

راهکارهای رسانه ای مقابله با رویکرد ضد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر

دکتر حسن ضیایی جبّاری^۱

گروه مدیریت رسانه ای، دانشکده علوم انسانی و هنر، واحد دماوند، دانشگاه آزاد
اسلامی، دماوند، ایران

چکیده

امروزه رسانه ها می توانند عامل توسعه فرهنگی یا تهاجم فرهنگی باشند. چالش جدید جوامع در دنیا، استفاده از رسانه برای تقویت سلاح نرمی بنام «سلاح اجتماعی جوکر» می باشد. این سلاح نرم بواسطه محتوای جعلی خبری و فیک نیوزها در راستای ایجاد ناهنجاری های فرهنگی پشتیبانی می شود. هدف اصلی این مقاله بررسی راهکارهای رسانه ای جهت مقابله با ناهنجاری های فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر می باشد. سؤال اصلی این است که آیا بین راهکارهای رسانه ای و ناهنجاری های فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر رابطه معنی داری وجود دارد؟ این پژوهش فرض را بر این گرفته که بین راهکارهای رسانه ای و ناهنجاری های فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به اهداف این تحقیق و موضوع پژوهش، از روش پژوهش آمیخته یا ترکیبی از روشهای کمی و کیفی استفاده شده است. نهایتاً گزاره ها در یک دسته بندی کلی، سازماندهی و تجزیه و تحلیل شدند و راهکارهای رسانه ای حاصل؛ در قالب سه مقوله شامل فناوری های شناخت محتوای خبری جعلی، فرهنگ سازی شناخت و راهکارهای حکمرانی معرفی شدند. بنابراین وبا استناد به مقوله های بدست آمده، افراد

¹ Email:tash.ziaee@yahoo.com

و مخاطبان رسانه می توانند با استفاده از راهکارهای ارائه شده با آسیب های فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر مقابله کنند.

کلمات کلیدی: ناهنجاری های فرهنگی، فیک نیوزها، راستی آزمایی محتوای خبری، سلاح اجتماعی جوکر

مقدمه

راستی آزمایی محتوای رسانه ای و شناخت فیک نیوزها یکی از ابزارهای مقابله با سلاح اجتماعی جوکر می تواند باشد. اهمیت مقابله با محتوای خبری جعلی در سطح جهان به حدی است که از سال 2017، دوم آوریل هر سال به عنوان «روز جهانی راستی آزمایی»² نام گذاری شده است. خبر جعلی قبل از سال 2016 اصطلاح پر کاربردی نبود؛ اما امروزه یکی از بزرگترین تهدیدها برای فرهنگ جوامع، دموکراسی، نظم، سیاست گذاری، برنامه ریزی، سلامت و برای انتخاب درست است. این اصلاح پر کاربرد که همان اخبار جعلی³ است در سال 2017 به عنوان واژه سال توسط واژه نامه کالینز⁴ انتخاب شده است. در این میان موضوع «محتوای خبری جعلی» در مواجهه با سیل داده های خبری و اطلاع رسانی برجسته تر می شود، تا جایی که مردم عادی و حتی اصحاب رسانه نیز نیازمند راهکارها و دستورالعمل هایی هستند که بتوانند اخبار، تصاویر و فیلم های دستکاری شده را تشخیص دهند. این موضوع وقتی اهمیت مضاعف پیدا می کند که بدانیم سلاح نرمی بنام سلاح اجتماعی جوکر در سالهای اخیر امنیت اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشورها را تهدید می نماید. (مشابه نا آرامی های ایران و فرانسه در زمستان و بهار 2023)

هدف اصلی این پژوهش بررسی راهکارهای رسانه ای در راستای مقابله با رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر می باشد. سؤال اصلی این است که آیا بین راهکارهای رسانه ای و رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر رابطه معنی داری

² Fact- Checking Day

³ Fake news

⁴ Collins Dictionary

وجود دارد؟ پژوهش حاضر فرض را بر این گرفته که بین راهکارهای رسانه ای و ناهنجاری های فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر رابطه معنی داری وجود دارد.

