

رویکرد آموزشی

این دوره آموزشی تخصصی الگو در پی انتشار تعدادی برنامه درسی الگو برای آموزش روزنامه‌نگاری^۴ در یونسکو که

1 Moodle

2 Google Scholar

3 <https://firstdraftnews.com/> [accessed 28/03/2018]

4 UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007). <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf> [accessed

از سال ۲۰۰۷ آغاز شد تهیه شده است. رویکرد آموزشی این کتاب راهنما نیز مبتنی بر برنامه درسی سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی برای آموزگاران^۱ یونسکو و دوره آموزشی الگو درباره ایمنی روزنامه‌نگاران^۲ است که مربیان با الهام از این رویکرد موارد زیر را تشویق و اجرا می‌کنند:

< رویکرد مسئله-پرس‌وجو

< یادگیری مسئله‌محور^۳

< پرس‌وجوی علمی

< مطالعه موردی

< یادگیری توأم با همکاری

< تحلیل متن

< تحلیل وضعیت

< ترجمه

< شبیه‌سازی

< تولید

علاوه بر این، مربیانی که این برنامه درسی را ارائه می‌کنند، تشویق می‌شوند مفهوم روزنامه‌نگارانه «یادگیری پروژه‌محور»^۴ را عمیقاً بررسی کنند. این مفهوم رویکردی است برای توسعه نتایج یادگیری از طریق به‌کارگیری و آزمودن مهارت‌ها. در طی دوره تولید محتوای روزنامه‌نگاری یادگیرندگان باید از دانش تولید مطالب سریع و آنی و وایرال برای مقابله با دروغ‌رسانی نیز آگاه شوند و فضایی برای اجرای این روش در اختیار آنها قرار گیرد.^۵

28/03/2018]. See also UNESCO's Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013). [accessed 28/03/2018: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>; and Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi (2015). <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf> [accessed 28/03/2018].

1 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf> [accessed 28/03/2018].

2 UNESCO (2017) Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States.: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf> [accessed 28/03/2018].

3 problem-based learning (PBL)

4 Posetti, J & McHugh, S (2017) *Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall*. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017.

۵ برای مشاهده نمونه‌ای جالب در این زمینه بنگرید به:

<https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [accessed 15/06/2018].

حقیقت، اعتماد و روزنامه نگاری:

ضرورت آنها

شریلین آیرتون



پودمان ۱



در بسیاری از مناطق دنیا، اعتماد به رسانه‌ها و روزنامه‌نگاری بسیار پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی تضعیف و سست شده بود.^۱ این روند همچنین با کاهش اعتماد به نهادهایی که ویژگی مشترک بسیاری جوامع بوده‌اند همراه است. البته حجم و گستره وسیع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی در شکل‌های خبری که از طریق شبکه‌های اجتماعی توزیع می‌شوند، باعث شده است خطر تخریب چهره روزنامه‌نگاری بیش از پیش شایع شود و این موضوع برای روزنامه‌نگاران، رسانه‌های خبری، شهروندان و جوامع باز تبعاتی در پی دارد.^۲

هرکس می‌تواند با استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی پرسرعت و رایگان برای همگان به انتشار مطالب بپردازد. نتیجه چنین است که شهروندان برای تشخیص واقعیت از دروغ به تکیه افتاده‌اند و بدبینی و بی‌اعتمادی حاکم شده است. دیدگاه‌های افراطی، نظریه‌های توطئه و پوپولیسم قوت گرفته‌اند و نهادها و حقایقی که زمانی پذیرفته شده بودند زیر سؤال رفته‌اند. در جهان امروز، اتاق‌های خبر در نبرد برای بازیابی و اجرای نقش تاریخی خود به عنوان نگهبانان و اثبات‌کنندگان حقیقت هستند.^۳ در عین حال، رشد بازارهای «ارتباطات راهبردی» و «عملیات اطلاع‌رسانی»، شامل دروغ‌رسانی و لطمه‌رسانی، به عامل مهمی در فضای اطلاع‌رسانی تبدیل شده است.^۴

شکل‌گیری مقیاس و تبعات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» در جوامع، حتی سازندگان شبکه‌های اجتماعی را نیز نگران کرده است. سمید چاکرابارتی^۵ مدیر مشارکت مدنی محصولات فیس‌بوک می‌گوید: «اگر تنها یک حقیقت بنیادین دربارهٔ اثرات شبکه‌های اجتماعی بر مردم‌سالاری وجود داشته باشد، آن قوت بخشیدن به نیت انسان‌ها — چه خوب و چه بد — است. این شبکه‌ها، در بهترین حالت، به ما امکان ابراز عقیده و فعالیت می‌دهند و در بدترین حالت، اجازه می‌دهند افراد با پخش کردن غلط‌رسانی سبب تحلیل رفتن مردم‌سالاری شوند».^۶

مشخص شده است که برای حل و فصل مشکل، هم مداخلات کوچک لازم است و هم مداخلات بزرگ. یکی از گزینه‌های وسوسه‌انگیز تلاش برای حل مشکل از طریق قانونگذاری است که بسیاری از کشورها آن را برگزیده‌اند.^۷ اما مدافعان آزادی بیان هشدار می‌دهند که چنین روندی به فضای باز و مشارکتی که فناوری‌های جدید به وجود آورده‌اند آسیب می‌زند.^۸ مخصوصاً اگر رهبرانی با ذهنیت اقتدارگرایانه به قدرت برسند، از این اسلحهٔ قانونی و قدرتمند برای «جعل» خواندن هرگونه پوشش انتقادی از عملکردشان، به سود خود بهره می‌برند.

گزینهٔ دیگر، پیشنهاد جامعهٔ مدنی و شرکت‌هاست با تمرکز بر اینکه مخاطبان را زیرک‌تر سازیم و ابزار تفسیر و ارزیابی

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online].

موجود در:

<https://www.edelman.com/global-results/> [accessed 03/04/2018].

2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian.

موجود در:

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [accessed 03/04/2018].

3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, [online] 16(1), pp.55-73.

موجود در:

<https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [accessed 03/04/2018].

۴ برای دیدن نمونه‌های این موارد، بنگرید به:

Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public.

https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [accessed 16/06/2018].

پژوهش دیگری را مؤسسهٔ تحقیقاتی Date and Society منتشر کرده است، نیویورک (۲۰۱۷) دستکاری رسانه و دروغ‌رسانی برخط:

<https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/> [accessed 15/06/2018].

5 Samidh Chakrabarti

6 Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom. [online] Newsroom. fb.com.

موجود در:

<https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [accessed 03/04/2018].

7 Funke, D. (2018) A guide to anti-misinformation actions around the world Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world> [accessed 22/05/2018].

8 Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America.

موجود در:

https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

اطلاعات را در اختیار آنان قرار دهیم. نمونه‌های این ابزار از آفریقای جنوبی^۱ تا مکزیک^۲ بی‌شمارند. به همین ترتیب، تعداد سازمان‌هایی که واقعیت‌ها را بررسی می‌کنند رو به رشد است (همان‌طور که در این کتاب راهنما توضیح داده شده است).

در چنین شرایطی، لازم است روزنامه‌نگاران و دانشجویان روزنامه‌نگاری درباره این ابتکار عمل‌ها و نقش‌های مکملی که می‌توانند بر عهده بگیرند بیشتر بدانند. هدف این کتاب راهنما نیز دقیقاً همین است.

دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی فقط وجهه روزنامه‌نگارانی را که مدت‌هاست خود را بازیگران اصلی حمایتی در جوامع مردم‌سالار و باز می‌دانند، به چالش نمی‌کشند، بلکه این «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» هدف و اثربخشی آنها را نیز زیر سؤال می‌برد. این امر اهمیت اساسی نیاز به استقلال روزنامه‌نگاری و استانداردهای بالای حرفه‌ای را برجسته می‌نماید. البته این بدان معنی نیست که روزنامه‌نگاری عاری از تعصب یا ایدئولوژی غالب جنسیتی، قومیتی، گروه‌های زبانی، طبقه اجتماعی، پیشینه و دیگر ویژگی‌های تولیدکنندگان آن است. در ضمن، مسائل ساختاری اثرگذاری شرایط نهادی مالکیت، الگوهای کسب‌وکار، منافع مخاطبان، «شبکه» اخباری منابع قابل پیش‌بینی اداری و روابط عمومی و غیره را نیز نباید نادیده گرفت. با این همه، این موضوع بر ضرورت اخلاقیات سردبیری به‌عنوان راهنمای پوشش خبری و تأمل و تفکر برای خبرنگاران در زمینه دیدگاه‌ها و شرایط آنان تأکید می‌کند. باید توجه داشت که اگر قرار است که عموم مردم به پیروی از استانداردهای گسترده‌ی راستی‌آزمایی و منافع عموم فارغ از دامنه موضوعات پوشش‌یافته و دیدگاه‌های آنها باور داشته باشند، روزنامه‌نگاری نه «دیدگاهی ناکجاآبادی» بلکه عملکردی نیازمند شفافیت است^۳.

در این درس، مدرسین باید شرکت‌کنندگان را به بررسی نقادانه چگونگی خدمت‌رسانی روزنامه‌نگاری به مردم‌سالاری و جامعه ترغیب نمایند و بر پرسش‌های زیر تأمل کنند: «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» - و خطر تأثیرگذاری بیشتر آن - بر مردم‌سالاری و جوامع باز چه تأثیری دارد؟ روزنامه‌نگاری چگونه می‌تواند بهتر عمل کند و چگونه می‌تواند، به‌عنوان بخشی از این کار، اعتماد [مردم] را به روش‌ها و استانداردهایش، که یقیناً در روند تولید اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر در جهت منافع عمومی مهم و متمایزند، جلب کند؟ معنای این مطالب این نیست که باید به مروجین روزنامه‌نگاری کورکورانه اعتماد کرد، بلکه منظور این است که باید ویژگی‌ها و تمایز آنها و نیز تلاش‌هایشان برای پیروی از فرایندها و استانداردهای اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر همسوبا منافع عمومی و ارزیابی دقیق این اطلاعات را تشخیص دهیم. این کار مستلزم آن است که ارزش شکاکیت را، در برابر بدبینی، تشخیص دهیم و توان اعضای جامعه را در تشخیص تمایز میان افرادی که تظاهر به روزنامه‌نگاری می‌کنند و آنها که صادقانه به روزنامه‌نگاری می‌پردازند (و افرادی که شفافیت لازم، پاسخگویی بر اساس خودتنظیمی و وجهه‌ای باکیفیت همخوان با این موارد را دارند) به‌رسمیت بشناسیم. از این رو، لازم است که روزنامه‌نگاران و دانشجویان روزنامه‌نگاری محیط در حال تغییر اطلاع‌رسانی را بشناسند و بدانند چگونه به چالش‌های آن پاسخ دهند.

رئوس مطلب



برای درک تبعات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» برای روزنامه‌نگاران و جوامعی که روزنامه‌نگاران به آنها خدمت می‌کنند، مهم است که شرکت‌کنندگان تغییر و تحول عمیق روزنامه‌نگاری و رسانه‌های سنتی را، در سطح ساختاری و فرهنگی و هنجاری، تحت تأثیر پیشرفت سریع فناوری دیجیتال و دستگاه‌های شخصی متصل به اینترنت در نظر بگیرند. مهم‌ترین مسئله در این زمینه، ارتباط مشکلات فزاینده اعتماد به روزنامه‌نگاری و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی است^۴.

۱ KnowNews# ضمیمه جستجوگر اینترنت که سمنی به نام «پایش رسانه‌ها در آفریقا» در آفریقای جنوبی آن را ساخته است و به مخاطبان در تشخیص قابل اطمینان بودن اخبار سایت‌ها کمک می‌کند. <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [accessed 15/06/2018].

۲ بنگرید به سایت <https://verificado.mx/> / حاوی ائتلاف ۶۰ مؤسسه رسانه‌ای، جامعه مدنی و دانشگاهی متمرکز بر راستی‌آزمایی محتوای مناقشه‌برانگیز در انتخابات ۲۰۱۸ مکزیک. <https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [accessed 04/07.2018].

۳ Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *PressThink*. <http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [accessed 15/06/2018].

۴ بنگرید به پودمان ۳.

البته درست نیست که تمامی قصورات روزنامه‌نگاری را بر گردن شبکه‌های اجتماعی بیندازیم، زیرا اعتماد مستقیماً به توانمندی‌های روزنامه‌نگاری مربوط است و در بسیاری از کشورهای جهان نیز میان افت اعتماد به دولت‌ها، کسب‌وکارها و نهادها همبستگی وجود دارد.^۱

تغییرات ساختاری در روش جمع‌آوری و توزیع اخبار و فروپاشی الگوی اصلی کسب‌وکار شرکت‌های سنتی خبری، صنعت اخبار را از توانمندی‌های روزنامه‌نگاری در اتاق‌های خبر محروم کرده‌اند و بر عمق و گستره و کیفیت پوشش خبری اثر گذاشته‌اند.^۲ کاهش منابع مالی اتاق‌های خبر رسانه‌های عمومی و استمرار کنترل‌های دولتی بر قسمت اعظم این بخش نیز تولیدات خبری را تضعیف کرده‌اند.

اگرچه تحول دیجیتال باعث استقبال از پیدایش روش‌های نوین داستان‌گویی و مشارکت بیشتر مخاطبان در فرایند اخبار شد اما در عین حال چالش‌های بیشتری را نیز برای تولیدکنندگان سنتی اخبار که تضعیف آنها از قبل شروع شده بود به همراه آورد. سازمان‌های خبری صرفاً دیجیتال، عموماً هنوز از توان روزنامه‌نگاری لازم برای متوقف کردن فرسایش روزنامه‌نگاری برخوردار نیستند.^۳

در محیط مردم‌سالار و متنوع‌تر اطلاع‌رسانی، جلوگیری از اثرات زیان‌بار دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی تبدیل به چالشی نه‌فقط برای سرمایه‌گذاران در روزنامه‌نگاری، بلکه برای کل جامعه شده است.^۴

عملکرد و روش روزنامه‌نگاری پیشادیتال، استانداردهای حرفه‌ای و لایه‌هایی از کنترل و بررسی متمرکز را برای مدیریت دقت، کیفیت و انصاف اخبار در بر داشت. گزارشگران میدانی که تیم اتاق خبر آنها را پشتیبانی می‌کرد، محتوا را پیش از انتشار راستی‌آزمایی می‌کردند. این الگوی «نگهبان» سبب تثبیت حرفه‌ای‌گری در میان روزنامه‌نگاران شد.^۵

روزنامه‌نگاران از طریق پوشش مسائل عمومی و مشکلات اجتماع و بررسی و تفسیر و تحلیل، ابزار اثرگذاری را برای وادار کردن سیاستمداران و مسئولین به پاسخگویی در اختیار داشتند. آنها به شهروندان کمک می‌کردند تا نوع اداره شدن و حکومت خود را انتخاب کنند. قطعاً برخی از رسانه‌های خبری مطابق با آرمان‌ها و استانداردهای روزنامه‌نگاری عمل نمی‌کردند اما به‌طور کلی، کسب‌وکار آنها بر اخبار واقعی انتخاب‌شده و ارائه‌شده در روایتی خاص و جالب متمرکز بود و از گزاره‌های ساختگی که برای مقاصد سیاسی، تجاری یا سرگرمی مطرح می‌شدند، دور بود.

در سطح فرهنگی، توانمندسازی سایر کنشگران برای مشاهده و ثبت و اظهارنظر و انتشار اخبار در شبکه‌های اجتماعی تغییراتی را، نه فقط در الگوی متمرکز بلکه در مناظرات در فضای عمومی، در پی داشته است.^۶ شبکه‌های اجتماعی امروزه زیرساخت کلیدی گفتمان عمومی و سیاسی هستند. برخی بر این باورند که چنین روندی نظام‌های مردم‌سالار و جامعه‌باز را وارد «کسری مردم‌سالاری» کرده است.^۷

شرکت‌های فناوری و شبکه‌های اجتماعی با اصرار بر اینکه کارشان انتشار اخبار نیست، از التزام به تعهدات هنجاری‌ای که روزنامه‌نگاران و انتشاردهندگان اخبار باید پاسخگویشان باشند طفره رفته‌اند.^۸ اگرچه این کنشگران روزنامه‌نگاران را برای تولید خبر استخدام نمی‌کنند اما انتخاب و نگهداری اخبار و ویرایش این اخبار باعث شده است آنها

1 Edelman. (2017). Op cit

۲ بنگرید به پودمان ۳.

3 Greenspon, E. (2017). *The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age*. [ebook] Ottawa: Public Policy Forum, Canada.

موجود در:

<https://shatteredmirror.ca/download-report/> [accessed 03/04/2018].

4 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. <https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism> [accessed 03/04/2018].

5 Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. 1st ed. New York: Bloomsbury, pp.171-184.

6 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America.

موجود در:

https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [accessed 03/04/2018].

7 democratic deficit, Howard, P. (2017) Ibid

8 Howard, P. (2017) Ibid

همچنین بنگرید به پودمان ۳.

هرچه بیشتر از نقش «مجرای ساده» یا صرفاً واسطه فاصله بگیرند.

شبکه‌های اجتماعی و الگوریتم‌های موتورهای جستجو پشت بسیاری از موارد دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی یا به تعبیر مؤسسه علوم محاسباتی آکسفورد^۱ «آشغال»^۲ قرار گرفته‌اند و با رخنه به شبکه‌های خانوادگی و دوستانه کاربران، برای دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی ساختار و مشروعیت فراهم می‌کنند.^۳

بنابراین محتوای همراه‌کننده عمدی در این سازوکارها شناخت شهروندان از واقعیت اثرگذار را مختل می‌کند^۴ و باعث کاهش اعتماد، گفتگوی آگاهانه، درک مشترک از واقعیت، رضایت دوجانبه و مشارکت می‌شود.^۵ دیگر اتهامات شبکه‌های اجتماعی در تضعیف مردم‌سالاری عبارت‌اند از:

< برپا کردن اتاق‌های پژواک، قطبی‌سازی و جناح‌گرایی افراطی.

< تبدیل محبوبیت به مشروعیت.

< اجازه سوءاستفاده به رهبران پوپولیست، دولت‌ها و کنشگران حاشیه‌ای.

< تشویق دریافت داده‌های شخصی و خُرده‌پیام‌رسانی / تبلیغات هدفمند غیر قابل ردیابی.^۶

< مختل کردن فضای عمومی.^۷

البته لزوماً نباید این طور باشد، زیرا شبکه‌های اجتماعی می‌توانند سازوکاری اساسی برای تعامل جامعه با روزنامه‌نگاری و ارتقای مباحثات، ارزش‌های مدنی و مشارکت مردم‌سالار در محیطی باشند که حقوق بشر، تنوع فرهنگی، علوم، دانش و تصمیم‌گیری عقلانی را تقویت می‌کند. در این راستا، روزنامه‌نگاری-یا هر سازوکار دیگری-باید، به‌عنوان مثال، مسائل پیچیده را بدون از دست دادن دقت علمی و بدون ساده‌سازی شرایط که ممکن است باعث گمراهی عموم مردم شود به آنها گزارش دهد. چالش‌های فراوی روزنامه‌نگاران مخصوصاً در حوزه روش‌های پیشرفته درمانی (مثل شبیه‌سازی) و پیشرفت‌های جدید علمی (مثل هوش مصنوعی) عبارت‌اند از راستی‌آزمایی دقت، اجتناب از جنجال‌سازی، احتیاط در برابر گزارش تأثیرات آتی و توانایی هضم کردن و متوازن کردن یافته‌ها یا دیدگاه‌های مختلف کارشناسان معتبر.

روش‌های زیادی برای پاسخ مستقیم روزنامه‌نگاری به دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی وجود دارد که مقاومت در برابر دستکاری از طریق بررسی و افشای مستقیم پویش‌های دروغ‌رسانی را در بر دارند. اما این روش‌ها باید توأم با تلاش‌هایی جدی برای بهبود کلی روزنامه‌نگاری باشند (بنگرید به قسمت‌های بعدی).

پاسخ‌های اجتماعی به «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» و چالش‌هایی که شبکه‌های اجتماعی پدید آورده‌اند، متنوع‌اند و در سطوح متعدد انجام می‌شوند. راه‌حل‌هایی در این زمینه مطرح شده‌اند و برخی از آنها به‌سرعت شکل می‌گیرند. بسیاری از آنها از ایالات متحده که محل استقرار شرکت‌های شبکه‌های اجتماعی و گوگل است نشأت گرفته‌اند. برخی از ابتکار عمل‌های مرتبط با فناوری نوظهور برای حل و فصل غلط‌رسانی عبارت‌اند از:

< تعهد به حذف آنچه شرکت (با بحث و جدل)، اخبار جعلی استخراج‌شده از نتایج جستجو و پخش اخبار در

1 Oxford Institute for Computational Science

2 junk

3 Pariser, E. (2011). The filter bubble: what the Internet is hiding from you. London, Viking/Penguin Press.

4 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online]

موجود در:

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [accessed 13/06/2018].

5 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). Is Social Media A Threat To Democracy? [ebook] Omidyar Group.

موجود در:

<https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [accessed on 03/04/2018].

6 Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. The Guardian. [online]

موجود در:

<https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [accessed 03/04/2018].

7 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) Ibid

نظر می‌گیرد.^۱

< محروم کردن دروغ‌رسانان از درآمد تبلیغاتی حاصل از کلیک کردن.^۲

< ارائه راه‌حل‌های فناوری محور برای راستی‌آزمایی تصاویر و محتوای دیجیتال.^۳

< تأمین مالی ابتکار عمل‌های حمایت‌کننده از روزنامه‌نگاری که در فصل مشترک میان روزنامه‌نگاری و فناوری و پژوهش دانشگاهی قرار دارند.^۴

< تدوین و به‌کارگیری استانداردهای فنی یا علائم اعتماد^۵ برای کمک به مصرف‌کنندگان (و الگوریتم‌ها) در شناسایی اخبار تولیدشده توسط ارائه‌کنندگان قابل اعتماد.^۶

هنگام نگارش این کتاب راهنما در ابتدای سال ۲۰۱۸، یکی از شاخص‌ترین ابتکار عمل‌ها در استانداردگذاری فنی برای مؤسسات خبری کنسرسیومی بود تحت عنوان پروژه اعتماد^۷ که با جستجوگرهای بزرگ، شبکه‌های اجتماعی و بیش از ۷۰ شرکت رسانه‌ای در سرتاسر جهان همکاری تنگاتنگی دارد. مأموریت اصلی این پروژه تسهیل شناسایی اخبار «دقیق، پاسخگو و تولیدشده بر اساس اصول اخلاقی» برای عموم مردم از طریق تشخیص امتیاز اعتماد است. این پروژه هشت استاندارد فنی اولیه تعیین کرده است که ارائه‌کننده اخبار باید آنها را رعایت کند و کاری کند که آنها در محیط طراحی برخطش به راحتی قابل شناسایی باشند تا به عنوان ارائه‌کننده قابل اعتماد در نظر گرفته شود. شاخص‌های اعتماد این پروژه^۸ عبارت‌اند از:

< برترین عملکردها

< استانداردهای شما کدام‌اند؟

< چه کسی نشریه خبری شما را تأمین مالی می‌کند؟

< مأموریت نشریه شما چیست؟

< تعهدات و اخلاقیات، تنوع آراء، دقت، اصلاح خطاها و سایر استانداردها.

< تخصص نویسنده / گزارشگر: چه کسی این را تولید کرده است؟ اطلاعات دقیق روزنامه‌نگار شامل تخصص او و سایر مطالبی که درباره آنها کار کرده است.

< نوع کار: این چیست؟ عناوینی برای تمایز محتوای دربردارنده نظرات شخصی و تحلیل و تبلیغ (یا دارای حمایت مالی / «بومی») از گزارش‌های خبری.

< ارجاعات و نقل قول‌ها: دسترسی به منابع پشت واقعیت‌ها و اظهارات برای مطالب جامع و عمیق یا روزنامه‌نگاری تحقیقی.

1 Ling, J. (2017). *Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed*. Motherboard Vice.com. [online]

موجود در:

https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [accessed on 03/04/2018]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

Mosseri, A. (2018). *Helping ensure news on Facebook is from trusted sources*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [accessed on 03/04/2018].

Stamos, A. (2018) *Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook*. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [accessed on 03/04/2018].

2 Love, J. & Cooke, C. (2017). *Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites*. Reuters. [online]

موجود در:

<https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising/google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM> [accessed 15/06/2018].

۳ بنگرید به پودمان ۶. نمونه: <http://www.truly.media>

۴ بنگرید به پودمان ۵.

5 trust signals

6 The Trust Project (2017). *The Trust Project – News with Integrity*. [online]

<https://thetrustproject.org/?nr=0> [accessed on 03/04/2018]

7 The Trust Project (2017). Ibid

8 The Trust Project (2017). Ibid

موجود در:

- < **روش‌ها:** در مورد مطالب جامع و عمیق، اطلاعاتی درباره دلایل گزارشگران برای پیگیری داستان و اینکه چگونه این فرایند را پیش برده‌اند (این کار به شفافیت کمک می‌کند).
- < **منابع محلی دارد؟** این سؤال به شما امکان می‌دهد بدانید کدام مطالب از منشأ یا تخصص محلی برخوردارند. گزارشگری در صحنه با دانش عمیق درباره وضعیت یا اجتماع محلی اتفاق افتاده است یا نه؟
- < **آرای متنوع:** تعهدات و تلاش‌های اتاق خبر برای لحاظ کردن دیدگاه‌های متنوع (خوانندگان/ بینندگان/ شنوندگان متوجه انعکاس نیافتن برخی نقطه‌نظرات، قومیت‌ها یا دیدگاه‌های سیاسی می‌شوند).
- < **بازخورد عملی:** تلاش‌های اتاق خبر برای مشارکت دادن عموم مردم در تعیین اولویت‌های پوشش، کمک به فرایند گزارشگری، تضمین دقت و سایر موارد. خوانندگان/ بینندگان/ شنوندگان مایل‌اند مشارکت کنند و بازخوردی ارائه کنند که شاید به تغییر یا گسترش مطلب کمک کند.
- اعتماد به کار روزنامه‌نگاری همچنین به افزایش تعداد، تنوع و کیفیت منابعی کمک می‌کند که روزنامه‌نگاران به آنها دسترسی دارند و به همین ترتیب به طور غیرمستقیم بر مخاطبان نیز مؤثر است.
- پاسخ دولتها، جامعه مدنی و اساتید شامل تمرکز بیشتر بر سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی است که در درس‌های بعد به تفصیل تشریح می‌شوند.^۱
- این موارد را نیز مجمع جهانی سردبیران در سال ۲۰۱۷ مطرح کرد و رئیس مجمع مارچلورک^۲ پیشنهاد کرد که سردبیران در سرتاسر جهان اصول پنجگانه زیر را چراغ راه خود قرار دهند^۳:
- < در جهان مملو از اطلاعات، اعتبار، استقلال، دقت، اخلاقیات حرفه‌ای، شفافیت و کثرت گرایی ارزش‌هایی هستند که رابطه مبتنی بر اعتماد را با عموم مردم تثبیت می‌کنند.
- < سطح بعدی روزنامه‌نگاری را می‌توان از طریق پرسشگری و راستی‌آزمایی مستمر و خستگی‌ناپذیر مطالب پخش شده در شبکه‌های اجتماعی از سایر محتواها بازشناخت. این گونه روزنامه‌نگاری شبکه‌های اجتماعی را منبع اطلاعات برای بررسی‌های بعدی واقعیت‌ها می‌داند و سازوکاری برای اثرگذاری بر محتوای حرفه‌ای.
- < **مأموریت** روزنامه‌نگاری در این سطح بعدی خدمت به جامعه از طریق تأمین اطلاعات راستی‌آزمایی شده با کیفیت بالا و ایجاد برندهای خبری به عنوان مدرک قابل اعتماد منشأ محتواست.
- < یکی از الزامات روزنامه‌نگاری سطح بعدی آن است که از واقعیت‌های اولیه فراتر می‌رود و تشویق به تحلیل، گزارشگری تحقیقی و مبتنی بر شرایط، و اظهار نظر آگاهانه می‌کند و از ارائه اخبار به سوی ارائه دانش توانمندساز حرکت می‌کند.
- < شایسته است که محرک روزنامه‌نگاری سطح بعدی، اعتماد و اصول راهنمای مرتبط بودن با اجتماع، منافع مشروع و صداقت باشد.
- روزنامه‌نگاران و اتاق‌های خبر باید توجه بیشتری به ارتقای کیفیت از طریق بهبود موارد زیر داشته باشند:
- < رویه‌های روزنامه‌نگاری پاسخگو و اخلاقی و گزارشگری شواهدمحور^۴.
- < بررسی واقعیت‌ها و شناسایی دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی^۵.

۱ بنگرید به پودمان ۴.

2 Marcelo Rech

3 Ireton, C. (2016). *World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust* <https://blog.wan-iffra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [accessed 15/06/2018].

4 Wales, J. (2017). *What do we mean by evidence-based journalism?* Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [accessed on 03/04/2018].

۵ بنگرید به پودمان ۵.

< راستی آزمایی داده‌ها، منابع و تصاویر دیجیتال^۱.

< مشارکت با اجتماعاتی که روزنامه‌نگاران با آنها تعامل دارند و تضمین همخوانی دستورکار خبر با نیازهای جامعه^۲.

در مورد آخرین نکته از نکات بالا باید بدانیم که شواهد انفصال رسانه‌های اصلی و عموم مردم در طی رأی‌گیری خروج از اتحادیه اروپا یا برکسیت^۳ در بریتانیا و در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۰۶ ایالات متحده بسیار چشمگیر بود. توانایی اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی همانا مشارکت مستقیم آنهاست. مربیان باید بررسی کنند که رسانه‌ها چگونه می‌توانند بهتر به مخاطبان خود خدمت کنند و از آن طریق به اعتمادسازی و تقویت ارتباط خود با اجتماع بزرگ‌تر پردازند.

مطلب «شش یا هفت کاری که اخبار می‌تواند برای مردم‌سالاری انجام دهد» نوشته شادسن^۴ حاوی چارچوب خوبی برای مباحثه است:

۱. اطلاعات: اطلاعات کامل و منصفانه ارائه دهید تا شهروندان بتوانند انتخاب‌های سیاسی درستی داشته باشند.
۲. تحقیق: در مورد منابع متمرکز قدرت مخصوصاً قدرت دولتی تحقیق کنید.
۳. تحلیل: چارچوب‌هایی منسجم تفسیر ایجاد کنید تا به شهروندان کمک کنید جهانی پیچیده را درک کنند.
۴. همدلی اجتماعی: برای مردم از دیگرانی که در جامعه و جهان آنها وجود دارند بگویند تا آنها نقطه‌نظرات و زندگی دیگر افراد مخصوصاً اقشار کم‌برخوردارتر از خود را درک کنند.
۵. مجمع عمومی: مجمعی را برای گفتگو میان شهروندان از طریق رویکردهای کثرت‌گرا و بین‌رشته‌ای به مسائل فراهم کنید و به‌عنوان حامل دیدگاه‌های گروه‌های متنوع جامعه فعالیت کنید.
۶. بسیج: (در موارد مطلوب) همچون مدافعان دیدگاه‌ها و برنامه‌های سیاسی عمل کنید و مردم را برای حمایت از این برنامه‌ها، البته بدون سهل‌انگاری در استانداردهای راستی‌آزمایی و منافع عمومی، بسیج کنید.

اهداف پودمان



- < تشویق شرکت‌کنندگان به تفکر نقادانه درباره روزنامه‌نگاری و شبکه‌های اجتماعی.
- < تشویق شرکت‌کنندگان به ارزیابی جایگاه خود در محیط «ناهنجاری اطلاع‌رسانی».
- < کمک به شرکت‌کنندگان برای تفکر نقادانه درباره اثرات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» بر جامعه.

نتایج یادگیری



در پایان این پودمان، شرکت‌کنندگان باید بتوانند:

۱. شناخت نقادانه خود را از اینکه روزنامه‌نگاری چگونه می‌تواند بهتر به مردم‌سالاری و جوامع باز در محیط به‌شدت گسترده رسانه‌ها و مخاطرات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» خدمت کند، عمق بخشند.
۲. عوامل مشوق اعتماد به روزنامه‌نگاری و چگونگی پایداری یا ازسازای این اعتماد را درک کنند.

1 Bell, F. (2018).

در عصر دادرزنامه‌نگاری، راستی‌آزمایی پیچیده‌تر شده است. به‌عنوان نمونه، در موارد داده‌های انبوه وجود اطلاعات نادرست نه تنها محتمل است بلکه گنجانند عمدی و برنامه‌ریزی‌شده موارد دروغ‌رسانی در سوابق نیز کاملاً ممکن است. بنگرید به پودمان ۵.

2 Batsell, J. (2015). Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences. New York. Columbia University Press.

3 Brexit

4 Schudson, M. (2008). Why Democracies Need an Unlovable Press. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy.

موجود در:

https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEWju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [accessed on 03/04/2018].

۳. ضرورت روزنامه‌نگاری را برای دیگران توضیح دهند.

