



مبارزه با ضد اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی: راهی به سوی ارتقای سلامت

مریم اخوتی

دانشیار گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، گروه کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران.

صفورا شاهپوری

دانشجوی دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی، دانشگاه علوم پزشکی کرمان، کرمان، ایران.

چکیده

هدف: رسانه‌های اجتماعی به یک پلتفرم محبوب برای جستجو و به اشتراک‌گذاری اطلاعات سلامت تبدیل شده‌اند، استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی منجر به انتشار اطلاعات نادرست می‌شود، شیوع اطلاعات نادرست سلامت در رسانه‌های اجتماعی بر انتخاب‌های رفتاری افراد تأثیر گذاشته و تهدیدات سلامت عمومی را افزایش داده است. این مطالعه به بررسی گونه‌های اطلاعاتی بر رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد.

روش تحقیق: در این پژوهش برای بررسی چارچوب نظری از روش پژوهش توصیفی و سندی - کتابخانه‌ای استفاده شده است و در پایان به طبقه‌بندی و بهره‌برداری از داده‌ها و یافته‌ها اقدام شده است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش بیان می‌کند که از راهکارهای مواجهه با شبه اطلاعات و ضد اطلاعات موجود در رسانه‌های اجتماعی، افزایش آگاهی عموم مردم در مورد آن‌ها می‌باشد که با کاهش اعتماد به درستی تمامی اطلاعات در فضای مجازی و راستی‌آزمایی چندباره آن‌ها می‌توان تا حد زیادی خسارات متاثر از آن را کاهش داد.

کلیدواژه: شبه اطلاعات، ضد اطلاعات، رسانه‌های اجتماعی

مقدمه

رسانه‌های گروهی مانند روزنامه، تلویزیون از جمله مهمترین ابزارهای کسب اطلاعات سلامت برای کاربران می‌باشد. در طول دو دهه گذشته، علاقه به اینترنت به طور فزاینده ای از رسانه‌های اجتماعی برای جستجو و به اشتراک‌گذاری اطلاعات سلامت استفاده کرده اند. این پلتفرم‌های اجتماعی مشارکت گسترده‌تری در میان مصرف‌کنندگان اطلاعات سلامت از همه گروه‌های اجتماعی بدون توجه به جنسیت یا سن به دست آورده‌اند.

متخصصان و سازمان‌های بهداشتی نیز از این رسانه برای انتشار دانش مرتبط با سلامت در مورد عادات سالم و اطلاعات پزشکی برای پیشگیری از بیماری استفاده می‌کنند، زیرا فرصتی بی‌سابقه برای افزایش سواد سلامت، خودکارآمدی و تبعیت از درمان در بین جمعیت‌ها است (انور و همکاران¹، ۲۰۲۰). با این حال، این ابزارهای عمومی درها را به روی خطرات اجتماعی و بهداشتی بی سابقه ای نیز باز کرده است. اگرچه این پلتفرم‌ها برای ارتقای سلامت مفید هستند، مطالعات اخیر نشان داده است که اطلاعات نامعتبر سلامتی ممکن است راحت‌تر از دانش علمی از طریق رسانه‌های اجتماعی منتشر شود. هرگز در تاریخ بشری جستجو و به اشتراک گذاشتن اطلاعات در مورد بهداشت و پزشکی آسان نبوده است؛ اما بسیاری از اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی نادرست و حتی خطرناک است. سرعت و پیچیدگی انتقال اطلاعات نامعتبر از طریق رسانه‌های اجتماعی منجر به خسران و زیان می‌شود. از نمونه‌های این خسران می‌توان اشاره کرد به انتشار اطلاعات نادرست در مورد شیوع بیماری‌ها یا عوارض واکسن‌ها می‌تواند منجر به ایجاد ترس و اضطراب غیرضروری در جامعه شود یا افراد ممکن است برای درمان‌های غیرموثر یا محصولات بهداشتی نامعتبر هزینه‌های زیادی صرف کنند که این موضوع می‌تواند به خسارت مالی منجر شود. بنابراین، درک چگونگی انتشار اطلاعات نادرست بهداشتی و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری و رفتارهای بهداشتی ضروری است. الگوی رفتاری مناسب می‌تواند کمترین هزینه مادی و معنوی را به جامعه وارد کند.

نقش اساسی اطلاعات نادرست بهداشتی در رسانه‌های اجتماعی اخیراً توسط همه‌گیری کووید-۱۹ و همچنین نیاز به کیفیت و سلامت پیام‌های بهداشتی به منظور مدیریت بحران سلامت عمومی فعلی و بیماری‌های اطلاعاتی متعاقب آن برجسته شده است. در حال حاضر، انتشار اطلاعات غلط بهداشتی از طریق رسانه‌های اجتماعی به یک نگرانی عمده برای سلامت عمومی تبدیل شده است. فقدان کنترل بر اطلاعات سلامت در رسانه‌های اجتماعی به عنوان شواهدی برای تقاضای فعلی برای تنظیم کیفیت و در دسترس بودن عمومی اطلاعات آنلاین استفاده می‌شود. امروزه توافق گسترده ای بین متخصصان و سیاست‌گذاران حوزه سلامت در مورد نیاز به کنترل اطلاعات نامعتبر سلامتی وجود دارد. پژوهشگران در سال‌های اخیر مطالعه‌ها و پژوهش‌های خود را بر این مفعوم و مفاهیم مشابه متمرکز کرده‌اند. اطلاعات نامعتبر با نابه سامان کردن گردش اطلاعات اصیل این قابلیت را دارند که امنیت کشورها را به خطر اندازند و عموم مردم را از حق دسترسی به اطلاعات صحیح محروم سازند. این مطالعه به بررسی گونه‌های اطلاعاتی بر رسانه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر عموم مردم می‌پردازد و در پایان به راهکارهایی اشاره می‌کند.

