

اعلام کرد برچسب‌ها را برای جلوگیری از تعاملات بیشتر و تسهیل کلیک‌ها برای اطلاعات بیشتر، دوباره طراحی کرده است.

تیک‌تاک

تیک‌تاک به عنوان سریع‌ترین پلتفرم رسانه‌های اجتماعی در حال رشد، دو ویژگی قابل توجه دارد: پایگاه کاربران عمدتاً جوان آن به طور مرتب اخبار را در این پلتفرم دنبال می‌کنند و ویدئوهای کوتاه آن اغلب به صورت ویدئو منتشر می‌شوند. در حالی که بازبینی این ویدئوها نسبت به محتوای متنی دشوارتر است اما بیشتر از متن، احساسات را برمی‌انگیزند و افراد را متقاعد می‌کنند.

رویکرد تیک‌تاک به اطلاعات غلط، به بهبودهای اساسی نیاز دارد. جست‌وجو برای موضوعات خبری برجسته در سپتامبر ۲۰۲۲، ویدئوهای تولید شده‌ای را نشان می‌دهد که ۲۰ درصد آنها حاوی اطلاعات نادرست بودند و ویدئوهای حاوی اطلاعات نادرست اغلب در پنج نتیجه اول قرار داشتند. وقتی از عبارات خنثی به عنوان عبارات جست‌وجو استفاده می‌شود، برای مثال «انتخابات ۲۰۲۲»، نوار جست‌وجوی تیک‌تاک عبارات بیشتری را پیشنهاد می‌کند، برای مثال «۶ ژانویه FBI». همچنین، تیک‌تاک منابع موثق را در کنار حساب‌هایی که اطلاعات نادرست منتشر می‌کنند، ارائه می‌کند.

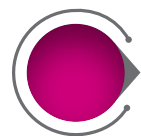
یوتیوب

بین آوریل ۲۰۱۹ و فوریه ۲۰۲۱، ۱۷۰ ویدئوی یوتیوب توسط یک سازمان راستی‌آزمایی به عنوان نادرست پرچم‌گذاری شد. بیش از نیمی از آنها بدون علامت‌گذاری به عنوان نادرست منتشر شدند. به نظر می‌رسد یوتیوب هشدارها را عمدتاً با شناسایی خودکار کلمات کلیدی خاص شامل موضوعات بحث‌برانگیز مانند کرونا اضافه کرده است، نه لزوماً پس از بررسی محتوای ویدئو برای بررسی اطلاعات نادرست.

یوتیوب می‌تواند محتوای بیشتری را توسط منابع معتبر توصیه کند تا چالش بررسی همه ویدئوهای آپلود شده برای اطلاعات نادرست را کاهش دهد. یک آزمایش، فهرست ویدئوهای توصیه شده برای یک کاربر بدون سابقه تماشای ویدئو در یوتیوب را بررسی کرد و یک ویدئو را که پس از بررسی واقعیت به عنوان نادرست علامت‌گذاری شده است، نشان داد. از ویدئوهای توصیه شده، ۱۸/۴ درصد همراه‌کننده بودند و سه کانال از «اکانال پیشنهادی برتر، امتیاز گزارش‌دهی پایینی در مورد بررسی حقایق داشتند.

دروغ‌بزرگ

یکی از نگرانی‌های اصلی محققان اطلاعات نادرست با رویکرد انتخابات میان‌دوره‌ای ۲۰۲۲، رواج روایت‌های نادرست درباره انتخابات ۲۰۲۰ است. تیمی از کارشناسان اطلاعات نادرست در پروژه فناوری و تغییر اجتماعی، گروهی از اینفلوئنسرهای آنلاین را در پلتفرم‌های مختلف مورد مطالعه قرار دادند که دنبال‌کنندگان زیادی را بعد از گفتن



یکی از نگرانی‌های

اصلی محققان

اطلاعات نادرست

با رویکرد انتخابات

میان‌دوره‌ای ۲۰۲۲

رواج روایت‌های

نادرست درباره

انتخابات ۲۰۲۰ است



آمریکا برای مدیریت شایعات در شبکه‌های اجتماعی چه کرده است؟

جنگ با جعلیات مجازی

انتخابات ۲۰۱۶ ایالات متحده زنگ خطری در مورد خطرات اطلاعات غلط سیاسی در رسانه‌های اجتماعی بود. با دو دوره انتخاباتی دیگر که مملو از اطلاعات نادرست در دوران انتخابات بود، شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی تجربه شناسایی و مقابله با اطلاعات نادرست را تا حدی پیدا کردند. با این حال، ماهیت تهدیدی که اطلاعات نادرست برای جامعه ایجاد می‌کند، همچنان در شکل و اهداف تغییر می‌کند. رسانه‌های آمریکایی می‌گویند دروغ بزرگ در مورد انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ به یک موضوع اصلی تبدیل شده است و جوامع مهاجر به طور فزاینده‌ای در تیررس کمپین‌های اطلاعات نادرست - تلاش‌های عمدی برای انتشار اطلاعات نادرست - قرار می‌گیرند.