قالب پودمان



اطلاعات مندرج در رئوس مطالب این پودمان می‌تواند مبنای گفتاری ۳۰ دقیقه‌ای را در کنار تدریس یا میزگرد ۳۰ دقیقه‌ای درباره ضرورت روزنامه‌نگاری و نحوه خدمت‌رسانی آن به عموم مردم قرار گیرد. می‌توان یک تمرین عملی ۹۰ دقیقه‌ای را از طریق مکالمه‌ای ساختارمند اجرا کرد تا دریافت که چگونه می‌شود افراد بی‌اعتماد به روزنامه‌نگاری را قانع کرد و روشن ساخت که تمامی اطلاعات به یک شکل غیرقابل اعتماد نیستند. درون محیط شبکه‌های اجتماعی که همه اطلاعات یکسان به نظر می‌آیند رسانه خبری برای اثبات اعتبار خود چه کاری می‌تواند انجام دهد؟

مرتبط‌سازی طرح پودمان با نتایج یادگیری

الف. نظری

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
گفتار و بحث تعاملی درباره حقیقت و اعتماد	۳۰ دقیقه	۲، ۱
میزگرد درباره چرایی اهمیت روزنامه‌نگاری و چگونگی خدمت‌رسانی آن به عموم مردم	۳۰ دقیقه	۳، ۲، ۱

ب. عملی

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
تمرین عملی	۹۰ دقیقه	۳

تمرین پیشنهادی



این تمرین سه عنصر دارد و برای انجام آن، شرکت‌کنندگان باید در گروه‌های دو نفره یا کوچک کار کنند:

< از شرکت‌کنندگان (که در گروه‌های دو نفره یا کوچک کار می‌کنند) درخواست کنید با یک مخاطب اخبار مصاحبه کنند و از او بخواهند قابل اعتمادترین منابع اخبار محلی یا ملی و اطلاعات مدنی‌شان را شناسایی کنند. شرکت‌کنندگان «شش یا هفت کاری که اخبار می‌تواند برای مردم سالاری انجام دهد» شادسن را چارچوب قرار دهند و باید سپس یکی از ویراست‌های یک مجلد یا داستان‌هایی موضوعی را در رسانه مشخصی مطالعه کنند و میزان خدمت‌رسانی اثربخش این موارد به اجتماعشان را از طریق روزنامه‌نگاری شناسایی و تحلیل کنند. تکنیک‌های تحلیل محتوا روش مفیدی برای این رویکرد است. عنصر دوم در این زمینه شناسایی تک‌تک شاخص‌های هشتگانه پروژه اعتماد است. مورد سوم نیز می‌گوید که تمامی یافته‌ها می‌توانند مبنایی برای گزارش خبری یا نقطه‌نظر سردبیری، به شکل مکتوب یا به عنوان قطعه کوتاه صوتی یا تصویری، برای اثبات اهمیت روزنامه‌نگاری ایجاد کنند.

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group.

موجود در:

<https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>

Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [online]

موجود در:

<https://www.edelman.com/global-results/>

Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford.

موجود در:

<https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/>

Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America.

موجود در:

https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies,

موجود در:

https://books.google.co.uk/books?id=hmYGM9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKH-c0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] the Guardian.

موجود در:

<https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>

تأملی بر «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»:
قالب‌های غلط‌رسانی، دروغ‌رسانی و لطمه‌رسانی
کلر واردل و حسین درخشان

Fake News; L
die Fake Nev
(Pluraletant
Bedeutung
manipula

پودمان ۲



عبارت «اخبار جعلی» و حتی «رسانه‌های جعلی» کاربردهای زیادی برای توصیف گزارشگری‌ای که فرد ادعاکننده با آن موافق نیست دارند. نقشه روندهای گوگل نشان می‌دهد که افراد در نیمه دوم سال ۲۰۱۶ به شدت آغاز به جست‌وجوی این عبارت کردند. در این پودمان، شرکت‌کنندگان یاد خواهند گرفت که چرا عبارت مذکور الف) برای توضیح مقیاس آلودگی اطلاعات ناکافی است و ب) چرا این عبارت آنقدر مشکل‌آفرین شده است که باید از به‌کار بردن آن پرهیز نماییم.

متأسفانه این عبارت ذاتاً مستعد سیاسی شدن و استفاده به‌عنوان اسلحه در برابر صنعت خبر و روشی برای زیر سؤال بردن گزارشگری مغضوب صاحبان قدرت است. توصیه می‌شود که در عوض از عبارات غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی استفاده شود. انواع مختلف این دو روش اطلاع‌رسانی و جایگاه آنها در طیف «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» در این پودمان مورد بحث قرار می‌گیرند.

این رویکرد موارد زیر را پوشش می‌دهد: سبک‌های طنز و نقیضه‌نویسی، عناوین جذاب ترغیب‌کننده برای کلیک کردن در فضای مجازی و استفاده گمراه‌کننده از نوشتار در کنار تصاویر، موارد بصری، آمار، محتوای درستی که بدون توضیح کافی تبادل می‌شود و در نتیجه به درستی قابل فهم نیست، محتوای تقلبی (با استفاده برخی افراد از نام روزنامه‌نگار یا نشان اتاق خبری که هیچ ارتباطی با آنها ندارد) و محتوای دستکاری و ساخته و پرداخته شده. از مجموع این موارد می‌توان متوجه شد که بحران موجود بسیار پیچیده‌تر از معنا و فحوای عبارت «اخبار جعلی» است.

برای یافتن راه‌حلی برای انواع آلودگی‌های اطلاعاتی در جریان‌های رسانه‌های اجتماعی مان و پیشگیری از یکی شدن آنها با تولیدات رسانه‌های سنتی، باید با دقت بیشتری به این مسئله پردازیم. همچنین باید توجه داشت که چه افرادی این‌گونه محتوا را تولید می‌کنند و انگیزه آنها برای این کار چیست. آنها چه محتوایی تولید می‌کنند و مخاطبان چگونه این محتوا را دریافت می‌کنند؟ و چه چیز همان مخاطبان را برمی‌انگیزد تا بخواهند این مطالب را بار دیگر تبادل کنند؟ این مسئله جوانب متعددی دارد و پیچیدگی آن همچنان نامعلوم است. هدف این پودمان این است که یادگیرندگان بتوانند عبارات و تعاریف مناسبی را برای بحث درباره مشکلات ناشی از «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» به‌کار برند.

رئوس مطالب

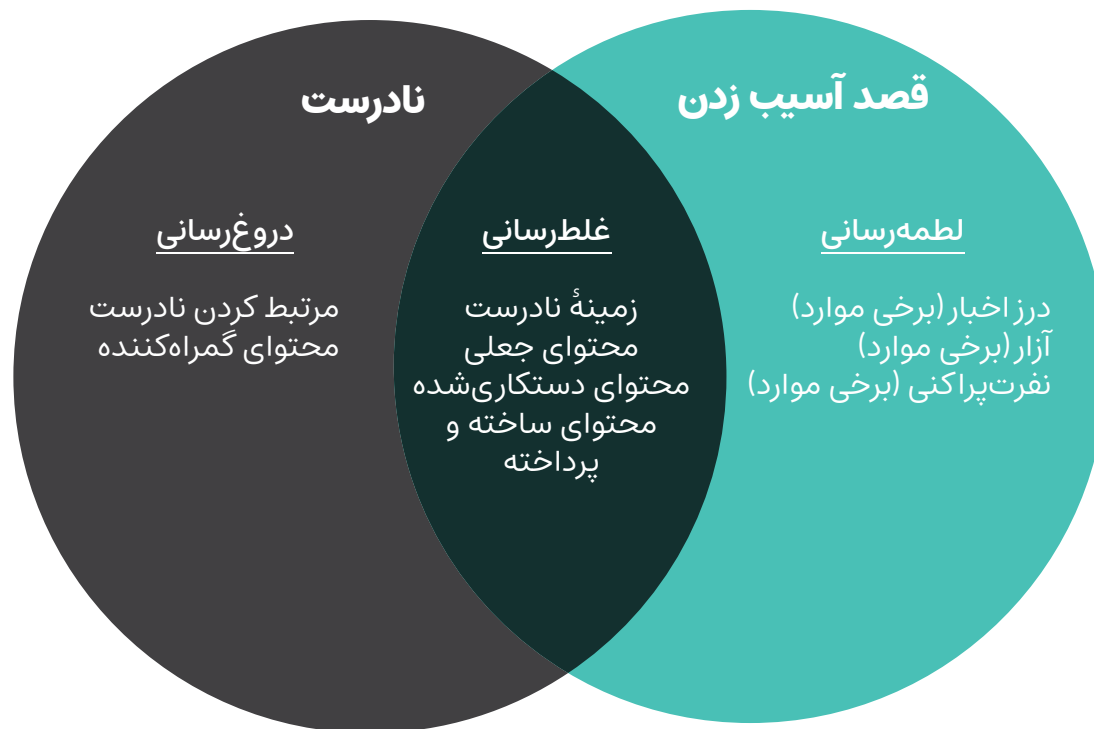


در این متن، عبارات «دروغ‌رسانی» و «غلط‌رسانی» در مقابل اطلاعات راستی‌آزمایی‌پذیر همسو با منافع عموم که در واقع هدف اصلی روزنامه‌نگاری موثق است به‌کار رفته‌اند. تمرکز این پودمان بر تمایز دروغ‌رسانی است.

بخش اعظم گفتمان «اخبار جعلی» دو مفهوم را در بر دارد: دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی. باید توجه داشت که غلط‌رسانی اطلاعات غلطی است که فرد هنگام توزیع آنها تصور می‌کند درست‌اند، حال آنکه دروغ‌رسانی اطلاعات غلطی است که فرد توزیع‌کننده از نادرستی آنها مطلع است. در واقع، دروغ‌رسانی دروغ‌گویی عمدی است و هدفش گمراه کردن عامدانه افراد توسط کنشگران بدخواه است. دسته سوم را می‌توان لطمه‌رسانی نامید که عبارت است از توزیع اطلاعاتی مبتنی بر واقعیت اما به قصد لطمه زدن به وجهه یک فرد، سازمان یا کشور. نمونه لطمه‌رسانی گزارشی است که گرایش جنسی فردی را بدون هیچ‌گونه توجیهی همسو با منافع عموم افشا می‌کند. تفکیک پیام‌های واقعی از پیام‌های نادرست اهمیت دارد اما باید میان پیام‌های واقعی‌ای (و پیام‌های تا حدی واقعی) که «عواملی» با نیت آسیب زدن به منافع عمومی منتشر می‌کنند و پیام‌های واقعی‌ای که برای تأمین منافع عموم تولید شده یا انتشار می‌یابند نیز تمایز قائل شد. چنین لطمه‌رسانی‌هایی همانند اطلاعات درستی که حریم خصوصی افراد را بدون هیچ‌گونه توجیهی همسو با منافع عمومی نقض می‌کنند برخلاف استانداردها و اخلاقیات روزنامه‌نگاری است.

علی‌رغم تمایزهای بالا، ممکن است تبعات این روندها بر جامعه و محیط اطلاع‌رسانی یکسان باشد (مثلاً تخریب

یکپارچگی فرایند مردم‌سالار و کاهش میزان مصونیت‌ها). علاوه بر این، ممکن است در موارد خاصی شاهد ترکیب هر سه آنها باشیم و شواهد نشان می‌دهد که نمونه‌های تکی هریک از آنها اغلب با سایر موارد (برای مثال در بسترهای متفاوت یا پشت سر هم) به عنوان بخشی از راهبرد اطلاع‌رسانی گسترده‌تر کنشگران خاص همراه است. البته بهتر است تمایزهای فوق را همواره در ذهن داشته باشیم زیرا عوامل، تکنیک‌ها و راه‌حل‌ها متغیرند.



شکل ۱ - «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»

انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۷ فرانسه نمونه‌هایی از هر سه نوع «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» را به همراه داشت.

۱. نمونه‌های دروغ‌رسانی:

یکی از حقه‌ها در کارزار انتخاباتی فرانسه کپی‌سازی بسیار شبیه نسخه واقعی از روزنامه بلژیکی لو سوار^۱ بود که در آن مقاله‌ای جعلی به چاپ رسید که مدعی شده بود عربستان سعودی کاندیدای ریاست جمهوری امانوئل مکرون را تأمین مالی می‌کند. نمونه دیگر انتشار برخط اسناد اخبار دروغینی بود که ادعا می‌کردند او در جزایر باهاماس حسابی باز کرده است.^۲ نهایتاً این دروغ‌رسانی از طریق «یورش‌های توییتری» انتشار یافت که در آنها شبکه‌هایی از افراد مختلف که تا حدودی با یکدیگر ارتباط دارند همزمان با پیام‌ها و هشتک‌های یکسان به توییتر می‌آیند تا شایعاتی را در مورد زندگی خصوصی این کاندیدا پخش کنند.

۲. نمونه‌های غلط‌رسانی:

حمله تروریستی در خیابان شانزلیزه در پاریس در تاریخ ۲۰ آوریل ۲۰۱۷ باعث تولید میزان زیادی از موارد غلط‌رسانی^۳

1 CrossCheck, 2017. Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?:

<https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/> [accessed 03/04/2018].

2 CrossCheck, 2017. Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account? CrossCheck,

<https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/> [accessed 03/04/2018].

۳ یک نمونه شایعه آن بود که مسلمانان در بریتانیا این حمله را جشن گرفتند. این دروغ توسط پروژه کراس چک افشا شد. منبع:

شد که البته این قضیه تقریباً در مورد همه خبرهای ناگهانی مصداق دارد. افراد مختلف در شبکه‌های اجتماعی ندانسته شایعاتی را مانند خبر کشته شدن دومین افسر پلیس پخش کردند. افرادی که این گونه محتوا را تبادل می‌کنند به‌ندرت در پی لطمه زدن هستند و بیشتر در آن شرایط احساساتی می‌شوند و در واقع می‌خواهند مفید واقع شوند اما اطلاعات مورد تبادل را با دقت و اخوانی و راستی آزمایی نمی‌کنند.

۳. نمونه‌های لطمه‌رسانی:

نمونه بارز لطمه‌رسانی، درز یافتن ایمیل‌های امانوئل مکرون کمی پیش از دور دوم انتخابات در ۷ مه همان سال بود. این ایمیل‌ها واقعی بودند اما پخش کردن اطلاعات خصوصی در حوزه عمومی چند دقیقه پیش از ممنوعیت مرسوم درباره هرگونه پوشش خبری پیش از برگزاری انتخابات با هدف وارد کردن حداکثر لطمه به کارزار انتخاباتی مکرون انجام گرفت.

عبارت جوسازی یا پروپاگاندا هم معنای دروغ‌رسانی نیست اگرچه دروغ‌رسانی می‌تواند در خدمت تأمین منافع جوسازی باشد. جوسازی معمولاً بیش از دروغ‌رسانی توأم با دستکاری آشکار موارد است، زیرا نوعاً متمرکز بر پیام‌رسانی هیجانی است نه متمرکز بر اطلاعات^۱.

تمرکز این پودمان بر غلط‌رسانی و به‌ویژه بر دروغ‌رسانی است و نمونه‌هایی از سایر انواع متفاوت ارائه می‌کنیم. دسته‌بندی دروغ‌رسانی، غلط‌رسانی و لطمه‌رسانی با گرایش‌های مختلف ذکر شده نباید با روایت‌های واقعی خبری آمیخته شوند.

به‌عنوان مثال، ممکن است یک روزنامه‌نگار بنویسد: «هرچند متهم به کلاهبرداری در این مورد جدید از گروه برنی مداف^۲ نبوده است، به‌شدت به سرمایه‌گذاران کوچک ضربه زده است». نویسنده دیگری شاید به‌شکلی کاملاً مشروع همین خبر را به این صورت بنویسد: «متهم به کلاهبرداری در این مورد جدید به‌شدت به سرمایه‌گذاران کوچک آسیب رسانده است اما از گروه برنی مداف نیست». در نوشته دوم، تلاش بیشتری شده است تا اهمیت نسبی مورد جدید را کمتر جلوه دهد. میزان متفاوت تأکید در این نمونه‌ها به خودی خود سبب استمرار غلط‌رسانی یا دروغ‌رسانی به‌شکلی که در ادامه تشریح شده است نمی‌شود چراکه هر دو بیان در واقع روش‌های مشروعی برای تفسیر وضعیتی یکسان‌اند.

نکته مهم این است که سبک روایی هم در اخبار وجود دارد و هم در دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی و لطمه‌رسانی. بنابراین سبک روایی در اینکه کدام واقعیت‌ها به‌عنوان موضوعات قابل ملاحظه در اخبار انتخاب می‌شوند (یا در اینکه چه واقعیت‌های ساختگی یا نامربوطی در پیام‌های مخرب قرار داده می‌شوند) مستتر است. شاید تهیه‌کننده گزارش خبری یک جنایت که نه دروغ‌رسانی است و نه انواع همسان آن، ذکر نژاد یا ملیت جنایتکار و قربانی جنایت را ضروری بدانند. شاید واقعیت داشته باشد که مرتکب جرم مردی است مهاجر و قربانی نیز یک شهروند زن آن کشور است. چه این واقعیت‌ها واقعاً در ماجرا مؤثر و مهم باشند و چه نباشند، در هر حال، کارکرد قدرت تحقیقاتی روزنامه‌نگار و مخصوصاً آن بخش از جهان‌بینی و دیدگاه و سبک روایی معنادار و رابطه علت و معلولی‌ای که گزارشگر آنها را آگاهانه یا ناآگاهانه مطرح می‌کند، همه بسیار برجسته و حائز اهمیت‌اند. این مسئله یکی از دلایل مفید بودن همراهی «بررسی واقعیت‌ها» با «روشن کردن سبک روایی» - بررسی ساختارهای معنا در مواردی که واقعیت‌ها و غیرواقعیت‌ها را برای اهداف خاصی بسیج کرده‌اند - است. سبک‌های روایی گوناگونی در روزنامه‌نگاری مشروع وجود دارد، اما علی‌رغم این موضوع، روزنامه‌نگاری همچنان تمایز خود را با سایر سبک‌های روایی در شکل‌های دیگر ارتباطات مانند موارد هفت‌گانه زیر حفظ می‌کند:

CrossCheck, (April 22, 2017) Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees? CrossCheck,

موجود در:

<https://crosscheck.firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees/> [accessed 03/04/2018].

1 Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, pp 9-40.

2 Bernie Madoff

۱. طنز و نقیضه

شاید گنجاندن طنز در گونه‌شناسی برای دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی عجیب باشد چراکه طنز و نقیضه سبک هنری در نظر گرفته می‌شوند. اما در جهانی که افراد به‌شکلی فزاینده اطلاعات را از طریق انواع شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند، اگر مخاطبین متوجه نشوند که شبکه ارسال‌کننده یک خبر طنزنویس است، دچار ابهام و سردرگمی می‌شوند. نمونه این مورد خبرستان تایمز است که سایت و ستون طنزی است در سایت خبری پاکستان تودی^۱. در ژانویه ۲۰۱۷، پاکستان فعالیت این سایت را متوقف کرد و در نتیجه انتشار آن پایان یافت^۲.

۲. مرتبط‌سازی نادرست

عدم تطابق عناوین، تصاویر و شرح زیر عکس مثالی از مرتبط‌سازی نادرست است. رایج‌ترین نمونه این نوع محتوا عناوین جذاب ترغیب‌کننده برای کلیک کردن در فضای مجازی هستند. با توجه به رقابت فزاینده برای جلب مخاطبین، سردبیران بیش از پیش مجبورند عناوینی بنویسند که روی آنها کلیک شود حتی اگر خوانندگان مقاله احساس کنند که فریب داده شده‌اند. نمونه بسیار آشکار این مورد را می‌توان در سایت پولیتیکال اینسایدر یافت^۳. این قضیه در مورد به‌کارگیری تصاویر یا شرح زیر عکس نیز مخصوصاً در سایت‌هایی از جمله فیسبوک برای تأثیرگذار کردن چیزی که متن از آن پشتیبانی نمی‌کند اتفاق می‌افتد. اما هنگامی که افراد مطالب حساب کاربری شبکه‌های اجتماعی‌شان را بالا و پایین می‌کنند بی‌آنکه بر کل مقاله کلیک کنند (که اغلب نیز همین اتفاق می‌افتد)، تصاویر یا شرح‌های زیر تصاویر گمراه‌کننده به‌طور خاص فریب‌دهنده خواهند بود.

۳. محتوای گمراه‌کننده

این نوع محتوا هنگامی تولید می‌شود که اطلاعات را به‌منظور ساختن چارچوب‌هایی برای نمایاندن مسائل و افراد به‌شکلی خاص از طریق بریدن عکس‌ها یا انتشار گزینشی جملات یا آمار و ارقام به‌شکلی گمراه‌کننده به‌کار می‌برند. این روند نظریه چارچوب‌سازی^۴ نامیده می‌شود^۵ و مثال‌های آن در سایت رپلر^۶ در اختیار عموم قرار گرفته است. تصاویر ابزار بسیار قدرتمندی برای توزیع دروغ‌رسانی هستند زیرا مغز انسان درباره تصاویر کمتر حالت نقادانه دارد^۷. تبلیغاتی که برایشان پول پرداخت شده یا تبلیغات «بومی» مطابق با محتوای سردبیری نیز، اگر نشود به‌درستی فهمید که حمایت مالی شده‌اند، در این دسته‌بندی قرار می‌گیرند^۸.

۴. بستر نادرست

یکی از دلایل اینکه چرا عبارت «اخبار جعلی» اینقدر بی‌فایده است هم این است که محتوای واقعی اغلب در حالی دیده می‌شود که خارج از بستر اصلی آن مجدداً انتشار می‌یابد. به‌عنوان نمونه، تصویری که از ویتنام در سال ۲۰۰۷ گرفته شد، ۷ سال بعد مجدداً به‌عنوان عکسی از نپال پس از زلزله سال ۲۰۱۵ آن کشور انتشار یافت^۹.

1 Pakistan Today (2018). *Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif*. [online] p.Khabaristan Today.

موجود در:

<https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/> [accessed 06/04/2018].

۲ یکی از منابع مشورتی در این مورد را یکی از ویراستاران این کتاب جولی پورتی و همچنین الیس متیوز نوشته‌اند. موجود در (TBA).

3 The Political Insider (2015). *First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING!* [online]

موجود در:

<https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [accessed 06/04/2018].

Framing Theory ۴

5 Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Contributor), ed., *Handbook of Journalism studies*. [online] New York: Routledge, pp.196-211.

موجود در:

<https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [accessed 03/04/2018].

6 Punongbayan, J. (2017). *Has change really come? Misleading graphs and how to spot them*. Rappler.com. [online]

موجود در:

<https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [accessed 06/04/2018].

۷ بنگرید به مقاله حنا گای در بخش منابع مطالعه این پودمان.

۸ بنگرید به پودمان ۳.

9 Pham, N. (2018). *Haunting 'Nepal quake victims photo' from Vietnam*. BBC. [online]

موجود در:

۵. محتوای تقلبی

در اثر استفاده از جملات روزنامه‌نگاران در مقالاتی که آنها نوشته‌اند یا به‌کارگیری نشان سازمان‌ها در تصاویر یا فیلم‌هایی که آنها تهیه نکرده‌اند، مشکلات مهمی ایجاد می‌شود. به‌عنوان مثال، در ایام انتخابات سال ۲۰۱۷ کنیا، بی‌بی‌سی آفریقا متوجه شد که فردی فیلمی را با نشان و خط فتوشاپ‌شده بی‌بی‌سی ساخته و آن را در واتس‌اپ توزیع می‌کند.^۱ بی‌بی‌سی متعاقباً مجبور شد فیلمی را در شبکه‌های اجتماعی پخش کند و به مردم هشدار دهد که فریب فیلم ساختگی را نخورند.

۶. محتوای دستکاری‌شده

محتوای دستکاری‌شده زمانی پدید می‌آید که محتوای واقعی به‌قصد فریب دادن دستکاری می‌شود. نمونه این محتوا در آفریقای جنوبی تولید تصاویر دستکاری‌شده فریال حافیی سردبیر هاف پست^۲ بود - در یکی از تصاویر، او بر روی پای تاجری به نام یوهان روپرت^۳ نشسته بود - که رابطه شخصی را مابین این دو القا می‌کرد.^۴

۷. محتوای ساخته و پرداخته

این نوع محتوا می‌تواند در قالب متن باشد، مانند «سایت‌های خبری» کاملاً ساخته و پرداخته مثل اخبار دابلو تی او ای^۵ که به‌گفته طراحانش سایت اخبار تخیلی است و مقاله‌ای درباره طرفداری پاپ از دونالد ترامپ در طی انتخابات ریاست جمهوری منتشر کرد. محتوای ساخته و پرداخته می‌تواند در قالب تصاویر نیز باشد که نمونه آن کار گرافیکی ای بود که به غلط می‌گفت مردم می‌توانند با پیامک به هیلاری کلینتون رأی بدهند.^۶ این تصاویر گرافیکی با هدف گرفتن اقلیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی در روزهای پیش از انتخابات ریاست جمهوری در ایالات متحده طراحی شدند.

لازم است عموم مردم به‌طور کلی و روزنامه‌نگاران به‌طور خاص به بررسی جداگانه «عناصر» درون «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» یعنی عامل، پیام‌ها و مفسرین بپردازند. در این چارچوب، باید پرسش‌هایی را در مورد هریک از این عناصر پاسخ داد. ممکن است عاملی که پیام ساخته و پرداخته را درست می‌کند با عامل تولیدکننده پیام یکی نباشد - که ممکن است او هم به‌نوبه خود با «عامل» توزیع‌کننده پیام یکی نباشد. به همین ترتیب، شناخت کامل این عامل‌ها و عوامل انگیزشی آنها ضرورت دارد. همچنین باید انواع مختلف پیام‌هایی را که این عامل‌ها توزیع می‌کنند شناخت تا بتوان مقیاس هریک را تخمین زد و فرایند پاسخ به آنها را شروع کرد (مباحثات تا به امروز بیش از اندازه بر سایت‌های خبری متن‌های ساخته و پرداخته متمرکز بوده‌اند حال آنکه محتوای تصویری نیز به همان میزان انتشار دارد و شناسایی و افشای آن دشوارتر است).

نهایتاً باید «فازهای» سه‌گانه «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» را در نظر گرفت: خلق، تولید و توزیع (شکل ۲). توجه به فازهای مختلف هریک از نمونه‌های «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» در کنار عناصر آن مهم است. زیرا عامل طراح محتوا اغلب از عوامل تولید و توزیع‌کننده مجزا است.

<http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598> <https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot> [accessed 06/04/2018].

1 BBC (2017). *Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate*. [Online]

موجود در:

<http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [accessed 06/04/2018].

2 HuffPost Editor-at-Large Ferial Haffajee

3 Johan Rupert

4 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [online]

موجود در:

https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [accessed 06/04/2018].

5 WTOES News

6 Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily.

موجود در:

<https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [accessed on 23/03/2018].

عامل

رسمی / غیررسمی
هیچ یک / نامشخص / مشخص / شبکه‌ای
مالی / سیاسی / اجتماعی / روانی
انسانی / سایبورگی / روبات
اعضا / گروه‌های اجتماعی / کل جوامع
آری / خیر
آری / خیر

انواع کنشگر:
سطح سازمانی:
نوع انگیزش:
سطح اتوماسیون:
مخاطبین مدنظر:
قصد لطمه زدن:
قصد گمراه کردن:

پیام

درازمدت / کوتاهمدت / رویدادمحور
گمراه کننده / دستکاری شده / ساخته و پرداخته
قانونی / غیرقانونی
خیر / برند / فرد
فرد / سازمان / گروه اجتماعی / کل جامعه

مدت:
دقت:
وضعیت قانونی:
نوع تقلب:
مخاطب پیام:

مفسر

سلطه جویانه / از سوی مخالفین / مذاکره شده
بی توجهی / تبادل برای حمایت / تبادل برای
مخالفت

خوانش پیام:
اقدام اتخاذ شده:

شکل ۲ - عناصر سه گانه «ناهنجاری اطلاع رسانی»

به عنوان مثال، انگیزه‌های مغزهای متفکری که پوشش دروغ رسانی با حمایت مالی دولت را «خلق» می کنند با انگیزه‌های «تخریبگرانی» که پول اندکی به آنها پرداخت می شود و کارشان تبدیل موضوعات پوشش به پست های خاص است، بسیار متفاوت است. همین که پیامی توزیع شد، کنشگران بسیار و متفاوتی که هر کدام انگیزه خاص خود را دارند می توانند آن را بدون هیچ محدودیتی بازتولید و بازتوزیع کنند. به عنوان نمونه، پست شبکه های اجتماعی را می توان توسط اجتماعات مختلف توزیع کرد و باعث شد که رسانه های اصلی (که بدون نظارت کافی کار می کنند) آن پیام را انتخاب و بازتولید کنند و سایر اجتماعات نیز آن را بیشتر توزیع بکنند. فقط با تشریح «ناهنجاری اطلاع رسانی» بدین شکل است که می توانیم این تمایزات ریز را درک کنیم^۱.

یکی از مشهورترین نمونه ها، سایتی است که داستان وایرال شده تأیید نامزد انتخاباتی، دونالد ترامپ، توسط پاپ را منتشر ساخت^۲. این مطالعه موردی مفیدی برای تأمل بر فازهای مختلف «ناهنجاری اطلاع رسانی» است (بنگرید به شکل ۳).

۱ توضیح ویراستاران: تصویری که می توان در نظر گرفت در اینجا بازتولید شده است:

امکانات نرم افزاری	کنشگران: دولت ها، عملیات روانی، احزاب سیاسی، کارآفرینان، شرکت های روابط عمومی، افراد، رسانه ها	
اینترفیس های تعاملی	اغلب با هویت پنهان یا دزدیده شده یا غیرواقعی	محتوا را خلق کنید - مانند داستان ها، اظهارنظرات، تعداد «لایک»، فیلم ها، انگاره های فرهنگی
رویات ها	سوءاستفاده از رویات ها برای کمک	محتوا را پخش کنید - از جمله از طریق تبادل و اتصال
الگوریتم ها	رخنه و بازی	محتوا را «ویرایش» کنید - تغییر / اصلاح، تعدیل و مراقبت

جدول: چارچوب برای مسمومیت — چگونه یکپارچگی اطلاع رسانی مختل می شود

Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [accessed 22/04/2018]

2 WTOE 5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online]

خلق

فردی
نامشخص
مطلب را در
ذهنش ساخت.

تولید

مطلب در سایت اخبار دایلیو تی او ای ۵
انتشار یافته که بخشی از شبکه ۴۳ سایت
خبری ساخته و پرداخته با بیش از ۷۵۰
مقاله است.

توزیع

فردی که برای این شبکه
سایت‌های ساخته و
پرداخته کار می‌کند، مطلب
را در فیس‌بوک انتشار داد.

بازتولید

افراد متصل به شبکه سایت خبری ساخته و پرداخته برای تشدید اثر مقاله
در جهت ایجاد سوداگری بیشتر، مطلب را تبادل کردند.

شکل ۳ - فازهای «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»

اهداف پودمان



- < تبدیل شدن به مصرف‌کننده زیرک‌تر اطلاعات برخط از طریق فکر کردن درباره گستره وسیع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی.
- < تفکر نقادانه درباره سازندگان (معمولاً بی‌نام و نشان یا متقلب) انواع این اطلاع‌رسانی‌ها، قالب‌های این موارد اطلاع‌رسانی، نحوه تفسیر آنها و چگونگی توزیع آنها.
- < شناخت پیچیدگی‌های «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» و مخصوصاً شناخت نیاز تفاوت قائل شدن میان افراد سازنده انواع این اطلاع‌رسانی‌ها، قالب‌هایی که آنها استفاده می‌کنند و روش‌های تبادل این پیام‌ها توسط مخاطبین.
- < توانایی لحاظ کردن دشواری‌های حل و فصل چالش دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی.
- < تأکید بر مسئله چگونگی اثرگذاری «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» بر نظام‌های مردم‌سالار و جوامع باز: موضوع پودمان قبلی.

موجود در:

<https://web.archive.org/web/20161115024211/http://wtoc5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorse-donald-trump-for-president-releases-statement/> [accessed 06/04/2018].



نتایج یادگیری

پس از این دوره، شرکت‌کنندگان می‌توانند:

۱. راه‌های بحث درباره این موضوع و روش‌های سیاستمداران، رسانه‌های خبری و دانشگاهیان را برای شکل دادن به آن بشناسند.
۲. لطمه و دروغ را به عنوان روش‌های «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» بشناسند.
۳. انواع غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی را بشناسند و آنها را در مثال‌های مختلف به کار برند.
۴. درباره نمونه‌های دروغ‌رسانی نقادانه فکر کنند، فرد آغازگر یا خالق آن را شناسایی کنند، شکل پیام را درک کنند و بفهمند که مخاطبین چگونه آن را تفسیر می‌کنند.
۵. ضرورت تأمل دقیق بر این مسئله را برای دیگران توضیح دهند.

