بسم الله الرحمن الرحیم

دانشنامه سواد فضای مجازی

جلد سوم

دانـش اطلاعاتـی

صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق‌پناه

سرشناسه	:	فیروزمند، صدرا، ۱۳۷۶-
عنوان و نام پدیدآور	:	دانشنامه سواد فضای مجازی/ نویسندگان صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق‌پناه.
مشخصات نشر	:	تهران: باران نگار موسسه تربیت رسانه ای باران، ۱۴۰۳.
مشخصات ظاهری	:	ج.: مصور (بخشی رنگی)، جدول (رنگی)، نمونه (رنگی)، نمودار(رنگی).
فروست		ابری شهر. رهیار سواد فضای مجازی.
شابک	:	دوره: ۱-۲-۹۱۹۴۶-۶۲۲-۹۷۸؛ ج.۱: ۸-۳-۹۱۹۴۶-۶۲۲-۹۷۸؛ ج.۲: ۵-۴-۹۱۹۴۶-۶۲۲-۹۷۸؛ ج.۳: ۲-۵-۹۱۹۴۶-۶۲۲-۹۷۸؛ ج.۴: ۹-۶-۹۱۹۴۶-۶۲۲-۹۷۸
وضعیت فهرست‌نویسی	:	فیپا
مندرجات	:	ج.۱. دانش شبکه ج.۲. دانش زیست مجازی.- ج.۳. دانش اطلاعاتی-. ج.۴. دانش ارتباطی-.
موضوع	:	فضای مجازی Cyberspace فضای مجازی -- ایران Cyberspace -- Iran سواد رسانه‌ای -- ایران Media literacy -- Iran اینترنت و آموزش و پرورش -- ایران Internet in education -- Iran تربیت معلم -- ایران Training of Teachers -- Iran
شناسه افزوده	:	غفاری، حسین، ۱۳۶۱-
شناسه افزوده	:	حق پناه، حسین، ۱۳۶۹ -
رده‌بندی کنگره	:	HM۸۵۱
رده‌بندی دیویی	:	۳۰۳/۴۸۳۳
شماره کتابشناسی ملی	:	۹۷۳۸۵۲۸

ابری‌شهر

رهیار سواد فضای مجازی

دانشنامه سواد فضای مجازی [جلد سوم]

دانش اطلاعاتی

نویسندگان: **صدرا فیروزمند، حسین غفاری، حسین حق‌پناه**

ناشر: **باران‌نگار** (انتشارات مؤسسه تربیت رسانه‌ای باران)

شابک جلد سوم: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۵-۲

شابک دوره: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۹۴۶-۲-۱

شمارگان: ۱۱۰۰

چاپ: **اول – ۱۴۰۳**

این کتاب در بخش ساماندهی منابع آموزشی و تربیتی بررسی و تایید شده است

انتشارات مؤسسه تربیت رسانه‌ای باران

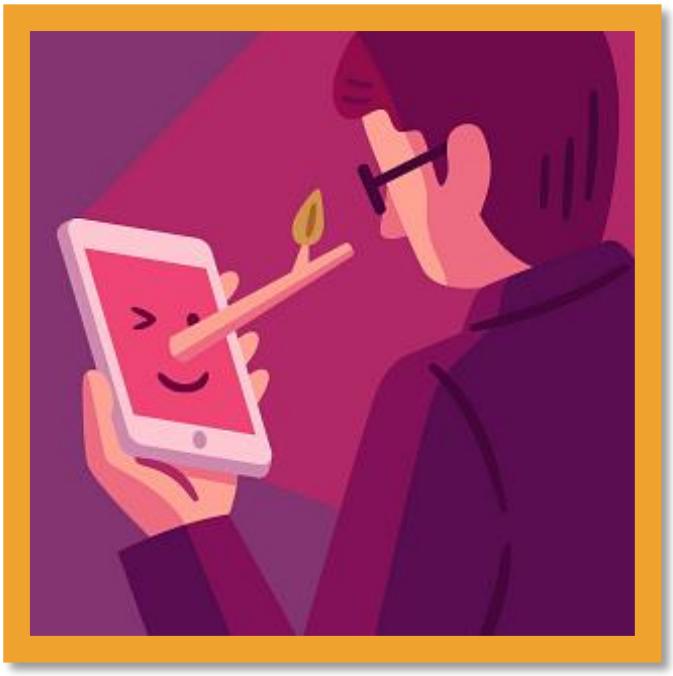
تهران، خیابان شهرآرا، تقاطع خیابان شهید ملکوتی، پلاک ۷۰