مبانی نظری

¹ Anwar

انتشار حجم گسترده شبه اطلاعات و ضد اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی به یک خطر جهانی تبدیل شده و توجه زیادی را به خود جلب کرده است. رسانه‌های اجتماعی محیطی ارتباطی را فراهم می‌کند که نشان دادن ایده‌ها و هنجارهای رفتاری آسان‌تر از همیشه است. در شبکه‌های اجتماعی آنلاین مانند اینستاگرام، فیسبوک، توئیتر، لینکدین و شبکه‌های اجتماعی علمی، مردم نظرات، ویدئوها و اخبار خود را در مورد فعالیت‌های مختلف خود برای اهداف مختلف مانند آموزش، تجارت، اهداف پزشکی به اشتراک می‌گذارند. ایجاد شبکه‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری رو به افزایش اطلاعات وضعیت دشواری را به وجود آورده است، زیرا در این فضا اطلاعات معتبر و نامعتبر با هم آورده شده‌اند. بسیاری از فعالیت‌های فریبنده مانند اخبار جعلی یا شایعات می‌توانند کاربران را گمراه کنند تا اطلاعات نادرست را باور کنند. از زمان شیوع کووید-۱۹، اطلاعات زیادی در مورد این بیماری همه‌گیر در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی در حال گردش است که منجر به پیدایش اینفودمیک می‌شود. اینفودمیک^۱ به وضعیتی اطلاق می‌شود که در آن حجم وسیعی از اطلاعات درباره یک مشکل خاص ایجاد می‌شود و این وسعت اطلاعات، یافتن راه‌حل‌های مؤثر را دشوار می‌سازد. انتشار اطلاعات نادرست و شایعات مانع از پاسخگویی به راهکارهای مؤثر سلامت می‌شود و همچنین نوعی سردرگمی و عدم اطمینان را در میان مردم ایجاد می‌کند. به‌عنوان مثال، شایعاتی درباره درمان‌های خانگی یا داروهای غیرمعتبر برای بیماری‌ها به‌وضوح در این زمینه مشاهده می‌شود. اینفودمیک به همراه کووید-۱۹، مردم را به مواجهه با انبوهی از اطلاعات سوق می‌دهد. از جمله دلایل انتشار اطلاعات نامعتبر درباره کووید-۱۹ می‌توان به عدم شفافیت اطلاعات، سرعت بالای انتشار اخبار، ترس و اضطراب عمومی، نفوذ رسانه‌های اجتماعی، عدم سواد رسانه‌ای، انتشار محتوای جذاب، تأثیر شخصیت‌های عمومی و کمبود منابع معتبر اشاره کرد. این عوامل می‌توانند به شکل‌گیری اینفودمیک منجر شوند و باعث سردرگمی و عدم اطمینان در جامعه گردند (وو، پی، ۲۰۲۲).

علاوه بر این با اشتراک‌گذاری رو به افزایش، پدیده اضافه بار رسانه‌های اجتماعی با نفوذ رسانه‌های اجتماعی رایج می‌شود. استفاده فشرده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بر منابع شناختی و اجتماعی کاربران فشار وارد کند که باعث می‌شود آن‌ها احساس بار بیش از حد کنند. اضافه بار اطلاعات حالتی است که در آن افراد اطلاعات بیشتری از آنچه می‌توانند پردازش کنند دریافت می‌کنند. اضافه بار اطلاعات، اضافه بار ارتباطی و اضافه بار اجتماعی بر اضطراب فرسودگی سلامت افراد تأثیر می‌گذارد که بر انتشار اطلاعات نادرست هم تأثیر می‌گذارد (وو، پی، ۲۰۲۲؛ برمز، ۲۰۲۱).

افرادی که به اشتراک‌گذاری اطلاعات، اخبار و رویدادها در رسانه‌های اجتماعی می‌پردازند، ممکن است پردازش کمتری بر روی این اطلاعات انجام دهند. این امر می‌تواند منجر به افزایش انتشار اطلاعات نادرست درباره سلامت در بستر رسانه‌های اجتماعی شود. در طول همه‌گیری کووید-۱۹، اطلاعات مربوط به سلامت در این پلتفرم‌ها غالب شده است و افراد با حجم زیادی از اطلاعات مواجه می‌شوند که تشخیص درست از نادرست را دشوار می‌کند. این وضعیت به‌عنوان «بیش از حد ارتباط» شناخته می‌شود و به حالتی اشاره دارد که درخواست‌های ارتباطی و مکالمه از سوی سایر کاربران در یک پلتفرم رسانه اجتماعی فراتر از توانایی فرد برای برقراری ارتباط می‌رود. این موضوع می‌تواند توجه فرد را مختل کرده و رفتار او را تحت تأثیر قرار دهد. در نتیجه، افراد در چنین شرایطی با چالش‌های بیشتری در پردازش و ارزیابی اطلاعات روبه‌رو می‌شوند.

علاوه بر این، مردم انتظار دریافت اطلاعات نادرست از دوستان نزدیک، بستگان یا دیگران را ندارند. در عوض، آنها انتظار ارتباط صادقانه را دارند. به‌عنوان مثال، برخی از افراد در یک بحث فیس بوک در مورد یک محصول اخیراً منتشر شده شرکت کردند که در

¹ Infodemic

² Wu & Pei

³ Bermes

آن بحث کاربران جعلی و واقعی شرکت می‌کنند. کاربران واقعی درباره ویژگی‌های محصول صادقانه صحبت می‌کنند. با این حال، کاربران جعلی بدون در نظر گرفتن ویژگی‌های واقعی، محصول خود را تحسین می‌کنند.