قالب پودمان

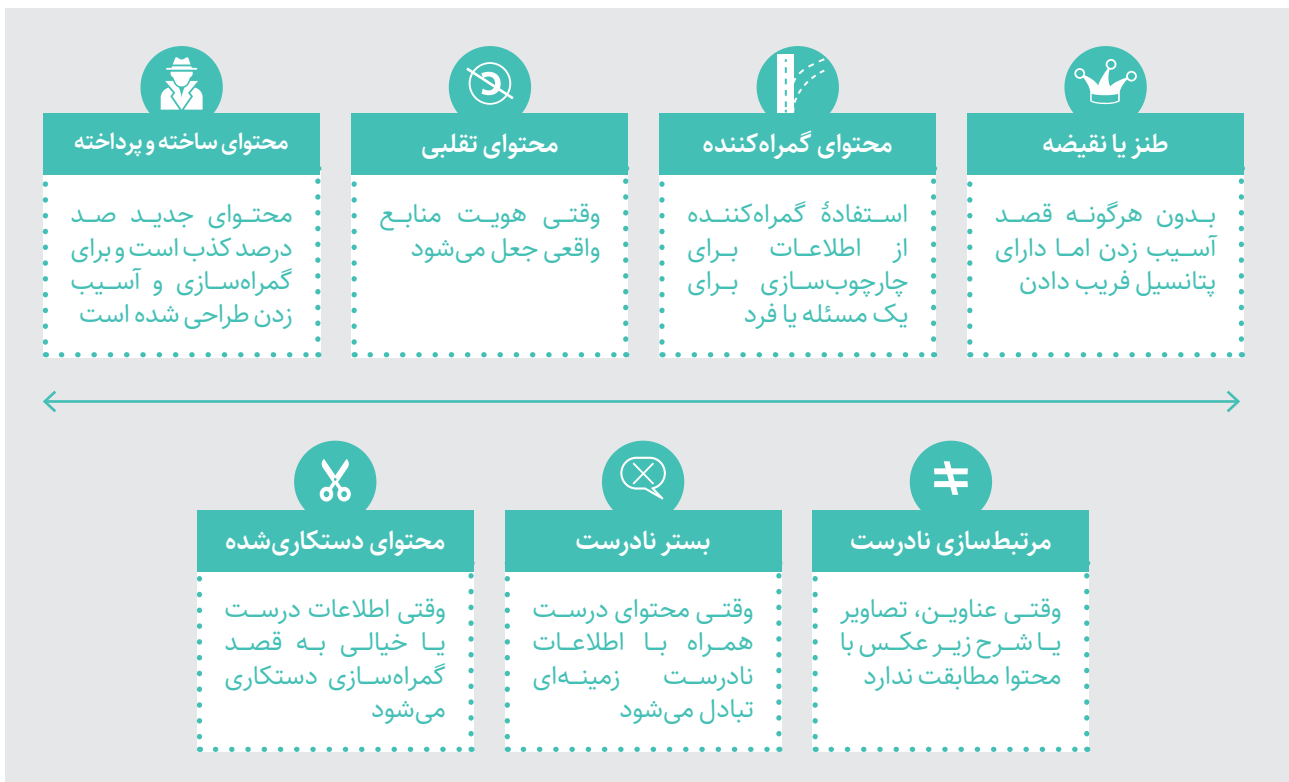


گفتار نظری و کارگاه عملی:

- اسلایدهای این پودمان^۱ برای پشتیبانی از یک کارگاه تعاملی درازمدت طراحی شده‌اند.
- متن فوق، برای تحقق هدف این برنامه درسی، به عنوان مبنای گفتار نظری پیشنهاد شده است و تمرین‌های عملی این اسلایدها نیز برای تدریس ۹۰ دقیقه‌ای در نظر گرفته شده‌اند. اساتید باید اسلایدها را همراه با تمرینات و پرسش‌های بحث نشان دهند.
- تمرین ۱: به شکل ۴ که «انواع هفت‌گانه دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی» در آن تشریح شده‌اند نگاه کنید. شرکت‌کنندگان در گروه‌های دو نفره یا بیشتر می‌توانند نمونه‌هایی را که در این دسته‌بندی‌ها قرار می‌گیرند ارائه کنند.

۱ اسلایدها در سایت زیر موجودند:

https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



شکل ۴ - دسته‌بندی هفت‌گانه «ناهنجاری اطلاع‌رسانی»^۱

تمرین ۲: نمودار ون^۲ (شکل ۱) را که نشان‌دهنده تفاوت‌های میان غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی و لطمه‌رسانی است بررسی کنید. آیا با آنها موافقت می‌کنید؟ چه مواردی جا افتاده‌اند؟ آیا مطلبی وجود دارد که بتوانید آن را به چالش بکشید؟

متصل کردن برنامه با نتایج یادگیری

الف. نظری

گفتار	مدت	نتایج یادگیری
ارائه و بحث کلاسی: تبادل دانسته‌های قبلی درباره موارد اخیر دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی	۹۰ دقیقه	۱

ب. عملی

گفتار	مدت	نتایج یادگیری
تمرین ۱: به شکل ۴ که نشان‌دهنده انواع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی است نگاه کنید و در گروه‌های دو نفره یا بزرگ‌تر، نمونه‌هایی را که در این دسته‌بندی قرار می‌گیرند پیدا کنید.	۴۵ دقیقه	۲

1 firstdraftnews.org

2 Venn

۳	۴۵ دقیقه	تمرین ۲: شکل ۱ را که تفاوت‌های میان دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی و «لطمه‌رسانی» را مشخص کرده است بررسی کنید. آیا با آنها موافقید؟ آیا موردی را به چالش می‌کشید؟
---	----------	---

تمرین پیشنهادی

یک استوری‌برد^۱ برای یک ویدیوی توضیحی بسازید که رسانه‌ای اجتماعی بتواند آن را به منظور آموزش به کاربران دربارۀ مواردی که هنگام مصرف اطلاعات در سایت باید به آنها توجه کنند در بالای محتوای خبری‌اش قرار دهد. شرکت‌کنندگان می‌توانند نمونه‌هایی از دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی را مطرح کنند که در دورۀ این پودمان با آنها برخورد کرده‌اند تا بر مخاطرات یک «لایک کردن» ساده، «تبادل»، و اظهارنظر در مورد پست‌هایی که خواننده از درست یا نادرست بودن آن مطمئن نیست تأکید کنند. ابزاری ساده برای ساختن استوری‌برد را می‌توان در سایت پانویس^۲ پیدا کرد.

مطالب آموزشی

اسلایدها در سایت پانویس^۳.

منابع مطالعه

Berger, G. 2017. Fake news and the future of professional and ethical journalism. Presentation at conference organized by the Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament on 6 September 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) *Types of Misinformation During the UK Election*, First Draft News,

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>

Guy, H. (2017) *Why we need to understand misinformation through visuals*, First Draft News,

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/>

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) «Plz RT»: A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo).

موجود در:

https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News,

موجود در:

<https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making*. Council of Europe.

۱ توجه: storyboard ساختن، فرایند خلاق برنامه‌ریزی در تبلیغات، فیلم، تولید مستند و روزنامه‌نگاری است که نمایش تصویری مرحله به مرحله تولید متن، فیلم یا محتوای شنیداری را در بر دارد.

۲ <http://www.storyboardthat.com/>

۳ https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/>
Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online*, First Draft News,

موجود در:

https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/
Zuckerman, E. (2017) *Stop Saying Fake News, It's Not Helping*, My Heart's in Accra,

موجود در:

<http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

تحول صنعت خبر: فناوری دیجیتال، شبکه‌های
اجتماعی و گسترش غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی
قالب‌های غلط‌رسانی، دروغ‌رسانی و لطمه‌رسانی
جولی پوزتی



پودمان ۳



عصر دیجیتال به عنوان «دوران طلایی روزنامه‌نگاری» تعریف شده است.^۱ در این عصر فقط با یک کلیک ماوس می‌شود به مخازن عظیم داده‌هایی دسترسی یافت که به روزنامه‌نگاری تحقیقی بی‌سابقه^۲، الگوهای جدید گزارشگری میان‌مرزی توأم با همکاری، و دسترسی به گنجینه‌های دانش و منابع متنوع منتهی می‌شوند. در عین حال، عصر حاضر با چالش‌های غیرمترقبه و مستمر و تغییرات ساختاری در صنعت اخبار همراه بوده است. روزنامه‌نگاری «زیر آتش»^۳ است و در معرض «طوفان شدید» فشارهای همگرایی قرار دارد که «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» را ایجاد می‌کنند.^۴ این موارد عبارت‌اند از:

- < ظهور جوسازی رایانه‌ای^۵ و «تبدیل کردن بی‌اعتمادی به اسلحه»^۶.
- < اختلال دیجیتال در تبلیغات که مسبب فروپاشی الگوی سنتی کسب‌وکار انتشار اخبار و بیکاری گسترده است.
- < ناکام ماندن تبلیغات دیجیتال در حمایت از روزنامه‌نگاری به عنوان جایگزین تبلیغات چاپی (گوگل و فیسبوک اکنون ذینفعان اصلی فروش تبلیغات دیجیتال هستند)^۷.
- < همگرایی دیجیتال که شکل سفارشات محتوا، تولید، انتشار و توزیع را عوض کرده است، فشار ضرب‌العجل‌ها را به شدت افزایش داده و منجر به از دست دادن فزاینده مشاغل شده است.
- < آزار هدفمند بر خط روزنامه‌نگاران (مخصوصاً زنان) و منابع و مخاطبان آنها^۸.
- < شبکه‌های اجتماعی که مخاطبان را در خط مقدم کشف و توزیع محتوا قرار می‌دهند^۹ و آنها را تبدیل به همکاران خود در تولید خبر می‌کنند (این کار منافع زیادی دارد اما ثبات رسانه‌های خبری سنتی را در نگرانی از استانداردهای راستی‌آزمایی و اثرگذاری بر آنها از میان می‌برد^{۱۰}).
- < انتظارات مخاطبان برای دریافت اخبار «به‌محض تقاضا»، دریافت اخبار با گوشی همراه و مشارکت بلادرنگ^{۱۱} در شبکه‌های اجتماعی به افزایش فشار بر دست‌اندرکاران حرفه‌ای خبر می‌انجامد که با مشکل کم‌رنگ شدن منابع در چرخه پایان‌ناپذیر اخبار مواجه‌اند.
- < تلاش برای حفظ مخاطبان سبب می‌شود ناشران اخبار به عنوان موانع انتشار حذف شوند و هر شخص حقیقی یا حقوقی توان تولید محتوا، دور زدن نگرانیان سنتی و رقابت برای جلب توجه را پیدا می‌کند (از جمله سیاستمداران قدرتمندی که در پی تضعیف اعتبار گزارشگری نقادانه هستند)^{۱۲}.

- 1 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* UNESCO, Paris. p 104 <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [accessed 01/04/2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle).
- 2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). *The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money*, One World, London.
- 3 UNESCO (2018). *World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018*. UNESCO, Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf> [accessed 29/03/2018].
- 4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Council of Europe*, Op Cit. Note: the video recording of a panel discussion at the 2018 International Journalism Festival, convened by the chapter author, is a resource that instructors may wish to use for the operationalization of this module. <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity>.
- 5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). *Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project*. OECD. <http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [accessed 01/04/2018].
- 6 UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. UNESCO, Paris. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [accessed 29/03/2018].
- 7 Kollwe, J. (2017). *Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue* The Guardian, May 2nd 2017. <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [accessed 29/03/2018].
- 8 بنگرید به پودمان ۷.
- 9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). *The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News in Digital Journalism*, 2(4) <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [accessed 29/03/2018].
- 10 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [accessed 29/03/2018].
- 11 real-time
- 12 Cadwalladr, C. (2017). *Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance*, The Guardian, October 28th 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [accessed 29/03/2018].



رئوس مطالب

بیرون کشیدن مسائل

۱) عوامل ساختاری «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» تأثیرگذار بر صنعت خبر

الف) فروپاشی الگوهای سنتی کسب‌وکار

نزول سریع درآمدهای تبلیغات سنتی (الگوی تأمین مالی که حدود دو قرن حامی روزنامه‌نگاری تجاری بود) و ناکامی تبلیغات دیجیتال در تولید سود کافی به پیدایش دوران تجربیات فوری فوتی‌ای منجر شده‌اند که برای پایداری کسب‌وکار روزنامه‌نگاری طراحی شده‌اند. با این همه، فروپاشی صنعت خبر فقط و فقط شتاب گرفته است، و کاهش چشمگیر میزان روزنامه‌ها، دوباره‌سازی چشمگیر ساختارها، و برکنار شدن انبوهی از کارکنان، به تجربه‌ای رایج و چرخه‌ای در اتاق‌های خبر عصر دیجیتال تبدیل شده است. رفتارهای متغیر مصرف‌کنندگان رسانه‌ها و گسترش شبکه‌های اجتماعی در کنار ظهور گوشی‌های هوشمند با قیمت‌های معقول که امکان استفاده از اپلیکیشن‌ها را دارند، با آسیب‌های چرخش مخاطبان از محصولات سنتی خبری به شکل‌های تبادل دست‌به‌دست اطلاعات که خود باعث کاهش بیشتر درآمد است نیز همراه شده‌اند.

اثرات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» عبارت‌اند از:

< **تقلیل منابع اتاق خبر (کارکنان و بودجه)** که باعث توجه کمتر به منابع و اطلاعات و کاهش گزارشگری «در صحنه» شده است.

< **افزایش فشار ضرب‌العجل‌ها** با کاهش فرایندهای کنترل کیفیت و از دست دادن مشاغل همراه شده است، در حالی که تقاضا برای تولید انبوه محتوا برای پر کردن صفحات سایت‌ها و کانال‌های شبکه‌های اجتماعی ادامه دارد.

< **زمان و منابع کمتر برای «بررسی و توازن»** (شامل بررسی واقعیت‌های گزارش شده و ویرایش‌های ثانویه).

< **اتکای بیش از حد بر «تبلیغات بومی»**^۳ ای که درست‌شناسایی نشده‌اند اما سودآورند، و نیز عناوین جذاب

1 peer-to-peer sharing

2 Posetti, J. & Silverman, C. (2014) Ibid

۳ native advertising: عبارتی است در صنعت رسانه برای ارجاع به محتوای از پیش خریداری‌شده‌ای که از رپورتاژ خبری تقلید می‌کند. به عنوان اقدامی اخلاقی باید عنوان «خریداری‌شده» صراحتاً بر این

< سودآوری و اثرگذاری محدود بسیاری از رسانه‌های استارت‌آپی جدید و صرفاً دیجیتال که فضای خالی ایجاد شده در اثر ناکامی روزنامه‌ها را پر می‌کنند.

< زوال اعتماد به روزنامه‌نگاری و سازمان‌های رسانه‌های اصلی که باعث کاهش بیشتر مخاطبان، از میان رفتن سود باقیمانده و ترغیب گسترش «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» می‌شود.

در نتیجه، مرز میان واقعیت، سرگرمی، تبلیغات، ساختن و پرداختن و تخیل بیش از پیش در حال محو شدن است. همین‌که دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی انتشار یافت، نظام توزیع اخبار اجتماعی که متکی بر تبادل دست‌به‌دست است مکرراً محتوا را ویرال می‌سازد و حتی اگر روزنامه‌نگاران و سایر بررسی‌کنندگان واقعیت‌ها با موفقیت آن را افشا کنند نمی‌توان آن را حذف نمود.

در این پودمان، شرکت‌کنندگان با نحوه مشروعیت‌بخشی و گسترش ویرال دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی بر اثر فروپاشی بسیاری از الگوهای جدید کسب‌وکار تجاری رسانه‌های خبری در عصر دیجیتال همراه با فرایندهای تحول دیجیتال و همچنین پیدایش شبکه‌های اجتماعی آشنا خواهند شد.^۲ این پودمان همچنین در تحلیل نقادانه پاسخ‌های رسانه‌های خبری به «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند. علاوه بر این، پودمان حاضر شرکت‌کنندگان را از عملکردهای مناسب نوظهور صنعت خبر برای مدیریت مشکلات مطلع می‌سازد.

مشوق کلیک کردن که خطر افزایش زوال اعتماد مخاطبان را به همراه دارد.

ب) تحول دیجیتال اتاق‌های خبر و روایت وقایع

نخستین دهه قرن بیست و یکم بسیاری از اعضای جهان رسانه‌ها را مبهوت کرد^۱ و حاکم شدن عصر دیجیتال سبب اختلال در الگوها و روندهای تولید و توزیع و مصرف خبر شد. این دوره با فرصت‌ها و چالش‌های غیر مترقبه همراه بود. تحول دیجیتال صنعت خبر و روزنامه‌نگاری امروزه به فرایندی همیشگی تبدیل شده است که همزمان توسط تغییرات رفتاری مخاطبان (از جمله توزیع دست‌به‌دست محتوا به محض تقاضا برای دسترسی) و فناوری جدید (مانند ظهور شبکه‌های اجتماعی، ظهور واقعیت مجازی، هوش مصنوعی و دسترسی بیشتر به گوشی‌های هوشمند) پیش برده می‌شود.^۲ بنابراین نیاز به ظرفیت‌سازی دیجیتال همچنان وجود دارد.

اثرات «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» عبارت‌اند از:

- < همگرایی رسانه‌ها: امروزه بسیاری از روزنامه‌نگاران موظف به تولید محتوا به‌طور همزمان برای شبکه‌های متعدد (از گوشی همراه تا چاپی) هستند که این خود باعث کمتر شدن زمان برای گزارشگری کنشگرانه به‌عنوان روندی متمایز از شکل‌های واکنشی مانند بازتولید محتوای روابط عمومی بدون بررسی کافی می‌گردد.
- < گزارشگران بیش از پیش باید محتوای خود را بدون بررسی مناسب ویرایش و منتشر کنند.^۳
- < ضرب‌العجل‌های تقدم دیجیتال همواره «همین حالا» هستند و این موضوع احتمال خطا را بالا می‌برد.
- < تقدم انتشار امری رایج در شبکه‌های اجتماعی است و گزارشگران داستان‌های خود را در حساب‌های کاربری شخصی شبکه‌های اجتماعی خود و/یا حساب‌های کاربری منتشرکنندگان خود در شبکه‌های اجتماعی خود قرار می‌دهند تا تقاضای مخاطبان برای اخبار بلادرنگ را برآورده کنند. چنین عملکردهایی مثل «توثیق‌های زنده»، ویدئوهای «زنده فیس‌بوک» و سایر اقدامات روزنامه‌نگاری لزوماً با نظارت سردبیری (مانند خبرپراکنی زنده) همراه نیستند و به‌صورت بالقوه به پدید آمدن ذهنیت «اول منتشر کن، بعد بررسی کن» منجر می‌شود.
- < به تحلیل‌های ناقص و ابتدایی داده‌هایی اتکا می‌شود که به جای آنکه بر اساس «مدت‌زمان توجه به وبسایت» و «مدت‌زمان سپری‌شده در وبسایت» (شاخص‌های مفیدتر روزنامه‌نگاری باکیفیت و جافاده) باشند، بر تعداد کلیک‌ها بر روی مطلب و تعداد بازدیدکنندگان انحصاری وبسایت تمرکز دارند. با استفاده از این تحلیل‌ها بالا بردن قیمت تبلیغات بی‌پشتوانه و کم‌ارزش دیجیتال را توجیه می‌کنند.
- < طعمه‌گذاری برای کلیک (یعنی استفاده از عناوین گمراه‌کننده برای وسوسه کردن خوانندگان به کلیک بر لینک‌هایی با ظواهر کاذب) طراحی شده است تا حجم کاربران را به حرکت دریاورد ولی با زوال اعتماد به روزنامه‌نگاری حرفه‌ای همراه است.
- < طلب وایرال شدن به قیمت از دست دادن کیفیت و دقت. این مشکلی است که احتمالاً با «یادگیری ماشین» شدت می‌گیرد.
- < افزایش واحدهای بررسی وقایع درون اتاق‌های خبر، و به‌عنوان محصولات پروژه‌های توسعه رسانه‌ها.

محتوا قرار بگیرد اما ترس از ریزش خوانندگان باعث فقدان شفافیت در برخی موارد شده است.

1 Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [accessed 29/03/2018].

۲ برای تحلیل تفصیلی جهانی روندهای رسانه‌های دیجیتال، بنگرید به گزارش اخبار دیجیتال مؤسسه مطالعه روزنامه‌نگاری رویترز. ویراست ۲۰۱۸ این گزارش در سایت زیر موجود است: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018/>.

۳ بنگرید به مطالعه موردی رسانه‌های اجتماعی استرالیا:

Robin, M. (2014). *Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model* Crikey. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [accessed 29/03/2018]. (Note: this method is now entrenched across Fairfax Media's regional, rural and community publications).

عصر دیجیتال باعث حذف موانع انتشار شد^۱ و راه «چرخش ابزار تولید به سمت افرادی که پیش از این مخاطب شناخته می‌شدند»^۲ را باز کرد و این افراد تولیدکنندگان مشترک محتوا از جمله اخبار شدند^۳. این افراد ابتدا مخاطبان خود را از طریق ایمیل و اتاق‌های چت به دست می‌آوردند پیش از اینکه شبکه‌های اجتماعی افزایش دسترسی آنها را شدیداً افزایش دهند.

۲. پیدایش شبکه‌های اجتماعی

در بسیاری از کشورها در اواخر دهه نخست قرن بیست و یکم، توئیتر و فیسبوک، به عنوان شبکه‌های اجتماعی اصلی، به یوتیوب پیوستند و بر عملکرد و هویت حرفه‌ای روزنامه‌نگاران (مخصوصاً در ارتباط با راستی‌آزمایی، مشارکت مخاطبان و نبرد حوزه‌های خصوصی و عمومی که در شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد^۴) و توزیع محتوا تأثیر گذاشتند. همان‌طور که افراد شبکه‌ها را بر مبنای اعتماد شکل می‌دادند، توزیع دست‌به‌دست محتوا (مخصوصاً در فیسبوک) روش‌های سنتی توزیع محتوا را به چالش کشاند.

کاربران کانال‌های محتوایی خود را - شامل محتوای گرفته‌شده از شبکه‌های خبری، روزنامه‌نگاران و سایر ارائه‌کنندگان اطلاعات موثق - بدون واسطه اداره می‌کردند. در نتیجه توزیع از طریق «شبکه‌های اعتماد» (کاربران و همسانان)، محتوای غیردقیق، غلط، بدخواهانه و جوسازی‌ها در لباس اخبار جذابیت بیشتری پیدا کردند. پژوهشگران دریافته‌اند که احتمال توزیع مجدد محتوای هیجانی و محتوایی که دوست یا عضو خانواده در شبکه‌های اجتماعی تبادل می‌کنند، بالا رفته است^۵.

همان‌طور که که روزنامه‌نگاران و سازمان‌های خبری بنا به ضرورت خود را به منظور جمع‌آوری خبر، مشارکت دادن مخاطبان و توزیع محتوا در این سازوکارها قرار دادند (آنها به حضور در جاهایی که مخاطبان فعال بودند نیاز داشتند)، «جابه‌های فیلتر»^۶ یا «اتاق‌های پژواک»^۷ نیز پدید آمدند (حتی اگر آن‌قدر که گفته می‌شود سحرآمیز یا ناپیدا هم نباشند). این تحول مخاطرات ناشی از «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» را تشدید کرده است.

مزایای روزنامه‌نگاری شبکه‌سازی شده با مخاطبان^۸ توانایی دستیابی به منابع متعدد جمعیتی، راستی‌آزمایی توأم با همکاری^۹ (مناسب برای اصلاح غلط‌رسانی، افشای دروغ‌رسانی و شناسایی کنشگران بدخواه) و گسترش مخاطبان وفادار (به پشتیبانی تعامل مستقیم کنشگر روزنامه‌نگاری و مصرف‌کننده اخبار) را در بر دارد^{۱۰}. آنها همچنین مخاطبان‌شان را برای اعلام موارد نادرستی که گزارشگران ثبت کرده‌اند یا کمک توأم با همکاری به تحقیق توانمند می‌سازند. حوزه عمومی شبکه‌سازی شده نیز به روزنامه‌نگاران و مخاطبان کمک می‌کند تا سانسور و محدودیت‌های خودسرانه‌ای را

1 Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/we-the-media-8.html> [accessed 29/03/2018].

2 Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, PressThink blog (June 27th, 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [accessed 29/03/2018].

۳ برای اشاره به این روند واژه برساخته produsage استفاده می‌شود که ترکیبی است از produce به معنای تولید و usage به معنای استفاده.

Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production. Peter Lang, New York.

4 Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, September 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [accessed at 29/03/2018].

5 Bakir, V. & McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions* Digital Journalism (Taylor and Francis) July, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [accessed 29/03/2018].

۶ نکته: filter bubbles فضای بیش از حد بزرگی هستند که افراد همفکر، با استفاده از الگوریتم‌هایی که محتوای اختصاصی در اختیار کاربران قرار می‌دهند، آنها را محبوب می‌کنند. منبع: Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York

۷ echo chambers اثر تعصب تأیید شدن بر افراد همفکر در شبکه‌های اجتماعی. پودمان ۵ حاوی مطالب بیشتر در زمینه تعصب تأیید شدن است.

8 audience-networked journalism

9 Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin in Journalism Practice*, 11(2-3). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2017512786.2016.1245110> [accessed 29/03/2018].

10 Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience* PBS Mediashift, May 24th, 2010. <http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/> [accessed 29/03/2018].

(مانند لایه‌های «متخصصین چرخش خبری»)^۱ که مانع دسترسی به اطلاع‌رسانی و جوامع باز هستند دور بزنند.

تعامل روزنامه‌نگاران با مخاطبان و منابع اطلاعات از طریق کانال‌های شبکه‌های اجتماعی را همچنین می‌توان ویژگی جدید چارچوب‌های پاسخگویی دانست که به فرایند خودتنظیمی کمک می‌کند. این تعاملات به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهد به نقدهای درست وارد بر کار خود پاسخ سریع و عمومی بدهند، خطاها را بلافاصله اصلاح کنند، و شفافیت عملکردشان از طریق «ساختن محتوا از دل فرایند» افزایش دهند.^۲

مضرات این مسئله عبارت‌اند از:

- < افزایش احتمال ویرال شدن دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی با تشدید توزیع آنها از طریق «شبکه‌های اعتماد»^۳ و پاسخ‌های عاطفی (مانند پاسخ‌های عاطفی‌ای که محرکشان سوگیری تأییدی است). (بنگرید به پودمان ۵).
- < توانایی دولت‌ها و سایر سازمان‌ها برای کنار گذاشتن بازرسی و راستی‌آزمایی شبکه‌های خبری از طریق «مراجعه مستقیم به مخاطبان» برای اجتناب از زیر ذره‌بین قرار گرفتن. طبق شواهد، کسانی که در پی تأثیرگذاری بر نتایج انتخابات و سیاستگذاری عمومی‌اند از توانایی بیشتری برای سوءاستفاده از قدرت شبکه‌های اجتماعی برخوردارند.^۴
- < بیشتر احتمال دارد اطلاعات جنجالی تبادل شوند.^۵
- < ناممکن بودن حذف یا اصلاح دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی پس از ویرال شدن آنها. هیچ میزان افشا یا گزارشگری که موارد غلط را مشخص می‌کنند نمی‌تواند اثر داستان ساخته و پرداخته، یادداشت بدخواهانه، فیلم تبلیغاتی صحنه‌سازی‌شده به‌عنوان اخبار، یا گزارش غلط ناشی از راستی‌آزمایی نشدن را به‌طور کامل از بین ببرد.
- < نیاز به انتشار آنی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند باعث تبادل غیرعمدی دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی یا مطالبی با منابع غلط شود.^۶
- < سطح پایین سواد عمومی و مهارت‌های راستی‌آزمایی رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در کل جامعه. این روند در بسیاری از موارد یعنی کاربران عمومی شبکه‌های اجتماعی از توان مناسب برای تعیین موثق بودن محتوا پیش از تبادل آن بی‌بهره‌اند.
- < خطر نقض آزادی بیان توسط دولت‌ها از طریق سانسور و تعطیلی ناموجه در واکنش به مسائل اضطراری ذکرشده در بالا.
- < شکل‌گیری حباب‌های فیلتر که از دیدگاه نظری بر تعصبات صحنه می‌گذارند و امکان مواجهه با اطلاعات باکیفیت راستی‌آزمایی‌شده را کاهش می‌دهند.
- < خطر کار بی‌کیفیت روزنامه‌نگاری که خود باعث کاهش احترام مخاطبان به این حرفه و مشروع‌سازی حملات به رسانه‌های خبری از سوی افراد علاقه‌مند به خاموش کردن صدای منتقدین می‌گردد.

1 spin doctors

2 Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press.

موجود در:

<http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhpapers>

۳ trust networks؛ شبکه‌های افرادی که اطلاعات برخط را از طریق ارتباطات مبتنی بر اعتماد (مانند خانواده و گروه‌های دوستان) به‌شکل بی‌واسطه و دست‌به‌دست با هم تبادل می‌کنند. تحقیقات مکرراً ثابت کرده‌اند که کاربران شبکه‌های اجتماعی بیشتر اطلاعات استخراج‌شده از این‌گونه «شبکه‌های اعتماد» را بدون توجه به صحت و سقم آنها تبادل می‌کنند.

4 Freedom House (2017). *Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy* Freedom House. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2017> [accessed 29/03/2018]. See also Cadwalladr, C. (2018). *I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower*, The Guardian/Observer <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump> [accessed 31/03/2018].

5 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies* (Taylor and Francis) March, 2017. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [accessed 29/03/2018].

6 Posetti, J. (2009). *Rules of Engagement For Journalists on Twitter* PBS Mediashift, June 19th 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [accessed 29/03/2018].

< خطر سردرگمی مخاطبان در مورد تمایز دادن اخبار از دروغ‌رسانی در لباس اخبار^۱.

< آماده نبودن اتاق‌های خبر برای پاسخ به دروغ‌رسانی و نیاز به تیم‌های سردبیری شبکه‌های اجتماعی برای تدوین راهبردهای به‌روز برای مبارزه بهتر با مشکل^۲.

۳. ظهور شبکه‌ها

کاترین واینر^۳ سردبیر گاردین می‌گوید: «فیسبوک با قرار دادن الگوریتم‌ها به جای سردبیران به ثروتمندترین و قدرتمندترین ناشر تاریخ تبدیل شده است»^۴. شبکه‌های اجتماعی به عنوان «نگهبانان جدید»^۵ تشویق شده‌اند در حالی که همچنان رغبتی به نظارت‌های مرسوم انتشارات - نظارت‌هایی مانند راستی‌آزمایی و طبقه‌بندی - نشان نمی‌دهند هر چند تصمیماتی برای سانسور کردن برخی محتوا به شکلی که تضعیف‌کننده آزادی رسانه‌هاست می‌گیرند^۶. تلاش شبکه‌ها برای توجه به دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی به سرعت در حال گسترش است اما مقاومت آنها در برابر الف) واکنش مناسب در سطح جهانی و ب) مسئولیت‌پذیری به سبک ناشرین در قبال اثرات اجتماعی و مردم‌سالارانه آنها باعث می‌شود این خطر وجود داشته باشد که از آنها به عنوان کارخانه‌های «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» و سوءاستفاده برخط استفاده شود.^۷

کارکرد الگوریتم فیسبوک در توزیع اخبار و گسترش دروغ‌رسانی به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه از سال ۲۰۱۶^۸، مخصوصاً در شرایط جوسازی رایانه‌ای که بر طیفی از از سازوکارهای باز شبکه‌های اجتماعی اثرگذار است، زیر ذره‌بین قرار گرفته است^۹. به هر حال، پس از تعهدات اولیه و اقداماتی در همکاری با سازمان‌های خبری و اساتید دانشگاهی روزنامه‌نگاری برای پاسخ دادن به این بحران که در بردارنده حرکت به سمت استخراج محتوای قابل اطمینان و مشخص کردن مطالب غلط و همراه‌کننده، فیسبوک در ژانویه ۲۰۱۸ به میزان چشمگیری از این عملکرد عقب‌نشینی کرد^{۱۰}. احتمالاً در شبکه‌های اجتماعی شاهد چرخشی از باز بودن نظام‌های تعامل مخاطبان به سمت بسته‌تر شدن آنها خواهیم بود و مجموعه کاملاً جدیدی از معانی پخش کردن اخبار و پایداری روزنامه‌نگاری باکیفیت مطرح خواهد شد. ایجاد حباب‌های فیلتر و توزیع ویرال دروغ‌رسانی خطرات دیگری^{۱۱} را نیز از جمله مسائل الگوریتم‌های جستجوگرهایی مانند گوگل در بر دارد که طبق اذعان گوگل در اوایل سال ۲۰۱۸، باعث تقویت تعصب تأیید شدن می‌شود. در زمان نگارش این کتاب راهنما، گوگل اعلام کرده بود که مشغول حل این مشکل است: «ناشرین غالباً دیدگاه‌های مشروع و متنوعی ارائه می‌کنند و ما می‌خواهیم برای کاربران، دید و دسترسی به دیدگاه‌های این منابع متعدد را فراهم کنیم»^{۱۲}.