۰۹۱ ۹۰ ۱۰ ۶۰ ۷۱ BMTC.ir @BMTC_ir

این اثر با حمایت پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات منتشر شده است.

فصل

داده‌سنجی



اطلاعات جعلی و غلط

کلیدواژه‌ها: Disinformation – Misinformation – Malinformation – Deep Fake

اخبار جعلی و ساختگی اگرچه پدیده‌ای منحصر به بستر اینترنت نیست، اما با گسترش فضای مجازی و سهولت خبررسانی در بستر شبکه‌های اجتماعی گسترش و تنوع ویژه‌ای یافته و دسته‌بندی‌های مختلفی برای آن ارائه شده است. به طور خاص دو دسته‌بندی «انگیزه از انتشار» و «نوع دست‌کاری» مورد توجه است:

— تقسیم از حیث انگیزه انتشار

اخبار ساختگی از حیث «انگیزه انتشار»، به سه نوع تقسیم می‌شود:[۱۵۶]

+ اطلاعات دروغ (Disinformation)

اخبار و اطلاعات از اساس غلط که به صورت عامدانه و به قصد تخریب و آسیب‌زدن به یک فرد، گروه، سازمان یا کشور ساخته و منتشر می‌شود. [۱۵۷] برای مثال انتشار خبر استخدام پسر یک نامزد انتخابات در شرکت الف به سفارش پدرش، درحالی‌که نامزد مذکور پسر ندارد یا اصلاً چنین شرکتی وجود ندارد.

[۱۵۶] https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf
[۱۵۷] https://motamem.org/فیک-نیوز-چیست

+ اطلاعات نادرست (Misinformation)

نوعی از اخبار و اطلاعات است که اگرچه غلط است اما منتشرکننده آن نیت و قصد بدی از انتشار آن نداشته و آسیبی هم به کسی نمی‌رساند. البته این‌گونه اخبار عموماً آمیخته به سوگیری، خرافات یا نتایج علمی ساده‌انگارانه است و از این رو در دسته «شبه‌علم»[۱۵۸] نیز قرار می‌گیرد؛ برای مثال «ویژگی‌های شخصیتی متولدین هر ماه» یا «درمان سرطان با تخمه هندوانه».



شکل ۶۷: یک گزاره شبه‌علمی که عنوان می‌کند میوه‌های مفید برای اعضای بدن شبیه همان عضو هستند.[۱۵۹]

+ اطلاعات مغرضانه (Malinformation)

این نوع از اخبار و اطلاعات اگرچه صحیح بوده و واقعیت دارند و به ظاهر قصد تخریب ندارند اما به صورت هدفمند و سازمان‌یافته در موقعیت‌های زمانی خاص منتشر می‌شوند تا به شخص یا گروهی ضربه بزنند؛ برای مثال، هر وقت حادثه‌ای رخ می‌دهد، تعداد زیادی عکس و ویدیو از حوادث گذشته که ارتباطی با حادثه جدید ندارند، منتشر می‌شود. افراد زیادی به اشتباه فکر می‌کنند که این تصاویر به حادثه جدید مربوط است و در نتیجه، واکنش‌های بدی هم ایجاد می‌شود.

یا خبرنگاری برای سرپوش‌گذاشتن روی یک مسئله که مورد توجه قرار گرفته است، اخبار درست دیگری را با جزئیات بیشتر بزرگ‌نمایی می‌کند تا به آن خبر مورد نظر کمتر توجه شود.