پیشینه تحقیق

این مقاله با هدف ارائه راهکارهای رسانه ای و راستی آزمایی محتوای رسانه ای جهت مقابله با رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر تنظیم شده و برای حکمرانی، مخاطبان و فعالین رسانه مفید خواهد بود. با توجه به نوظهور بودن سلاح اجتماعی جوکر، پژوهش های انگشت شماری در این مورد انجام شده است. بنابراین جهت ارائه راهکار نیاز به مطالعات جدیدی و جامع می باشد. با بررسی اطلاعات ارائه شده در بانک اطلاعاتی مقالات و پایان نامه ها⁵ پی می بریم که پژوهش های انجام یافته در این بحث بیشتر از دید شناخت موضوع انجام یافته است. با این حال در این تحقیق سعی شده موضوع راهکارهای رسانه ای، در یک بخش تخصصی، و با نگاه رسانه و تاثیر بر رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر بررسی شود. با توجه به پژوهش های انجام یافته در این زمینه، موارد زیر در منابع خارجی ارائه شده اند. منابع داخلی در این موضوع یافت نشد.

-هلمز. جی. اس در مقاله ای به تحلیل روانشناختی عمومی سلاح اجتماعی جوکر پرداخته است.

Holmes, J. S. (2019). *Journal of Popular Culture*, 52(2), 465-479.

- در مقاله ای دیگر نویسنده به اهمیت آموزش رسانه ای و مهارت های رسانه ای در جامعه اشاره کرده است.

Huber, B., Borah, P., & Gil de Zúñiga, H. (2022) *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), 1-14.

-تری وینگارتنر و تری جونز در کتابی به بررسی روانشناسانه جوکر در زنان می پردازد.

⁵ ایرانداک

Wingardner, T., & Jones, T. (2019). Sterling.

- جانانان کریستوفر در مقاله ای دیگر به بررسی تأثیر جوکر بر جامعه پرداخته است.

Christopher, J. (2019). *Philosophy Now*, (132), 22-25.

- جان دو، در پایان نامه خود به بررسی ویژگی های جوکر و تأثیر آن بر روابط با دیگران می پردازد.

Doe, J. (2018). (Master's thesis, University of California, Los Angeles).

- جیمز باتلر، به فلسفه جوکر به ویژه نیهلیسم و هرج و مرج، نیز تأثیر آن بر روابط او با دیگران پرداخته است.

Butler, J. (2019). *Journal of Popular Culture*, 52(2), 480-494.

مبانی نظری

در این بخش مفاهیم، نظریه ها و چارچوب نظری را مورد بررسی قرار می دهیم.

مفاهیم نظری

در این مقاله، برای توضیح مساله و پاسخ های به دست آمده، به قرار زیر از برخی مفاهیم نظری استفاده شده است.

راستی آزمایی محتوای رسانه ای خبری

راستی آزمایی محتوای خبری جعلی، فرآیند بررسی صحت گفته ها، اخبار، اظهارات، با استفاده از داده ها و اطلاعات معتبر را گویند (آزادی، 1399). در این فضا که افراد با حداقل ها و با کمترین توان علمی، به کمک اینترنت و رسانه های اجتماعی، هرزنامه ها، فیک نیوزها، مومو ها⁶ و نهنک آبی ها⁷ را هدایت می کنند،

⁶ چالش خودکشی در واتس اپ

⁷ بازی به قصد خودکشی

لزوم شناخت و توسعه ، مفاهیمی مانند: سواد رسانه ای، پدافند رسانه ای، سلاح اجتماعی جوکر و راستی آزمایی ها ظهور و نمود پیدا می کند.

محتوای خبری جعلی، اخبار جعلی یا فیک نیوزها

مردم اخبار و محتوایی را تایید می کنند که باورهای قبلی آنها را تایید کند (تروور دیلا، سانگوون لیب) (2021) و مخاطبان معمولاً هم رسانه های همفکر را برای خبرگیری انتخاب می کنند. این همسویی باعث می شود اخبار جعلی خیلی راحت در بین مخاطبان مقبول افتد. ایران همواره در معرض آماج حملات خبرهای جعلی است به طوری که در بُعد تلویزیونی، ۲۸۴ شبکه فارسی زبان علیه ایران مشغول برنامه سازی هستند و مقابله با این حجم از اخبار جعلی نیازمند تدوین روش های راستی آزمایی محتوای خبری کارآمد می باشد.