عواقب «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» برای روزنامه‌نگاری و صنعت خبر:

< زوال بیشتر اعتماد به برندهای خبری روزنامه‌نگاری و خود روزنامه‌نگاران که اطلاعات نادرست، ساخته و

- 1 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). "News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RIS), Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [accessed 29/03/2018].
- 2 Elizabeth, J. (2017) *After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms*, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/> [accessed 29/03/2018].
- 3 The Guardian Editor-In-Chief Katherine Viner
- 4 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis* The Guardian, November 17th, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [accessed 29/03/2018].
- 5 Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [accessed 29/03/2018].
- 6 Hindustan Times (2016). *Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo*. <http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwaIGZeKlyN.html> [accessed 29/03/2018].
- 7 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment*, The Conversation, June 29th 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [accessed 29/03/2018].
- 8 Finkel, Casey & Mazur (2018) Ibid
- 9 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). *Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?*. Big Data 5(4) <http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing/academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/> [accessed 29/03/2018].
- 10 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L. (2018). *Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come?* NiemanLab. <http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [accessed 29/03/2018].
- 11 Alaphillippe, A. (2018). *Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News*, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [accessed 29/03/2018].
- 12 Hao, K. (2018). *Google is finally admitting it has a filter bubble problem*, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [accessed 29/03/2018].

پرداخته و گمراه‌کننده را تبادل می‌کنند.

< آمیختن گزارشگری با کیفیت با دروغ‌رسانی و محتوای تبلیغات (خریداری‌شده) بومی با عناوین نامناسب که برای تقلید اخبار طراحی شده‌اند و منجر به افزایش بی‌اعتمادی عمومی می‌شوند.

< فشار بیشتر بر الگوی کسب‌وکار روزنامه‌نگاری: ممکن است مخاطبان دیگر هنگام وقوع بحران‌ها و سوانح به رسانه‌های خبری توجه نکنند زیرا باور دارند که اطلاعات قابل اعتماد و راستی‌آزمایی‌شده همسو منافع عموم به آنها داده نمی‌شود. چنین اعتمادی پایه و اساس وفاداری به برند است و برای ایجاد هرگونه الگوی پایدار کسب‌وکار خبری ضروری است.

< تضعیف نقش روزنامه‌نگاران به عنوان عوامل پاسخگویی (به عنوان مثال، از طریق روزنامه‌نگاری تحقیقی) با اثرات جاری بر جامعه به طور کلان.

< تعطیل کردن رسانه‌ها (گاه توجیه می‌کنند که این کار برای امحای «اخبار جعلی» ضروری است) که آزادی مطبوعات و آزادی بیان را زیر سؤال می‌برد و مسدودسازی اینترنت و شبکه‌ها و همچنین سانسور را در بر می‌گیرد.

< هدف گرفتن بدخواهانه روزنامه‌نگاران (مخصوصاً زنان روزنامه‌نگار) از سوی متولیان دروغ‌رسانی با استفاده از آزار برخط با هدف بی‌اعتبارسازی گزارشگری نقادانه همراه با تلاش عمدی برای به دام انداختن روزنامه‌نگاران در دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی^۱.

عملکرد نوظهور در صنعت: سازمان‌های خبری چگونه «اخبار جعلی» را پوشش می‌دهند و با «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» مقابله می‌کنند

حل و فصل مشکلات و مخاطراتی که در بالا به آنها اشاره شد نیازمند همت حرفه‌ای، تعهد به اخلاقیات، استانداردهای بالای گزارشگری و راستی‌آزمایی (شامل روش‌های راستی‌آزمایی توأم با همکاری) اطلاعات و منابع و نیز افشای فعالانه و گزارشگری خلاق مسائل است.

موارد زیر نمونه‌هایی است از تلاش سازمان‌های خبری و گزارشگران برای پوشش خبر، تشویق مخاطبان به کسب سواد خبری و مقابله با دروغ‌رسانی:

< استفاده گاردین از مطالب اینستاگرام برای مقابله با گسترش دروغ‌رسانی در کنار ویدئوهای کوتاهی که برای مشارکت دادن مخاطبان جوان طراحی شده‌اند^۲.

< استفاده رپلر از روزنامه‌نگاری تحقیقی و تحلیل داده‌های بزرگ برای افشای شبکه‌های «خیمه‌شب‌بازی» جوسازانه که بر مردم‌سالاری در فیلیپین اثر سوء داشت^۳.

< استفاده نیویورک تایمز از گزارشگری توضیحی مستدل با رویکرد بررسی موردی درباره یک مشکل^۴.

< تعهد مرور روزنامه‌نگاری کلمبی^۵ به تحلیل تأمل‌گرایانه عملکرد مشکلات^۶.

< راهنمای گاردین استرالیا برای گزارشگران درباره به چالش کشیدن انکار تغییرات اقلیمی^۷.

۱ بنگرید به تحلیل تفصیلی در پودمان ۷.

۲ بنگرید به:

<https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (See also: *The Guardian's 'Fake News' interactive quiz* <https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)

۳ بنگرید به:

<https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>

۴ بنگرید به:

<https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
5 Columbia Journalism Review

۶ بنگرید به:

https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php

۷ بنگرید به:

<https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>

- < همکاری افشاگران روزنامه‌نگاران و دانشگاهیان ژاپنی در طی انتخابات آن کشور در سال ۲۰۱۷ که مبنای آن اصول برنامه بسیار موفق نظارت بر انتخابات کراس چک^۱ در انتخابات فرانسه در همان سال بود.^۲
- < پروژه الکشن لند^۳ در ایالات متحده آمریکا، نمونه جالبی از همکاری اساتید و دانشجویان روزنامه‌نگاری است.^۴
- < پوشش جهانی و تحقیقاتی رسوایی کمبریج آنلیتیکا^۵ (شامل آبرور^۶ و گاردین، اخبار کانال ۴^۷ و نیویورک تایمز) و روش توانمندسازی دانش که واکس میدیا^۸ برای توزیع مطلبی پیچیده به مخاطبان خود از آن استفاده کرد.^۹
- < استفاده کوینت^{۱۰} از توان مخاطبان برای مقابله با گسترش دروغ‌رسانی در واتس‌اپ در هندوستان و گزینش خلاق آنها از محتوای راستی‌آزمایی شده در آن.^{۱۱}

مدرسین تشویق می‌شوند نمونه‌های دیگری را از مناطق و زبان‌های خود یادگیرندگان به این موارد اضافه کنند. راهبردهای پروفسور چارلی بکت نیز برای تقویت روزنامه‌نگاری اخلاقی در زمانه «اخبار جعلی» ارزشمند است. او معتقد است که روزنامه‌نگاران باید:

- < ارتباط برقرار کنند: در همه شبکه‌ها حاضر و در دسترس باشند.^{۱۲}
- < مطلب ارائه کنند: به کاربران در یافتن محتوای خوب، هر جا که باشد، کمک کنند.
- < مرتبط باشند: از زبان کاربران استفاده کنند و با خلاقیت «گوش کنند».
- < متخصص باشند: ارزش، بینش، تجربه و بستر مربوطه را به کارشان اضافه کنند.
- < امانتدار باشند: واقعیت‌ها، توازن و صحت مطالب را بررسی کنند.
- < انسان باشند: از خود همدلی، دگرسانی و سازندگی نشان دهند.
- < شفافیت داشته باشند: منابع را نشان دهند، پاسخگو باشند و اجازه انتقاد دهند.^{۱۴}

اهداف پودمان



- < ایجاد شناخت از عوامل ساختاری تضعیف صنعت خبر از یک طرف و درک گسترش دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی از سوی دیگر.
- < توانمندسازی شرکت‌کنندگان به تحلیل نقادانه پاسخ‌های صنعت خبر به پدیده «ناهنجاری اطلاع‌رسانی».

1 CrossCheck

۲ بنگرید به:

<http://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>

3 Electionland

۴ یادداشت ویراستار انگلیسی: کراس چک و ایلکشن لند بخشی از پدیده نوظهور ابتکار عمل‌های موفق در قالب شراکت برای مقابله با دروغ‌رسانی در طی انتخابات هستند. این شراکت‌های «خودجوش» پدیده ارزشمندی برای جبران فقدان یا ضعف و انزوای نسبی نهادهای جاف‌فاده بررسی‌کننده وقایع هستند. بنگرید به:

<https://projects.propublica.org/electionland/>

5 Cambridge Analytica

6 The Observer

7 Channel 4 News

8 Vox Media

۹ بنگرید به:

a. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> b. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

10 Quint

۱۱ بنگرید به:

<https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>

۱۲ نکته: برای مطالعه پژوهش در زمینه نقش برنامه‌های چت در انتشار غلط‌رسانی، بنگرید به:

Bradshaw, S & Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [accessed: 20/8/18].

۱۳ نکته: نویسندگان این کتاب راه‌ها و اقبال‌ها را حضور همه روزنامه‌نگاران در تمامی شبکه‌ها ممکن نیست. اما شاید انتصاب هر روزنامه‌نگار به شبکه‌های نوظهور با اثرگذاری کمتر علاوه بر توییتر، فیس‌بوک و اینستاگرام که بسیار مطرح هستند برای اتاق اخبار مفید واقع گردد.

14 Beckett, C. (2017). Op cit

< درک و نقد نقش شبکه‌ها در ایجاد و استمرار بحران دروغ‌رسانی.

< آموختن از عملکردهای خوب نوظهور میان روزنامه‌نگاران و سازمان‌های خبری‌ای که پاسخ اثربخشی به بحران داده‌اند.

نتایج یادگیری



در پایان این پودمان، شرکت‌کنندگان باید بتوانند:

۱. عوامل ساختاری و تبعات گسترده اقدامات رسانه خبری را در گزارشگری و غلط‌رسانی ارزیابی نقادانه کنند.
۲. نقش فناوری و «نگهبانان جدید» (یعنی شبکه‌ها) را در توزیع وایرال دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی‌هایی که به شکل اخبار ارائه شده‌اند بشناسند و آن را نقد کنند.
۳. اقدامات نوظهور برتر در صنعت خبر برای مشخص کردن و مقابله با دروغ‌رسانی را شناسایی کنند.

قالب پودمان



این پودمان برای ارائه حضوری یا برخط طراحی شده است و باید در دو بخش نظری و عملی اجرا گردد.

مرتبط‌سازی طرح پودمان با نتایج یادگیری

الف. نظری

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
گفتار تعاملی و جلسه پرسش و پاسخ ارائه شده به صورت مرسوم کلاس یا از طریق وبینار برای تسهیل مشارکت از راه دور. محتوای گفتار باید بر مبنای نظریات و نمونه‌های ارائه شده در بالا باشند. البته بهتر است گفتارهای این پودمان شامل مطالعات موردی محلی/فرهنگی باشند. برای ارتقای نتایج یادگیری بسیار مناسب است که گفتار در قالب پنل تخصصی با روزنامه‌نگاران، سردبیران و نمایندگان شبکه‌هایی باشد که به مشارکت در بحث دعوت شده‌اند و سخنران یا مدرس با تعامل مستقیم شرکت‌کنندگان در دوره از طریق برگزاری جلسه پرسش و پاسخ آن را مدیریت کند.	۶۰ الی ۹۰ دقیقه	۱، ۲، ۳

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
کارگاه/جلسه تدریس می‌تواند در فضای مرسوم کلاس یا از طریق سازوکار یادگیری مجازی مانند مودل، گروه‌های فیسبوک یا سایر خدمات برای مشارکت برخط از راه دور برگزار شود. این تمرین می‌تواند در قالب زیر انجام شود. کل شرکت‌کنندگان را می‌توان به کارگروه‌های ۳ الی ۵ نفره تقسیم کرد. هر کارگروه باید: ۱. یک مطالعه موردی دریافت کند که در آن سازمان خبری به صورت غیرعمدی دروغ‌رسانی/ غلط‌رسانی را پوشش داده یا توزیع کرده است. ۲. مطالب درسی را با بحث گروهی ارزیابی کند و درباره خواستگاه اطلاعات و بستر گزارشگری نادرست تحقیق کند (مثلاً آیا این مورد، خبری فوری بوده است یا نه؟)؛ عوامل احتمالی مسئله را بررسی کنند (با توجه به عوامل ساختاری مانند تعدیل نیروهای اخیر در اتاق خبر و نقش شبکه‌های اجتماعی)؛ درباره تجارب خود از فریب دروغ‌رسانی را خوردن بحث کنند. ۳. به صورت گروهی خلاصه تحلیل خود را از عوامل احتمالی خبر انتشار یافته در ۲۵۰ کلمه بنویسند و سه کاری را که روزنامه‌نگار یا سازمان خبری می‌تواند برای پیشگیری احتمالی از انتشار اخبار نادرست انجام دهد مشخص کنند. برای این کار می‌توان از گوگل داکس^۱ یا ابزار مشابه ویرایش گروهی استفاده کرد. این متن باید برای بررسی به سخنران/ مدرس ارائه شود.	۹۰ الی ۱۲۰ دقیقه	۱، ۲، ۳، ۴

تمرین پیشنهادی

گزارش مطالعه موردی (۲۰۰۰ کلمه). سه مطالعه موردی را (شامل یک نمونه از کشور/ منطقه خود) که در آنها سازمانی خبری یک مورد دروغ‌رسانی را توزیع یا بررسی کرده شناسایی کنید و هریک از آنها را (با بررسی عوامل و تبعات دروغ‌رسانی/ غلط‌رسانی) واکاوی کنید و در نهایت از آموخته‌های خود از این مطالعات موردی به صورت قیاسی نتیجه‌گیری کنید (نکته: شرکت‌کنندگان باید به جای استفاده از نمونه‌های ارائه‌شده در بحث‌های کارگاه این پودمان، نمونه‌های جدیدی مطرح کنند).



- Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions* in Digital Journalism (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [accessed 29/03/2018].
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism, March 29th, 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [accessed 29/03/2018].
- Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [accessed 29/03/2018].
- Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in Journalism Studies (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [accessed 29/03/2018].
- Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [accessed 29/03/2018].
- McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.
- Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. <http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [accessed 29/03/2018].
- Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [accessed 29/03/2018].
- Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [accessed 20/03/2018].
- Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [accessed 29/03/2018].
- Rosetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (See also *Trends in Newsrooms 2014*) [accessed 29/03/2018].
- RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475> [accessed 29/06/2018].
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [accessed 29/03/2018].
- Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* <http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview> [accessed 29/03/2018].

پودمان ۳ - تحول صنعت خبر: فناوری دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و گسترش غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی

29/03/2018].

UNESCO (2017). States and journalists can take steps to counter 'fake news'. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [accessed 29/03/2018]

A silhouette of a person sitting and reading a book, set against a background of a sunset or sunrise sky with warm orange and red tones. The person is in profile, facing right, and the book is held open in their hands.

مقابله با دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی
از طریق سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی
ماگدا ابوفاضل

پودمان ۴



در این پودمان، شرکت‌کنندگان با مفهوم سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی (MIL)^۱ برای درک اخبار به‌عنوان ابزاری برای ردیابی «ناهنجاری اطلاع‌رسانی» در پیام‌های آشکار و پنهان آشنا می‌شوند. سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی مفهوم پوششی^۲ که یونسکو از آن برای تأکید بر درهم‌تنیدگی توانمندی‌های اطلاع‌رسانی به‌طور کلی و توانمندی‌های رسانه‌ها به‌طور خاص استفاده می‌کند. این مفهوم شامل این موارد است: سواد حقوق بشر (مخصوصاً حق آزادی بیان که همه انسان‌ها حق مطالبه آن و نیز حق دریافت و انتقال اطلاعات و عقاید را دارند)، سواد اخبار (شامل سواد استانداردها و اخلاقیات روزنامه‌نگاری)، سواد تبلیغات، سواد رایانه‌ای، شناخت «اقتصاد توجه»^۳، سواد بین‌فرهنگی، سواد حریم خصوصی و غیره. سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی حاوی این درک است که تعامل اطلاع‌رسانی با هویت فردی و تحولات اجتماعی چگونه است. سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی بیش از پیش یکی از مهارت‌های اصلی زندگی شده است که برای شناخت عوامل شکل‌گیری هویت فردی و نحوه‌ی رهایی فرد در فضای مه‌آلود اطلاع‌رسانی و اجتناب از مین‌های نهفته در این فضای مه‌آلود ضرورت دارد. با استفاده از سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی می‌توان درباره‌ی مصرف، تولید، کشف، ارزیابی و تبادل اطلاعات و شناخت از خود و سایرین در جامعه‌ی اطلاع‌رسانی آگاهی پیدا کرد.

سواد اخبار عبارت است از توان خاص تر درک زبان و هنجارهای اخبار به‌عنوان یک ژانر و تشخیص اینکه از این ویژگی‌ها چگونه می‌توان با اغراض بدخواهانه سوءاستفاده کرد. علی‌رغم اهمیت این سواد، بعید است که بتواند به‌تنهایی مقاومت کامل در برابر دروغ‌رسانی در لباس اخبار را ایجاد کند. علت این قضیه آن است که تعامل انسان‌ها با اطلاع‌رسانی فقط با استفاده از عقل نیست احساسات نیز در آن دخیل است. بنابراین، سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی همچنین نیازمند توجه به آگاه‌تر کردن افراد درباره‌ی این است که چگونه به محتوای خبر واکنش نشان می‌دهند، و چگونه تمایلی ذاتی به معتبر دانستن یا معتبر ندانستن اطلاعات، حتی فارغ از نشانه‌های ژانر خبر، دارند.

بنابراین سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در اصل باید به افراد بینش شناخت هویت خود را بدهد - اینکه که هستند، به که تبدیل می‌شوند و این موضوع چگونه بر تعامل آنها با اخبار و سایر اشکال اطلاع‌رسانی تأثیر می‌گذارد. هدف این پودمان کمک به شرکت‌کنندگان برای شناخت و تشخیص تمایز روزنامه‌نگاری از یک سو، و آن نوع از اطلاع‌رسانی که تظاهر به روزنامه‌نگاری می‌کند از سوی دیگر است. با چنین توانمندسازی‌ای افراد می‌توانند اختیار هویت خود را در دست بگیرند و توان تشخیص دستکاری‌ها و مقابله با آنها را در رابطه با دروغ‌رسانی‌ای که به‌صورت اخبار صحنه‌سازی شده است داشته باشند.

شرکت‌کنندگان در این پودمان با نحوه‌ی ایجاد و به‌کارگیری چارچوب مهارت‌های تفکر نقادانه «قضاوت هدفمند توأم با تأمل»^۴ آشنا می‌شوند که شامل تحلیل، تفسیر، ارزیابی، خودتنظیمی، استنباط و توزیع است.

علاوه بر این، شرکت‌کنندگان در بوته‌ی آزمایش تحلیل اخبار چاپ‌شده، انتشار یافته (در رادیو و تلویزیون)، برخط و در شبکه‌های اجتماعی، و تجزیه‌ی ساختار پیام‌ها به مؤلفه‌های آنها قرار می‌گیرند و همچنین درباره‌ی منابع و اعتبار (یا در نتیجه عدم اعتبار) آنها آموزش ببینند.

آنها درمی‌یابند که اخبار موثق علم نیست، بلکه در روایت‌هایی قرار دارد که، علی‌رغم گوناگونی، عموماً به اخلاقیات و روش‌های حرفه‌ای‌ای که به کاهش خطاها و مسلماً پرهیز از جعل کمک می‌کنند پایبند است. روزنامه‌نگاران باید دروغ‌های اظهارشده توسط کنشگران مختلف را مشخص کرده و گزارش دهند و هرگز ادعاها را به‌عنوان واقعیت نپذیرند و آنها را بدون مستندات همراهشان که مخاطب را از شرایط واقعی آگاه می‌سازد ارائه نکنند.

1 <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [accessed 16/06/2018].

2 umbrella concept

3 'attention economy'

4 Facione, P. (2010, updated). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment.



رئوس مطلب

در این پودمان، یادگیرندگان همچنین درمی یابند که سوءاستفاده از زبان روزنامه‌نگاری برای تولید مطالب ظاهراً قابل اعتماد و متقاعدکننده از دل جزئیات ناقص، گمراه‌کننده یا دروغ محض چقدر سریع و آسان است.^۱

تمرکز مطالب درسی این پودمان بر آگاهی‌رسانی درباره اهمیت سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در مقابله با دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی است. این امر شامل استفاده از مهارت‌های تفکر نقادانه برای ردیابی «اخبار» ساخته و پرداخته است. علاوه بر این، بر ضرورت تمرین سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی خود شرکت‌کنندگان در زندگی روزمره آنها تأکید می‌شود. این پودمان همچنین به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند درک کنند که سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی چگونه می‌تواند حقوق انسانی آنها و سایرین را تقویت کند؛ و اهمیت اجتناب از ترویج و انتشار مطالب غیرواقعی را دریابند.^۲

تدریس در فضای یادگیری مجهز به رایانه و متصل به اینترنت انجام می‌شود. شرکت‌کنندگان می‌توانند از برنامه‌های نرم‌افزاری چت برخط گوشی‌های همراهشان برای قسمت‌های عملی درس استفاده کنند. اینترنت برای دسترسی به منابع برخط خارج از محیط کلاس ضروری است و دسترسی به شبکه داخلی محیط آموزشی (برای ارائه این پودمان در سطح دانشگاهی) برای استفاده از کتابخانه و سایر مراکز منبع اطلاعات اختصاص یافته در محیط آموزشی لازم است.

دروغ‌رسانی‌هایی که در لباس اخبار در طی انتخابات ایالات متحده، فرانسه، کنیا و آلمان در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ منتشر شد، نمایانگر فقط بخش بسیار کوچکی از ماجرای عظیم چالش‌های فراوان اطلاع‌رسانی در جوامع هستند، هرچند که این موارد احتمالاً بیشترین تبعات بالقوه را داشته‌اند. به عنوان نمونه، بینندگان کانال‌های تلویزیونی و کاربران شبکه‌های اجتماعی در سرتاسر جهان به صورت زنده معجزه‌ای را که در مکزیک در سال ۲۰۱۷ هنگام تلاش امدادگران برای نجات دختر بچه محصلی به نام فریدا سوفیا^۳ از زیر آوار زلزله روی می‌داد پیگیری می‌کردند تا آنکه فهمیدند این دختر بچه اصلاً وجود ندارد^۴. کل داستان بی اساس بود و البته بی اساس بودن آن عمدی نیز نبود. با این وجود، روزنامه‌نگاری باید هم از موارد نادرست و هم از موارد ساختگی اجتناب کند. درست است که همه موارد نادرست در اخبار از مصادیق «اخبار جعلی» به معنای دروغ‌رسانی نیستند اما موارد نادرست همگی مشکلاتی را برای توانایی‌های جامعه در شناخت جهان ایجاد می‌کنند.

کاربران اخبار به طور کلی نیازمند سواد پیچیده رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی هستند، اما به میزانی از شناخت فلسفی نیز نیاز دارند. به عنوان مثال، آنها باید متوجه باشند که اخبار موثق کل «حقیقت» نیست (زیرا حقیقت مسئله‌ای است که فقط از طریق تعاملات انسانی با یکدیگر و تعامل با واقعیت در گذر زمان می‌شود به آن نزدیک شد). البته شرکت‌کنندگان و مخصوصاً دانشجویان روزنامه‌نگاری باید متوجه این نکته باشند که روزنامه‌نگاری هرگز نباید آنچه را غلط است استمرار ببخشد. درباره خبر مشاهده نهنگ و کوسه در استخر یا حیاط خانه افراد پس از طوفان و خبر سایر عوارض جانبی غیرمحمول سوانح طبیعی که رسانه‌ها آن را پوشش داده‌اند باید این سؤال را پرسید: واقعاً؟ اخباری که بدون راستی‌آزمایی کردن وقایع ارائه می‌شوند نتیجه گزارشگری غیرحرفه‌ای و فرایندهای نامناسب انتشارند اما گاه با هدف گمراه‌سازی عمدی و جعل‌سازی نیز ارائه می‌شوند. برای تشخیص تفاوت و مقایسه این موارد با اخبار حرفه‌ای و اخلاقی، به سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی نیازمندیم.

^۱ برای آشنایی با نمونه‌های «زبان روزنامه‌نگاری»، بنگرید به:

Fluent in Journalese by Philip B. Corbett. March 17, 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/2017/fluently-in-journalese/>; My 'shameful secret': I've learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 05 Sep 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [both accessed 22/04/2018].

^۲ ادغام سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در آموزش روزنامه‌نگاری به عنوان مثال در منبع زیر مطالعه شده است:

Van der Linde, F. 2010. The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. Global Media Journal, African Edition. Vol 4, no.2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>

³ Frida Sofia

⁴ Campoy, A. (2017). A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist. Quartz.

موجود در:

<https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [accessed 03/04/2018].

کار آسانی نیست. نفرت پراکنی، بیگانه‌هراسی و حمله به پناهندگان یا افرادی با مذاهب و قومیت‌ها و نژادهای «غیر خودی» بیش از پیش افزایش می‌یابد و عامل این افزایش، مطالب ساده‌انگارانه‌ای است که در آمارهای ساختگی و گفتمان پوپولیستی و گزارش‌های گمراه‌کننده رسانه‌هایی که استانداردهای روزنامه‌نگاری را رعایت نمی‌کنند ارائه می‌شود. همه این عوامل به ترکیب مهلکی که در مقابل سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی قرار دارد اضافه می‌گردند. این روند در اثر استفاده از برنامه‌های هوش مصنوعی برای خلق شبیه‌سازی افراد در گزارش‌های صوتی یا تصویری غیرواقعی که هیچ مبنای قابل استنادی ندارند به سرعت پیچیده‌تر می‌شود.^۱

به این موارد باید نیاز دانشجویان و شاغلین روزنامه‌نگاری به راهنمایی برای تفکر نقادانه درباره آنچه می‌بینند و می‌شنوند را نیز اضافه کرد، از ساده‌ترین مکالمات تا افکار به شدت انتشار یافته در رسانه‌های سنتی و دیجیتال.

علاوه بر انواع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی که واردل و درخشان (۲۰۱۷) در پودمان ۲ شناسایی کرده‌اند، انجمن منافع بینندگان اروپا^۲ که سازمانی غیرانتفاعی مستقر در بروکسل است در چارچوب برنامه سواد رسانه‌ای برای شهروندان^۳ اینفوگرافیکی را با عنوان «ورای اخبار جعلی: انواع دهگانه اخبار گمراه‌کننده»^۴ تهیه کرده است که خلاصه مسائل امروزی فراروی مصرف‌کنندگان را در بر دارد و منبعی ارزشمند برای دانشجویان و شاغلین روزنامه‌نگاری است.

مقاله پژوهشی به‌روزشده دکتر پیتز فچیونه در مورد چیستی و چرایی تفکر نقادانه^۵ مبنای مناسبی برای آشنایی دانشجویان با «استدلال، تصمیم‌گیری و فرایندهای اثربخش فردی و گروهی تفکر» است که در عصر «پساحقیقت»^۶، «اخبار جعلی» و «واقعیت‌های جایگزین» بیش از پیش ضرورت خود را نشان می‌دهند. طبق این رویکرد، تفکر نقادانه شامل موارد زیر است:

- < کنجکاوی درباره دامنه گسترده‌ای از مسائل
 - < دغدغه مطلع شدن و مطلع ماندن
 - < هوشیاری نسبت به فرصت‌های استفاده از تفکر نقادانه
 - < باور به فرایندهای جستجوی مستدل
 - < اعتماد به نفس درباره توانایی‌های فردی استدلال
 - < تفکر باز در مواجهه با جهان‌بینی‌های واگرا
 - < انعطاف‌پذیری در توجه به جایگزین‌ها و آرای مختلف
 - < درک آرای سایرین
 - < رعایت انصاف در ارزیابی استدلال
 - < تشخیص موارد سوگیری، تعصبات، انگاره‌های کلیشه‌ای یا تمایلات خودمحور و مواجهه صادقانه با آنها
 - < دقت در معلق کردن، اتخاذ کردن یا تغییر دادن قضاوت‌ها
- تمایل به بازیابی نقطه‌نظرات در شرایطی که تفکر صادقانه نشانگر نیاز به تغییر است

1 Edmund, C. (2017). This AI can create a video of Barack Obama saying anything. [online] World Economic Forum.

موجود در:

<https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?>

2 European Association for Viewers' Interests (EAVI)

3 Media Literacy for Citizenship

4 EAVI. (2018). EAVI.eu. [online]

موجود در:

<https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>

5 Facione, P. (2010, updated). Ibid. *Critical Thinking*

6 post-truth

براساس مطالعات مختلف در بسیاری از نقاط جهان، تعامل جوانان با گوشی‌های موبایل^۱ بدین معناست که آنها بیشتر اخبار خود را از طریق برنامه‌های چت، شبکه‌های اجتماعی و در برخی موارد هم از طریق بلاگ‌ها و سایت‌های رسانه‌های سنتی به دست می‌آورند^۲. در بسیاری موارد، اثری از تفکیک روزنامه‌نگاری موجه و گزارشگری غیر حرفه‌ای و صدا البته دروغ‌رسانی نیست.

مسئله دیگر این است که این سازوکارها چگونه با اخبار سروکار دارند. فردریک فیو^۳ می‌گوید برای فیسبوک که قطعاً بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی است «... روزنامه‌نگاری از روز اول باعث گرفتاری بوده است. مشخص است که فیس‌بوک حالا که گرفتار مشکلات حل‌نشده اخبار جعلی و وجهه نامطلوب روابط عمومی شده است انتشار اخبار را به تدریج حذف خواهد کرد». البته باید منتظر باشیم و ببینیم این تحول چگونه روی می‌دهد. اگر نشود جلوی این اتفاق را گرفت، برخی سازمان‌های خبری دچار استیصال و ناامیدی می‌شوند زیرا می‌گویند بدین ترتیب مخاطبان‌شان احساس خواهد کرد که حقشان پامال شده است، چون فیس‌بوک برای کاربرانی که برای آگاهی از رویدادها به شبکه‌های اجتماعی متکی هستند یکی از مجاری اصلی اطلاع‌رسانی است (بنگرید به پودمان ۳). اما برخی از طرفداران سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی امیدوارند که چنین حرکتی باعث شود که مصرف‌کنندگان جوان اخبار افق‌های جستجویشان در رویدادهای جهان اطرافشان را وسیع‌تر کنند و دیگر صرفاً به شبکه‌های اجتماعی که دچار آلودگی اطلاع‌رسانی هستند متکی نباشند، و از دریافت بدون زحمت اطلاعات از دستگاه‌های «همواره روشن» خود دوری کنند. در عین حال، شاید فیسبوک خود وارد تولید خبر شود و با کنشگران رسانه‌ای فعلی به رقابت بپردازد^۴.

با برخورداری از سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی، شرکت‌کنندگان درمی‌یابند که حتی اخبار موثق نیز همواره در چارچوب‌های روایی گسترده‌تری تولید و مصرف می‌شود که به واقعیت‌ها معنا می‌بخشند و باعث گسترش فرضیات، ایدئولوژی‌ها و هویت‌ها می‌شوند. این امر به معنای توانایی تشخیص تفاوت میان کوشش‌های گوناگون روزنامه‌نگاری برای ثبت و تفسیر واقعیت هویدا از یک سو، و از سوی دیگر نمونه‌های گمراه‌سازی‌ای است که با نقض استانداردهای حرفه‌ای راستی‌آزمایی‌پذیری از قالب اخبار سوءاستفاده می‌کنند.

علاوه بر این، سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی ابزاری برای مبارزه با انگاره‌های کلیشه‌ای و ارتقای ارتباطات میان‌فرهنگی است که از چندزبانی به عنوان عاملی چشمگیر در نیل به مقصود استفاده می‌کند. کنشگران متعددی به کوشش‌ها و ابتکارات سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی کمک کرده‌اند و منابع خوبی در سایت یونسکو یافت می‌شود^۵ اما همچنان به تلاش‌های بیشتر، از طریق برنامه‌های درسی و اقدامات عملی، برای خنثی‌سازی حملات دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی نیاز است^۶.

برای افزایش اثرگذاری این پودمان، می‌توان از دسترسی همگانی به ویدئو بهره جست تا شرکت‌کنندگان از طریق

1 Children's use of mobile phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Docomo.

موجود در:

https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

2 Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). *News Use Across Social Media Platforms*. [ebook] Washington DC: Pew Research Centre.

موجود در:

[http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot \(2017\) Social Media Exchange](http://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017) Social Media Exchange).

موجود در:

<https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

3 Filloux, F. (2018). *The Monday Note*, 14 January, 2018.

موجود در:

<https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>

4 Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>

5 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/> [accessed 22/04/2018].

6 Abu-Fadil, M. (2007). *Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding*.

موجود در:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf> [accessed 01/04/2018].

ویدئوهای کوتاه زیرنویس‌دار^۱ به‌عنوان نوعی از «سرگرمی-آموزش»^۲ پیام‌های نادرست را مشخص کنند، یادگیرندگان به یافتن مثال‌های خود در زمینه مطالب همراه‌کننده ترغیب شوند، و این عادت در آنها پرورش یابد که تک‌تک کلمات محتوا را، شامل آنچه به‌عنوان اخبار دریافت می‌کنند، نقادانه موشکافی کنند.