---

[۱۵۸] «شبه علم» (Pseudoscience) معمولاً پاسخ‌های سرراست و همه‌فهمی به پیچیدگی‌های جهان اطراف می‌دهد که غالباً با چاشنی محبوب «اغراق» یا «سرگرمی» همراه است. تفاوت اینگونه ادعاها با علم این است که امکان «راستی‌آزمایی» و «تکرارپذیری» ندارند.

[۱۵۹] https://www.asriran.com/fa/news/915697



شکل ۶۸: تصویر ادعایی آقای علی کریمی از جمعه خونین زاهدان که با کمی تحقیق مشخص می‌شود در اصل مربوط به کشور پاکستان است.[۱۶۰]

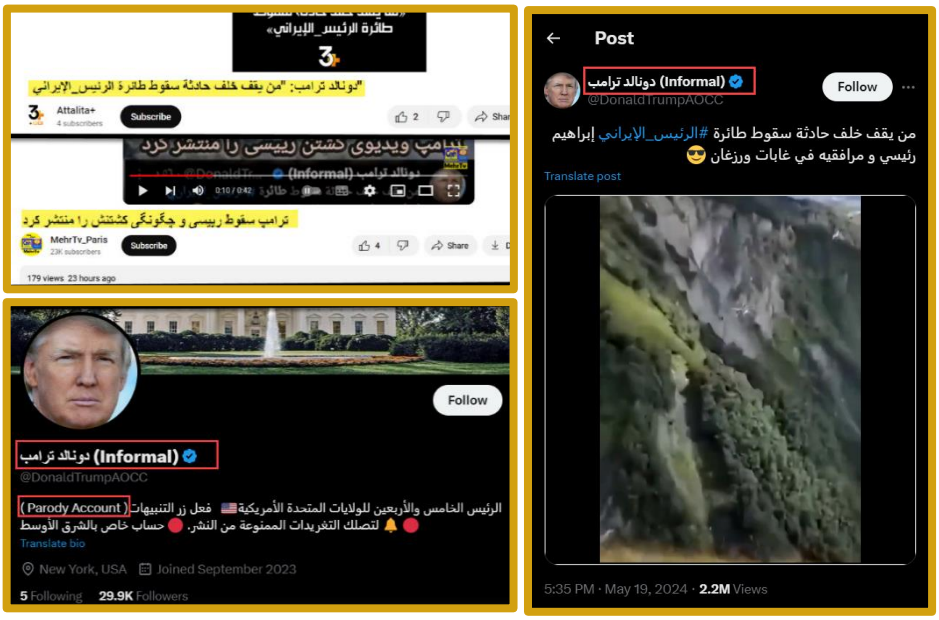


شکل ۶۹: عکسی که یک کاربر توییتر در بحبوحه اعتراضات سال ۱۳۹۶ ادعا می‌کند مربوط به ایران است، در اصل صحنه‌ای از فیلم سینمایی «قلاده‌های طلا» بوده است.[۱۶۱]

+ نقیضه‌گویی (Parody)

گونه دیگر اطلاعات نادرست، محتواهای غلطی هستند که حامل دروغ بزرگی هستند و بیشتر جنبه سرگرمی دارند اما ممکن است توسط بسیاری از کاربران ناآشنا باور و دست‌به‌دست می‌شود. برای مثال برخی کاربران عادی در شبکه‌های اجتماعی حساب‌های کاربری جعلی به نام بازیگران و ورزشکاران معروف راه‌اندازی کرده و اقدام به انتشار محتوای نقیضه در آنها می‌کنند.