مهدی آریایی‌نژاد

پژوهشگر حوزه فناوری اطلاعات

مقاومت

فیس‌بوک تا حد زیادی به دلیل شکست خود در مبارزه با اطلاعات نادرست در طول مبارزات انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ مقصر شناخته شد. اگرچه میزان مشارکت - لایک، اشتراک‌گذاری و کامنت - با اطلاعات نادرست در فیس‌بوک با ۱۶۰ میلیون در ماه در طول انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ به اوج خود رسید اما در جولای ۲۰۱۸، با عدد ۶۰ میلیون در ماه، همچنان در سطوح بالایی بود. شواهد جدیدتر نشان می‌دهد رویکرد فیس‌بوک هنوز در مدیریت حساب‌هایی که اطلاعات نادرست منتشر می‌کنند، پرچم‌گذاری پست‌های اطلاعات نادرست و کاهش دسترسی به آن حساب‌ها و پست‌ها به کار نیاز دارد. در آوریل ۲۰۲۰، بررسی‌کنندگان حقایق، فیس‌بوک را در مورد ۵۹ حساب کاربری که اطلاعات نادرست درباره کرونا منتشر می‌کردند، مطلع کردند. تا نوامبر ۲۰۲۱ تعداد ۳۱ نفر از آنها هنوز فعال بودند.

توییتر

در حالی که از سال ۲۰۱۶ تاکنون توییتر به عنوان بزرگ‌ترین عامل انتشار اطلاعات نادرست شناخته نمی‌شود، در واقع سهم اطلاعات نادرست در توییتر از حدود سه میلیون در ماه در طول انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ به حدود پنج میلیون در ماه در جولای ۲۰۱۸ افزایش یافت. به نظر می‌رسد این الگو همچنان ادامه داشته است، زیرا بیش از ۳۰۰ هزار توییتر - به استثنای بازتوییتهای - شامل پیوندهایی بود که بین آوریل ۲۰۱۹ و فوریه ۲۰۲۱ به عنوان نادرست پرچم‌گذاری شدند. کمتر از ۳ درصد این توییتهای با برچسب‌های هشدار ارائه شدند.

در میان توییتهایی که پیوند یکسانی با اطلاعات نادرست به اشتراک می‌گذارند، تنها برای یک اقلیت این هشدارها را نشان می‌دهند که نشان می‌دهد فرآیند هشدار دادن در مورد اطلاعات نادرست، کارآمد نیست. توییتر

شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی برنامه‌هایی را برای مقابله با اطلاعات نادرست در انتخابات میان‌دوره‌ای ۲۰۲۲ اعلام کرده‌اند اما این شرکت‌ها در رویکردها و اثربخشی متفاوت هستند. ما از کارشناسان در رسانه‌های اجتماعی خواستیم میزان آمادگی فیس‌بوک، تیک‌تاک، توییتر و یوتیوب را برای انجام این کار ارزیابی کنند.

سال ۲۰۲۲ شبیه سال ۲۰۲۰ است

رسانه‌های اجتماعی، منابع مهم اخبار برای بیشتر آمریکایی‌ها در سال ۲۰۲۲ هستند اما همچنین می‌توانند زمینه مناسبی برای انتشار اطلاعات نادرست باشند. پلتفرم‌های بزرگ رسانه‌های اجتماعی برنامه‌هایی را برای مقابله با اطلاعات نادرست در انتخابات میان‌دوره‌ای ۲۰۲۲ ایالات متحده اعلام کردند اما کارشناسان خاطرنشان کردند آنها تفاوت چندانی با برنامه‌های ۲۰۲۰ آنها ندارند. کاربران محدود به استفاده از یک پلتفرم نیستند. مداخله یک شرکت ممکن است نتیجه معکوس داشته باشد و انتشار اطلاعات نادرست بین پلتفرمی را ترویج دهد. پلتفرم‌های اصلی رسانه‌های اجتماعی ممکن است نیاز به هماهنگی تلاش‌ها برای مبارزه با اطلاعات نادرست داشته باشند.