مدرسان نیز باید به شرکت‌کنندگان کمک کنند درباره تمایل خود به جستجوی سطحی اکثر اطلاعات در گوگل تجدیدنظر کنند و برای این کار جستجوهای برخط عمقی‌تری را شامل جستجوهای پیشرفته، بررسی دقیق منابع متعدد اطلاعات و درک ارزش کتابخانه‌ها و کتابداران در ایجاد سواد مرتبط با جستجو و ارزیابی اطلاعات آغاز کنند.^۳ کتابخانه‌های مجازی دسترسی به منابع موثق قابل استفاده را برای دانشجویان روزنامه‌نگاری و روزنامه‌نگاران شاغل تسهیل کرده‌اند تا این افراد بتوانند دانش خود را درباره فرایندها و عملکردها در جهت ارزیابی نقادانه و راستی‌آزمایی اطلاعات عمیق‌تر کنند. سایر منابع نیز فرایند یادگیری/دانش را تکمیل می‌کند تا به شرکت‌کنندگان در مشخص کردن اخبار تقلبی، مراقبت در برابر اثرات منفی آن و آمادگی برای افشای این موارد به‌عنوان بخشی از کار روزنامه‌نگاری یاری رساند.^۴

تعامل مدنی با کاربران شبکه‌های اجتماعی دریافت‌کننده و تبادل‌کننده دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی نیز روش نویدبخشی برای روزنامه‌نگاران و دانشجویان روزنامه‌نگاری است که به یادگیری چگونگی یافتن و ردیابی و ابطال کارآمد موارد نادرست، هم برای خود و هم برای اجتماعاتشان، علاقه‌مندند. از این رو، مدرسان تشویق می‌شوند تمرین‌هایی را در این زمینه برای این پودمان در نظر بگیرند.

ربی الحلو پژوهشگر و مدرس ارشد رسانه در دانشگاه نورث‌دام^۵ لبنان به‌خوبی اهمیت این پودمان را بیان کرده است: «از همه اساتید رسانه و روزنامه‌نگاران درخواست می‌شود به تلاش مستمر برای تجهیز افراد با مهارت‌های مورد نیاز رمزگشایی پیام‌های گوناگون بپیوندند. سواد رسانه‌ای به مردم کمک می‌کند تعادلی میان اعتماد به منابع خبری و شک و تردید ضروری در مواجهه با آنها برقرار کنند.»

اهداف پودمان



- < تأکید بر ضرورت کسب سوادهای مورد نیاز^۶ و مهارت‌های مرتبط^۷ برای شناخت روزنامه‌نگاری (و متغیرهای گوناگون آن) و در عین حال، ردیابی روزنامه‌نگاری معیوب و نیز اخبار دروغین در رسانه‌های مختلف.
- < شرکت‌کنندگان را با مهارت‌های مورد نیاز برای آشکار کردن مصرف اخبار توسط آنها در کل طیف رسانه و نیز با مهارت‌های لازم برای تشخیص اینکه تولید دروغ‌رسانی چقدر ساده است تجهیز کنند.
- < به شرکت‌کنندگان آموزش دهند تا شکاکیت سالم نسبت به تمامی اطلاعات مصرفی‌شان را در خود ایجاد کنند و بدانند چگونه صحت گزارش‌ها، پست‌ها، موارد ارائه‌شده، عکس‌ها، ویدئوها، محتوای شنیداری، اینفوگرافیک و آماری را در بسترهای مناسب اندازه‌گیری کنند.

۱ این نمونه‌ای است از فیلم‌هایی که با قدرت اثرگذاری بالا برای اثبات ارزش سواد رسانه‌ای اخبار در یکی از تیراندازی‌ها در مدارس آمریکا که وایس میدیا از آن استفاده کرد: پخش‌کنندگان هشدارهای گروه می‌گویند قربانیان تیراندازی‌های انبوه «کنشگران بحران» هستند. منبع:

<https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [accessed 01/04/2018]

۲ واژه edutainment ترکیبی است از education و entertainment.

۳ 15 resources for teaching media literacy. ASCD.

موجود در:

<http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/>. [accessed 03/04/2018].

۴ برای آشنایی بیشتر با ابتکار عمل سواد رسانه‌ای در دانشکده ایتاکا (Ithaca) که راهنماهای سواد رسانه‌ای، مجموعه بسته‌های برنامه‌دستی و جزوه‌های قابل بارکشی دارد، به سایت زیر بنگرید: www.projectlooksharp.org. [accessed 23/03/2018].

۵ Rouba El Helou, Senior Media Lecturer and Researcher, Notre Dame University

۶ برای اطلاعات بیشتر درباره سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی، بنگرید به:

<http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [accessed 22/4/2018].

۷ علاوه بر مهارت‌های تفکر نقادانه که در این پودمان تشریح شده‌اند، شرکت‌کنندگان باید تشویق شوند شکاک باشند، همه چیز را زیر سؤال ببرند، هیچ چیزی را بدیهی فرض نکنند و صحت منابع را به‌سرعت بررسی کنند.



نتایج یادگیری

در پایان این پودمان، یادگیرندگان می‌توانند:

۱. مطالب واقعی را از غیرواقعی و همچنین مشروعیات روایات بالقوه متنوع در روزنامه‌نگاری موثق را تشخیص دهند.

۲. نحوه انتخاب مطالب، تولید محتوا، روش‌های مورد استفاده برای تولید ظاهر نمایش موثق واقعیت، نحوه کاربرد زبان، آنچه بر آن تأکید شده است، آنچه حذف شده است، چه کسی چه می‌گوید، میزان اهمیت و یا قابل اطمینان بودن راوی، دستورکار وی، اثرات پیشین و فعلی و آتی اخبار و چگونگی نگاه و مصرف همان اخبار توسط سایرین را بشناسند.

۳. از میزان سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی‌شان و ارتباط آن با هویت خود و نحوه تعامل این سواد با کار آنها در عرصه اطلاع‌رسانی و ارتباطات مطلع باشند.



قالب پودمان

این پودمان به دو جلسه ۹۰ دقیقه‌ای تقسیم شده است که جلسه اول نظری و جلسه دوم عملی است.

روش کار مبتنی بر بحث درباره معنا و اهمیت سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در عصر دروغ‌رسانی، غلط‌رسانی و سایر مطالب غیرواقعی‌ای است که از طریق رسانه‌های سنتی و شبکه‌های اجتماعی وایرال می‌شوند. مطالب درسی برای این کلاس از طریق اینترنت قابل دسترسی است و منابع مفید گوناگونی برای پژوهش و تمرین‌های عملی وجود دارد. سایت‌های مفید^۱ در پانویس آمده‌اند.

مدرسین ترغیب می‌شوند منابعی به زبان‌های مختلف را از کشورها و مناطق خود اضافه کنند.

کلاس باید مجهز به رایانه و دسترسی به اینترنت باشد تا مدرس و دانشجویان بتوانند سایت سازمان‌هایی را که با سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی سر و کار دارند به همراه مطالعات موردی رسانه‌ای بررسی کنند.

1 UNESCO <http://en.unesco.org/> and its Media Literacy site <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>
United Nations Alliance of Civilisations <https://www.unaoc.org/>
Media and information literacy curriculum for teachers <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/>
5 laws of MIL <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
Common Sense Education <https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students>
EAVI Media and Literacy for Citizenship <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
The News Literacy Project <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, the Center for News Literacy at Stony Brook University <http://www.center-fornewsliteracy.org/>
Mind over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
The Digital Resources Center (Center for News Literacy) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
The Center for Media and Information Literacy at the University of Rhode Island <https://centermil.org/resources/>

الف. نظری

مدرس مطالب درسی و مطالعات موردی در زمینه سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی و ارتباط این سواد را با دروغ‌رسانی‌ها و غلط‌رسانی‌هایی که در قالب اخبار مطرح می‌شوند ارائه می‌کند.

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
توضیح و بحث سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی و ابزار شامل چارچوب تفکر نقادانه	۴۵ دقیقه	۳ + ۱
بررسی و بحث درباره نمونه‌های انتخاب شده که از لحاظ محلی در قالب‌های گوناگون رسانه‌ای با این بحث مرتبط هستند.	۴۵ دقیقه	۲ + ۱

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
فعالیت‌های عملی	۹۰ دقیقه	۳ + ۱
فعالیت ۱: تشخیص روزنامه‌نگاری یک مطلب صفحه اولی را از مطبوعات محلی پیدا کنید. هر دانشجو باید همان مطلب را در ۳ رسانه مختلف مورد تحقیق و بررسی قرار دهد. هدایتگر بحثی میان دانشجویان در زمینه به کارگیری تکنیک تفکر نقادانه باشید. آنها باید روایت نهفته در مطلب را همراه با چارچوب و گزینش و بسته‌بندی خبر مشخص کنند و این فرایند باید با توجه خاص به وجود هنجارهای اخبار باشد (چه کسی، کدام، کجا، کی، چرا، استفاده از نقل قول مستقیم، تکیه بر منابع کارشناسی و موثق، تصاویر حمایتی، عبارات کلیشه‌ای مرسوم در زبان روزنامه‌نگاری، سایر نشانه‌های «خبری بودن»^۱).	۴۵ دقیقه	
فعالیت ۲: ارائه دروغ‌رسانی به عنوان اخبار مثالی را از اخبار غیرواقعی به شرکت‌کنندگان نشان دهید و درباره آنچه «نتیجه‌بخش است» و آنچه «مسأله را لو می‌دهد» بحث کنید. متعاقباً از دانشجویان بخواهید مطالبی را که در تمرین قبلی خوانده‌اند از طریق ایجاد مطالب غیرواقعی در آینده نزدیک و با ظاهر مرسوم اخبار دستکاری کنند (گزینه دیگر این است که دانشجویان خودشان موضوعی برای ایجاد دروغ‌رسانی‌شان انتخاب کنند). پس از تکمیل این کار، دانشجویان گروه‌هایی تشکیل می‌دهند تا آنچه را باعث موثق به نظر آمدن روایت بوده ارزیابی کنند. این ارزیابی می‌تواند شامل استفاده از آزمون ارزش‌یابی باشد اما همچنین باید آن نشانه‌های اخبار را که از آنها در این قطعات خبری سوءاستفاده شده است نیز شناسایی کنند. ترکیب گروه‌ها را تغییر دهید و از شرکت‌کنندگان بخواهید دیدگاه‌های خود را از طریق ارائه مطلبی کوتاه با کل مجموعه تبادل کنند.	۴۵ دقیقه	۳ + ۱

تمرین پیشنهادی



هر فرد باید در شبکه‌های اجتماعی خود یک مطلب خبری علمی یا پزشکی (مانند رژیم غذایی، شیوع یک بیماری، اثر گرمایش جهانی بر جامعه خود، کارآمدی خودروهای برقی در مقایسه با خودروهای سوخت فسیلی) را جستجو کند. سپس پژوهش خود، سوگیری تأییدی‌اش (در صورت وجود)، و واکنش‌های عاطفی‌اش را به خبر/دیدگاه‌ها در مورد مسائل را ارزیابی کند و ببیند اینها چه ارتباطی با مسائل سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی مانند جستجو، ارزیابی، امنیت دیجیتال، حقوق و هویت در کنار اصول اخلاقی محوری خبر دارند.

سپس باید اطلاعات به‌دست‌آمده از تحقیق خود را در مورد موارد زیر ارائه کند: فرد تهیه‌کننده مطلب، نحوه اطلاع‌رسانی، گزارشگر یا فرد دیگر از آنچه منتشر شده و احتمال منتفع شدن وی از انتشار آن، بررسی مجدد داده‌ها و آمار و اینفوگرافیک. در صورت امکان، دانشجویان باید از کتابخانه/کتابخانه مجازی دانشگاه نیز برای راستی‌آزمایی داده‌ها استفاده کنند. آنها یافته‌های خود را در قالب یک متن نقد رسانه‌ای ۱۵۰۰ کلمه‌ای می‌نویسند و نقاط قوت، نقاط ضعف، موارد حذفی و اشتباهات را در محتوای شناسایی شده تحلیل می‌کنند.

مطالب درسی



مقالات حاوی اسلایدها، تصاویر و ویدئوها در ادامه فهرست شده‌اند. مدرسان تشویق می‌شوند اسلایدهایشان را با گنجاندن تصاویر و ویدئوهای مرتبط با کشور و شرایط خاص خود تهیه کنند.

منابع مطالعه



Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*.

موجود در:

<https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [accessed 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (July - September 2017).

موجود در:

<https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age> [accessed 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment.

موجود در:

<https://www.insightassessment.com/> [accessed 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L. & Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [online]

موجود در:

<http://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [accessed 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [online]

موجود در:

<https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [accessed 06/04/2018].

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [online]

موجود در:

https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [accessed 06/04/2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [online]

موجود در:

<https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [accessed 06/04/2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [accessed 12/06/2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [online]

موجود در:

<https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [accessed 06/04/2018].

درآمدی بر صحت‌سنجی الکسیوس منتزولیس



پودمان ۵



همه افرادی که در پی متقاعد ساختن دیگران اند، از سیاستمداران گرفته تا بازاریاب‌ها و از گروه‌های مدافع گرفته تا صاحبان برندها، همگی انگیزه‌هایی برای دستکاری، اغراق یا ممانعت از بیان واقعیت‌ها دارند. هدف از این پودمان، معرفی روشی است به شرکت‌کنندگان برای ردیابی ادعاهای قابل صحت‌سنجی و همچنین ارزیابی نقادانه شواهد مطابق با استانداردها و هنجارهای اخلاقی.

رئوس مطلب



تاریخچه و معانی صحت‌سنجی به‌عنوان نوعی از روزنامه‌نگاری پاسخگو

دنیل پتریک موینیهان^۱ سناتور ایالت نیویورک و سفیر ایالات متحده در هند و سازمان ملل متحد (از ۱۹۲۷ تا ۲۰۰۳) سخن مشهوری دارد: «همگان حق دارند آرای خودشان را داشته باشند نه واقعیت‌های خودشان را».^۲

عبارت «صحت‌سنجی گزاره‌ها»^۳ در روزنامه‌نگاری دو معنای متفاوت دارد. در گذشته، اتاق‌های خبر افرادی را برای اصلاح و صحت‌سنجی مواردی که گزارشگران در مقالات خود ادعا می‌کردند استخدام می‌شدند. هدف از این سبک صحت‌سنجی عبارت است از ارزیابی دقت گزارشگری، بررسی مجدد واقعیت‌ها و ارقام و اجرای یک دور کنترل کیفیت کلی برای محتوای رسانه خبری پیش از چاپ. پیدایش این رویه در روزنامه‌نگاری نوین حداقل در جهان غرب به هفته‌نامه‌های اصلی آمریکا مانند تایم در دهه ۱۹۲۰ برمی‌گردد.^۴

انقباض اقتصادی‌ای که اکثر سازمان‌های خبری سرتاسر جهان از ابتدای قرن بیست و یکم^۵ از سر گذراندند باعث کوچک شدن بخش‌های صحت‌سنجی، ادغام آنها در بخش ویراستاری یا حذف کامل آنها شده است. امروزه فقط هفته‌نامه‌های مهمی مانند نیویورکر^۶ در ایالات متحده یا در اسپیکل^۷ در آلمان هستند که همچنان افرادی را برای مسئولیت صحت‌سنجی استخدام می‌کنند.^۸

محور اصلی این پودمان نوع خاصی از صحت‌سنجی است که نه پیش از انتشار مطلب بلکه پس از مطرح شدن ادعا نزد افکار عموم انجام می‌گردد. هدف این شکل صحت‌سنجی «بر اساس نتایج واقعی»^۹ وادار کردن سیاستمداران و سایر شخصیت‌ها به پاسخگویی برای رعایت صداقت در اظهاراتشان است و متخصصان صحت‌سنجی بیش از پیش در پی یافتن منابع اصلی و موجه تأیید یا ابطال‌کننده ادعاهایی هستند که برای عموم مردم مطرح شده‌اند.

صحت‌سنجی «بر اساس نتایج واقعی» عمدتاً (نه منحصراً) بر تبلیغات سیاسی، سخنرانی‌های پویشی و مانیفست‌های حزبی متمرکز است. اولین پروژه‌هایی که به این نوع صحت‌سنجی سیاسی اختصاص یافتند پروژه‌های فکت چک در مرکز سیاستگذاری عمومی انبرگ دانشگاه پنسیلوانیا^{۱۰} و کانال ۴ فکت چک^{۱۱} بودند که به ترتیب در سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۰۵ راه‌اندازی شدند.

اهمیت صحت‌سنجی در دهه اخیر در سرتاسر جهان افزایش پیدا کرده است.

1 Daniel Patrick Moynihan

2 Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: PublicAffairs.

3 fact-checking

4 Scriber, B. (2016). *Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking*. [online] Poynter.

<https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking> [accessed 28/03/2018].

موجود در:

۵ بنگرید به پودمان ۳.

6 *New Yorker*

7 *Der Spiegel*

8 Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). *Magazines find there's little time to fact-check online*. [online] Columbia Journalism Review.

<https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [accessed 28/03/2018].

موجود در:

9 ex post

10 Factcheck.org, a project of the Annenberg Public Policy Center at the University of Pennsylvania

11 Channel 4 Fact Check

دو مقطع زمانی در رشد این رویه روزنامه‌نگاری اهمیت بسزایی داشتند. موج اول با اعطای جایزه پولیتزر^۱ سال ۲۰۰۹ برای گزارشگری ملی به پولیتی فکت^۲ به راه افتاد. این پروژه صحت‌سنجی را یک سال پیش از آن سن پترزبورگ تایمز (که اکنون تامپای تایمز^۳ نام دارد) در فلوریدا راه‌اندازی کرده بود. نوآوری پولیتی فکت این بود که با اضافه کردن لایه‌ای از ساختار و شفافیت به صحت‌سنجی، ادعاها را بایک «حقیقت‌سنج»^۴ ارزیابی می‌کرد (از دیدگاه منتقدین، این ارزیابی‌ها ذهنیت‌گرایی را در این فرایند دخیل می‌کنند). این رویکرد ساختارمند باعث شد که نقش صحت‌سنجی سیاسی برای مخاطبان کاملاً آشکار شود و نقش این ابزار روزنامه‌نگاری را نیز در پاسخگو ساختن شخصیت‌ها در قبال بیاناتشان روشن کرد. و در طی این فرایند، الهام‌بخش پروژه‌های متعددی در سراسر جهان شد.^۵

موج دوم پروژه‌های صحت‌سنجی پس از ظهور جهانی آنچه «اخبار جعلی» نامیده می‌شود آغاز شد. این عبارت که امروزه از آن برای یارگیری سوءاستفاده می‌کنند به معنای اخبار کاملاً ساخته و پرداخته و پرهیاهویی است که از طریق الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی و برای منتفع ساختن این شبکه‌ها به دست خیل عظیمی از مخاطبان می‌رسد. در طی سال ۲۰۱۶ مشخص شد که زیرساخت اطلاع‌رسانی برخط به شدت در برابر دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی آسیب‌پذیر است و پس از آن گروه‌های بیشتری تصمیم گرفتند به صحت‌سنجی توجه نمایند.

این موج دوم اغلب هم بر صحت‌سنجی ادعاهای عمومی متمرکز بود و هم بر افشای دروغ‌های وایرال. افشا در واقع زیرمجموعه‌ای از صحت‌سنجی است و مستلزم مجموعه‌ای خاص از مهارت‌هایی است که در راستی‌آزمایی به‌کار می‌روند (محتوای تولید کاربران (UGC)^۶ - بنگرید به شکل زیر). این پودمان بر صحت‌سنجی مطابق با تعریف زیر تمرکز دارد و پودمان بعدی به مشکل راستی‌آزمایی منابع و محتوای دیجیتال اختصاص یافته است.^۷

1 Pulitzer

2 Politifact

3 St Petersburg Times (now Tampa Bay Times)

4 Truth-O-Meter

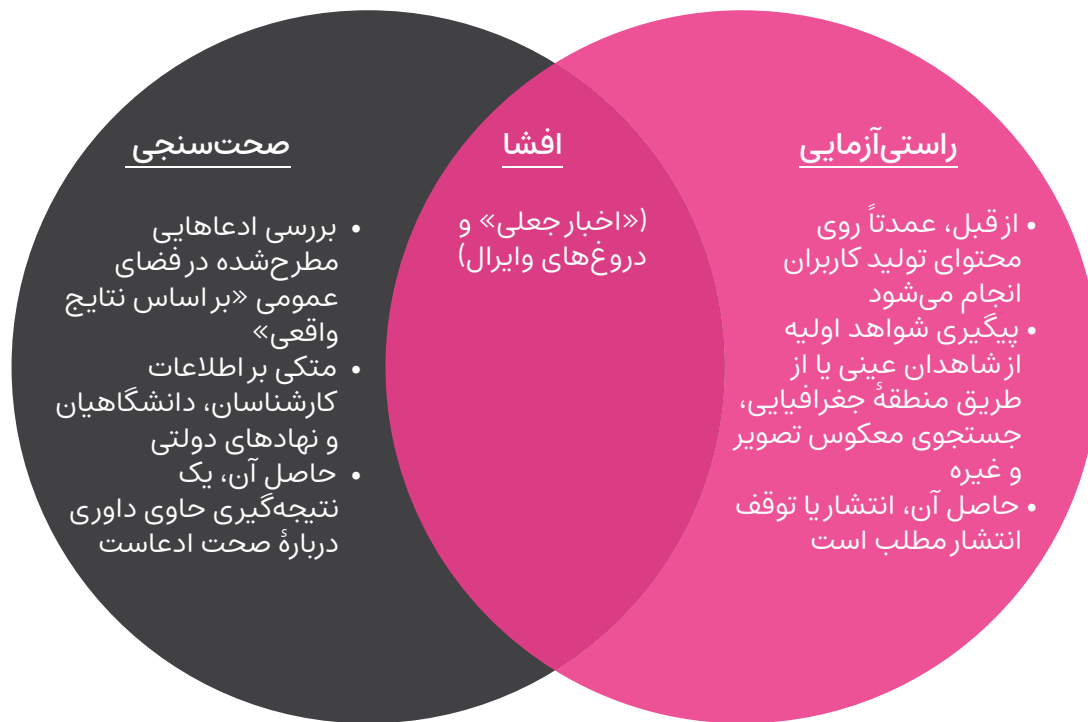
5 Mantzarlis, A. (2017). *In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C.* [online] Poynter.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc> [accessed 28/03/2018].

6 User Generated Content

۷ بنگرید به پودمان ۶.



شکل ۵ - تفاوت صحت‌سنجی و راستی‌آزمایی

نمونهٔ سازمان‌های صحت‌سنجی در سراسر جهان

به گفتهٔ آزمایشگاه خبرنگاران دوک^۱، ۱۳۷ پروژهٔ صحت‌سنجی در ۵۱ کشور در دسامبر سال ۲۰۱۷ فعال بوده‌اند.^۲ ایالات متحده بزرگ‌ترین بازار صحت‌سنجی است اما اکثر کارهای نوآورانه و متفکرانه در این زمینه در سایر نقاط دنیا انجام می‌شوند. ممکن است مدرسان بخواهند با پروژه‌هایی از قبیل موارد زیر آشنا شوند: آفریقا چک^۳ (آفریقای جنوبی، سنگال، نیجریه و کنیا)، چکیادو^۴ (آرژانتین)، لدکودور^۵ (فرانسه)، فکتیسک^۶ (نروژ) و فول فکت^۷ (بریتانیا). منابع زیر برای مدرسانی که مایل‌اند بر مناطق و کشورهای خاص کنند مفید است:

- < **برزیل:** مقالهٔ کیت استایکر-گینزبرگ برای پوینتر با عنوان «پیشرفت‌های صحت‌سنجی در برزیل».^۸
- < **اروپا:** گزارش لوکاس گریوز و فدریکا چروبینی برای مؤسسهٔ روترز در دانشگاه آکسفورد با عنوان «پیدایش سایت‌های صحت‌سنجی در اروپا».^۹
- < **ژاپن:** مقالهٔ مازاتو کاجیموتو برای پوینتر با عنوان «اتلاف جدید صحت‌سنجی در ژاپن راه‌اندازی می‌شود».^{۱۰}

1 Duke Reporters' Lab

2 Stencel, M. (2017). Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent. [online] Duke Reporters Lab.

<https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/> [accessed 28/03/2018].

3 Africa Check

4 Chequeado

5 Les Décodeurs

6 Faktisk

7 Full Fact

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil>

۸ موجود در:

<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=>

۹ موجود در:

<https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan>

۱۰ موجود در:

- < کره جنوبی: مقاله بویونگ لیم برای پوینتر با عنوان «چه چیزی پشت رشد صحت‌سنجی در کره جنوبی قرار دارد؟ عرصه پرتنش سیاست و افول روزنامه‌نگاری تحقیقی».^۱
- < آمریکای لاتین: مقاله ایوان اکت برای پوینتر با عنوان «دسترسی نداشتن به اطلاعات باعث رشد صحت‌سنجی در آمریکای لاتین شده است».^۲
- < ایالات متحده آمریکا: کتاب لوکاس گریوز به نام «تشخیص آنچه حقیقت دارد: پیدایش صحت‌سنجی سیاسی در روزنامه‌نگاری آمریکایی» یا نقد برد اسکرایبر بر این کتاب در پوینتر.^۳

روش‌شناسی و اخلاقیات صحت‌سنجی

صحت‌سنجی به هیچ وجه علم پیچیده‌ای نیست بلکه درواقع تحلیلی است موشکافانه با محوریت یک سؤال اساسی: «از کجا می‌دانیم که اینطور است؟» صحت‌سنجی، در عین حال، تصحیح کردن املاهای کلمات هم نیست. نه کتاب راهنمایی به سبک فرهنگ لغت برای این کار وجود دارد و نه نرم‌افزار ساده‌ای که اسناد را بررسی کند و مطالبی را که به غلط به عنوان واقعیت مطرح شده‌اند علامت بزند.

به طور کلی، صحت‌سنجی از سه مرحله تشکیل شده است:

۱. یافتن ادعاهایی قابل صحت‌سنجی از طریق بررسی سوابق قانونگذاری، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی. در این فرایند تعیین می‌شود که کدام ادعاهای عمده مطرح‌شده در عرصه عمومی را الف) می‌شود صحت‌سنجی کرد و ب) باید صحت‌سنجی کرد.
 ۲. یافتن واقعیت‌ها از طریق جستجوی بهترین شواهد موجود مرتبط با ادعای مطرح‌شده.
 ۳. اصلاح سوابق از طریق ارزیابی ادعا با توجه به شواهد، معمولاً از لحاظ میزان صداقت.
- سازمان‌های قابل اعتماد صحت‌سنجی فرایند خود را در روش‌شناسی‌های عرصه عمومی توضیح می‌دهند. به مدرسان پیشنهاد می‌شود حداقل یکی از موارد زیر را با دانشجویان کار کنند:
۱. صفحه «ما چگونه کار می‌کنیم» در سایت آفریقاچک و اینفوگرافیک قسمت مطالب درسی آن.^۴
 ۲. قسمت «روش» (به زبان اسپانیولی) چکیادو.^۵
 ۳. مطالب پاگلا پولیتیکا درباره روش‌شناسی (به زبان ایتالیایی).^۶
 ۴. «اصول پولیتیفکت».^۷

شبکه بین‌المللی صحت‌سنجی^۸ یک نظام‌نامه اصول برای راهنمایی افراد درستکاری که صحت‌سنجی در کار هر روزه‌شان جای دارد تدوین کرده است.

سازمان‌های صحت‌سنجی می‌توانند درخواست خود را برای اینکه امضاکننده تأییدشده نظام‌نامه اصول این شبکه شوند ارسال کنند. این کار اجرای اثربخش این استانداردها در سازمان درخواست‌کننده باید مورد ارزیابی خارجی

^۱ موجود در:

<http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/>

^۲ موجود در:

available online at <https://www.poynter.org/news/lack-access-information-driving-latin-americas-fact-checking-boom>

^۳ موجود در:

<https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking>

^۴ Africa Check's "How We Work" page (accessible at <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>) as well as the infographic in the Materials section

^۵ Chequeado's "Metodo" (accessible in Spanish at: <http://chequeado.com/metodo/>)

^۶ Pagella Politica's "Metodologia" and "Come funzioniamo" (accessible in Italian at <https://pagellapolitica.it/progetto/index>)

^۷ PolitiFact's "The Principles of PolitiFact" (accessible at <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/>)

^۸ نویسنده این متن الکسیوس متزالیس رئیس شبکه بین‌المللی صحت‌سنجی International Fact-Checking Network (IFCN) است.

قرار گیرد. ممکن است مدرسان علاقه‌مند به آشنا شدن با این نظام‌نامه باشند و بخواهند ارزیابی‌هایی را که بر اساس صحت‌سنجی در سازمان‌های کشورشان انجام شده است پیدا کنند^۱ و با دانشجویان درباره اینکه آیا فکر می‌کنند این مطالب سبب می‌شوند احتمال اعتماد آنها به افراد مسئول صحت‌سنجی بیشتر شود یا نه بحث کنند.

این اصول برای کمک به خوانندگان در شناسایی روش‌های مناسب و نامناسب صحت‌سنجی تدوین شده‌اند. مدرسان می‌توانند برای آشنایی با نمونه‌ای از غلط‌رسانی که طوری صحنه‌سازی شده است که صحت‌سنجی به نظر برسد، نمونه‌های مندرج در دو گزارش زیر را با هم بررسی کنند:

- < این صحت‌سنج‌های دروغین مشغول دروغ‌پردازی در مورد نسل‌کشی و سانسور در ترکیه هستند^۲.
- < در عصر پساحقیقت، نمی‌شد از وجود صحت‌سنج دروغین راست‌گرای افراطی در سوئد جلوگیری کرد.^۳

موانع بر سر راه واقعیت‌ها

دانشجویان پیش از ورود به جوانب عملی صحت‌سنجی باید از محدودیت‌های آن و همچنین محدودیت‌های خود آگاه شوند.

برخی مفسران اعلام کرده‌اند که ما هم‌اکنون قدم به عصر «پساحقیقت» یا «پساواقعیت»^۴ نهاده‌ایم. این عبارات در عناوین خبری سراسر جهان در ۲۰۱۶ ذکر شده‌اند و فرهنگ لغات انگلیسی آکسفورد و انجمن زبان آلمانی به ترتیب آن را به عنوان «واژه سال» انتخاب کردند. مدافعین پساحقیقت استدلال می‌کنند که سیاست و رسانه آنچنان قطبی و قبیله‌ای شده‌اند که شهروندان هرگونه واقعیتی را که با آن مخالف‌اند به طور کامل رد می‌کنند.

این نگاه مغایر با یافته‌های پژوهش‌های رو به رشد اخیر است که دریافته‌اند مردم، مخصوصاً پس از اینکه اخبار از طریق ارجاع به مقامات مورد اعتماد مخاطبان اصلاح شده باشند، (به طور کلی) آگاه‌تر می‌شوند. به مدرسان پیشنهاد می‌شود متون این پانویس^۵ را با دانشجویان مطالعه کرده و درباره آنها بحث نمایند.

در عین حال، این فرض که واقعیت‌ها تجلی کامل جهان‌اند و انسان موجودی تماماً عقل‌گراست که واقعیت‌های جدید را تمام و کمال و بدون توجه به باورهای پیشین و ترجیحات شخصی قبول می‌کند نیز ساده‌لوحانه و بی‌معناست. هر کدام از ما دچار سوگیری‌های شناختی و تعصبات دیگری هستیم که در اصل موانع ذهنی ما هستند و مسیر جذب اطلاعات جدید واقعی را مسدود می‌سازند. پس ضروری است تأکید کنیم که این مسأله نه فقط درباره دیگران، بلکه درباره همه ماست. مدرسان باید درباره برخی از این موارد سوگیری در کلاس بحث کنند.

< سوگیری تأییدی (از دانش‌نامه بریتانیکا^۶): گرایش به پردازش اطلاعات از طریق جستجو یا تفسیر اطلاعات همخوان با باورهای پیشین فرد. این رویکرد مبتنی بر سوگیری در تصمیم‌گیری بیشتر اوقات غیرعمدی است و اغلب منجر می‌شود شخص اطلاعات ناهمخوان با باورهای خود را نادیده بگیرد. باورهای پیشین می‌توانند

۱ موجود در:

<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. [accessed: 28/03/2018].

2 <https://www.poynter.org/news/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-turkey>

3 <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

4 post-fact

5 Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (1 March 2017).

موجود در:

<http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802> [accessed 28/03/2018].

Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict*.

موجود در:

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract>. [accessed 28/03/2018].

Wood, T. & Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence* (August 5, 2016).

موجود در:

<https://ssrn.com/abstract=2819073>. [accessed 28/03/2018].

6 *Encyclopedia Britannica* — <https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias> [accessed 28/03/2018]

شامل انتظارات فرد در شرایط خاص و پیش‌بینی‌های او دربارهٔ پیامدی خاص باشند. مخصوصاً بیشتر احتمال دارد افراد مایل به پردازش اطلاعات برای پشتیبانی از باورهای خود در مورد مسأله‌ای باشند که بسیار مهم است یا به خودشان ارتباط دارد.

