بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه پروژه: روش‌های شناسایی و راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی

گسترش رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر، نگرانی‌ها از شیوع و اثرگذاری اخبار جعلی بر افکار عمومی را دو چندان کرده‌است. این رسانه‌ها به‌خاطر ویژگی‌های خود باعث تسهیل انتشار و باورپذیری اخبار نادرست و گمراه‌کننده شده‌اند. از این حیث اتخاذ سیاست‌های درست و مبتنی بر شواهد علمی برای مقابله با این پدیده ضروری به‌نظر می‌رسد.

فارس — مرکز بینش‌های رفتاری ایران

مقدمه و مسئله

امروزه رسانه‌های اجتماعی به محل اصلی دریافت و انتشار اطلاعات تبدیل شده‌اند و اخبار جعلی در این فضا سریع‌تر و گسترده‌تر منتشر می‌شوند (۱). با توجه به اهمیت اخبار جعلی، سیاستگذاران، متخصصان و صاحبان رسانه‌های اجتماعی تلاش‌های مختلفی برای شناسایی و مقابله با این اخبار انجام می‌دهند. مقابله موثر نیازمند شناخت عمیق و علمی از عوامل موثر بر پذیرش و انتشار اخبار نادرست است.

نتایج یک مطالعهٔ بزرگ بر روی داده‌های توییتر بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۷ نشان **داده اخبار غلط ۷۰٪ بیشتر و ۶ برابر سریع‌تر نسبت به اخبار درست بازنشر می‌شوند** (۲). در ایران نیز مشاهدهٔ حجم وسیع و همه‌جانبهٔ اخبار نادرست و گمراه‌کننده در مسائل روزانهٔ کشور و تاثیر آن‌ها بر گروه‌های مختلف مردم، بر متخصصان این حوزه پوشیده نیست. تلاش این مطالعه بر آن بوده تا آخرین یافته‌های علمی در دو حوزهٔ روش‌های شناسایی و راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سکوهای رسانه‌های اجتماعی را مرور کرده و بر اساس آن‌ها پیشنهاداتی عملیاتی برای پیاده‌سازی در سکوی تعاملی خبرگزاری فارس ارائه دهد.

این پروژه، در پاییز سال ۱۴۰۲ به روش کتابخانه‌ای و به سفارش **خبرگزاری فارس** انجام شده و تلاش کرده تلاش کرده با مرور آخرین یافته‌های جهانی در دو حوزهٔ **«روش‌های شناسایی»** و **«راهکارهای مقابله»** در موضوع جلوگیری از شیوع اخبار جعلی در سکوهای رسانه‌های اجتماعی، پیشنهاداتی اجرایی برای پیاده‌سازی در سکوی تعاملی خبرگزاری فارس ارائه دهد. روش‌های شناسایی شامل **چهار مورد** و راهکارهای مقابله نیز شامل **نه مورد** می‌باشد. در ضمن آن **پنج سکوی رسانهٔ اجتماعی پرطرفدار جهانی** از زاویه یافته‌های روان‌شناختی بررسی شدند.

خلاصه یافته‌ها

به‌صورت کلی، دو نوع رویکرد برای شناسایی اخبار غلط بر اساس صحت‌سنجی اطلاعات وجود دارد (۳): ۱) **رویکردهای دستی** و ۲) **رویکردهای محاسباتی**. رویکردهای دستی مبتنی بر ارزیابی صحت اطلاعات براساس نظر متخصصان موضوعی و بر اساس جمع‌سپاری به توده‌ای از مردم عادی هستند. رویکردهای محاسباتی نیز بر استفاده از کلان‌داده و داده‌های شبکه‌های اجتماعی راجع به الگوهای مصرف و انتشار اخبار غلط تکیه دارد. باتوجه به نقاط قوت و ضعف روش‌های مختلف، امروزه سکوها به سمت استفاده از **روش‌های ترکیبی** حرکت کرده‌اند.

در سال‌های اخیر مطالعات زیادی در حیطهٔ علوم رفتاری برای مقابله با اخبار جعلی صورت گرفته و بخش زیادی از این مطالعات به بررسی راهکارها و مداخلات مختلف برای مقابله با اخبار جعلی در سطح سکوهای رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند (۴).

