

چطور با اخبار جعلی مبارزه کنیم؟

راهکارهایی برای
شرکت‌ها و دولت‌ها

۳

جام جم

گفتگو

ضمیمه فناوری اطلاعات روزنامه جام جم | ۱ آبان ۱۴۰۱ | شماره ۸۶۵

BREAKING:

آمریکایی‌ها مدیریت شایعات در شبکه‌های اجتماعی چه کرده‌اند؟

جنگ با جعلیات مجازی

۶

یادداشت

بازگشت به دوران منابع رسمی خبر

شبکه‌های اجتماعی؛ نه فراتر از تفریح



احسان رستگار
معاون ضمائم جام جم

رشد و پیشرفتگی جامعه ماست اما همیشه به همه، از دوستان تا مخاطبان، توصیه‌ام این بوده که اگر این شبکه‌های اجتماعی، ابزار کاری یا تحصیلی‌تان نیست، از آنها استفاده نکنید و شما ابزاری تحت مدیریت شبکه‌های اجتماعی نشوید. متأسفانه جامعه ما، دچار این عارضه است؛ پیشتر هم نوشتیم و انگار مستمرا باید این نکته را به هموطنانمان یادآور شویم که: «اولا همه اخبار به شما و زندگی‌تان ارتباطی ندارند. ثانیا همه افراد، دلیلی ندارد که جویندگان اخبار باشند. ثالثا در جریان اخبار بودن، دال بر علم یا فرهیختگی نیست. رابعا اگر به‌هردلیلی نمی‌توانید این شهوت خبرزدگی را مدیریت کنید و اخبار را از مجاری غیرمعتبر مثل شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنید، پس باید در این حوزه، کارشناس شوید؛ سواد

از حدود ۱۵ سال پیش که وارد شبکه‌های اجتماعی شدم، حسب نیاز کاری و تحصیلی‌ام بود و سعی می‌کردم از تمام ویژگی‌ها و امکانات آن، برای شناخت فراگیرتر فناوری‌های رسانه‌ای و نیز از زاویه جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی، به پدیده‌ها، اتفاقات و کاربران آن توجه کنم اما همواره یک نکته مد نظرم بود که قطعا اگر این شبکه‌ها، ابزار کار و فعالیت‌هایم نمی‌بودند، حاضر نبودم بیش از ۱۵ دقیقه در روز، وقتم را صرف‌شان کنم و در مواقع خاصی که نیازی به آنها نداشتم، بی‌دغدغه‌طوری فاصله گرفته‌ام که دیگران گمان کرده‌اند اتفاقی برایم افتاده و نگران شده‌اند. شاید به نظر برخی تحلیلگران، این نشانه

در سال ۱۴۰۱، کسی نیست که ندیده باشد چگونه این بسترهای اسما «آزاد» انتشار اطلاعات، بدون هیچ قاعده و هیچ شیوه‌نامه از پیش اعلام‌شده، فقط و فقط براساس آنچه فلان وزیر خارجه یا رئیس‌جمهور آمریکا از آنها طلب می‌کند، حاضرند حتی پا روی دفترچه راهنمای استفاده آن شبکه اجتماعی گذاشته و هر آنچه خود وضع کرده‌اند را نقض کنند. بی‌شک، دروغ‌گوترین و مزورترین فرد در سده پیش‌رو، مارک زاکربریگ و متاورس اوست؛ در چنین دنیای پردروغی، بهتر است به‌رغم ممیزی‌هایی که در رسانه‌های رسمی صورت می‌گیرد، از همان مسیرها اخبار و اطلاعات را دنبال کنیم. راستی! این پیشنهاد، مختص ایرانیان نیست؛ به نظرم در تمام کشورها، وقت آن رسیده‌ها که گروه‌های مرجع خبری، دوباره بشوند همان رسانه‌های رسمی هر کشور چون معتقدم هرطوری هم که مردم هر کشوری، هزینه - فایده کنند، با فضاقت جعلیات و اخبار دروغ بسترهای شبکه‌های اجتماعی، بازهم همان منابع رسمی اخبار، مجموعه‌قابل اعتمادتر و قابل اتکاترند.

رسانه‌ای؟ نه! متأسفانه آنچه نیاز است، با مفاهیمی همچون آنچه امروز به آن سواد رسانه‌ای می‌گویند برطرف نمی‌شود. کارشناس شدن هم یعنی همکار ما شوید در حوزه خبر و رسانه که عملا محال است چون دیگر مجال زندگی عادی و اشتغال در پیشه فعلی‌تان را نخواهید داشت. دو راه می‌ماند؛ یا فراتر از تعاملات خانوادگی و دوستانه و تفریح و سرگرمی از شبکه‌های اجتماعی استفاده نکنید یا اگر کردید، همراه مشاوره یک کارشناس حرفه‌ای باشد.» همه می‌دانیم که معمولا در جامعه ما، گرچه اکیدا در دین مبین اسلام توصیه شده، ولی اکثر ما در اغلب شرایط، از مشورت‌گرفتن و مشاور داشتن، گریزانیم و به‌دلیل «خودعالم‌پنداری» تصور می‌کنیم بی‌نیازیم از شور و همفکری با اصحاب حرفه‌ای یک امر تخصصی مثل رسانه و خبر. فلذا، برخلاف آنچه از نگارنده این سطور و این نگاره توقع می‌رود، پیشنهاد عملیاتی بنده، این است که در شبکه‌های اجتماعی سیاحت و تفریح کنید اما در جست‌وجوی واقعیات و ناگفته‌های مرتبط با ایران نباشید؛ لاقلا دیگر