< **استدلال انگیزه‌محور** (از مجلهٔ دیسکاور^۱): شناخت انگیزه‌محور یعنی گرایش ناخودآگاه فرد به اینکه پردازش اطلاعات خود را با نتایجی هماهنگ کنند که با نتیجه یا هدفی خاص همخوان است. ذکر یک نمونهٔ تاریخی در این زمینه مفید است. در دههٔ ۱۹۵۰، روانشناسان از دانشجویان دو دانشکدهٔ آیوی لیگ^۲ که در یک تحقیق شرکت کرده بودند خواستند ویدئوی داورهای مناقشه‌آمیز در طی بازی فوتبال میان تیم‌های دانشکده‌های خود را تماشا کنند. دانشجویان هر دانشکده بیشتر تمایل داشتند داورهایی را درست بدانند که از تیم دانشکدهٔ خودشان حمایت می‌کرد تا داورهایی که در حمایت از دانشکدهٔ مقابل بود. نتیجه‌گیری پژوهشگران این بود که بار عاطفی وفاداری دانشجویان به نهادهایشان باعث شکل‌گیری برداشت آنها از آنچه در فیلم می‌دیدند می‌شد.

میانبر سهولت دسترسی (از واژه‌نامهٔ روانشناسی دانشگاه آکسفورد^۳): میانبر شناختی یعنی قضاوت دربارهٔ احتمال یا فراوانی یک رویداد بر مبنای تعداد نمونه‌هایی از آن که به‌راحتی به ذهن خطور می‌نماید. این فرایند باعث می‌شود افراد یک ادعای نادرست را درست بپندارند صرفاً به این دلیل که به‌راحتی به ذهن متبادر می‌شود. در آزمایشی که لیزا فلدزیو در دانشگاه وندربیل^۴ انجام داد مشخص شد که افرادی که از آنها خواسته شد شش بار جملهٔ «لباس زنانهٔ هندی (ساری) همان دامن مردانهٔ اسکاتلندی است»^۵ را تکرار کنند بیش از افرادی که فقط یک بار این جمله را گفتند تمایل داشتند این مطلب کاملاً بی‌اساس را باور کنند. روزنامه‌نگاری می‌تواند از طریق پوشش دادن غیرنقادهٔ موارد نادرست اهرمی گردد برای باور کردن این موارد نادرست. به‌عنوان نمونه، شاید پوشش رسانه‌ای نظریه‌های توطئه دربارهٔ زادگاه باراک اوباما تأثیر زیادی بر به وجود آمدن این باور داشت که رئیس‌جمهور سابق ایالات متحده در ایالت هاوایی به دنیا نیامده بود.

ذکر این نکته ضروری است که صحت‌سنجی به خودی خود ابزار کاملی نیست زیرا ممکن است مطلبی صد درصد دقیق باشد اما همچنان اطلاعات مهم زمینه‌ای را در خود نداشته باشد. واقعیت‌ها به‌شکلی تغییرناپذیر در دل ساختارهای روایی گسترده‌تری ساختار می‌یابند، منظم می‌شوند و نظم دوباره می‌گیرند که برای واقعیت‌هایی یکسان اهمیتی متفاوت قائل می‌شوند. حقیقت هم فقط مجموعه‌ای از واقعیت‌ها نیست. صحت‌سنجی ابزاری نیست که برای خاموش کردن دگراندیشی‌ها یا برای تأیید کردن مجموعه واقعیت‌هایی که می‌توانند بر عقاید فردی و روایی اثرگذار باشند و یا برای راه انداختن مناظرهٔ عقلانی به کارش ببریم.

اهداف پودمان

- < ارتقای آشنایی با عملکردهای نوظهور مناسب در صحت‌سنجی در جهان.
- < آگاه‌سازی افراد از سوگیری‌های شناختی که مانع درک واقعیت‌ها هستند.
- < تقویت مهارت‌های تحلیل نقادانه.



1 Discover Magazine — <http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI> [accessed 28/03/2018]

2 Ivy League

3 Oxford University Press A Dictionary of Psychology — <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830> [accessed 28/03/2018]

4 Lisa Fazio at Vanderbilt University

5 “a sari is a kilt”

۶ بنگرید به این نمونه:

Yanofsky, D. (2013). *The chart Tim Cook doesn't want you to see*.

موجود در:

<https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/>. [accessed 28/03/2018].



نتایج یادگیری

۱. شناخت پیدایش صحت سنجی به عنوان یکی از قالب های متمایز روزنامه نگاری و درک اخلاقیات و روش شناسی آن.
۲. شناخت پرسش های ضروری هنگام ارزیابی کیفیت شواهد.
۳. توانایی بیشتر برای تشخیص تمایز ادعاهای قابل صحت سنجی با نظرات شخصی و اغراق ها.
۴. تفسیر اساسی مفاهیم سوگیری های شناختی ای که می توانند مانع درک واقعیت ها شوند.



قالب پودمان

بخش نظری این درس بر این موارد متمرکز است:

۱. تاریخچه و معانی.
 ۲. روش شناسی و اخلاقیات.
 ۳. موانع بر سر راه واقعیت ها.
- بخش عملی به دو دسته فعالیت زیر تقسیم می گردد:
۱. یافتن ادعاهای قابل صحت سنجی.
 ۲. یافتن واقعیت ها.
- این تمرین بر اصلاح سوابق متمرکز است.

مرتبط سازی طرح پودمان با نتایج یادگیری

الف. نظری

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
۱. تاریخچه و معانی	۲۰ دقیقه	۱
۲. روش شناسی و اخلاقیات	۲۰ دقیقه	۱
۳. موانع بر سر راه واقعیت ها	۲۰ دقیقه	۴

ب. عملی

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
فعالیت ۱: یافتن ادعاهای قابل صحت سنجی	۳۰ دقیقه	۳
فعالیت ۲: یافتن واقعیت ها	یک ساعت	۲

الف) یافتن ادعاهای قابل صحت‌سنجی

صحت‌سنجی متمرکز بر ادعاهایی حاوی حداقل یک واقعیت یا رقم است که درستی آن را می‌توان به‌شکلی عینی راستی‌آزمایی کرد. صحت‌سنجی درستی نظرات شخصی و پیش‌بینی‌ها، اغراق، طنز و لطیفه‌ها را ارزیابی نمی‌کند.

فعالیت ۱: از دانشجویان بخواهید که قسمت‌های برگرفته از سخنرانی‌های چهار شخصیت زیر را مطالعه کنند و به این شکل عمل کنند: اظهارات قابل صحت‌سنجی را به رنگ سبز درآورند، نظرات شخصی را که غیر قابل صحت‌سنجی هستند قرمز و موارد میانی را نارنجی کنند. پس از آنکه دانشجویان متون رنگ‌شده را تحویل دادند، با هریک از آنها در مورد دلایل صحت‌سنجی آنها به بحث بپردازید.

راهنما

قرمز - عباراتی که نمی‌شود آنها را صحت‌سنجی کرد

نارنجی - عبارات میانی

سبز - عباراتی که می‌شود آنها را صحت‌سنجی کرد



میشل بچلت^۱، رئیس جمهور پیشین شیلی

هرچند پیشرفت زیادی در این جهت داشته‌ایم می‌دانیم که باید به خطر دیگری که زیستگاه‌های دریایی مان را تهدید می‌کند توجه کنیم - پلاستیک. سالانه هشت میلیون تن پلاستیک وارد اقیانوس می‌شود و صدها سال در آنجا می‌ماند و اثرات منفی شدیدی بر جا می‌گذارد. برای حل این مشکل، ما در پویش دریاهای پاک برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد شرکت می‌جوئیم. در عین حال، در سطح محلی، لایحه‌ای را برای ممنوع کردن استفاده از کیسه‌های پلاستیکی در شهرهای ساحلی به مدت ۱۲ ماه ارائه خواهیم کرد. این قانون به شهروندان امکان مراقبت از اقیانوس‌ها را می‌دهد. بنابراین ما اولین کشور در قاره آمریکا خواهیم بود که این نوع قانون را اجرا می‌کند و از کشورهای دیگر نیز دعوت می‌کنیم این مسئولیت را عهده‌دار شوند. علاوه بر این، هم‌اکنون ۳۰ سال از تصویب پروتکل مونترال درباره مواد تحلیل‌برنده لایه ازن^۲ که ترمیم شدن این لایه را ممکن ساخته است می‌گذرد. امسال در سی‌امین سالگرد تصویب این پروتکل، مایلم اعلام کنم که کشورم اصلاحیه ۲۰۱۶ کیگالی به پروتکل مونترال را تصویب کرده است که هدفش پیشگیری از ۵/۰ درجه سانتیگراد گرمایش جهانی است. از این رو، شیلی یکی از اولین کشورهایی است که توافقنامه جدید را تصویب می‌کند. اما کارها فقط محدود به این موارد نیستند. ما با ایجاد شبکه پارک‌ها در پاتاگونیای^۳، ۴/۵ میلیون هکتار به مناطق سبز با تنوع زیستی غنی اضافه کرده‌ایم که هم‌اکنون دولت از آن برای استفاده عموم حفاظت می‌کند.

جیکوب زوما^۴، رئیس جمهور سابق آفریقای جنوبی

ساختار فعلی اقتصاد جهانی به گسترش شکاف میان جهان شمال و جهان جنوب کمک می‌کند. در حالی که تعداد معدودی از مزایای جهانی شدن بهره‌مند می‌گردند، اکثر مردم این جهان همچنان در گرسنگی و فقری جانکاه به سر می‌برند. و هیچ آمیدی به بهبود شرایط زندگی‌شان ندارند. حتی در کشورهای در حال توسعه، شکاف میان ثروتمندان و فقرا همچنان گسترده است و این خود باعث نگرانی‌ای جدی است. اگر می‌خواهیم اهداف و آرمان‌های دستورکار ۲۰۳۰ را محقق کنیم، نیازمند تعهد و اراده سیاسی رهبران جهانی برای پاسخ به چالش‌ها و موانع ناشی از این ساختار تحول‌نیافته در اقتصاد جهانی هستیم. این معادلات نابرابر و ناعادلانه قدرت اقتصادی در آفریقا به شدت آشکار است. به عنوان نمونه، قاره ما منابع معدنی دارد اما در عین حال بالاترین تعداد کشورهای با حداقل توسعه‌یافتگی در این قاره است.

1 Michelle Bachelet

2 2016 Kigali Amendment to the Montreal Protocol

3 Patagonia

4 Jacob Zuma

زیگمار گبریل^۱، وزیر امور خارجه پیشین آلمان

ما باید ابزار مورد نیاز برای تحقق مسئولیت سازمان ملل متحد را در اختیار آن سازمان قرار دهیم. اما در حال حاضر اعداد و ارقام حکایت از روند دیگری دارند:

برنامه جهانی غذا کمتر از ۵۰ درصد منابع مالی مورد نیاز برای مبارزه با بحران‌های کنونی گرسنگی جهانی را دریافت می‌کند. فقط ۱۵ درصد از دریافتی برنامه عمران سازمان ملل متحد به شکل داوطلبانه و غیراجباری است حال آنکه در سال ۲۰۱۱ این مقدار ۵۰ درصد بود و سایر برنامه‌های امداد سازمان ملل متحد نیز اوضاع بهتری ندارند.

درست نیست که صاحب‌منصبان و مسئولان سازمان ملل متحد زمانشان را به جای سازماندهی کمک‌های اثربخش صرف فرستادن نامه‌های ملتمس‌انه برای دریافت کردن منابع مالی ضروری کنند. همین‌جا باید مسیرمان را تغییر دهیم. باید میزان مناسب منابع مالی و همچنین آزادی عمل بیشتری را به سازمان ملل متحد اعطا نماییم. متقابلاً، خواهان کارآمدی و شفافیت بیشتر در زمینه چگونگی کاربرد منابع مالی هستیم.

به هر حال، آلمان به هر قیمت قصد دارد حمایت مالی خود را از سازمان ملل متحد ادامه دهد.

ما به عنوان چهارمین تأمین‌کننده بزرگ کمک‌های ارزیابی شده و بسیار فراتر از آن، به عنوان مثال در مقام یکی از بزرگ‌ترین اهداکنندگان کمک‌های بشردوستانه به سراسر جهان، علاقه‌مندیم ارائه کمک‌های قابل ملاحظه را ادامه دهیم.

مارک زاکربگ^۲، رئیس فیسبوک

فیسبوک شرکتی خوش‌بین و آرمانگرا است. در بیشتر عمر شرکت، بر فواید مرتبط کردن افراد تمرکز داشته‌ایم. با رشد فیسبوک، مردم در همه‌جا ابزار جدید قدرتمندی در اختیار دارند تا با افراد موردعلاقه‌شان در ارتباط بمانند، صدای خود را به گوش همگان برسانند و اجتماعات و کسب‌وکارهایی را بنا نهند. همین اواخر شاهد حرکت هشتمین من هم همچنین ورژه برای زندگی خود^۳ بودیم که حداقل بخشی از آن در فیسبوک سازماندهی شده بود. پس از طوفان هاروی، مردم بیش از ۲۰ میلیون دلار برای کمک جمع‌آوری کردند و امروزه بیش از ۷۰ میلیون کسب‌وکار کوچک از فیسبوک برای رشد و اشتغال‌زایی بهره می‌برند.

ب) یافتن واقعیت‌ها

فعالیت ۲: کلاس را به چند گروه تقسیم کنید و از هر گروه بخواهید یکی از ادعاهای «سبز» را از مجموعه فوق برای صحت‌سنجی انتخاب کند (یا از فهرست خودتان انتخاب کنید).

از گروه‌ها بخواهید به دنبال شواهد پشتیبان یا مخالف یافته‌ها باشند. قبل از اینکه دست به کار شوند آنها را به ارزیابی منابعی که با توجه به معیارهای زیر پیدا می‌کنند ترغیب کنید.

قرابت: شواهد چقدر با این پدیده قرابت دارند؟ به عنوان نمونه، گزارش سازمان خبری از آخرین آمار بیکاری معمولاً قرابت کمتری با داده‌ها دارد و به همین دلیل ارزش آن نسبت به سازمان ملی آمار محاسبه‌کننده ارقام بیکاری کمتر است.

تخصص: چه مدارجی حاکی از کیفیت تولیدکننده شواهدند؟ به عنوان نمونه، نویسنده کتاب که در موضوع مربوطه مدرک دکتری دارد و از وی در حوزه مربوطه نقل‌قول‌های بسیاری شده است.

دقت: شواهد چگونه جمع‌آوری شده‌ند؟ به عنوان نمونه، داده‌ها در مورد خشونت علیه زنان اغلب از طریق پیمایش جمع‌آوری می‌شوند.^۴ این روند می‌تواند تعمیم‌ها را بی اعتبار کند و مقایسه‌های بین‌المللی را، با توجه به تفاوت‌های تمایل زنان به واکنش نشان دادن و تفسیر کردن مفهوم آزار جنسی در کشورهای مختلف، دشوار سازد. این مسأله چیزی

1 Sigmar Gabriel

2 Mark Zuckerberg

3 #MeToo, March for Our Lives

۴ بنگرید به شاخص (۴۸) آمار جنسیتی سازمان ملل متحد در:

<https://genderstats.un.org/#/downloads>

از جدیت خشونت علیه زنان نمی‌کاهد اما می‌گوید باید مدافع اعمال دقت در تأکید بر ادعاهای خاص بود.

شفافیت: درباره شواهد چه می‌دانید؟ به‌عنوان نمونه، یک مطالعه علمی همه داده‌هایی را که برای نتیجه‌گیری از آنها استفاده کرده به‌صورت برخط منتشر کرده است تا امکان بررسی موشکافانه را برای سایر پژوهشگران فراهم کند.

اعتمادپذیری: آیا سوابقی برای ارزیابی وجود دارد؟ به‌عنوان نمونه، بیش از ۲۰ سال است که سازمان شفافیت بین‌المللی^۱ شاخص درک فساد^۲ را منتشر می‌کند. این امر زمان زیادی را به کارشناسان داده است تا محدودیت‌های آن را شناسایی کنند^۳.

تضاد منافع: آیا شواهد به خودی خود در خدمت منافع شخصی یا خصوصی منبع خود هستند؟ به‌عنوان نمونه، بخشی از یک مطالعه در مورد ادعای فواید پاستا برای سلامتی را یک شرکت بزرگ تولید پاستا اجرا و تأمین مالی کرده بود^۴.

به مدرسان پیشنهاد می‌شود که جدول زیر را چاپ کنند و از دانشجویان بخواهند برای ارزیابی از آن استفاده نمایند.

خوب	متوسط	ضعیف	
			قرابت
			تخصص
			دقت
			شفافیت
			اعتمادپذیری
			تضاد منافع

تمرین پیشنهادی

اصلاح سوابق

شرکت‌کنندگان باید با استفاده از شواهدی که در کلاس ارزیابی کرده‌اند، یک گزارش صحت‌سنجی همراه با نتیجه‌گیری درباره درستی نسبی اظهاراتی که انتخاب کرده‌اند (در حدود ۱۲۰۰ کلمه) بنویسند.

آنها باید بتوانند مقیاس ارزیابی خود را برای رتبه‌بندی ادعاهای قابل صحت‌سنجی تدوین کنند. به‌عنوان نمونه، پولیتی‌فکت ارزیابی زیر را تدوین کرده است:

واقعی — جمله دقیق است و هیچ نکته مهمی از قلم نیفتاده است.

بیشتر واقعی — جمله دقیق است اما احتیاج به توضیحات یا اطلاعات تکمیلی دارد.

نیمه واقعی — جمله تا حدودی دقیق است اما جزئیات مهم حذف شده‌اند یا جمله از زمینه‌اش جدا شده است.

1 Transparency International

2 corruption perceptions

3 Hough, D. (2016) *Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful.* The Washington Post.

موجود در:

https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [accessed 23/03/2018].

۴ این نمونه واقعی است. برای نمونه‌های دیگر، بنگرید به:

<http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/>. [accessed 23/03/2018].

بیشتر نادرست — جمله عناصر درستی در خود دارد اما به واقعیت‌های ضروری بی‌توجهی شده است و برداشت متفاوتی را ارائه می‌کند.

نادرست — جمله دقیق نیست.

دروغ شاخدار — جمله دقیق نیست و با ادعایی مضحک همراه است.

ملاحظات ارزیابی نباید الزاماً مانند پولیتی‌فکت خطی باشند و به‌تدریج از واقعی به دروغ شاخدار برسند. به‌عنوان نمونه، ال‌سابوتزو در مکزیکو^۱ رتبه‌بندی‌هایی دارد مانند «قابل اثبات نیست» برای ادعاهایی که هیچ شواهدی ندارند یا «قابل بحث» برای ادعاهایی که صحت آنها متکی به روش‌شناسی انتخابی است. دانشجویان را تشویق کنید در زمینه ملاحظاتشان به‌عنوان روشی برای توجه به طیف ویژگی‌هایی که می‌توان به واقعیت نسبت داد خلاق باشند. مدرسان بر اساس زمان و منابع موجود می‌توانند دانشجویان را به آماده کردن صحت‌سنجی در قالبی فراتر از متن دعوت کنند. ایده‌های فرهنگی، ویدئوهای کوتاه و تصاویر همگی ابزاری مناسب برای مقابله با موارد نادرست هستند. در واقع مطالعه‌ای حتی نشان داد که روش صحت‌سنجی، وقتی به شکل ویدئویی خنده‌دار نشان داده شود، نسبت به مقاله اثربخشی بیشتری دارد^۲.

مدرسان می‌توانند برای آشنایی با نمونه‌هایی از قالب‌های خلاقانه، به مقالات این پانویس^۳ از پوینتر مراجعه کنند.

منابع مطالعه



علاوه بر موارد فوق، پوینتر بخشی را در سایت پانویس^۴ به صحت‌سنجی اختصاص داده است که چند بار در هفته به‌روز می‌شود. موارد زیر منابع مفیدی هستند که از این سایت استخراج شده‌اند:

Poynter (2018). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*.

موجود در:

<https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>. [accessed 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps*

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science*.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health*.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health>. [accessed

1 AnimalPolitico (2015).

موجود در:

<http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/>. [accessed 6/04/2018].

2 Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). *Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org*. Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), pp.49-75.

3 Mantzarlis, A. (2016). *Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials*.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials> [accessed 28/03/2018].

Mantzaris, A. (2016). *How (and why) to turn a fact check into a GIF*. [accessed 28/03/2018].

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif> [accessed 28/03/2018].

4 <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>

06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). 5 tips for fact-checking datasets.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2015). 5 studies about fact-checking you may have missed last month (Poynter).

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking>. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/where-theres-rumor-theres-audience-study-sheds-light-why-some-take>. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker>. [accessed 06/04/2018].

Funke, D. (2017). These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). What does the «Death of Expertise» mean for fact-checkers?

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2017). Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/journalism-cant-afford-corrections-be-next-victim-fake-news-frenzy>. [accessed 06/04/2018].

Mantzaris, A. (2016). Should journalists outsource fact-checking to academics?

موجود در:

<https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics>. [accessed 06/04/2018].

کتاب‌ها

Ball, J. (2017). Post-Truth: How Bullshit Conquered the World. London: Biteback Publishing.
Gladstone, B. (2017). The Trouble with Reality: a Ruminaton on Moral Panic in Our Time. New York: Workman Pu.
Graves, L. (2016). Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism. New York: Columbia University Press.

منابع برخط

طرح درس بازی کارتی روز بین‌المللی صحت‌سنجی (طراحی شده برای دانش آموزان ۱۴ تا ۱۶ ساله) در سایت این پانویس^۱ موجود است. این سایت همچنین حاوی برگه‌های راهنما، اتصال به دوره برخط برای دانشجویان و فهرست منابع مطالعه در زمینه واقعیت‌ها و صحت‌سنجی است.

1 <http://factcheckingday.com/lesson-plan>

راستی‌آزمایی شبکه‌های اجتماعی:
ارزیابی منابع و محتوای بصری
تام تروینرد و فرگوس بل

پودمان ۶

این پودمان به منظور کمک به شرکت‌کنندگان در شناسایی و راستی‌آزمایی برخط منبع اصلی اطلاع‌رسانی دیجیتال طراحی شده است و راهبردهای متفاوتی را معرفی می‌کند که می‌توان با استفاده از آنها میزان واقعی بودن منابع، عکس‌ها و ویدئوها، مخصوصاً محتوای تولید کاربران (UGC) را که از طریق شبکه‌های اجتماعی تبادل می‌شود، تعیین کرد.

در پایان این پودمان، شرکت‌کنندگان باید از انواع مختلف محتوای نادرست و گمراه‌کننده که اغلب در طی رویدادهای مهم خبری در جاهایی مثل فیس‌بوک، توئیتر، اینستاگرام و یوتیوب تبادل می‌شوند آگاه شده باشند.^۱ چنین محتوایی را گاه سازمان‌های خبری‌ای منتشر می‌کنند که پیش از اتخاذ این رویکرد قابل اطمینان بودند و این امر خود باعث بی‌اعتبار شدن آنها می‌گردد. به علاوه، این مطالب را خبرنگارانی سهواً در صفحات شبکه‌های اجتماعی بازتوزیع و تشدید می‌کنند که گاه هدف کنشگران بدخواهی قرار می‌گیرند که هدفشان اثر گذاشتن بر افکار عمومی^۲ و بهره‌برداری از اعتبار گزارشگران به عنوان منابع قابل اعتماد است.^۳

از شرکت‌کنندگان درخواست می‌شود که دریافت‌های غریزی‌شان را در مورد نمونه‌ها و سناریوهای واقعی بیازمایند، و سپس دست به اجرای تکنیک‌های تحقیقی اصلی و راهبردهای راستی‌آزمایی محتوا بزنند که عبارت‌اند از:

< شناسایی و اعتبار قائل شدن برای منابع اصلی ای که با اصول اخلاقی راهنمای استفاده روزنامه‌نگارانه از محتوای تولید کاربر هسو هستند.^۴

< شناسایی و حذف حساب‌های کاربری جعلی.^۵

< تأیید درست منسوب شدن محتوای بصری به منبع اصلی.

< راستی‌آزمایی ضبط و زمان بارگذاری محتوا.

< ردیابی جغرافیایی عکس‌ها و ویدئوها.

روزنامه‌نگارانی که توانایی شناسایی و راستی‌آزمایی محتوای اصلی را دارند می‌توانند برای انتشار محتوای تولید کاربران همسو با الزامات اخلاقی و قانونی درخواست مجوز کنند.

رئوس مطلب



بیل کوواک و تام روزنستیل نویسندگان کتاب «عناصر روزنامه‌نگاران»^۶ تأکید دارند که: «در نهایت، مهارت راستی‌آزمایی است که روزنامه‌نگاری را از سرگرمی، جوسازی، تخیل یا هنر متمایز می‌سازد... فقط روزنامه‌نگاری پیش از هر چیز بر ثبت درست آنچه اتفاق افتاده متمرکز است...». این پودمان با همین دیدگاه، بررسی «مهارت راستی‌آزمایی» را در عصر حاضر بررسی می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی عملکرد روزنامه‌نگاری را تغییر داده‌اند. مشارکت بلافاصله مخاطبان باعث افزایش محتوایی با منابع جمعی شده است و امروزه حتی کارهای گزارش‌دهی مانند راستی‌آزمایی را می‌توان به مخاطب برونسپاری کرد.^۷

1 Alejandro, J. (2010). Journalism In The Age Of Social Media. Reuters Institute Fellowship.

موجود در:

<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%20in%20the%20Age%20of%20Social%20Media.pdf> [accessed 22/04/2018].

2 Paulussen, S. & Harder, R. (2014). Social Media References in Newspapers. Journalism Practice, 8(5), pp.542-551.

۳ پودمان ۷ حاوی بحث تفصیلی درباره این مسأله است.

۴ بنگرید به راهنمای اخلاقی محتوا، تولید کاربران انجمن اخبار برخط:

Online News Association's UGC Ethics guide: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [accessed 18/4/2018].

5 Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Samuel Woolley and Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk.

موجود در:

<http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [accessed 22/04/2018].

Joseph, R. (2018). Guide. How to verify a Twitter account. Africa Check.

موجود در:

<https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/>. [accessed. 6/04/2018].

6 Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

7 Carvin, A. (2012). Distant witness: Social Media's Journalism Revolution. New York, NY: CUNY Journalism Press.

روزنامه‌نگاری همچنان ذاتاً یک مهارت راستی‌آزمایی خواهد بود^۱، اما لازم است روش‌های راستی‌آزمایی محتوا و منابع دائماً به‌روز شوند تا اثرات فناوری‌های متغیر دیجیتال، رفتارهای برخط و عملکردهای جمع‌آوری اخبار را منعکس کنند. به‌عنوان نمونه در طی بهار عربی، مفهوم «راستی‌آزمایی باز» – فرایند عمومی، بلافاصله و توأم با همکاری راستی‌آزمایی – ظاهر شد. اما مخاطراتی که وایرال شدن غلط‌رسانی در طی تلاش برای راستی‌آزمایی گام به گام اطلاعات در فضای عمومی (مثلاً یک گزارشگر که اطلاعاتی راستی‌آزمایی نشده را به‌منظور استفاده از منابع جمعی در فرایند راستی‌آزمایی تبادل می‌کند) به همراه داشت، باعث شد این فرایند همچنان محل بحث و جدل باشد^۲.

امروزه اظهارات شاهدان عینی و محتوای بصری از جمله مهم‌ترین و متقاعدکننده‌ترین ابزارهایی هستند که روزنامه‌نگار یا ناشر خبر می‌تواند برای روایت خبری با اثرات بالا استفاده کند. سرعت در سناریوهای خبر فوری، عاملی حیاتی در راستی‌آزمایی اطلاعات شبکه‌های اجتماعی است^۳.

روزنامه‌نگاران باید بتوانند حجم عظیمی از اطلاعات را به‌منظور دسترسی به منابع، اطلاعات و تصاویر مهم ردیابی کنند. عوامل سه‌گانه زیر باعث رشد سریع مقدار محتوای بصری (عکس، ویدئو و GIF) می‌گردند که در انواع شبکه‌های اجتماعی بارگذاری^۴ شده است:

- < ازدیاد گوشی‌های هوشمند دوربین‌دار در سراسر جهان^۵.
- < افزایش دسترسی به به اینترنت ارزان‌قیمت (و در برخی مناطق، مجانی) از طریق گوشی همراه.
- < گسترش شبکه‌های اجتماعی جهانی و شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان که همگان در آنها امکان نشر مطلب و جلب مخاطب را دارند.

در بسیاری از سناریوهای خبر فوری، معمولاً اولین روایات، عکس‌ها و ویدئوهای واقعه را (که می‌تواند یک اعتراض باشد یا یک سانحه قطار یا یک گردباد یا حمله تروریستی) یک شاهد عینی یا شرکت‌کننده یا رهگذری با یک گوشی هوشمند ثبت می‌کند. تکنیک‌های راستی‌آزمایی چنین محتواهایی بر اساس منابع و هنجارها و استانداردهای اتاق اخبار و عملکرد خود روزنامه‌نگاران متغیرند. این پودمان دانشجویان را با برخی از بهترین روش‌های عملی و منابع و ابزار برخط آشنا می‌کند اما ابزار نیز مانند فناوری به‌سرعت متحول می‌شود^۶.

برخی از راهنمایی‌های کلی برای همه راستی‌آزمایی‌ها که کوواک و روزنستیل (۲۰۱۴)^۷ ارائه کرده‌اند چنین است:

- < با شکاکیت ویرایش کنید
 - < یک فهرست رعایت دقت (accuracy checklist) داشته باشید
 - < هیچ چیز را بدیهی فرض نکنید و نگذارید سوءاستفاده از علایم مرتبط با «راستگویی» گمراهتان کند^۸
 - < نسبت به منابع گمنام محتاط باشید.
- با شناسایی مبداء اطلاع‌رسانی یا تصاویر و انجام بررسی‌های قاعده‌مند، هم درباره منبع و هم درباره محتوایی که تبادل شده

1 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Op cit

2 Posetti, J. & Silverman, S. (2014). When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification at Mediashift July 24th, 2014. موجود در:

<http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [accessed 22/04/2018].

3 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. Journalism Practice, 10(3), pp.323-342.

4 upload

۵ بنگرید به اسلاید ۵ گزارش روندهای اینترنتی مری میکر:

<https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1>. [accessed 22/04/2018].

6 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. Digital Journalism, 2(3), pp.406-418.

7 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit

8 Zimmer, B (2010). "Truthiness", The New York Times. <https://www.nytimes.com/2010/10/2017/magazine/2017FOB-onlanguage-t.html> [accessed 15/04/2018].

است، می‌توانید آنها را به‌عنوان منبعی راستی‌آزمایی کنید که پس از انجام بررسی‌ها خروجی‌های لازم را به شما می‌دهد.^۱ این بررسی‌ها در واقع همان کاری را می‌کنند که احتمالاً یک روزنامه‌نگار می‌کند اگر در صحنه خبر حاضر باشد و با شاهدان عینی مصاحبه کند. روزنامه‌نگاری که توانایی انجام مصاحبه شخصی را دارد می‌تواند اظهارات شاهد عینی را موشکافی کند، جزئیات مهم را دنبال کند و بر اساس صحت‌سنجی درباره قابل اعتماد بودن آنها نتیجه‌گیری کند. دریافت‌های غریزی نیز می‌توانند تا حدی در کنار مشاهده سرنخ‌های رفتاری راهنمایی‌مان کنند. فرایند تأیید منبع به‌صورت دیجیتال باید امکان نتیجه‌گیری را فراهم کند، حتی اگر شرایط صحبت مستقیم با فرد یا گفتگوی بلافاصله محیا نباشد.^۲

بسیاری اتاق‌های بزرگ خبر تیم‌ها و فناوری‌های گرانقیمت یا سازمان‌هایی دارند که خدماتی مختص یافتن محتوا در اسرع وقت را ارائه می‌دهند^۳، همچنین حقوق نشر و پخش مطالب را می‌خرند و محتوا را پیش از انتشار راستی‌آزمایی می‌کنند. اکثر اتاق‌های خبری کوچک‌تر و بسیاری از خبرنگاران انفرادی چنین منابعی ندارند^۴ و به روش‌شناسی قاعده‌مند و در حال تکامل خود برای تعیین میزان قابل اطمینان بودن محتوا تکیه می‌کنند.^۵

چرا راستی‌آزمایی منابع و محتوای بصری اینقدر مهم است؟ به عبارت ساده‌تر: راستی‌آزمایی روزنامه‌نگاری درست است. در جهان دیجیتال امروز، تولید و تبادل جعلیات متقاعدکننده‌ای که ردیابی‌شان دشوار است برای کنشگران بدخواه بسیار ساده است. در موارد متعددی وجهه اتاق‌های خبر و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای به علت تبادل یا باز نشر اطلاعات، عکس‌ها یا ویدئوهای همراه‌کننده‌ای که از افراد جعلی دریافت کرده‌اند آسیب دیده است. در برخی مواقع نیز محتوای طنزآمیز را به‌غلط تفسیر کرده و به‌عنوان واقعیت تبادل یا منتشر کرده‌اند.^۶

این مشکل بر اثر حجم عظیم محتوای بصری برخط که می‌توان کلش را از زمینه‌اش بیرون آورد و در رویدادهای خبری بعدی بازیافت نمود دوچندان می‌گردد، همان‌طور که هر روز شاهد آنیم که دروغ‌پردازان در سراسر جهان سیاستمداران و روزنامه‌نگاران حرفه‌ای را فریب می‌دهند.