[۱۶۰] https://mshrgh.ir/1531198
[۱۶۱] https://osint.ir/2033



شکل ۷۰: کاربری با نام و عکس دونالد ترامپ ویدیویی را منتشر کرده که ادعا می‌کند درباره سقوط بالگرد رئیس‌جمهور ایران است. (تصویر راست) بسیاری از صفحات مجازی نیز آن را بازنشر کرده‌اند. (تصویر چپ بالا) در حالی که در توضیحات این حساب کاربری تصریح شده که «پارودی» و غیررسمی است. (تصویر چپ پایین)[۱۶۲]



شکل ۷۱: کاربری به نام «من محمد ۳۰ سال دارم» برای چند ساعت نام حساب خود را به «حسن نگین تاجی» تغییر داده و توییت جعلی منتشر کرده است. خانم «معصومه ابتکار» (مسئول وقت سازمان محیط زیست) آن را بازنشر داده و تشکر کرده است. (تصویر بالا راست) پس از چندی کاربر مجدداً نام حساب خود را به حالت اول بازگردانده و نشان داده خانم ابتکار فریب خورده است. (تصویر بالا چپ) سایر کاربران نیز به این اتفاق واکنش نشان داده‌اند. (تصاویر پایین)[۱۶۳]

[۱۶۲] اغلب حساب‌های نقیضه‌گو برای دچار نشدن به عواقب سخت حقوقی، معمولاً جعلی بودن خودن را در توضیحات حساب اعلام می‌کنند

[۱۶۳] https://osint.ir/1370

— تقسیم از حیث نوع دست‌کاری

علاوه‌براین اخبار جعلی از حیث نوع دست‌کاری نیز قابل تقسیم‌بندی‌اند:[۱۶۴]

+ محتوای نامرتبط (False Connection)

محتوای خبری است که عنوان آن با متن آن بی‌ارتباط است و یا عنوان به ظاهر درستی دارد اما به کمک مقدمه‌چینی یا استفاده از تصاویر نامربوط سعی دارد موضوعاتی را به هم ربط دهد. برای مثال خبری با عنوان «وام جدید برای متقاضیان مسکن» که بعد از کلیک روی آن متوجه می‌شوید درباره وام مسکن در کشور ترکیه است و یا خبر «نقش طارمی در گل رونالدو به فرانسه» که سعی کرده بازی کردن طارمی در لیگ پرتغال را به گل‌زنی مهاجم این کشور به تیم ملی فرانسه ارتباط دهد.

قصد رسانه‌ها از انتشار این‌گونه اخبار گرفتن کلیک و بازدید بیشتر است. از این رو نباید فریب تیترها را خورد و براساس آنها قضاوت کرد.



شکل ۷۲: تیتر خبر به گونه‌ای تنظیم شده که مخاطب در نگاه اول برداشت کند مربوط به مجلس ایران است اما پس از کلیک روی آن مطالعه کامل خبر مشخص می‌شود مربوط به نماینده پارلمان نروژ است.[۱۶۵]

[۱۶۴] https://www.yektanet.com/blog/50221/what-is-yellow-content

[۱۶۵] https://khabaronline.ir/xkgcr



شکل ۷۳: خبرهای تعطیلی مدارس با تیترها و تصاویر فریبنده که پایگاه‌های خبری منتشر می‌کنند تا کلیک بگیرند.

+ محتوای دست‌کاری شده (Manipulated content)

محتوایی که بخشی از آن حذف یا ویرایش شده است؛ مثل صحبت‌های تقطیع شده یک سخنران مذهبی یا نقل قول ناقص جملات یک ورزشکار در تیتر مصاحبه یا حذف توضیحات مقدماتی یک فرد مسئول در بازنشر مصاحبه تلویزیونی وی یا تصاویر ویرایش شده از یک راهپیمایی.



شکل ۷۴: با خواندن عنوان خبر مخاطب برداشت می‌کند که قصد ایران برای حمله به عربستان قابل کتمان نیست، در حالی که این عنوان برش دو قسمت مختلف از کل پیام بوده است.[۱۶۶]

[۱۶۶] https://khabaronline.ir/xjpc2



شکل ۷۵: عنوان پیام به گونه‌ای انتخاب شده است که در نگاه اول برداشت شود خانواده مرحوم طهماسب در اعتراض به صداوسیما اجازه ورود دوربین‌های آن را نداده‌اند، اما مطالعه کامل پیام نشان می‌دهد ورود همه دوربین‌های رسانه‌ای به خواست خانواده معزی ممنوع بوده است.