با این وجود، افراد از رسانه‌های اجتماعی نه تنها به منظور کسب اطلاعات، بلکه برای ارتباط و اجتماعی شدن نیز استفاده می‌کنند (ها و همکاران^۱، ۲۰۱۵). قابل توجه است که مردم چین ارزش زیادی برای روابط بین فردی قائل هستند. و این وضعیت در طول همه‌گیری کووید-۱۹ که در آن افراد به دلیل محدودیت‌های رفت و آمد، شهروندان از طریق رسانه‌های اجتماعی با دیگران ارتباط برقرار می‌کردند، بسیار مشهود است. در طول کووید-۱۹، افراد نه تنها زمان زیادی را در رسانه‌های اجتماعی صرف می‌کنند تا اطلاعات مربوط به کووید-۱۹ را به دست آورند، بلکه به دلیل محدودیت‌های تحرک، به رسانه‌های اجتماعی برای برقراری و حفظ ارتباط و حفظ ارتباط با دیگران دل‌گرم هستند. استرس ناشی از ارتباطات و تعامل اجتماعی نیز ممکن است بر انتشار اطلاعات نادرست افراد تأثیر بگذارد (وو، پی^۲، ۲۰۲۲).

مشکل اطلاعات نامعتبر سلامتی به دلیل اهمیت آن در زندگی روزمره مردم مورد توجه پزشکان و محققان قرار گرفته است. با تبدیل شدن کووید-۱۹ به یک بیماری همه گیر جهانی، تعداد زیادی گزارش و مقاله در مورد علل، عواقب، پیشگیری و درمان آن در پلتفرم‌های مختلف رسانه‌های اجتماعی ظاهر می‌شود. در این بین، اطلاعات نامعتبر سلامتی در مورد کووید-۱۹ به اشتراک گذاشته شد و انتشار یافت.

گونه‌شناسی اطلاعات نامعتبر

با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، زمینه توجه به گونه‌های جدید اطلاعات فراهم شده است. از این گونه‌ها می‌توان به اشاره به شبهه اطلاعات و ضد اطلاعات کرد. شبهه اطلاعات و ضد اطلاعات، فعالیت‌های اطلاعاتی هستند که ممکن است در گفت‌وگو بین افراد رخ دهد. بنابراین از طریق این مکالمه، شبهه اطلاعات و ضد اطلاعات می‌تواند اطلاعاتی باشند رای ساختن برخی واقعیت‌ها از آن استفاده کنند. به این ترتیب، شبهه اطلاعات و ضد اطلاعات، گسترش اطلاعات هستند که افراد ممکن است رای ساختن برخی واقعیت‌ها از آن استفاده کنند. به این ترتیب، شبهه اطلاعات و ضد اطلاعات، گسترش اطلاعات هستند. اطلاعات نادرست، اطلاعات نامعتبر یا نا صحیح است که به طور عمدی یا غیر عمدی منتشر می‌شود.

شبهه اطلاعات

شبهه اطلاعات^۳ اطلاعات نادرستی است که برای گمراه کردن خوانندگان ایجاد می‌شود. شبهه اطلاعات، اطلاعات نادرستی است که سهواً و غیر عمد تولید یا منتشر می‌شود (اشرفی‌ریزی، کاظم‌پور و شهرزادی، ۲۰۲۰). اصطلاحات متعددی در ارتباط با شبهه اطلاعات از جمله اخبار جعلی، شایعات^۴، هرزنامه و اطلاعات گمراه کننده وجود دارد (فروهلچ^۵، ۲۰۲۰) که معمولاً حاوی داده‌های عددی، طبقه‌بندی، متنی، تصویری و غیره است.

¹ Ha et al

² Wu & Pei

³ . Misinformation

⁴ rumor

⁵ Froehlich

شبه اطلاعات عبارتی نادرست است که با پنهان کردن حقایق صحیح مردم را به بیراهه می‌کشاند. از آن به عنوان فریب، ابهام، دروغ و غیره نیز یاد می‌شود (ژانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۶). شبه اطلاعات احساس بی‌اعتمادی ایجاد می‌کند که متعاقباً روابط را تضعیف می‌کند (ما، گو و وتنگ^۲، ۲۰۱۸؛ وو و همکاران^۳، ۲۰۱۹). شبه اطلاعات معمولاً برای توصیف اطلاعاتی که دارای الگوی هنجاری حقایق نیست، استفاده می‌شود. به دیگر سخن، شبه اطلاعات را اطلاعات ناقص، غیرروزآمد، گیج‌کننده و مورد اختلاف است، در نظر می‌گیرند. برخی بر این باورند که هنگامی که اطلاعات در بستری ارائه شود که معنایی کاملاً متفاوت از معنای حقیقی‌اش پیدا کند، به شبه‌اطلاعات تبدیل می‌شود.

از نگاهی دیگر برخی شبه‌اطلاعات را نوعی ترفند و راهکار کنترل روانشناختی می‌دانند که از طریق آن فرستنده مطالبی آمیخته با حقیقت و خیال را از طریق مجاری ارتباطی مناسب برای گروهی از گیرندگان به عنوان اطلاعات ارائه می‌دهند (کواسیو^۴، ۲۰۰۳). فیتز جرال (۱۹۹۷) برخی از انواع شبه‌اطلاعات موجود در وب را شناسایی کرده است که از جمله آن‌ها اطلاعات ناکامل، آمیخته با فریب و شوخی، متناقض، غیر روزآمد، بدترجمه شده، ناهماهنگی‌های نرم‌افزاری، بازنگری‌های غیر مستند، اشتباهات ناشی از اطلاعات نادرست، اطلاعات سوگیری شده، و سوءرفتار پژوهشی را می‌توان نام برد.