با وجود این، برای ارزیابی اعتبار هر منبع مطلب خبری یا محتوای قابل تبادل می‌توان قدم‌های بسیاری برداشت. باید پرسش‌های مهم را مطرح کرد، بعضی را مستقیم و بعضی را هم از طریق استفاده از شواهدی که با تحقیق آشکار می‌شوند. از ابزار راستی‌آزمایی می‌توان برای مشخص کردن اینکه مطلب از کجا پست شده است استفاده کرد، و همچنین می‌توان روابط مثلثی منبع را به‌روش دستی^۷ پیدا کرد و برای این کار باید با تحلیل کردن تاریخچه شبکه اجتماعی آن منابع سرنخ‌هایی به‌دست آورد که نشان دهند آیا آنها می‌توانسته‌اند در آن زمان خاص در آن مکان خاص باشند یا نه. بررسی تاریخچه تعاملات آنها با سایر کاربران و مطابقت دادن محتواهای پیوند داده‌شده در پست‌هایشان به فرایند راستی‌آزمایی دستی و امحای اطلاعات تبادل‌شده توسط روبات‌ها نیز کمک می‌کند.

ویرایش شکاکانه ضروری است اما بیشتر افرادی که درگیر رویدادهای خبری می‌شوند و مطالب خود را تبادل می‌کنند

1 Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online] Medium.

موجود در:

<https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [accessed 22/04/2018].

2 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit

3 Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, pp. 2451-2460.

موجود در:

<http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [accessed 22/04/2018].

4 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. Digital Journalism, 2(3), pp. 406-418.

موجود در:

<http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf> [accessed 22/04/2018].

5 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

6 Deutsche Welle (2018) Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate (22/02/2018)

موجود در:

<http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [accessed 22/04/2018].

7 manually triangulate

در پی همراه کردن نیستند و صرفاً تجارب خود را در میان می‌گذارند. در واقع همهٔ موارد غلط‌رسانی عمدی و بدخواهانه نیست و ممکن است صرفاً ناشی از آن باشد که فرد رویدادها را دقیق به‌خاطر نمی‌آورد یا احتمالاً خواسته است به خبر کمی آب و تاب دهد. این مسئله حتی ممکن است در شرایطی رخ دهد که امکان مصاحبهٔ شخصی و رودررو وجود دارد، همانطور که اظهارات و گزارش‌های متناقض قربانیان یا شاهدان آسیب‌دیده از صحنهٔ جنایات یا سوانح غالباً بسیار با هم متفاوت هستند.

اطمینان کامل یافتن از منشأ محتوای بصری ممکن نیست، اما تعدادی «پرچم قرمز» وجود دارد که می‌توان آنها را با یک فرایند سادهٔ راستی‌آزمایی از طریق پرسش‌های زیر پیدا کرد:

< آیا محتوا اصلی است یا از دل گزارش‌دهی قبلی «تراشیده» شده و به‌شکلی گمراه‌کننده استفاده شده است؟

< آیا محتوا به‌نوعی دستکاری دیجیتال شده است؟^۸

< آیا می‌توانیم زمان و مکان گرفته شدن عکس/ویدئو را با استفاده از داده‌های موجود تأیید کنیم؟

< آیا می‌توانیم زمان و مکان گرفته شدن عکس/ویدئو را با استفاده از شواهد بصری زمینه‌ای تأیید کنیم؟

برای یافتن کارآمد پرچم‌های قرمز باید انواع مختلف محتوای بصری نادرست رایج یا گمراه‌کننده را بشناسیم:

< **زمان نادرست / مکان نادرست:** رایج‌ترین نوع شواهد بصری گمراه‌کننده شواهد قدیمی بصری‌ای هستند که با ادعاهایی جدید دربارهٔ محتوای خود مجدداً تبادلاً شده‌اند. ویرال شدن چنین مواردی اغلب ناشی از تبادل تصادفی محتوایی است که افشا کردنش راحت است ولی حذف کردنش دشوار است.^۹

< **محتوای دستکاری‌شده:** محتوایی که با استفاده از نرم‌افزار ویرایش عکس یا ویدئو به‌شکل دیجیتال دستکاری شده است.

< **محتوای صحنه‌سازی‌شده:** محتوای اصلی که با هدف گمراه‌سازی تولید یا تبادلاً شده است.^{۱۰}

دانشجویان در این پودمان با تکنیک‌ها و ابزار اصلی یادگیری و اقدامات راستی‌آزمایی محتوا و منبع (اسلایدها، یادداشت‌های مدرسان و متون خواندنی بیشتر) از جمله موارد زیر آشنا می‌گردند:^{۱۱}

تحلیل حساب کاربران فیس‌بوک: با استفاده از ابزار برخط اینتل تکنیکز^{۱۲} می‌توان با تحلیل حساب کاربری فیس‌بوک، اطلاعات بیشتری دربارهٔ منبع به‌دست آورد.

تحلیل حساب کاربران توئیتر: با استفاده از این راهنمای آفریقاچک می‌توان با تحلیل تاریخچهٔ اجتماعی منابع و متعاقباً تشخیص اینکه آن منبعِ توثیقِ روبات است یا نه، دربارهٔ منابع اطلاعات بیشتری به‌دست آورد.^{۱۳}

جست‌وجوی معکوس تصویر:^{۱۴} با استفاده از جست‌وجوی معکوس تصویر در گوگل^{۱۵}، تین‌آی^{۱۶} یا روآی^{۱۷} می‌توان

۸ دانش‌آموزان نجات‌یافته از تیراندازی در مدرسه‌ای در پارک‌لند فلوریدا در ایالات متحده که اعتراض ملی موفقی به کنترل اسلحه برگزار کرده بودند در تصاویر دستکاری‌شده در کانال‌های شبکه‌های اجتماعی جنایاتی پخش شدند. بنگرید به:

https://www.buzzfeed.com/janelytyvnenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YvV44. [accessed 22/04/2018].

۹ این فیلم که ادعا می‌شود صحنه‌های سیلاب در فرودگاه بین‌المللی بنگالورو در هند است در اصل فیلم بازتألیف‌شده است از سیلاب در فرودگاهی در مکزیک. بنگرید به:

<https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [accessed 22/04/2018].

۱۰ هوش مصنوعی و ابزار پیچیده ویرایش فیلم باعث دشواری تمایز فیلم‌های جعلی شده است که نمونهٔ آن این فیلم باراک اوباما است. بنگرید به:

<https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [accessed 03/04/2018].

۱۱ توجه داشته باشید که ابزار خبری دائماً در حال تغییرند و مدرسان نیز می‌توانند در کنار یادگیرندگان این تکنیک‌ها و فناوری‌ها را کشف و آزمایش کنند.

۱۲ موجود در:

<https://inteltechniques.com/osint/facebook.html>. [accessed 03/04/2018].

۱۳ Joseph (2018). Op cit

۱۴ reverse image search

۱۵ بنگرید به:

<https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [accessed 22/04/2018].

۱۶ بنگرید به:

<https://www.tineye.com/> [accessed 22/04/2018].

۱۷ بنگرید به:

<http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html> [accessed 22/04/2018].

فهمید که آیا تصویری برای پشتیبانی از رویداد یا ادعای جدید بازیافت شده است یا نه. جست‌وجوی معکوس تصویر امکان یافتن نسخهٔ پیشین تصویر را در یک یا چند پایگاه داده‌ها (با میلیاردها تصویر) فراهم می‌کند. اگر جست‌وجوی معکوس تصویری را نشان داد که پیش از رویداد ادعا شده وجود داشته است، این مسئله یک پرچم قرمز جدی است و احتمال دارد که تصویر از یک رویداد در زمان گذشته بازیافت شده باشد. البته باید توجه داشت که اگر جست‌وجوی معکوس نتیجه‌ای نشان نداد هم بدان معنا نیست که تصویر اصلی است و نیازی به بررسی بیشتر وجود ندارد.

تماشاگر داده‌های یوتیوب^۱: امکان «جست‌وجوی معکوس ویدئو» در حوزهٔ عمومی وجود ندارد اما ابزاری از قبیل امنستی^۲، اینوید^۳ و نیوزچک^۴ می‌توانند تصاویر کوچک ویدئویی را در ویدئوهای یوتیوب ردیابی کنند و با جست‌وجوی معکوس این تصاویر کوچک نشان دهند که آیا قبلاً نسخه‌هایی از آن بارگذاری شده‌اند یا نه (این ابزار همچنین زمان دقیق بارگذاری را مشخص می‌کند).

نشان دهنده اگزیف^۵: اگزیف فراداده‌ای^۶ است وابسته به محتوای بصری‌ای که دامنهٔ گسترده‌ای از نقاط داده‌ای دارند و در زمان گرفته شدن عکس با دوربین‌های دیجیتال و دوربین‌های گوشی تولید شده است. این داده‌ها شامل زمان و تاریخ دقیق رویداد، فراداده‌های مکان، داده‌های دستگاه و اطلاعات شرایط نور محیط هستند. فراداده‌های اگزیف در فرایند راستی‌آزمایی به‌شدت مفیدند اما محدودیت اصلی این است که شبکه‌های اجتماعی فراداده‌ها را از محتوای بصری حذف می‌کنند. این بدان معناست که تصاویری که در توییتر یا فیس‌بوک تبادل شده‌اند داده‌های اگزیف را نشان نمی‌دهند. با این حال در صورت امکان تماس با بارگذارنده و به‌دست آوردن فایل تصویر اصلی می‌توان از داده‌های اگزیف برای راستی‌آزمایی محتوا استفاده کرد. البته باید بدانیم که داده‌های اگزیف را می‌توان تغییر داد، در نتیجه راستی‌آزمایی بیشتر ضرورت دارد.

شرکت‌کنندگان به‌شکلی مقدماتی با تکنیک‌های پیشرفته‌تر آشنا می‌شوند و منابع بیشتری برای مطالعه و مطالعات موردی‌ای نیز در اختیارشان قرار می‌گیرد. این تکنیک‌ها عبارت‌اند از:

< **تعیین مکان جغرافیایی^۷:** تعیین مکان جغرافیایی عبارت است از فرایند تعیین مکان گرفته شدن ویدئو یا تصویر که روش ساده‌ای است اگر فراداده‌های کافی موجود باشد. داده‌های اگزیف که از گوشی‌های همراه به‌دست آمده‌اند اغلب مختصات جغرافیایی را آشکار می‌کنند و گاه محتوای شبکه‌های اجتماعی (مثل اینستاگرام، فیس‌بوک و توییتر) نیز تگ^۸ جغرافیایی می‌شوند (اگرچه ذکر این نکته ضروری است که فراداده‌ها قابل ویرایش هستند و می‌توانند همراه‌کننده باشند). اغلب تعیین مکان جغرافیایی نیازمند بررسی تطبیقی ویژگی‌های بصری محتوا با تصاویر ماهواره‌ای، تصاویر خیابان‌ها و محتوای بصری موجود در منابع دیگر است (مانند محتوای بصری دیگری که در توییتر، اینستاگرام، فیس‌بوک و یوتیوب پست شده‌اند).

< **تطبیق دادن آب و هوا:** منابعی مانند وولفرم آلفا^۹ داده‌های تاریخی آب و هوا را آشکار می‌سازند و امکان مطابقت شرایط آب و هوایی‌ای را که در محتوای بصری دیده می‌شود با سوابق تاریخی فراهم می‌کنند (به‌عنوان نمونه، آیا ویدئو روزی بارانی را نشان می‌دهد حال آنکه منابع هواشناسی می‌گویند آن روز بارانی نبوده است؟).

< **تحلیل سایه‌ها:** یکی از روش‌های بررسی صحت عکس یا ویدئو تحلیل درجهٔ غلظت درونی سایه‌های قابل

1 YouTube Data Viewer

۲ بنگرید به:

How to use Amnesty's YouTube Data Viewer: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [accessed 22/04/2018].

۳ ابزار راستی‌آزمایی فیلمی اینوید در این سایت موجود است:

<http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>. [accessed 22/04/2018].

۴ بنگرید به:

About NewsCheck: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [accessed 22/04/2018].

5 EXIF Viewer

6 metadata

7 geolocation

8 tag

۹ ابزارهای وولفرم آلفا در سایت زیر موجودند:

<https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [accessed 22/04/2018].

رؤیت است (مثلاً، آیا سایه‌ها همان جایی هستند که انتظار داریم باشند و آیا غلظت سایه با منابع نور همخوان است یا نه؟).

< **کالبدسنجی تصویر:** برخی ابزارها می‌توانند ناهمخوانی‌های فراداده‌های تصاویر را که نشانگر دستکاری هستند ردیابی کنند. اعتبار این تکنیک‌ها بسیار وابسته به شرایط و کاربرد آنهاست اما ابزاری مانند فوتورنژیکالی^۱، فوتوفورنژیکس^۲ و ایزی‌ترو^۳ می‌توانند شبیه‌سازی و تحلیل سطح خطایی را طوری ردیابی کنند که اطلاعات مفیدی در اختیارمان قرار دهند.

اهداف پودمان

- < افزایش آگاهی از نقش محتوای تولید کاربران که از طریق شبکه‌های اجتماعی در روزنامه‌نگاری معاصر تبادل شده و نیز شناخت مخاطرات و نقاط ضعف مرتبط اتکا بر این محتوا
- < کسب شناختی گسترده از ضرورت دسترسی به اطلاعات از منبع اصلی یک خبر و فرایند انجام آن
- < گسترش شناخت نیاز به راستی‌آزمایی محتوای تولید کاربران و حذف انواع مختلف محتوای جعلی و گمراه کننده
- < افزایش آگاهی از روش‌های مهمی که برای شناسایی تصاویر و ویدئوها و افشای محتوای بصری جعلی استفاده می‌شوند.



نتایج یادگیری

۱. شناخت عمیق‌تر نقش محتوای تولید کاربران در روزنامه‌نگاری معاصر.
۲. درک نیاز به راستی‌آزمایی محتوای دیجیتال
۳. آگاهی و شناخت فنی چگونگی کاربرد ابزار برای راستی‌آزمایی منبع اصلی
۴. توان اجرای اقدامات اساسی راستی‌آزمایی برای محتوای عکس و ویدئو
۵. آگاهی از فراداده‌ها و تکنیک‌های پیشرفته‌تری که می‌توان در فرایندهای راستی‌آزمایی استفاده کرد
۶. آگاهی از نیاز به کسب اجازه برای استفاده از محتوای تولید کاربران و سایر محتواهای برخط و دانش چگونگی استفاده از آنها



1 Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch.

<https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [accessed 22/04/2018].

<http://fotoforensics.com/> [accessed 22/04/2018].

<https://www.izitru.com/> [accessed 22/04/2018].

موجود در:

۲ ابزارهای فوتوفورنژیکس در سایت زیر موجودند:

۳ ابزارهای ایزی‌ترو در سایت زیر موجودند:



قالب پودمان

این پودمان در قالب گفتار نظری ۶۰ دقیقه‌ای و بخش عملی ۱۲۰ دقیقه‌ای در سه بخش ارائه می‌شود اما ماهیت عملی موضوع آن را نیازمند شکل طولانی‌تر کارگاه‌های تعاملی همراه با تمرین‌های عملی می‌کند تا بتوان موارد لازم را نمایش داد.

نظری: با استفاده از نکات بالا، گفتاری درباره‌ی راستی‌آزمایی به‌عنوان بخش لاینفک و در حال تغییر روش روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال طراحی کنید.

عملی: جلسه‌ی عملی ۱۲۰ دقیقه‌ای نیازمند کارگاه و نمایش تعاملی است و می‌توان آن را به سه قسمت جداگانه تقسیم کرد.

مدرس‌ان باید از نکات بالا و اسلایدهایی که می‌توان از سایت‌های زیر دریافت کرد استفاده کنند. توجه داشته باشید که نکات دستورالعملی دیگری نیز برای مربیان به این اسلایدها اضافه شده‌اند:

الف. شناسایی و راستی‌آزمایی منبع: بررسی تاریخچه‌ی اجتماعی منابع^۱.

ب. راستی‌آزمایی ابتدایی تصویر: انواع رایج تصویرسازی جعلی و گام‌های ابتدایی راستی‌آزمایی^۲.

ج. راستی‌آزمایی پیشرفته‌تر: رویکردهای تحلیل محتوا شامل تحلیل فراداده‌ها و تعیین مکان جغرافیایی^۳.

مرتبط‌سازی طرح پودمان با نتایج یادگیری

الف. نظری

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
گفتار: پیشینه و نظریات راستی‌آزمایی و تحول روش‌ها	یک ساعت	۶، ۲، ۱

ب. عملی

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
۱) راستی‌آزمایی منبع - (تمرین) اجتماعی	۳۰ دقیقه	۳، ۲
۲) جستجوی معکوس تصویر (نمایش و تمرین)	۱۵ دقیقه	۴، ۳، ۲
۳) تحلیل فیلم (نمایش)	۳۰ دقیقه	۴، ۳، ۲
۴) آشنایی با انواع مختلف فراداده‌ها (نمایش)	۱۵ دقیقه	۵، ۲
۵) مکان جغرافیایی (نمایش و تمرین)	۲۰ دقیقه	۵، ۴، ۲
۶) آب و هوا، سایه‌ها و کالبدسنجی تصاویر (نمایش)	۱۰ دقیقه	۵، ۴، ۲

۱ بنگرید به:

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf

۲ بنگرید به:

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

۳ بنگرید به:

https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

تمرین پیشنهادی



< شرکت‌کنندگان باید برنامه کار راستی‌آزمایی منابع را با استفاده از قالب کلی در اسلاید ۸ از اولین مجموعه اسلایدها طراحی کنند. همچنین باید از نقش واقعی خود، محل کار خود یا سازمان خبری‌ای که با آن آشنا هستند استفاده کنند.

< حساب کاربری فرد مشهوری را در شبکه‌های اجتماعی انتخاب کنید و از شرکت‌کنندگان بخواهید برای تعیین واقعی بودن حساب‌های کاربری و شناسایی حساب‌های مرتبط اما غیرواقعی از ابزاری که به آنها نشان داده شد استفاده کنند.

< یک فایل تصویری انتخاب کنید و در کلاس نشان دهید و از شرکت‌کنندگان بخواهید اطلاعات خاصی را از طریق بررسی آن فایل در نشان دهنده برخط آگزیف و ابزار جست‌وجوی معکوس تصویر به‌دست آورند تا بتوانند منبع اصلی را شناسایی کنند.

مطالب درسی



اسلایدها

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

منابع مطالعه



راستی‌آزمایی منبع

Ayala Iacucci, A. (2014). Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook. European Journalism Centre.

موجود در:

<http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php>. [accessed 04/04/2018].

Bell, F. (2015). Verification: Source vs. Content, First Draft News.

موجود در:

<https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0>. [accessed 04/04/2018].

Carvin, A. (2013), Distant Witness, CUNY Journalism Press.

موجود در:

<http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/>. [accessed 04/04/2018].

Toler, A. (2017). Advanced guide on verifying video content.

موجود در:

<https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [accessed 04/04/2018].

Trewinnard, T. (2016). Source verification: Beware the bots, First Draft News.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/>. [accessed 04/04/2018].

ویدئوها

Real or Fake: How to verify what you see on the internet. (2015). France24.

موجود در:

<https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout> [accessed 04/04/2018].
Knight, W. (2018). The Defense Department has produced the first tools for catching deep-fakes, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [accessed 23/08/2018].

رسانه‌های شاهدان عینی

Brown, P. (2015). A global study of eyewitness media in online newspaper sites. Eyewitness Media Hub.

موجود در:

<http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf>. [accessed 04/04/2018].
Hermida, A. (2013). #JOURNALISM. Digital Journalism, 1(3), pp.295-313.
Koettl, C. (2016, January 27). Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge.

موجود در:

<https://www.repository.cam.ac.uk/handle/201810/253508>. [accessed 04/04/2018].
Kuczerawy, A. (2016, December 16). Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem.

موجود در:

<https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [accessed 22/01/2018].
Novak, M. (n.d.). 69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake.

موجود در:

<https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518>. [accessed 12/11/2017].
Online News Association: UGC Ethics Guide <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [accessed 18/4/2018].
Pierre-Louis, K. (2017). You're probably terrible at spotting faked photos.

موجود در:

<https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo>. [accessed 12/11/2017].
Rohde, D. (2013). Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists. The Atlantic.

موجود در:

<https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/>. [accessed 03/04/2018].
Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy, published

in Journalism Practice, 7(6).

Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma.

موجود در:

<https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/>. [accessed 23/10/2017].

Wardle, C. (2015). 7/7: *Comparing the use of eyewitness media 10 years on*.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/>.

[accessed 12/11/2017].

Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*.

موجود در:

<http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/>. [accessed 23/10/2017].

Zdanowicz, C. (2014). «Miracle on the Hudson” *Twitpic* changed his life.

موجود در:

<http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html>.

[accessed 12/11/2017].

جست و جوی معکوس تصویر

First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos -*.

موجود در:

https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. [accessed 06/11/2017].

First Draft News. *Visual Verification Guide - Video -*.

موجود در:

https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf?x47084. [accessed 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore «looting” tweets show importance of quick and easy image checks*.

موجود در:

<https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e>. [accessed 06/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*.

موجود در:

<https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/>. [accessed 06/11/2017].

نشان دهنده داده‌های یوتیوب

First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video -*.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload->

[time-of-a-video/](#). [accessed 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*.

موجود در:

<https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/>. [accessed 13/11/2017].

تحلیل فراداده‌ها

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall*.

موجود در:

<https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/>. [accessed 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*.

موجود در:

<https://storyful.com/blog/2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/>. [accessed 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*.

موجود در:

<http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake>. [accessed 12/11/2017].

تحلیل محتوا

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war*. Medium.

موجود در:

<https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3>. [accessed 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis*.

موجود در:

<http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html>. [accessed 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film*.

موجود در:

<http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html>. [accessed 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). *Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur*.

موجود در:

http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [accessed 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/>. [accessed 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*.

موجود در:

<https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba>. [accessed 03/04/2018].

منابع برخط

First Draft Interactive: Geolocation Challenge.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/>. [accessed 03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge.

موجود در:

<https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/>. [accessed 03/04/2018].

First Draft Online Verification Course.

موجود در:

<https://firstdraftnews.org/learn/> [accessed 03/04/2018]

مقابله با آزار برخط: هدف گرفتن
روزنامه‌نگاران و منابع آنها
جولی پوزتی

پودمان ۷



مشکل دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی^۱ که روزنامه‌نگاری معتبر و اطلاعات موثق را زیر سؤال می‌برد به شدت در عصر شبکه‌های اجتماعی گسترش یافته است و تبعات این مشکل آن است که روزنامه‌نگاران و سایر ناشرین برخشی که در پی راستی‌آزمایی یا تبادل اطلاعات و تفسیر خبرند به همراه منابعشان تعمداً هدف قرار داده می‌شوند. مخاطراتی که این مشکل به همراه دارد می‌تواند باعث تنزل بیشتر اعتماد به روزنامه‌نگاری در کنار کاهش ایمنی روزنامه‌نگاران و منابع آنها شوند.

روزنامه‌نگاران در برخی موارد هدف اقدامات صحنه‌آرایی^۲ و تخریب‌گری^۳ یا تلاش‌های عمدی برای «گمراه‌سازی، ارائه اطلاعات غلط، سردرگمی یا به خطر انداختن روزنامه‌نگاران»^۴ قرار گرفته‌اند. در این موارد، تبادل اطلاعات با هدف منحرف کردن حواس روزنامه‌نگاران یا منابع بالقوه آنها طراحی شده است. در شکل دیگری از این مسئله هم روزنامه‌نگاران فریب می‌خورند و اطلاعات نادرستی را تبادل می‌کنند که باعث تفسیر نادرست واقعیت می‌شود و پس از مشخص شدن جعلی بودن این اطلاعات، وجهه و اعتبار روزنامه‌نگار (و سازمان خبری‌ای که به آن وابسته‌اند) زیر سؤال می‌رود. در سایر موارد نیز روزنامه‌نگاران با تهدیدهای دیجیتالی مواجه‌اند که برای افشای منابع آنها و نقض حریم آنها طراحی شده است و آنها را در معرض خطر یا دسترسی دیگران به داده‌های انتشارنیافته‌شان قرار می‌دهد.

علاوه بر این، پدیده بسیج «گروهان‌های نفرت‌پراکنی دیجیتال» توسط دولت‌ها برای تضعیف تفسیر نقادانه و سرکوب آزادی بیان نیز وجود دارد.^۵ پس از آن مشکل جدی خشونت و آزار برخط (که برخی اوقات به اشتباه «تخریب‌گری»^۶ نامیده می‌شود) مطرح می‌شود که زنان به شدت بیشتر آن را تجربه می‌کنند و معمولاً ماهیت ضدزن دارد. این موضوع روزنامه‌نگاران، منابع آنان، و مفسران را در معرض آماج آزار برخط، ادعاهای نادرست درباره رفتار آنها، نمایاندن نادرست هویت آنها یا تهدیدهایی به آسیب دیدن که برای تحقیر آنها و تضعیف اعتماد به نفسشان طراحی شده، بی‌اعتبار کردن آنها، منحرف کردن توجهشان، و نهایتاً متوقف یا محدود کردن گزارشگری آنها قرار می‌دهد.^۷ در عین حال در بسیاری جاها، آزارهای واقعی که برای سرکوب گزارشگری نقادانه طراحی شده‌اند همچنان ادامه دارند و علاوه بر این، امروزه با ترعیب و تحریک برخط خطر گسترش آنها را بیشتر کرده است.

روزنامه‌نگاران می‌توانند قربانی مستقیم پوشش‌های دروغ‌رسانی شوند اما در برابر این پوشش‌ها مقاومت نیز می‌کنند. علاوه بر تقویت دفاع دیجیتال، بسیاری از آنها فعالانه مشغول افشای این حملات و حمله‌کنندگان هستند. رسانه‌های خبری با مشارکت در ابتکار عمل‌های سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی در کنار سمن‌های موجود در این فضا برای آموزش ضرورت تقدیر و حمایت از روزنامه‌نگاری ایفای نقش می‌کنند.

۱ برای تعاریف این دو بنگرید به:

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking (Council of Europe). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [accessed 30/03/2018].

۲ عبارت جدید «astroturfing» برگرفته از نام تجاری نوعی چمن مصنوعی است که برای پوشش سطوح رو باز استفاده می‌شود طوری که به نظر برسد چمن طبیعی است. در زمینه دروغ‌رسانی، این صحنه‌آرایی شامل نشر اطلاعات جعلی با هدف گرفتن مخاطبان و روزنامه‌نگاران به منظور گمراه‌سازی یا تغییر نگاه آنها مخصوصاً در قالب «شواهد» حمایت مردمی غیر واقعی از یک فرد، دیدگاه یا سیاست است. همچنین بنگرید به تعریف ارائه‌شده در منبع زیر:

<https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [accessed 20/03/2018].

۳ Coco, G. (2012). Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media at Vice.com. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [accessed 30/03/2018].

۴ Posetti, J. (2013). The 'Twitterisation' of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [accessed 30/03/2018].

۵ Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [accessed 21/07/2018].

۶ نکته: باید توجه داشت که «تخریب‌گری» در کاربرد مرتبط با اینترنت آن عبارت است از اقدامات مختلف از اذیت خفیف و حقه و تحریک تا گمراه‌سازی عمدی. البته از این عبارت بیش از پیش برای پوشش همه اقدامات آزار برخط استفاده می‌شود و این امر با توجه به ترکیب دامنه گسترده فعالیت‌ها مشکلات بالقوه‌ای ایجاد می‌کند و جدیت آزار برخط را کم‌رنگ می‌سازد.

۷ برای آشنایی با نمونه، بنگرید به:

<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>

الف) تشخیص و پاسخ به «تخریبگری» و «صحنه‌آرایی»^۱

این پدیده شامل اختراع شخصیت‌ها و رویدادهایی است که با هدف فریب دادن روزنامه‌نگاران و مخاطبان طراحی می‌شوند و همراه با پوشش‌های سازماندهی شده‌ای در شبکه‌های اجتماعی هستند که هدفشان مسخره کردن واکنش‌های عمومی واقعی است. مشکل می‌توان تفاوت اخبار فوری و روایت‌های مشروع شاهدان عینی را با محتوایی تشخیص داد که جعل شده یا با چیزهای نادرست آب و تاب داده شده تا روزنامه‌نگاران را گمراه سازد یا تعمداً اعتبار آنها و سایر مفسران برخط را تنزل دهد و با گول زدن روزنامه‌نگاران برای تبادل اطلاعات غلط، کارهای آنها را بی اعتبار کند.

نمونه‌های این نوع رفتار عبارت‌اند از:

< قربانیان و مجروحان ساخته و پرداخته در سوانح و حملات تروریستی (بنگرید به نمونه بمب‌گذاری در منچستر)^۲ با هدف فریب دادن مردم و ترغیب آنها به تبادل محتوایی که بالقوه باعث آسیب زدن به وجهه و اعتبار افرادی از جمله روزنامه‌نگاران می‌شود که نامشان در فرایند توزیع خبر ذکر شده است.

< انتشار محتوایی که خود را همچون مطلبی با ارزش خبری نشان می‌دهد و حاصل داستان‌سرایی درباره شخصیت‌هایی تخیلی است مانند «دختر همجنس‌گرا در دمشق»^۳. در سال ۲۰۱۱، رسانه‌های جهانی با سروصدای فراوان دستگیری بلاگ‌نویسی را گزارش کردند که ادعا می‌شد یک زن همجنس‌گرای سوری است. معلوم شد که نویسنده یک دانشجوی آمریکایی است که خارج از آمریکا زندگی می‌کند. جس هیل^۴ روزنامه‌نگار از طرف برنامه پی ام بنگاه خبرپراکنی استرالیا^۵ مأمور پیگیری این ماجرا شد. او می‌گوید که روش‌ها و ابزار سنتی راستی‌آزمایی مانع آن شده است که برنامه او انتشار یک خبر کذب را تشدید کند. «ما به یک دلیل ساده بازداشت او را گزارش نکردیم: کسی را پیدا نکردیم که شخصاً این زن را دیده بود. هیچ خویشاوند یا دوست شخصی‌ای وجود نداشت. دو روز دنبال این افراد گشتیم و از رابط‌های سوری خود خواستیم ما را با افرادی که با او در تماس بودند مرتبط کنند اما فقط به بن‌بست خوردیم. این واقعیت که کسی را پیدا نکردیم که شخصاً این زن را دیده باشد برایمان زنگ خطر شد و در نتیجه این ماجرا را گزارش نکردیم... آژانس‌های خبری‌ای که این مطلب را عجولانه گزارش کردند کار اصلی رفتن به سراغ منشأ ماجرا را انجام ندادند و اخبار را بر اساس نوشته‌ای در یک بلاگ گزارش کردند»^۶.

سایر انگیزه‌ها عبارت‌اند از: میل به منحرف کردن حواس روزنامه‌نگاران یا ایجاد تغییر جهت در تحقیق آنها از طریق طرح مسیرهای بی‌ثمر پرس‌وجوهایی که مانع تلاش‌های گزارشگری می‌شود و نهایتاً حقیقت‌یابی را متوقف یا تضعیف می‌کند.

نمونه‌های این سبک جهت‌دهی غلط عبارت‌اند از:

< تلاش برای تنظیم مجدد ادعاهایی درباره میزان جمعیت در مراسم تنفیذ ریاست جمهوری دونالد ترامپ در ژانویه سال ۲۰۱۷ به عنوان «واقعیت‌های جایگزین»^۷.

۱ برای توضیح «صحنه‌آرایی» (astrourfing) هنگام تدریس، سایت زیر مفید واقع می‌شود:

<https://youtu.be/Fmh4RdIwswE>.

۲ بنگرید به:

<https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [accessed 30/03/2018].

3 Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, November 9th, 2017, in The New Yorker. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [accessed 30/03/2018].

4 Jess Hill

5 Australian Broadcasting Corporation's PM programme

6 Posetti, J. (2013). Op cit

7 NBC News (2017) Video: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [accessed 30/03/2018].

< جوسازی در طی جنگ‌های معاصر، مانند توثیت‌های طالبان به روزنامه‌نگاران در افغانستان و ارائه جزئیات نادرست و گمراه‌کننده در نبردها.^۱

< ارائه مجموعه داده‌هایی به روزنامه‌نگاران که اطلاعاتی ارزشمند و راستی‌آزمایی‌پذیر همسو با منافع عمومی در خود دارند، اما این اطلاعات به دلیل مخلوط شدن با دروغ‌رسانی تباه و بی‌ارزش شده‌اند.

< اخیراً جوسازی رایانه‌ای^۲ باعث افزایش مخاطرات برای روزنامه‌نگارانی شده است که با «صحنه آرای» و «تخریگری» سروکار دارند. این موضوع شامل استفاده از روبات‌ها برای پراکنده کردن اطلاعات نادرست و بسیار هدفمند و پیام‌های جوسازی در مقیاسی است که طوری طراحی شده است که ظاهر یک جنبش واقعی را داشته باشد.^۳ در حال حاضر، از فناوری هوش مصنوعی برای تولید ویدئوهای «عمیقاً جعلی»^۴ و سایر شکل‌های محتوایی استفاده می‌شود که برای بی‌اعتبار کردن اهدافی از جمله روزنامه‌نگاران و مخصوصاً زنان گزارشگر طراحی می‌شوند.