البته تقطیع و دست‌کاری در محتوا محدود به متن نیست و ایجاد تغییرات یا برش تصویر به منظور نسبت دادن آن به شخص یا مکان خاص نیز از موارد رایج اخبار جعلی در اینترنت است.



شکل ۷۶: یک بازیگر ایرانی تصویری با مضمون وضعیت فقر در ایران منتشر کرده بود اما با یافتن اصلی تصویر مشخص می‌شود اطراف عکس مذکور برش خورده و نسخه اصلی و کامل آن اولین بار در یک خبرگزاری یمنی منتشر شده است.[۱۶۷]

[۱۶۷] https://osint.ir/728

+ محتوای غلط کاملاً ساختگی (Fabricated content)

در این حالت محتوای خبر کاملاً ســـاختگی و دروغ اســـت اما با ارائه در قالب ظاهر رســـمی یک خبرگزاری یا شـبکه تلویزیونی باورپذیر می‌شـود؛ مثل درج لوگو، نام و شـکل ظاهری یک خبرگزاری روی تصویر خبری یا ویدیوهای «دیپ‌فیک» (Deep Fake) که با هوش مصنوعی از افراد ساخته می‌شوند.



جمهورية ايران الاسلامية
وزارة الداخلية
الحرس الثوري الاقليمي

وزارت اطلاعات
جمهوری اسلامی ایران

تاريخ ١ ذي القعدة ١٤٤٢
سـرى للـغـايـه
رقم ٢-١٠٠٣٩٨٦٦٩

السيد يحيى السنوار قائد حركة المقاومة الاسلاميه حماس بغزة ...
بعد التحية من مراجعنا الكرام هذه اوامر يجب تنفيذها فورا وفقكم الله ...

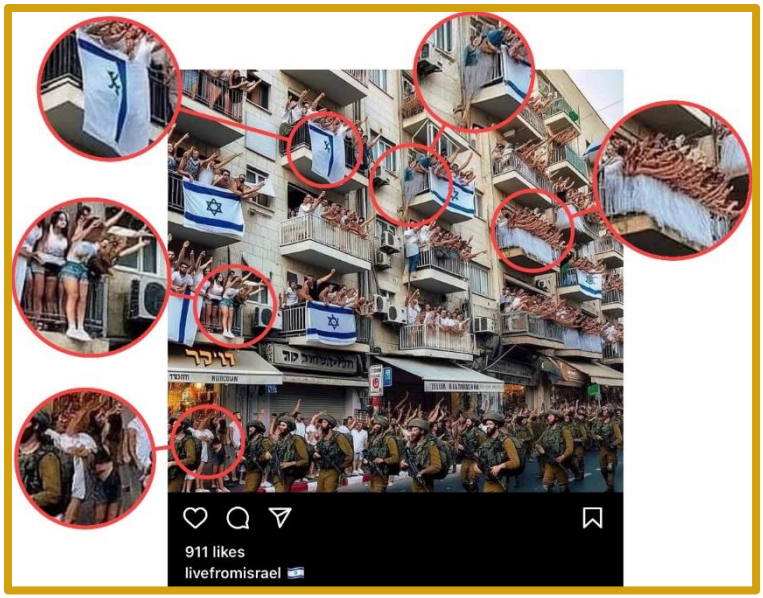
تناهى الي علم مراجعنا الكرام ما اقدم علية الشيخ ابو مطيع عبدالرحيم ابوفنه من سلوكيات لا نقبلها وظهورة في وضع غير اخلاقي بأحد الفنادق في مثل هذا الوقت خصوصاً بعد فضيحة تسريب فاتورة فريق إسماعيل هنية فهذا يؤثر علي سمعة المقاومة وتقلل من مكاسبنا التي حققناها في معركة سيف القدس لذا فعليكم تنفيذ هذه الإجراءات فوراً و إطلاعنا علي النتائج :

- عزل نائب رئيس الحركة الاسلامية فرع فلسطين ابو مطيع عبدالرحيم ابو فنه .
- تجريدة من كافة صلاحياته كمسئول جمع الزكاة اللوائية .
- تجريدة من كافة صلاحياته كمسئول جمع إشتراكات الاخوان المسلمين في فلسطين .