ضد اطلاعات

ضد اطلاعات، اطلاعات نادرستی که تولید کنندگان و اشاعه دهندگان آن به دنبال منافع سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ... بوده و به صورت عمد به تولید و اشاعه آن می‌پردازند. عمدی بودن، جعل و دستکاری کردن و نیز تحریف واقعیت، از ویژگی‌های این نوع اطلاعات است (اشرفی‌ریزی و کاظم‌پور، ۱۳۹۸). مقاصد پشت چنین فریبکاری نامعلوم است، ممکن است شامل دلایل اجتماعی و خیرخواهانه (مثلاً دروغ گفتن در مورد یک مهمانی غافلگیرکننده، پایبندی به ارزش‌های فرهنگی، نشان دادن عضویت در جامعه، و غیره) و یا با انگیزه شخصی و نیت بد و غیر خیرخواهانه باشد (مثلاً دستکاری قیمت سهام، کنترل جمعیت، خراب کردن شهرت کسی مخصوصاً در تعاملات سیاسی و غیره) (کارلوا و فیشر^۵، ۲۰۱۳).

ضد اطلاعات اطلاعاتی است که می‌تواند تا حدی درست و تا حدی نادرست باشد و به طور هدفمند توسط افراد یا دولت‌ها برای گمراه کردن یا فریب دیگران استفاده می‌شود (فالیس^۶، ۲۰۱۵). فالیس تصریح می‌کند که ضد اطلاعات، اطلاعات گمراه‌کننده ای است که عملکرد گمراه‌کننده دارد (فالیس، ۲۰۱۴) یا اطلاعات غیر تصادفی گمراه‌کننده بیشتر اشکال اطلاعات نادرست، مانند دروغ و تبلیغات، گمراه‌کننده هستند، زیرا منبع قصد دارد اطلاعات گمراه‌کننده باشد (آگاروال و السعیدی^۷، ۲۰۱۲).

در حالی که ضد اطلاعات عمدتاً نادرست است و برای فریب استفاده می‌شود، شبه اطلاعات نادرست است اما ممکن است ناخواسته باشد (سو^۷، ۲۰۱۹). به گفته بوشمن (۲۰۱۹)، ضد اطلاعات، که برای فریب دادن و دستکاری مخاطبان عمومی ایجاد می‌شود، هسته اصلی اخبار جعلی است.

¹ Zhang et al

² Ma , Gao , Wong

³ Wu et al

⁴ Karlova, & Fisher

⁵ Fallis

⁶ Agarwal & Alsaeedi

⁷ . Soe

به دلیل تعلق خاطر بسیار به رسانه‌های اجتماعی، بعضی از افراد سوذجو فرصتی برای انتشار اطلاعات نادرست از طریق یک حساب کاربری دارند. علاوه بر این، اطلاعاتی که آنها ارائه می‌کنند در قالب و ظاهری نوشته شده خوانندگان به فعالیت‌های آنها اعتماد می‌کنند. اطلاعات نامعتبر به سرعت اطلاعات درست، منتشر می‌شوند و حتی به دلیل ماهیت جذاب آن ممکن است بیشتر مورد توجه قرار بگیرد. با این حال، اگر کاربران شبکه‌های اجتماعی بتوانند انواع مختلف رفتارهای نادرست از جمله شبه اطلاعات، ضد اطلاعات و شایعات را شناسایی کنند، انتشار اطلاعات نامعتبر بی‌تاثیر خواهد بود. را در مورد مسائل نوظهور، مانند حرکت سهام، شایعات سیاسی، مسائل اجتماعی و عملکرد تجاری ارائه دهد.

با این حال، گمراه‌کننده‌ها به نشانه‌هایی برای اعتبار نیز استفاده می‌کنند. مثلاً، تبلیغات سیاسی فریبنده ممکن است بازیگرانی را در لباس آتش نشان و افسر پلیس نشان دهد زیرا این افراد در جامعه نفوذ و احترام دارند. در این مورد، تبلیغات از احترام جامعه به این افراد به عنوان نشانه ای برای اعتبار استفاده می‌کند. در واقع از اعتماد و باورپذیری مردم برای گمراهی عموم مردم و رسیدن به هدف خود استفاده می‌کنند.

زمانی که فروشندگان از نشانه‌های رایج برای اعتبار استفاده می‌کنند (مثلاً آرم‌های رسمی، عکس‌ها و غیره) ممکن است مصرف‌کنندگان عادی ندانند که آیا یک کالا در eBay معتبر است یا تقلبی. از احترام جامعه برای این افراد به عنوان نشانه ای برای اعتبار استفاده می‌کند.

مدل انتشار اجتماعی اطلاعات، شبه اطلاعات و اطلاعات نادرست

به منظور توصیف دقیق شبه اطلاعات و ضد اطلاعات به عنوان رفتار اطلاعاتی، مدل شکل ۱، اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات را به عنوان محصولات فرآیندهای اجتماعی نشان می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات شکل می‌گیرند، منتشر می‌شوند، قضاوت می‌شوند و در اصطلاح مورد استفاده قرار می‌گیرند. با حضور اجتماعی یک فرد شروع می‌شود.

محیط اجتماعی یک فرد^۱

اطلاعات در خلاء شکل نمی‌گیرند. مدل ما به دنبال فراگیری و آگاهی از زمینه است. جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی ممکن است بر نحوه درک و استفاده از اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات، نشانه‌های اعتبار و نشانه‌های فریب تأثیر بگذارند. به عنوان مثال، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات منتشر شده در سراسر اروپا در مورد افزایش نفوذ اقتصادی آلمان ممکن است از تاریخ آلمان نشأت بگیرد. این مثال نشان می‌دهد که چگونه اطلاعات نامعتبر می‌تواند، بسته به زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی درک شوند. در این مدل، اطلاعات نامعتبر به واسطه محیط اجتماعی، فرهنگی و تاریخی انجام می‌شود.