سلاح اجتماعی جوکر

یک تئوری است که بر اساس آن نهادهای قدرتمند به دست طرفدارانی از ایدئولوژی های راست و چپ و بین المللیسم، بهبود شرایط اجتماعی ، سیاسی و فرهنگی جامعه را شناسایی و پیشنهاد می دهند، اما این اقدامات و تلاش ها به نحوی عملی نیست که بتوانند به بهبود دائمی منجر شوند. به عبارتی دیگر، به نظر می رسد که هدف نهایی این نهادهای قدرتمند، کنترل جامعه و کسب قدرت است و از جمله راهکارهایی که برای این منظور استفاده می شود، ایجاد هرج و مرج و تفرقه ای درون جامعه و نافرمانی های مدنی حتی تغییر فرهنگ ها (فرهنگ حجاب اسلامی) در راستای اهدافشان می باشد. به عبارت دیگر، سلاح اجتماعی جوکر، نشان دهنده تناقضات و سیاست های متضاد نهادهای قدرتمند است که به مثابه نقشه فریب و کنترل، جامعه عمل می کند. این تئوری در کره جنوبی، هنگ کنگ و اخیراً نیز در ایران (جنبش زن، زندگی، آزادی) و فرانسه اجرایی شده است. نیز از جدید ترین و مخرب ترین نوع سلاح های جنگ نرم می باشد. توسط این تئوری اعتراضات اجتماعی رادیکالی تر شده و به خشونت های جوکری کشیده می شود که هدف نهایی آن زمین سوخته و ویرانی کامل فرهنگی و اجتماعی می باشد.

نظریه ها

در ادامه نظریه هایی که برای تبیین و توضیح موضوع مقاله به کار رفته اند، مرور خواهند شد.

نظریه جامعه شبکه ای

از آنجا که کل تحولات و موضوع مورد اشاره در این مقاله، بر بستر «جامعه شبکه ای» رخ می دهد، باید نسبت به این نظریه دید روشنی پیدا کنیم. بسیاری از نویسندگان، اصطلاح جامعه شبکه ها را بر جامعه اطلاعات ترجیح می دهند که «مانوئل کاستلز»، «جان ون دایک» و «یوزه ون دایک» از این دسته هستند. البته اندیشمند اخیر، در سال های گذشته از عبارت «جامعه پلتفورم» نیز بهره برده است (ون دایک، پل و دی وال، 2018)؛ اگرچه همه این نویسندگان از مفهوم جامعه اطلاعات نیز غفلت نمی کنند. جامعه شبکه ای را می توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به گونه ای فزاینده روابط خود را در شبکه های رسانه ای سامان می دهد؛ شبکه هایی که به تدریج، جایگزین شبکه های اجتماعی ارتباطات رودررو می شوند یا آنها را تکمیل می کنند. این بدان معنی است که شبکه های اجتماعی و رسانه ای در حال شکل دادن به شیوه سازماندهی اصلی وساختارهای بسیار مهم جامعه مدرن هستند. جامعه شبکه ای، در حال تغییر دادن همه مؤلفه های اساسی جامعه انسانی، از جمله خبر، اطلاع رسانی و فرهنگ است، که موضوع این مقاله خواهد بود. شیوه های شناختی انسانی و نسل های مأموس با قواعد این جامعه، که از آنان به «بومیان سرزمین دیجیتال» یا «زاده سرزمین دیجیتال» یاد می شود، تغییرهای بنیادین به خود دیده و شرایط اجتماعی خاصی را در تولید، انتشار، بازنشر و دریافت محتوای مختلف از جمله خبر، ایجاد خواهند کرد. پس از آن جهت، بستر اصلی تولید، انتشار و دیده شدن خبرهای جعلی، به سبب حجم دسترسی شهروندان، سرعت بالای چرخش اطلاعات در این رسانه ها و عدم نظارت کافی بر آنها، رسانه های اجتماعی خواهند بود (ساعی و همکاران، 1398 ب). نظریه جامعه شبکه ای می تواند در تبیین هرچه بهتر مسئله پژوهش به ما کمک کند.