اسماعيل قاآني قائد فيلق القدس وعضو تصدير الشورة
المرعي المرجع الكبير ايه الله العظمي علي خامنئي - دام ظله

IRAN
ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN

شکل ۷۷: تصویر جعلی از نامه موسوم به دستورات محرمانه سردار «اسماعیل قاآنی» (فرمانده سپاه قدس) به «یحیی سنوار» (رئیس دفتر سیاسی حماس در غزه) با نشان «وزارت اطلاعات ایران»، سربرگ «وزارت داخلی (کشور)» و مهر مجهول انگلیسی!



شکل ۷۸: صفحه اینستاگرامی صهیونیست «زنده از اسرائیل» تصویر حمایت مردم از ارتش این رژیم را منتشر کرده که با کمی دقت مشخص می‌شود جعلی و تولید شده با هوش مصنوعی است.[۱۶۸ و ۱۶۹]

[۱۶۸] https://newsmeter.in/fact-check/ai-generated-image-shared-as-people-applauding-israeli-army-from-balconies-719828?infinitescroll=1

[۱۶۹] https://x.com/SaeedDiCaprio/status/1716163262713094617

نحوه مواجهه با محتوای جعلی

انتشـار اخبار جعلی و اثرات آن بر منحرف کردن افکار عمومی، خصـوصـاً بعد از حواشـی انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا، به موضوع جدی در سطح حاکمرانی کشورها تبدیل شده است و دولت‌ها را وادار به تصـویب قوانین و مجازات‌هایی برای مقابله با انتشـار این‌گونه اطلاعات کرده است.[۱۷۰] برای مثال اتحادیه اروپا رسانه‌های اجتماعی فعال در این قاره را ملزم به تعدیل محتوا و حذف مطالب جعلی سـیاسـی از پلتفرم‌ها نموده اسـت.[۱۷۱] علاوه‌براین گسـترش هوش‌های مصـنوعی «مدل زبانی» باعث شده است نگرانی درباره تولید اخبار ساختگی یا ارائه اطلاعات غلط و دارای سوگیری بیش از پیش افزایش یابد و شـکایت‌های متعددی از توسـعه‌دهندگان چت‌بات‌های هوش مصـنوعی در این زمینه صورت گیرد.[۱۷۲]

با این وجود، به نظر می‌رسـد همچنان مهم‌ترین عامل بازدارنده در نشـر این‌گونه اخبار، تفکر نقادانه کاربران و افزایش سواد خبری آنها باشد. لذا اقدامات زیر در مواجهه با محتوای وب توصیه می‌شود:

+ قضاوت نکردن درباره اخبار از روی تیتر

بسیاری از پایگاه‌ها و کانال‌های خبری برای گرفتن کلیک و بازدید بیشتر یا اثرگذاری بر ناخودآگاه مخاطبان، تیتر و تصویر شاخص خبر را مهندسی و دست‌کاری می‌کنند. به‌طوری‌که برداشت اولیه از آن متفاوت از محتوای واقعی خبر است. از این رو ضروری‌ست محتوای اخبار به صورت کامل باز و بررسی شوند.

+ تحقیق و جستجو درباره صحت محتوا، منبع و تصاویر

در اخبار و محتواهای اطلاع‌رسـانی یا آموزشـی موجود در وب، ادعاهای مختلفی صـورت می‌گیرد. ضـرورت دارد که کاربران پیش از هر اقدامی، حتماً نسـبت به جسـتجو درباره صـحت محتوای خبر در سایر پایگاه‌ها و همچنین اصالت و درستی منبع ذکر شده در خبر بپردازند. [۱۷۳]

در کنار این، جستجوی معکوس تصاویر منتسب به حوادث یا وقایع می‌تواند مانع از افتادن به دام محتوای جعلی شود.