انتشار^۲

1 Milieux

2 Diffusion

با توجه به این عناصر، شبکه‌های اجتماعی شخصی و حرفه‌ای که شامل پیوندهای مختلف مثبت، منفی و همچنین پنهان با نقاط قوت مختلف است، برای انتشار اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات در طول زمان مورد استفاده قرار می‌گیرند، حتی اگر مردم (و یا دولت‌ها و کسب‌وکارها) خودشان چنین اطلاعاتی را باور نداشته باشند، اطلاعات را به اشتراک می‌گذارند زیرا ممکن است آنها را نادرست یا فریبنده تشخیص ندهند.

به طور طبیعی، با انتشار اطلاعات، نشانه‌های نادرستی یا فریب ممکن است به سادگی قابل تشخیص نباشد. انتشار ممکن است سریع باشد، مانند شرایط اضطراری (مثلاً زلزله). ممکن است سرعتی آرام داشته باشد (شاید به این دلیل که برای تأثیر کم یا بی اهمیت است) و یا ممکن است به دلیل تغییراتی مانند ارتباط، ارزش، و غیره پخش آن زمان بیشتری طول بکشد. اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات نیز در سراسر جهان منتشر می‌شود. فناوری‌های رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس‌بوک، انتشار اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات را آسان‌تر و سریع‌تر کرده‌اند.

ناشناخته‌ها^۱

اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات توسط مردم، دولت‌ها و مشاغل منتشر می‌شود. با این حال، اهداف پشت چنین انتشاری را نمی‌توان شناخت. مقصود انسان نوعاً مبهم و جسورانه است. دشوار است - با هر سطح از اطمینان - نیت و هدف دقیق یک انسان دیگر در هر لحظه مشخص کرد. علاوه بر این اگر از افراد در مورد مقاصدشان سؤال شود، ممکن است افراد تمایلی به بیان مقاصد واقعی خود نداشته باشند، نتوانند مقاصد اصلی خود را به خاطر بیاورند یا نتوانند آنها را بیان کنند. انتشار اطلاعات نادرست و فریبنده ممکن است با انگیزه‌های خیرخواهانه یا غیرخیرخواهانه و متضاد باشد، ماهیت هدف را نمی‌توان صرفاً با رفتار یا گفتمان تعیین کرد. اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات ممکن است بدون اینکه گوینده آن را باور کند منتشر شود. یک سخنران ممکن است چنین اطلاعاتی را به عنوان تبیین هویت، روابط جامعه یا در نتیجه فشار اجتماعی ادراک شده منتشر کند. برخی از اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات ممکن است گاهی توسط برخی افراد، دولت‌ها و مشاغل باور شود. اما دلایل ضرورت بیان آن برای هر گروه ناشناخته است.

فریب^۲

پس از مجهولات گیرنده و پخش کننده در مدل، فرآیند تولید اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات انجام می‌شود. در تولید اطلاعات نادرست، فریبکاران سعی در فریب دادن دارند. البته با صرف نظر از اینکه آنها انگیزه شخصی یا انگیزه اجتماعی دارند، فقط می‌توانند تلاش کنند زیرا حتی زمانی که قصد فریب وجود دارد، ممکن است موفقیت در دستیابی به اهدافشان را تضمین نکند. استدلال می‌کند که فریبکاری امکان دستیابی به اهدافی را فراهم می‌کند که هم بدخواهانه است (مثلاً نشان می‌دهد که یک همکار پولی را اختلاس کرده است) و هم خیرخواهانه (مثل دروغ گفتن در مورد یک مهمانی غافلگیرکننده برای یک دوست).

مردم اغلب در خدمت انتظارات قابل قبول اجتماعی، مانند عملکرد عضویت در جامعه، پایبندی به ارزش‌های فرهنگی، اجتناب از مشاجره و... چنین اهداف متنوعی نشان می‌دهد که چرا فریب تا این حد پیچیده است، و چرا ماهیت نیت انتشار این اطلاعات اغلب غیرقابل شناخت است.

¹ Unknowns

² Deception



قضاوت^۱

صرف نظر از اینکه پخش کننده‌ها سعی در فریب دادن دارند یا خیر، گیرندگان با استفاده از نشانه‌های اعتبار و نشانه‌هایی برای فریب در مورد اطلاعات دریافتی قضاوت می‌کنند. فریبکاران برای رسیدن به فریب از نشانه‌هایی برای اعتبار استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، ایمیل‌های فیشینگ^۲. این ایمیل‌ها اغلب از یک نام دامنه قابل باور، آرم و فونت شرکت، و مکان آدرس پستی فیزیکی شرکت به عنوان نشانه‌هایی برای اعتبار استفاده می‌کنند.

استفاده^۳

مردم، دولت‌ها و صاحبان مشاغل برای تصمیم‌گیری و اقدام برای استفاده در مورد اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات از مهارت‌های سواد اطلاعاتی خود برای تعیین اعتبار آن‌ها استفاده می‌کنند. وقتی اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات به عنوان چنین شناخته شوند، می‌توانند برای مردم، دولت‌ها و مشاغل ارزشمند باشند. تصحیح اطلاعات نادرست می‌تواند فرصت‌هایی را برای تعامل معنادار، آگاهی عمومی و آموزش و ارائه خدمات اطلاعات تجاری ایجاد کند.