راهکارهایی که برای پیاده‌سازی در سکوی تعاملی فارس ارائه شده، به این شرح است: ۱) روش‌های شناسایی شامل چهار موردِ **راستی‌آزمایی حرفه‌ای، جمع‌سپاری، مدل‌های محاسباتی و روش‌های ترکیبی** است و ۲) راهکارهای مقابله نیز شامل نُه موردِ **تلنگر صحت، برچسب‌زنی، منبع، جمع‌سپاری، پریبانک، افزایش دیده‌شدن اخبار صحیح و کاهش دیده‌شدن اخبار غلط، مانع، سواد رسانه‌ای و راهکارهای متفرقه** می‌شود. این پیشنهادها می‌توانند در حکم جعبه‌ابزاری برای مقابله با اخبار جعلی در سطح این سکو باشند.

به غیر از یافته های علمی و دانشگاهی، مطالعه تجارب و اقدامات **پنج سکوی رسانهٔ اجتماعی پرطرفدار** یعنی فیسبوک، ایکس (توییتر سابق)، اینستاگرام، یوتیوب و تیک‌تاک در حوزهٔ روش‌های شناسایی و راهکارهای مقابله با اخبار جعلی، برای دریافت بینش های جدید حائز اهمیت است و در این گزارش به جدیدترین اقدامات این رسانه‌ها پرداخته شده است.

توصیه‌های سیاستی

گزارش حاضر در چند بخش، ضمن بیان مقدماتی از بحث، در تلاش بود تا آخرین مطالعات علمی روز دنیا در دو حوزهٔ روش‌های شناسایی و راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سطح سکوهای رسانه‌های اجتماعی را مرور کرده و بر اساس آن‌ها پیشنهاداتی اجرایی برای پیاده‌سازی بر روی سکوی تعاملی خبرگزاری فارس ارائه دهد. حیطهٔ فعلی بسیار نوآورانه و جدید بوده و در مرزهای دانشی علوم رفتاری و علوم داده قرار دارد. لازمهٔ مقابلهٔ موثر با اخبار جعلی در سطح سکو این است که ۱) با استفاده از جعبه ابزارهای شناسایی و مقابله با اخبار جعلی، **سیاستی یکپارچه برای جلوگیری از انتشار این اخبار** در سکو تدوین شده و به اجرا درآید، ۲) در چندماه نخست، رفتار کاربران مورد مطالعه قرار بگیرد تا **الگوهای رفتاری کاربران در ارتباط با مصرف و انتشار اخبار جعلی** احصا شود. بعد از احصای این الگوها می توان روش های محاسباتی شناسایی اخبار غلط را اجرایی کرد و ۳) مانند سکوهای پرطرفدار جهانی، **توضیحاتی عمومی از رویکرد و فرایند شناسایی و مقابله با اخبار جعلی**، در یکی از بخش های سکو قرار داده شود.

پژوهشگران طرح: محمدحسن ابراهیم کنی، زینب آرمانیان، عطیه آقامیری و حانیه بیات مختاری

مرکز بینش‌های رفتاری ایران، متشکل از جمعی از دانش‌آموختگان روان‌شناسی دانشگاه تهران بوده که با هدف کاربردی‌سازی رویکرد بینش‌های رفتاری (BI) در مسائل و مشکلات مختلف جامعه ایران فعالیت می‌کند. این مرکز تاکنون پروژه‌های متعدد رفتاری با سازمان‌های مختلف اعم از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری تهران انجام داده‌است.

ضلع شمال غربی چهارراه ولیعصر عج، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

(۱) Perrin, A. (۲۰۱۵). *Social media usage*. Pew research center, ۱۲۵, ۵۲-۶۸ (۲) Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (۲۰۱۸). The spread of true and false news online. *Science*, ۳۵۹(۶۳۸۰), ۱۱٤٦-۱۱۵۱ (۳) OECD (۲۰۲۲). *Misinformation and disinformation: An international effort using behavioural science to tackle the spread of misinformation*. OECD Public Governance Policy Papers, No. ۲۱, OECD Publishing, Paris. (٤) Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Herzog, S., Ecker, U., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (۲۰۲۲). *Toolbox of interventions against online misinformation and manipulation.*