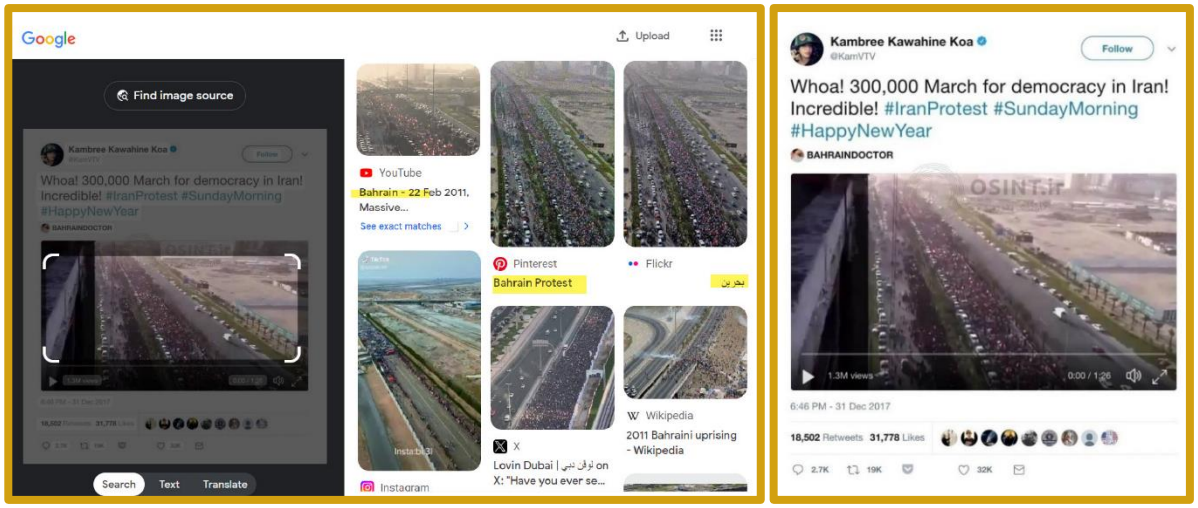
---

[۱۷۰] https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2958790_code2090195.pdf

[۱۷۱] https://zaviehmag.ir/?p=4131

[۱۷۲] https://gerdab.ir/0009wy

[۱۷۳] سوره حجرات، آیه ٦: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ (ترجمه: ای مسلمانان! اگر آدم منحرفی خبر مهمی برایتان بیاورد، قبل از هر کاری، دربارهٔ درستی‌اش تحقیق کنید؛ مبادا از سرِ ندانم‌کاری به عده‌ای آسیب برسانید و در نتیجه از کردهٔ خودتان پشیمان بشوید!)



شکل ۷۹: به کمک جستجوی معکوس عکس در گوگل مشخص می‌شود تصویری که کاربری ادعا می‌کرد مربوط به تظاهرات ۳۰۰ هزار نفره در ایران است (سمت راست)، در اصل مربوط به اعتراضات در کشور بحرین است. (سمت چپ)[۱۷۴]

+ عدم نشر محتوای جعلی

کاربران تا پیش از اطمینان یافتن کامل از صحت خبر، به هیچ عنوان نباید محتوا را نشر و برای دیگران بازارسال کنند. در غیر این صورت ممکن است ناخواسته در گناه شکل‌گیری سیلی از محتوای جعلی شریک شوند.[۱۷۵ و ۱۷۶]

ضمن اینکه باید به خاطر داشت، با توجه به سوگیری شناختی «لنگر انداختن»[۱۷۷]، ذهن انسان به طور ناخودآگاه روی به اطلاعات و محتوایی که اول دریافت می‌کند لنگر می‌اندازد و مطالب بعدی را با توجه به آن مورد سنجش قرار می‌دهد. از اینرو بر تکذیب یک خبر جعلی پس از انتشار آن، هیچ موقع نمی‌تواند به اندازه خودِ آن خبر جعلی اثرگذار باشد و در شبکه پیش برود: «تا حقیقت کفش‌های خود را پا کند، دروغ نیمی از دنیا را طی کرده است!»[۱۷۸] از این رو پیشگیری از نشر محتوای جعلی بسیار مؤثرتر است.