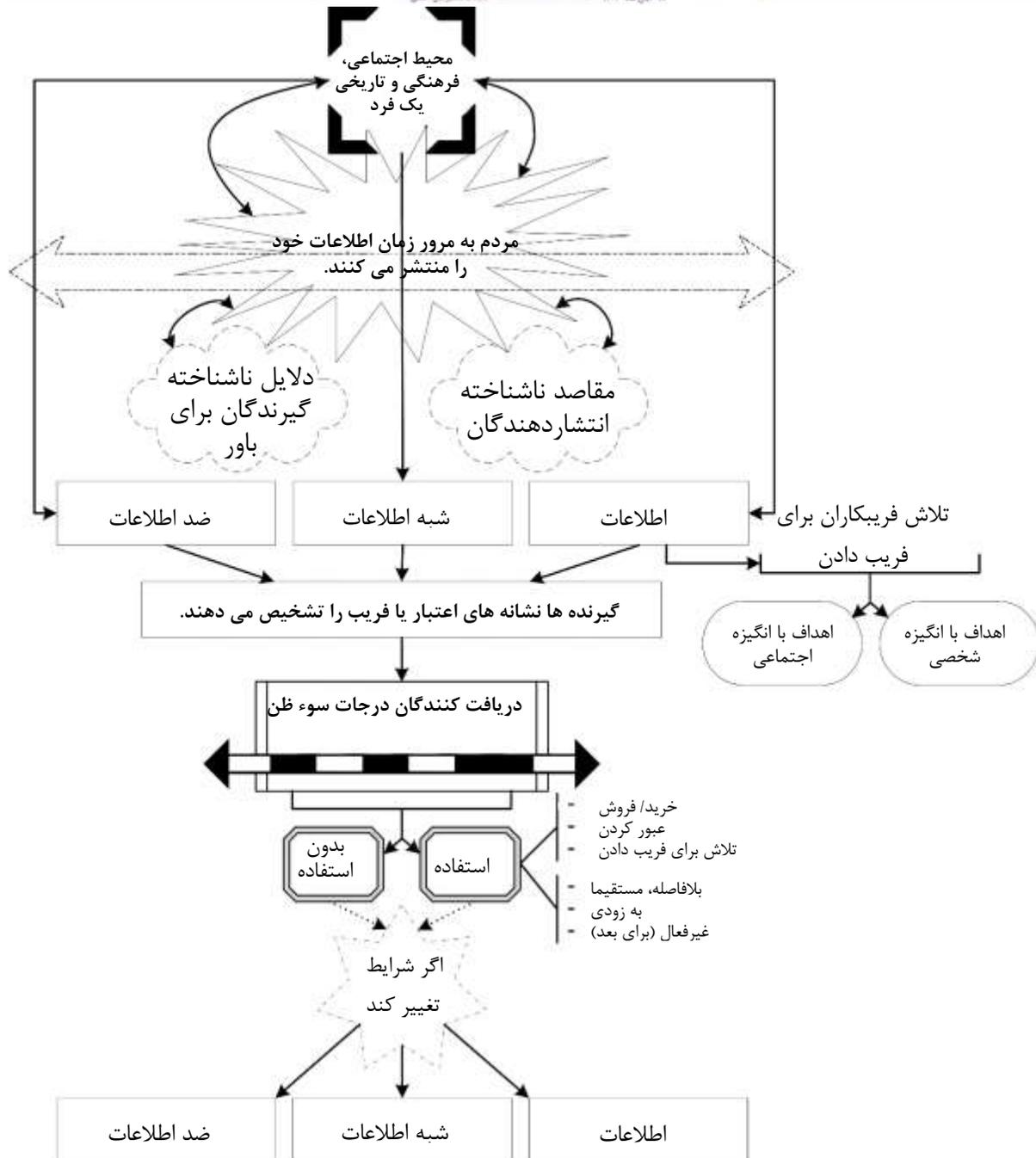
افراد می‌توانند از اطلاعات نادرست برای مهار نفوذ بر دیگران استفاده کنند. دولت‌ها می‌توانند از اطلاعات نادرست برای اعمال کنترل بر مردم استفاده کنند. کسب‌وکارها می‌توانند از اطلاعات نادرست برای حفظ یا ترمیم شهرت خود یا آسیب رساندن به اعتبار یک رقیب استفاده کنند. این مثال‌ها تنها چند روش را نشان می‌دهند که اطلاعات نادرست و اطلاعات نادرست، در صورت شناسایی، می‌توان فروخته یا معامله شوند و از طریق رسانه‌های اجتماعی منتشر می‌شود، همچنین در جهت تلاش برای فریب و غیره استفاده می‌شود. شبه اطلاعات و ضد اطلاعات ممکن است بلافاصله و یا طولی نکشید پس از دریافت چنین اطلاعاتی در یک موقعیت مورد استفاده قرار گیرد، یا ممکن است برای استفاده یا تأیید بعدی غیرفعال نگه داشته شود.

تغییرات در زمینه ممکن است بر اینکه آیا شبه اطلاعات و ضد اطلاعات استفاده می‌شود تأثیر بگذارد. از آنجا که جهان می‌تواند به سرعت تغییر کند، اطلاعاتی که گیرندگان ممکن است به عنوان شبه اطلاعات و ضد اطلاعات تعیین کنند، به سرعت می‌تواند به اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات دیگری تبدیل شوند. به عنوان مثال، پس از زلزله ژاپن در مارس ۲۰۱۱، یکی از کاربران توئیتر در توئیتی اعلام کرد که دوستش باید نجات یابد، و از دیگران خواست که پیام را بازتوییت کنند. این شخص روز بعد نجات یافت، اما مردم به بازتوییت کردن ادامه دادند. این مثال نشان می‌دهد که چگونه اطلاعات درست و دقیق می‌تواند به دلیل تغییراتی در زمینه و زمان به اطلاعات نادرست تبدیل شود.

¹ Judgement

^۲ هک کردن، تلاشی برای سرقت اطلاعات شخصی یا ورود به حساب‌های آنلاین با استفاده از ایمیل‌های فریبنده، پیامک‌ها، ادجاست‌ها یا سایت‌هایی است که شبیه به سایت‌هایی هستند که از آن‌ها استفاده می‌کنید.

³ Use



شکل ۱: مدل انتشار اجتماعی اطلاعات، شبه اطلاعات و ضد اطلاعات (کارلوا و فیشر، ۲۰۱۳).