نمونه‌های این عملکردها عبارت‌اند از:

< سایت خبری مستقل رپلر (rappler.com) و کارکنان آن که اکثراً زن هستند هدف پویش گسترده آزار برخط قرار گرفتند. «در فیلیپین، تخریبگران مزدور، استدلال سفسطه‌آمیز، منطق معیوب، و مسموم‌سازی چاه فقط برخی از تکنیک‌های جوسازی هستند که برای چرخش افکار عموم درباره مسائل اصلی استفاده می‌شوند.»^۵ (بنگرید به مشروح بحث در ادامه).

< یک خانواده مرفه متهم شد که بنگاه‌های دولتی مهم و سیاستمداران آفریقایی جنوبی را به خدمت گرفته است تا با شرکت روابط عمومی بریتانیایی با نام بل پوتینگر^۶ برای راه‌اندازی یک پویش مفصل جوسازی قرارداد ببندد و پیام‌های خود را از طریق یک امپراطوری دروغ‌رسانی شامل سایت‌ها و رسانه‌ها و ارتش توثیتری مزدور با هدف قرار دادن خبرنگاران، صاحبان کسب‌وکار و سیاستمداران توزیع کند. این پیام‌ها شامل تصاویر و متون خصمانه و آزارگرانه فوتوشاپ‌شده‌ای بودند که با هدف تحقیر و مقابله با تحقیقات درباره نفوذ آنها در دولت طراحی شده بودند.^۷ سردبیر برجسته، فریال هفاجی^۸ در طی این دوره هدف پویش آزار برخط قرار گرفت و تصاویر چهره‌اش دستکاری شد تا برداشت‌های نادرستی را به ذهن مخاطب متبادر کند و هشتگی هم تحت عنوان واژه ابداعی مرکب از روسپی و مطبوعات^۹ ساخته شد.^{۱۰}

< ماجرای رعنا ایوب روزنامه‌نگار، پس از انتشار انبوه اطلاعات غلط با هدف مقابله با گزارشگری نقادانه او، باعث شد پنج گزارشگر ویژه سازمان ملل متحد از دولت هند درخواست کنند از این روزنامه‌نگار محافظت کنند. این

1 Cunningham, E (2011). In shift, Taliban embrace new media, GlobalPost. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [accessed 30/03/2018].

2 Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [accessed 30/03/2018].

۳ نکته: باید توجه داشت که گزارش‌های سطحی درباره پویش‌های روباتی در طی انتخابات عمومی بریتانیا در سال ۲۰۱۷ بر دشواری گزارش این مسائل تأکید داشتند. بنگرید به: Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing, First Draft News. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [accessed 29/03/2018].

۴ عبارت «عمیقاً جعلی» (deepfake) واژه‌ای است مرکب از «یادگیری عمیق» (deep learning) و «جعلی» (fake) و معنی آن استفاده از فناوری هوش مصنوعی برای تولید محتوای جعلی‌ای است که گاه ماهیت هرزه‌نگاری دارد و ردیابی آن تقریباً غیرممکن است. این رویکرد در حملات مجازی برای بی‌اعتبار کردن افراد از جمله روزنامه‌نگاران به کار می‌رود. بنگرید به:

Cuthbertson, A (2018) What is 'deepfake' porn? AI brings face-swapping to disturbing new level in Newsweek <http://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [accessed 17/06/2018].

5 Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [accessed 30/03/2018].

6 Bell Pottinger

۷ پرونده گسترده «امپراطوری اخبار جعلی» گاپتا (Gupta) در سایت زیر موجود است:

<https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/>. [accessed 30/03/2018].

8 Ferial Haffajee

9 prostitute: press + prostitute

10 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online]

https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [accessed 06/04/2018].

موجود در:

روزنامه‌نگار مستقل هدف مجموعه‌ای از دروغ‌رسانی‌ها در شبکه‌های اجتماعی قرار گرفت از جمله ویدئوهای «عمیقاً جعلی»^۱ ای که می‌گفتند او فیلم‌های هرزه‌نگاری تولید کرده است. او همچنین مستقیماً تهدید به تجاوز و قتل شد.^۱

< در مورد جسیکا آرو^۲ روزنامه‌نگار فنلاندی در قسمت «تهدیدات دیجیتال ایمنی و راهبردهای دفاعی» در بخش ب این پودمان بحث شده است.

سایر پودمان‌های این کتاب راهنما به توضیح خاص روش‌های راستی‌آزمایی فنی پرداخته‌اند، با این همه شرکت‌کنندگان باید توانایی شناسایی انگیزه بدخواهانه برخی عاملین برخط برای تولید و توزیع دروغ‌رسانی و غلط‌رسانی به‌عنوان یکی از اسلوب‌های آزار و هدف گرفتن روزنامه‌نگاران را کسب کنند.

پرسش‌های نقادانه در کنار روش‌های فنی راستی‌آزمایی اطلاع‌رسانی:

۱. آیا سوءنیتی پشت این تبادل یا تگ شدن وجود دارد؟
۲. فرد پست‌کننده این محتوا از تبادل آن چه نفعی می‌برد؟
۳. تبعات تبادل این مطلب برای من/ اعتبار حرفه‌ای من/ مؤسسه رسانه خبری یا کارفرما چیست؟
۴. آیا تلاش من برای مشخص کردن هویت/ وابستگی‌ها/ قابل اطمینان بودن/ انگیزه‌های فرد کافی بوده است یا نه (به‌عنوان نمونه، آیا آنها در پی نشر دروغ‌رسانی یا سود بردن از فروش محتوایی هستند که از راه‌های غیرقانونی به‌دست آورده‌اند و توجیهی از لحاظ منافع عمومی ندارد)؟
۵. فرستنده انسان است یا روبات^۳؟
۶. آیا اگر یک «انبوه زباله‌ای داده»^۴ از افشاکننده‌ای غیرواقعی دریافت کردیم باید مستقلاً محتوا را پیش از انتشار کامل داده‌ها راستی‌آزمایی کنیم؟ آیا امکان دارد که اطلاعات نادرست و دروغ نیز برای گمراه‌سازی یا بی‌اعتبار کردن عمدی طراحی شده و به این محتوا اضافه شده باشند؟

ب) تهدیدهای دیجیتال ایمنی و راهبردهای دفاعی

روزنامه‌نگاران، مدافعان حقوق بشر و بلاگ‌نویسان/ فعالان شبکه‌های اجتماعی مدام در برابر حملات مجازی آسیب‌پذیرتر می‌شوند و کنشگران بدخواه از طریق پیام‌های دروغین برای کشف اطلاعات کاربری^۵، حملات بدافزاری^۶ و تقلید هویت^۷ منابع یا داده‌های آنها را شناسایی و کنترل می‌کنند.

نمونه این اقدام:

جسیکا آرو روزنامه‌نگار تحقیقی تقدیرشده که در بنگاه خبرپراکنی دولتی فنلاند (YLI) مشغول به کار است از سال ۲۰۱۴ هدف پویش‌های «تخریبگر» سازماندهی شده قرار گرفته است. وی انواع تهدیدهای دیجیتال ایمنی را شامل تقلید

۱ کارشناسان سازمان ملل از هند خواستند رعنا ایوب را در برابر پویش نفرت‌پراکنی محافظت کنند:

<http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E>; [accessed 17/08/2018 See also Ayyub, R. (2018).

روزنامه‌نگاران در هند با تهدید به تجاوز و هرزه خوانده شدن روبه‌رو هستند:

<https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [accessed 17/06/2018].

2 Jessikka Aro

۳ به‌عنوان نمونه بنگرید به:

<https://botcheck.me>

4 data dump

5 phishing

6 Malware attacks

۷ از تکنوپدیا: تقلید هویت (spoofing) اقدامی بدخواهانه یا کلاهبردانه است که در طی آن پیامی از سوی منبعی ناشناخته در ظاهر منبعی که دریافت‌کننده می‌شناسد ارسال می‌شود. تقلید هویت از طریق ایمیل یکی از رایج‌ترین روش‌های این کار است. چنین ایمیل‌هایی ممکن است حاوی خطرات دیگری مانند تروژان‌ها یا انواع ویروس‌ها باشند که برای رایانه‌ها از طریق آغاز فعالیت‌های پیش‌بینی نشده، دسترسی از راه دور، حذف فایل‌ها و سایر موارد که در سایت زیر تشریح شدند تخریب جدی به‌بار می‌آورند:

<https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [accessed 29/03/2018].

هویت و رخنه و نشر اطلاعات خصوصی^۱ تجربه کرده است. تخریبگران اطلاعات تماس خصوصی او را افشا کرده‌اند، علیه او به دروغ‌رسانی پرداخته‌اند و انبوهی پیام خشنماک برایش فرستاده‌اند. جسیکا می‌گوید: «یک روز تلفنم زنگ خورد و صدای شلیک گلوله آمد. یک بار دیگر، فردی پیامکی برایم فرستاد و ادعا کرد که پدرم مرحوم است و به من گفت که مرا زیر نظر دارد»^۲. آرو از سردبیرانی که روزنامه‌نگاران را در برابر تهدیدات حمایت می‌نمایند قدردانی کرده است و از روزنامه‌نگاران مصرانه درخواست می‌کند که تحقیق کنند و جوسازی را افشا نمایند.

بنابراین، لازم است که کنشگران روزنامه‌نگاری درباره خطرات زیر هوشیار باشند:

۱۲ تهدید دیجیتال اصلی امنیتی^۳

نظارت هدفمند و نظارت انبوه

< سوءاستفاده‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری بدون آنکه هدف مطلع شود

< حمله پیام‌های دروغین برای کشف اطلاعات کاربری^۴

< حمله با دامنه جعلی

< حمله افراد واسطه^۵

< حملات انکار خدمات (DoS) و انکار خدمات توزیع شده (DDoS)^۶

< تخریب ظاهر سایت

< حساب‌های لورفته کاربران

< ترعیب، آزار و افشای اجباری شبکه‌های برخط

< دروغ‌رسانی و پویش‌های تخریبی

< مصادره حاصل کار روزنامه‌نگاران

< ذخیره داده‌ها و داده‌کاوی

برای آشنایی با راهبردهای دفاعی، بنگرید به: تأمین ایمنی دیجیتال برای روزنامه‌نگاری^۷.

برای آشنایی با مضامین منابع محرمانه و افشاکنندگانی که با روزنامه‌نگاران و سایر تهیه‌کنندگان رسانه‌ای تعامل می‌کنند

بنگرید به: حمایت از منابع روزنامه‌نگاری در عصر دیجیتال^۸.

۱ از تکنویدیا: doxing عبارت است از فرایند دستیابی، رخنه و نشر اطلاعات سایر افراد مانند نام، نشانی، شماره تلفن و جزئیات کارت اعتباری آنها. در این فرایند، فرد یا سازمان خاصی هدف قرار می‌گیرد. دلایل بسیار زیادی برای این کار وجود دارد اما یکی از رایج‌ترین آنها وادار کردن افراد به انجام کاری است. ریشه لغوی این عبارت عامیانه از «doc» برگرفته شده است زیرا اغلب این گونه فایل‌ها ارسال و تبادل می‌شوند. رخنه‌کنندگان روش‌های متفاوتی را برای دستیابی و نشر اطلاعات به کار برده‌اند اما یکی از مرسوم‌ترین این روش‌ها پیدا کردن گذرواژه ایمیل برای دسترسی به اطلاعات شخصی است. منبع: <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [accessed 29/03/2018].

2 Aro, J. 2016. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [accessed 20/07/2018].

3 Posetti, J. (2015). New Study: Combatting the rising threats to journalists' digital safety (WAN-IFRA). <https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety> [accessed 30/03/2018].

4 King, G (2014) Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. <https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php> [accessed 29/03/2018].

۵ طبق تعریف تکنویدیا، فرد واسطه (man in the middle: MITM) نوعی استراق سمع است هنگامی که شخص ثالثی بدون اجازه ارتباطات دو نفر را پایش کرده و تغییر می‌دهد. مهاجم معمولاً از طریق نفوذ به فرایند تبادل یک پیام عمومی مهم و انتقال مجدد پیام در حین تعویض کلید درخواست شده با کلید خود فعالانه استراق سمع می‌کند. منبع: <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [accessed 29/03/2018].

۶ بنگرید به: <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> b. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [accessed 29/03/2018].

۷ بنگرید به: Henrichsen, J. et al. (2015). Building Digital Safety for Journalism (UNESCO) Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [accessed 30/03/2018].

8 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [accessed 30/03/2018].

تشخیص و مدیریت خشونت و آزار برخط

«مرا فاحشه کثیف، کولی لعنتی، جهود، هرزه مسلمان، انگل یونانی، مهاجر حال به هم زن، روانی احمق، دروغگوی زشت، و متعصب بیزار نامیده‌اند. دائماً به من می‌گویند که برگردم به وطن خودم، خودم را بکشم یا آنها مرا به ضرب گلوله می‌کشند، زبانم را می‌برند یا انگشتانم را یکی یکی قطع می‌کنند. مدام مرا تهدید به تجاوز دسته‌جمعی و شکنجه جنسی می‌کنند»^۱. این عبارات حرف‌های روزنامه‌نگار خوشنام سوئدی الکزاندر پاسکالیدو^۲ است که در سال ۲۰۱۶ در برابر کمیسیون اروپا در بروکسل دربارهٔ تجارب برخط خود شهادت داد.

گسترش جهانی این نوع برخط آزار با هدف گرفتن مفسران و روزنامه‌نگاران زن باعث شد سازمان ملل متحد (از جمله یونسکو)^۳ و سازمان‌های دیگر این مشکل را به رسمیت بشناسند و درخواست اقدام و راه حل کنند.

سازمان امنیت و همکاری اروپا^۴ از پژوهشی که تأثیر بین‌المللی آزار برخط زنان روزنامه‌نگار را که به شدت بیشتر هدف «تخریبگری نفرت‌پراکنی» قرار می‌گیرند نشان می‌داد حمایت مالی کرد.^۵

در ادامهٔ این پژوهش، اتاق فکر بریتانیایی دموکراسی مطالعاتی انجام داد که در طی آن صدها هزار توثیق بررسی شدند و ثابت شد که روزنامه‌نگاری تنها حوزه‌ای است که در آن زنان بیشتر از مردان پیام‌های آزار دریافت می‌کنند و «زنان روزنامه‌نگار و گویندگان اخبار در تلویزیون تقریباً سه برابر مردان همتای خود آزار می‌بینند»^۶. کلیدواژه‌های آزاردهندگان عبارت بودند از «هرزه»، «تجاوز» و «روسی».

یکی از حربه‌های آزار برخط که علیه زنان روزنامه‌نگار به کار می‌رود، استفاده از تاکتیک‌های دروغ‌رسانی است. دروغ‌ها دربارهٔ شخصیت و کار آنها منتشر می‌شوند تا اعتبار آنها را خدشه‌دار کنند و آنها را تحقیر کنند و در پی آن‌اند که گزارشگری و تفسیر این روزنامه‌نگاران برای عموم مردم متوقف شود.

اضافه شدن تهدیدهای خشونت‌آمیز شامل تجاوز و قتل و نیز اثر «انباشتی» (حملات برخط و انبوه نظام‌مند، سازمان‌یافته یا روباتیک علیه یک شخص) اثرات منفی این موضوع را تشدید می‌کنند.

ماهیت شخصی این حملات که اغلب صبح زود یا آخر شب به دستگاه‌های شخصی افراد ارسال می‌شوند باعث شدیدتر شدن اثرگذاری این حملات می‌شود. به گفتهٔ پاسکالیدو، «بعضی صبح‌ها با خشونت کلامی از خواب بیدار می‌شوم و با پژواک خشونت نژادپرستانه و جنسی در گوش‌هایم به خواب می‌روم. کل ماجرا شبیه به یک جنگ مدام و کم‌شدت است».

مدیر و سردبیر اجرایی رپلر ماریا رسا^۷ در فیلیپین، خود مطالعاتی موردی است در مبارزه با آزار گستردهٔ برخطی که در دل پویش عظیم دروغ‌رسانی اتفاق می‌افتد که پیوندهایی با دولت دارد. وی خبرنگار جنگی سابق سی‌ان‌ان است اما اظهار می‌کند که هیچ‌یک از تجارب میدانی‌اش باعث نشده برای مقابله با پویش عظیم و مخرب آزار جنسیتی برخطی که از سال ۲۰۱۶ از سر گذرانده، آماده شود.

رسا می‌گوید: «من زشت، سگ و مار نامیده شده و تهدید به تجاوز و قتل شده‌ام». این اتفاق آنقدر زیاد رخ داده که او دیگر نمی‌داند چند بار تهدید به قتل شده است. علاوه بر این، او در معرض حملهٔ پویش‌های هشتگی مانند ماریا

1 Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [accessed 30/03/2018].

2 Alexandra Pascalidou

3 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) op cit See also: Resolution 39 of UNESCO's 39th General Conference which notes "the specific threats faced by women journalists including sexual harassment and violence, both online and offline." <http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf> [accessed 29/03/2018].

4 Organisation for Security and Co-operation in Europe (OSCE)

5 OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [accessed 30/03/2018].

6 Bartlett, J. et al. (2014) Misogyny on Twitter, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [accessed 30/03/2018].

7 Maria Ressa رئیس هیئت داوران جایزه جهانی آزادی مطبوعات گیر موناوی یونسکو است:

<https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

رسا را دستگیر کنید و او را به سنا بیاورید^۱ قرار گرفته است که هدف از طراحی شان تحریک او باش برخط به تهاجمی شدن، بی اعتبار کردن رسا و رپلر و تضعیف گزارشگری آنهاست. رسا توضیح می دهد: «این ماجرا باعث آغاز چرخه سکوت شد. به هر کس که نگاه یا پرسشی نقادانه درباره قتل های خارج از نظام قضایی داشت وحشیانه حمله شد و زنان در وضعیت بدتری بودند. متوجه شده بودیم که این سیستم در پی ساکت کردن مخالفت است و برای منفعل ساختن روزنامه‌نگاران طراحی شده است. ما اجازه نداریم پرسش های جدی مطرح کنیم و مسلماً حق نقاد بودن را نیز نداریم»^۲.

راهبرد مبارزه ماریا رسا با این حملات چنین است:

- < به رسمیت شناختن جدیت مشکل.
 - < به رسمیت شناختن اثرات روانی این مشکل و تسهیل حمایت روانی از کارکنان آسیب دیده
 - < استفاده از روزنامه‌نگاری تحقیقی به عنوان سلاح مقابله^۳
 - < درخواست از مخاطبان وفادار برای دفع و مهار حملات
 - < تشدید امنیت برخط و غیر برخط در پاسخ به آزار
 - < فراخوان عمومی در شبکه‌ها (مانند فیس‌بوک و توییتر) برای تلاش بیشتر در راستای مقابله با آزار برخط و مدیریت مناسب آن
- هنگام مواجهه با تهدید فزاینده آزار برخط، باید همواره آزار برخط مستمر روزنامه‌نگاران زن در بستر پویش های دروغ رسانی را در نظر داشت. به عنوان نمونه، وندی کارلایل^۴ روزنامه‌نگار تحقیقی استرالیایی هنگام تولید مستندی برای رادیو ای بی سی^۵ در طی راهپیمایی منکران تغییرات اقلیمی در استرالیا در سال ۲۰۱۱ مورد اذیت و آزار قرار گرفت و مجبور شد برای حفظ جان خود مراسم را ترک کند^۶.

اهداف پودمان



- در این پودمان، شرکت کنندگان از مخاطرات آزار برخط در بستر «ناهنجاری اطلاع رسانی» آگاه می شوند، به آنها در تشخیص تهدیدها کمک می شود و امکان رشد مهارت ها و ابزار مورد نیاز برای کمک به مقابله با آزار برخط برایشان فراهم می گردد. این اهداف عبارت اند از:
- < افزایش آگاهی شرکت کنندگان درباره مسئله کنشگران بدخواهی که روزنامه‌نگاران، منابع آنها و دیگر افراد مرتبط برخط را در پویش های دروغ رسانی / غلط رسانی هدف قرار می دهند؛
 - < توانمند ساختن شرکت کنندگان برای تشخیص بهتر «صحنه آرای»، «تخریبگری»، تهدیدهای دیجیتال ایمنی و آزار برخط؛
 - < بیشتر کردن آمادگی شرکت کنندگان برای مقابله با «صحنه آرای» و «تخریبگری»، تهدیدهای دیجیتال ایمنی و آزار برخط به روشی حساس به جنسیت.

1 #ArrestMariaRessa and #BringHerToTheSenate

2 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in Kilman, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [accessed 30/03/2018].

۳ فریال هفاجی نیز از همین تکنیک در مطالعه موردی «اخبار درج شده از گاپتا» که پیش تر ذکر شد استفاده کرده است. او از تکنیک های روزنامه نگاری تحقیقی و «کارآگاهان» امنیت دیجیتال برای پرده برداری از برخی تخریبگرانی که در جهت بی اعتبار کردنش به خاطر گزارش کردن این رسوایی تلاش می کردند بهره جست. بنگرید به:

<https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [accessed 16/06/2018].

4 Wendy Carlisle

5 ABC

6 Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. <http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [accessed 30/03/2018].

نتایج یادگیری

در پایان این پودمان، شرکت کنندگان می توانند:

۱. شناخت عمیق تری از اثرات آزار بر خط بر کنشگران روزنامه نگاری، روزنامه نگاری، تبادل اطلاعات و آزادی بیان داشته باشند؛
۲. از مسئله کنشگران بدخواه که روزنامه نگاران و سایر افراد مرتبط بر خط را در پویش های دروغ رسانی / غلط رسانی هدف قرار می دهند آگاه تر شوند؛
۳. تهدیدهای ایمنی خاصی را که زنان مشغول در فعالیت های روزنامه نگاری بر خط با آنها مواجه اند درک کنند؛
۴. راحت تر بتوانند کنشگران بدخواه بر خط را در کنار موارد «صحنه آرای»، «تخریبگری»، تهدیدهای دیجیتال ایمنی و آزار بر خط تشخیص دهند؛
۵. برای مقابله ای حساس به جنسیت با «صحنه آرای»، «تخریبگری»، تهدیدهای دیجیتال ایمنی و آزار بر خط آماده تر شوند.

قالب پودمان

این پودمان برای ارائه رودررو یا برخط طراحی شده است و باید در دو بخش نظری و عملی اجرا شود:

پیوند دادن طرح پودمان با نتایج یادگیری

الف. نظری

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
یک گفتار تعاملی و پرسش و پاسخ (۹۰ دقیقه ای) که می تواند به صورت مرسوم و یا از طریق بستری وبیناری طراحی شده برای مشارکت از راه دور برگزار شود. محتوای گفتار می تواند بر اساس نظریات و مثال های این پودمان باشد. با وجود این، برگزارکنندگان دوره تشویق می شوند مطالعات موردی مرتبط فرهنگی / محلی را در ارائه این پودمان جای دهند.	۶۰ تا ۹۰ دقیقه	۵، ۴، ۳، ۲، ۱

طرح پودمان	مدت	نتایج یادگیری
یک کارگاه/ تدریس (۹۰ دقیقه‌ای) که در کلاس مرسوم برگزار می‌شود و یا از طریق یکی از بسترهای یادگیری مجازی مانند مودل، گروه‌های فیس‌بوک یا سایر سرویس‌هایی که مشارکت برخط از راه دور را ممکن می‌سازند. تمرین کارگاه/ تدریس می‌تواند در قالب زیر باشد: • موارد درسی را در میان کارگروه‌های ۳ الی ۵ نفره تقسیم کنید • به هر کارگروه نمونه‌ای از محتوای بدخواهانه مرتبط با پوشش دروغ‌رسانی/ غلط‌رسانی/ تخریب‌گری/ صحنه‌آرایی/ آزار برخط بدهید (برای یافتن محتوایی که برای هدف گرفتن ماریا رسا، جسیکا آرو و الگزنندرا پاسکالیدو تولید شده و ماجراهایشان در این پودمان مطرح شده است، در بلاگ‌ها و کانال‌های رسانه‌های اجتماعی جست‌وجو کنید). • همه کارگروه‌ها باید با همکاری یکدیگر مطالب درسی را ارزیابی کنند (در مورد فرد/ گروه پشت مطالب درسی تحقیق کنند)، مخاطرات و تهدیدها را شناسایی کنند (به پژوهش‌هایی در زمینه اثراتی که در متون پیشنهادی مطرح شده‌اند مراجعه کنند)، یک برنامه اقدامی برای پاسخ به مطالب درسی پیشنهاد کنند (که می‌تواند شامل پاسخ راهبردی، گزارش کاربر به شبکه یا پلیس در صورت لزوم و اختصاص دادن یک روایت خبری به این مسئله باشد)، خلاصه‌ای ۲۵۰ کلمه‌ای از برنامه اقدامی بنویسند (با استفاده از گوگل داکس یا سایر ابزار ویرایشی توأم با همکاری) و آن را برای بررسی شدن برای سخنران/ مدرس ارسال کند.	۹۰ تا ۱۲۰ دقیقه	۱، ۲، ۳، ۴، ۵

ساختار جایگزین

این پودمان را می‌توان برای تعمیق نحوه برخورد با مسائل گسترش داد تا به شکل سه درس مجزا درآید (هریک در دو بخش بر اساس توضیحات فوق):

< شناسایی و پاسخ به «تخریب‌گری» و «صحنه‌آرایی»

< الگوسازی دیجیتال تهدید^۱ و راهبردهای دفاعی

< شناسایی و مدیریت خشونت و آزار برخط جنسیتی

1 Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [accessed 2/03/2018].

تمرین پیشنهادی



یک متن ۱۲۰۰ کلمه‌ای، یک گزارش صوتی ۵ دقیقه‌ای و یک گزارش ویدئویی ۳ دقیقه‌ای، یا یک اینفوگرافیک تفصیلی تعاملی مبتنی بر مصاحبه با حداقل یک روزنامه‌نگار درباره تجربه آزار برخط (مانند هدف دروغ‌رسانی قرار گرفتن و مواجهه با تهدیدهای دیجیتال امنیتی به‌عنوان بخشی از پویش دروغ‌رسانی یا آزار دیدن و در معرض خشونت برخط قرار گرفتن) تهیه کنید. شرکت‌کنندگان باید از پژوهش‌های قابل استناد در گزارش خود استفاده کنند و اثرات این پدیده‌ها را بر روزنامه‌نگاری/آزادی بیان و حق عمومی مردم به دانستن توضیح دهند.

منابع مطالعه



Aro, J. 2016. The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. European View. Sage Journals, June 2016, Volume 15, Issue 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [accessed 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). The Gupta Fake News Factory and Me in The Huffington Post. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [accessed 29/03/2018].

OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO 2017). <http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf> [accessed 29/03/2018].

Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [accessed 29/03/2018].

Reporters Sans Frontieres (2018) Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [accessed 20/8/18].

Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [accessed 21/07/2018].

Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. <https://source.open-news.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [accessed 02/03/2018].

منابع برخط

Video: How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment – a panel discussion at the International Journalism Festival, Perugia, Italy (April 2017) with Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (Swedish journalist), Mary Hamilton (The Guardian), Blathnaid Healy (CNNi).

موجود در:

<http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>

ماگدا ابوفاضل رئیس میدیا آنلیمیتد در لبنان است.

Magda Abu-Fadil is the Lebanon-based director of Media Unlimited.

فرگوس بل متخصص جمع‌آوری اخبار دیجیتال و راستی‌آزمایی محتوای تولید کاربران و مؤسس دیگ دیپر میدیا است.

Fergus Bell is an expert in digital newsgathering and the verification of user-generated content.

He is the founder of Dig Deeper Media.

حسین درخشان نویسنده، پژوهشگر و مدرس ایرانی-کانادایی مرکز رسانه‌ها، سیاست و سیاستگذاری عمومی شورنتاین در دانشکده کندی هاروارد است.

Hossein Derakhshan is an Iranian-Canadian writer, researcher and Fellow at Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy at Harvard Kennedy School.

شریلین آیرتون روزنامه‌نگار اهل آفریقای جنوبی و رئیس مجمع ویراستاران جهانی در انجمن جهانی روزنامه‌ها و ناشرین اخبار است.

Cherilyn Ireton is a South African journalist who directs the World Editors Forum, within the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA).

الکسیوس منتزرلیس رئیس شبکه بین‌المللی صحت‌سنجی در مؤسسه پوینتر است.

Alexios Mantzarlis leads the International Fact-Checking Network at the Poynter Institute.

الیس متیوز روزنامه‌نگار اخبار و مسائل جاری در بنگاه خبرپراکنی استرالیا (ABC) در سیدنی است.

Alice Matthews is a news and current affairs journalist at the Australian Broadcasting Corporation (ABC) in Sydney.

جولی پوزتی Julie Posetti پژوهشگر ارشد در مؤسسه رویترز است که در دانشگاه آکسفورد در زمینه مطالعات روزنامه‌نگاری مشغول به کار است و پروژه نوآوری روزنامه‌نگاری را رهبری می‌کند.

Julie Posetti is Senior Research Fellow at the Reuters Institute for the Study of Journalism at the University of Oxford, where she leads the Journalism Innovation Project.

تام تروینرد مسئول برنامه بررسی جعبه‌ابزار راستی‌آزمایی با منبع باز میدن (Meedan) است.

Tom Trewinnard is the Programme Lead on Meedan's open source verification toolkit Check.

کلر واردل مدیر اجرایی فرست درفت و پژوهشگر مرکز رسانه، سیاست و سیاستگذاری عمومی شورنتاین دانشکده کندی هاروارد است.

Claire Wardle is the Executive Director of First Draft, and a Research Fellow at the Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy at Harvard Kennedy School.

طراحی گرافیک

آقای کلینتون www.mrclinton.be Mr. Clinton

همکاران بررسی کننده خارجی:

پروفسور یلوا رودنی-گومید، گروه روزنامه نگاری، فیلم و تلویزیون، دانشگاه ژوهانسبورگ، آفریقای جنوبی
Professor Ylva Rodney-Gumede, Department of Journalism, Film and Television, University of Johannesburg, South Africa

پروفسور بسیونی حمده، گروه ارتباطات انبوه، دانشکده هنر و علوم، دانشگاه قطر
Professor Basyouni Hamada, Department of Mass Communication, College of Arts and Sciences, Qatar University

پروفسور جیسون هارسین، بخش ارتباطات جهانی، دانشگاه آمریکایی پاریس
Professor Jayson Harsin, Department of Global Communications, American University of Paris



هدف از انتشار این کتاب راهنما، ارائه یک برنامه درسی الگو مرتبط با عرصه جهانی است که می‌توان از آن در قالب همین کتاب استفاده کرد یا تغییراتی در آن اعمال نمود. این برنامه درسی برای پاسخ به مسئله نوظهور جهانی دروغ‌رسانی که جوامع به‌طور کلی و روزنامه‌نگاری به‌طور خاص با آن مواجه‌اند تهیه شده است.

این برنامه درسی الگو طراحی شده است تا چارچوب و دروسی را ارائه کند که مدرسان و مربیان روزنامه‌نگاری در آموزش دانشجویان و شاغلان در عرصه روزنامه‌نگاری از آن استفاده کنند و با استفاده از آن بتوان مسائل ناشی از «اخبار جعلی» را بررسی کرد. همچنین امیدواریم این مجموعه راهنمای مناسبی برای روزنامه‌نگاران شاغل نیز باشد.

این کتاب راهنما بر مبنای نقطه‌نظرات مدرسان، پژوهشگران و متفکران برجسته جهانی در رشته روزنامه‌نگاری تهیه شده است که به فعالیت در جهت به‌روزرسانی روش و عملکرد این رشته در برابر چالش‌های غلط‌رسانی و دروغ‌رسانی علاقه‌مندند. دروس این راهنما، هم مبتنی بر شرایط زمینه‌ای اند هم نظری، و هم در مورد راستی‌آزمایی برخط بسیار عملی هستند. این دروس را می‌توان، هم به صورت انفرادی و هم با یکدیگر، در قالب یک دوره درسی برای به‌روزرسانی پودمان‌های آموزشی موجود یا ارائه موارد جدید به کار برد.

این کتاب راهنما بخشی از «ابتکارعمل جهانی برای تعالی آموزش روزنامه‌نگاری» است که یکی از مواردی است که برنامه بین‌المللی یونسکو برای توسعه اطلاع‌رسانی بر آن متمرکز است. این ابتکارعمل با هدف تعامل با دست‌اندرکاران آموزش، اجرا و پژوهش روزنامه‌نگاری از دیدگاه جهانی شامل تبادل عملکردهای خوب بین‌المللی دنبال می‌شود.

سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو)

برنامه جهانی توسعه ارتباطات

بخش اطلاعات و ارتباطات یونسکو

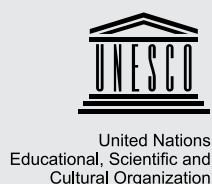
نشانی:

The International Programme for the Development of Communication

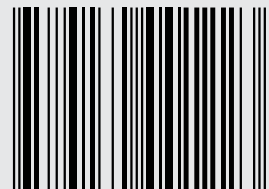
UNESCO - Communication and Information Sector

7, place de Fontenoy, F-75352 Paris 07 SP, France

ipdc.secretariat@unesco.org



IPDC THE INTERNATIONAL PROGRAMME
FOR THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION



9 789230 001223