[۱۷۴] https://osint.ir/2033

[۱۷۵] سوره اسراء، آیه ۳۶: وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا (ترجمه: و (ای انسان) هرگز آنچه را که بدان علم و اطمینان نداری دنبال مکن که چشم و گوش و دل همه مسئولند.)

[۱۷۶] بخشی از نامه ۳۱ نهج‌البلاغه: ... وَ لاتَقُلْ ما لاتَعْلَمُ وَ اِنْ قَلَّ ما تَعْلَمُ ... (ترجمه: هر آنچه را [کامل] نمی‌دانی مگو، اگرچه چیز اندکی [درباره آن] بدانی.)

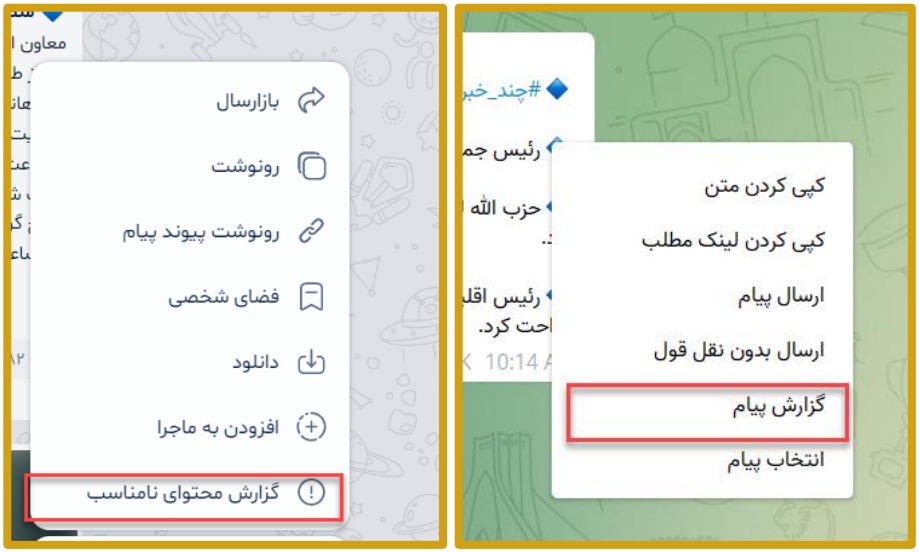
[۱۷۷] Anchoring Bias

[۱۷۸] https://quoteinvestigator.com/2014/07/13/truth

+ گزارش محتوا

مسـئله انتشـار محتوای جعلی، توهین‌آمیز یا غیرقانونی در بسـتر وب و رسـانه‌های اجتماعی، یک چالش جهانی اسـت. از این رو در اغلب رسـانه‌های اجتماعی سـازوکاری برای گزارش محتوای مجرمانه تعبیه شده است.

کاربران می‌توانند در صورت مواجهه با این‌گونه مطالب، نسبت به گزارش آنها به صاحبان پلتفرم یا نهادهای نظارتی (بخش گزارش‌های مردمی سایت گرداب[۱۷۹] یا سـازمان اطلاعات فراجا، سـپاه و وزارت اطلاعات) اقدام کنند.



شکل ۸۰: گزینه گزارش پیام و محتوای نامناسب (به علت اسپم، ترویج خشونت، کودک‌آزاری و ...) در پیامرسان‌های ایتا و بله

[۱۷۹] https://gerdab.ir/fa/forms/8