نتیجه‌گیری

اطلاعات نادرست و شبه‌اطلاعات می‌تواند تأثیرات مخربی بر سلامت جامعه داشته باشد. این نوع اطلاعات به ویژه در دوران همه‌گیری کووید-۱۹، با سرعت از طریق رسانه‌های اجتماعی منتشر شد و باعث ایجاد ترس، وحشت و اضطراب در میان مردم گردید. هنگامی که اطلاعات نادرست به سرعت و بدون ارزیابی منتشر می‌شود، افراد ممکن است تصمیمات نادرستی بگیرند که به طور مستقیم بر سلامت جسمی و روانی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، اطلاعات نادرست همیشه به راحتی قابل شناسایی نیست. گروه‌بندی کردن، تشریح مفاهیم و مصادیق شبه‌اطلاعات و ضد اطلاعات بر اساس بافت (کشور ایران) کار آسانی نیست و باید با دقت بیشتری صورت بگیرد. انسان‌ها با توجه به نگرش و باورهای خود راهی را انتخاب می‌کنند. انتخاب درست مرهون دسترسی و استفاده از اطلاعات معتبر است. برای مثال، باورهای نادرست درباره‌ی درمان‌های غیرمعتبر یا واکسن‌ها می‌تواند به سردرگمی و نگرانی عمومی دامن بزند، که خود خطرات جدی برای سلامت فردی و جمعی ایجاد می‌کند.

شبه‌اطلاعات و ضد اطلاعات می‌تواند عواقب جدی برای دولت‌ها، مردم، کسب و کارها، متخصصان اطلاعات و طراحان تجربه کاربری و همچنین گروه‌های دیگر داشته باشد. اطلاعات غلط عمدتاً مشکل ساز است زیرا می‌تواند سردرگمی و بی‌اعتمادی را در بین گیرندگان ایجاد کند و استفاده از اطلاعات را دشوار کند. به عنوان مثال، گیرندگان اطلاعات نامعتبر ممکن است در مورد اطلاعات احساس عدم اطمینان کنند، بنابراین، در مورد اقدام یا تصمیم خود نامطمئن باشند. اگر گیرندگان اطلاعات نامعتبر را تشخیص دهند، ممکن است به دنبال منبع اطلاعات به‌روشن دیگری باشند.

همچنین پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به انتشار ضد اطلاعات و شبه‌اطلاعات در طول همه‌گیری کووید-۱۹ و پروس جدید کمک کرده‌اند. هنگام تجزیه و تحلیل پدیده اخبار جعلی در سلامت، می‌توان مشاهده کرد که دانش *infodemic* بخشی از زندگی مردم در سراسر جهان است و باعث بی‌اعتمادی دولت‌ها، پژوهشگران و متخصصان سلامت می‌شود که می‌تواند مستقیماً بر زندگی و سلامت افراد تأثیر بگذارد. هنگام تجزیه و تحلیل خطرات احتمالی ضد اطلاعات و شبه‌اطلاعات، وحشت، افسردگی، ترس، خستگی و پریشانی تأثیر می‌گذارد. در همه‌گیری کووید-۱۹ و پروس، تمایل به انتشار اطلاعات یا شایعات نادرست مستقیماً با ایجاد اضطراب در جمعیت‌های سنین مختلف مرتبط است.

در چنین شرایطی، افزایش سواد اطلاعاتی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. سواد اطلاعاتی شامل توانایی دسترسی، ارزیابی و استفاده از اطلاعات معتبر است. آموزش این مهارت‌ها به مردم کمک می‌کند تا منابع معتبر را از منابع نامعتبر تشخیص دهند و تصمیمات آگاهانه‌تری درباره سلامت خود بگیرند. این آموزش‌ها می‌تواند از طریق برنامه‌های آموزشی در مدارس، دانشگاه‌ها و دیگر نهادهای اجتماعی صورت گیرد و به ارتقای سطح آگاهی عمومی کمک کند. بنابراین مهمترین راه‌حل برای مواجهه با اطلاعات نامعتبر موجود در فضای موجود، افزایش آگاهی و شناسایی اطلاعات معتبر و عدم امکان اعتماد به تمامی اطلاعات فضای مجازی به عموم مردم است. با راستی آزمایی چندباره اطلاعات بازنمایی شده می‌توان تا بسیار زیادی از خطرات آن‌ها کاست.

کتابداران و متخصصان اطلاعات نیز نقش بسیار مهمی در ارتقای سلامت جامعه دارند. با توجه به دانش و تجربه‌ای که این افراد در زمینه تولید و اشاعه اطلاعات معتبر دارند، می‌توانند به‌عنوان منابع مطمئنی برای ارائه اطلاعات صحیح به مردم عمل کنند. در زمان‌های بحران، مانند همه‌گیری‌ها یا بلایای طبیعی، حضور فعال کتابداران در اشاعه اطلاعات معتبر و ارائه راهنمایی به مردم

می تواند به کاهش اضطراب و ایجاد اطمینان کمک کند. این افراد با آموزش های مرتبط با سواد اطلاعاتی و سواد سلامت، نقشی کلیدی در کاهش اثرات منفی اطلاعات نادرست ایفا می کنند. همچنین با توجه به رسالتی که در مورد اشاعه اطلاعات اصیل به جامعه مخاطب خود دارند می توانند در مواجهه با اطلاعات نامعتبر بخشی مهمی از آسیب ها را خنثی کنند. آموزش سواد اطلاعاتی و سواد سلامت از دیگر اقدامات کتابداران است

این امر می تواند از طریق کمپین های آموزشی، برنامه های تلویزیونی و کارگاه های آموزشی در جامعه به انجام برسد. علاوه بر این، توسعه زیرساخت های لازم برای دسترسی آسان تر به اطلاعات معتبر، از جمله ایجاد و تقویت پلتفرم های آنلاین معتبر، می تواند به کاهش تاثیرات منفی اطلاعات نادرست کمک کند. در نهایت، ارتقای سلامت جامعه نیازمند همکاری همه جانبه بین دولت ها، سازمان های بهداشتی، متخصصان اطلاعات، کتابداران و عموم مردم است. به علاوه، درستی یا نادرستی اطلاعات را نمی توان «به طور عینی» تعیین کرد. با این حال، امیدواریم که تلاش های سواد اطلاعاتی به اندازه کافی مؤثر باشد، به طوری که افراد و تیم ها بتوانند در مورد میزان درستی یا نادرستی اطلاعات تصمیم گیری کنند. بر اساس تعیین های ذهنی خود از صدق یا نادرستی درباره آن تصمیم می گیرند.

پیشنهاد و راهکارها

با توجه و حساسیت در بین مدیران و متخصصان سلامت و همچنین، آموزش عموم مردم در زمینه شناسایی اطلاعات معتبر توجه کنند و زمینه لازم برای تثبیت مفهوم پرهیز از اطلاعات نامعتبر را در بین عموم مردم فراهم نمایند. در جامعه ای که مردم مدام با اطلاعات نامعتبر رو به رو می شوند، ممکن است تصمیمات نادرستی گرفته شود. برای انجام پرهیز از شبه اطلاعات و ضد اطلاعات، با توجه به شخصیت فرد، فرهنگ حاکم بر جامعه و میزان تحصیلات و آموزش های دریافتی متفاوت خواهد بود. در این مرحله آموزش های عمومی در مورد سبک زندگی سالم، تقویت هوش هیجانی و اهمیت استفاده از اطلاعات معتبر در زندگی، نقش اساسی در ترویج و جهت دهی عموم برای استفاده اطلاعات معتبر مؤثر خواهد بود. راهکارهایی که می توان در مواجهه با اطلاعات نامعتبر در رسانه های اجتماعی پیشنهاد داد عبارتند از:

- آموزش کارکنان در حوزه سلامت
- آموزش حضوری و غیر حضوری به مردم و افزایش سطح سواد
- آگاه سازی جامعه و کاهش اعتماد به تمامی اطلاعات منتشر شده در فضای مجازی
- پخش برنامه های آموزشی از تلویزیون و رادیو ...
- سواد اطلاعاتی و سواد سلامت
- راستی آزمایی چندباره اطلاعات
- پاسخگویی از طریق افراد متخصص
- آموزش تفکر انتقادی
- فرهنگ سازی استفاده از رسانه های اجتماعی
- آموزش استفاده درست از فناوری

منابع

- اشرفی ریزی، حسن و زهرا کاظم پور. (۱۳۹۸) گونه شناسی اطلاعات در بحران ویروس کووید-۱۹؛ بیان یک دیدگاه. مجله طب اورژانس ایران، ۶(۱).
- اشرفی ریزی، حسن، کاظم پور، زهرا و شهرزادی، لیلیا. (۲۰۲۰). عوامل مرتبط با تولید و اشتراک‌گذاری شبه اطلاعات در بحران کووید-۱۹ ویروس: بیان دیدگاه. مدیریت اطلاعات سلامت، ۱۷(۱)، ۳۶-۳۸.
- Agarwal, N. K., & Alsaedi, F. (2021). Creation, dissemination and mitigation: toward a disinformation behavior framework and model. *Aslib Journal of Information Management*, 73(5), 639-658.
- Bernes, A. (2021). Information overload and fake news sharing: A transactional stress perspective exploring the mitigating role of consumers' resilience during COVID-19. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102555.
- Buschman, J. (2019), "Good news, bad news, and fake news", *Journal of Documentation*, Vol. 75 No. 1, pp. 213-228.
- Fallis, D. (2014), "A functional analysis of disinformation", in Kindling, M. and Greifeneder, E. (Eds), *iConference 2014 Proceedings*. Illinois: iSchools. doi: 10.9776/14010.
- Fallis, D. (2015), "What is disinformation?", *Library Trends*, Vol. 63 No. 3, pp. 401-426.
- Froehlich, T.J. (2020), Ten Lessons for the Age of Disinformation. In *Navigating Fake News, Alternative Facts, and Misinformation in a Post-Truth World*, IGI Global, Hershey, PA, pp. 36-88.
- Ha, Y. W., Kim, J., Libaque-Saenz, C. F., Chang, Y., & Park, M. C. (2015). Use and gratifications of mobile SNSs: Facebook and KakaoTalk in Korea. *Telematics and Informatics*, 32(3), 425-438.
- Karlova, N. A., & Fisher, K. E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. *Information Research*, 18 (1).
- Ma J, Gao W, Wong KF (2018) Rumor detection on twitter with treestructured recursive neural networks. In: *Proceedings of the 56th annual meeting of the association for computational linguistics*, 1, 1980–1989.
- Soe, S.O. (2019), "A unified account of information, misinformation, and disinformation", *Synthese*, Vol. 198, pp. 5929-5949.
- Wu L, Morstatter F, Carley KM, Liu H (2019) Misinformation in social media: definition, manipulation, and detection. *ACM SIGKDD Explor Newslett* 21:80–90.
- Wu, M., & Pei, Y. (2022). Linking social media overload to health misinformation dissemination: An investigation of the underlying mechanisms. *Telematics and Informatics Reports*, 8, 100020.
- Zubiaga, A., Liakata, M., Procter, R., Wong Sak Hoi, G., & Tolmie, P. (2016). Analysing how people orient to and spread rumours in social media by looking at conversational threads. *PloS one*, 11(3), e0150989.
- Anwar, A., Malik, M., Raees, V., & Anwar, A. (2020). Role of mass media and public health communications in the COVID-19 pandemic. *Cureus*, 12(9).