نظریه حباب فیلتر

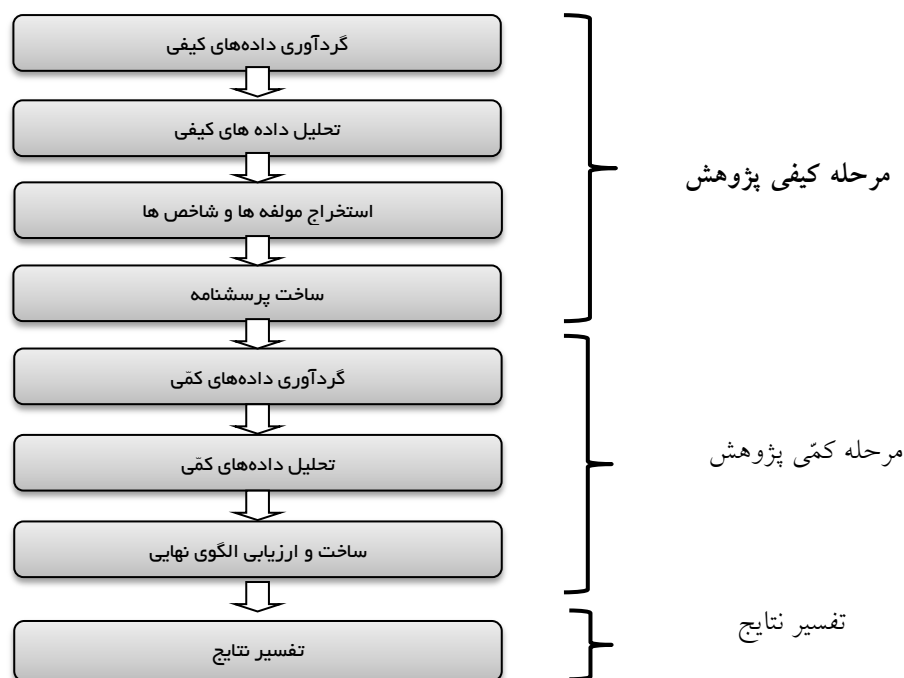
این نظریه، سعی دارد تا بستر اجتماعی لازم برای وقوع گسترده پدیده خبر جعلی که پشتیبان سلاح اجتماعی جوکر است را توضیح دهد؛ لذا در این مقاله به آن استناد شده است. حجم اطلاعات در جهان دیجیتالی امروز یک مشکل روبه رشد برای کاربران است. این مهم، نتیجه ویژگی دوسویه گی و تعاملی بودن اینترنت و ورود صدها میلیون کاربر به فضای تولید محتوا در رسانه های اجتماعی است؛ علاوه بر این، بسترهای اطلاعاتی، افزایش زمان استفاده کاربران از فضای برخط، تنظیماتی را تعبیه کرده اند که به احتمال زیاد منجر به تولید اطلاعات، واکنش به محتوا و کلیک کردن روی مطالب می شود (ویلمر و همکاران، 2018: 41). نتیجه آنکه، در این فضای جدید، علاوه بر تولید داده های دیجیتال توسط رسانه های رسمی، ارگان ها و سازمان ها، کاربران عادی هم به طور لحظه ای، حجم انبوهی از داده ها را از متن گرفته تا عکس، صوت و ویدئو در فضای مجازی منتشر و بازنشر می کنند. این مسئله اگرچه در ابتدا، برای حضور و فعالیت کاربران جذابیت زیادی داشت، اما پس از مدتی این «آلودگی اطلاعاتی» زمینه کاهش جذابیت را ایجاد می کرد.

با توجه به ظهور الگوریتم های یادشده، برخی از پژوهشگران، برخلاف نظر گروهی که معتقد به افزایش تنوع اطلاعاتی در عصر اینترنت و رسانه های اجتماعی هستند، معتقدند رسانه های مبتنی بر اینترنت منجر به اثری به نام «حباب فیلتر» شده اند؛ به این معنا که الگوریتم های شخصی سازی در فضای اینترنت باعث می شوند تا کاربران تنها، اطلاعات و محتواهای خاصی را که مورد پسندشان است مشاهده کنند (پاریزر، 2011) و در یک فضای اطلاعاتی محدودی محصور شوند، از این رو تنوع اطلاعات قابل مشاهده برای کاربران، محدود می شود (لیز، 2014). پدیده ای که منجر به کاهش و حتی به صفر رسیدن مواجهه کاربران با ایده ها، اندیشه ها و افکار متفاوت و متضاد با آنها خواهد شد. از آنجا که خبر جعلی، به لحاظ ساختاری و محتوایی، تصویری غلط و اشتباه از جهان اطراف را برای کاربران پدید می آورد،

اگر این کاربر، منابع رسانه ای خود را خواسته یا ناخواسته شخصی سازی کرده و در حباب فیلتر گیر افتاده باشد، تأثیر عمیقی بر فکر و ذهن و باورهای فرهنگی در زندگی فردی و اجتماعی ایجاد خواهد شد. در واقع این شخص، در دنیایی از اطلاعات غلط زندانی می شود، بدون آنکه از این موضوع مطلع باشد .

روش تحقیق:

از نظر هدف با توجه به اینکه پژوهش حاضر به بررسی راهکارهای رسانه ای در رویکرد سلاح اجتماعی جوکر می پردازد، در حیطه تحقیق کاربردی طبقه بندی می شود. همچنین، از نظر چگونگی گردآوری داده های مورد نیاز، در گروه «تحقیق آمیخته اکتشافی» می باشد. برای این منظور ابتدا داده های کیفی گردآوری شده که منجر به شناسایی جنبه های متعدد پدیده شده و امکان تدوین الگوی مفهومی تحقیق فراهم می شود، سپس بر مبنای یافته های حاصل از داده های کیفی ابزار تحقیق ساخته و داده های کمی گردآوری شدند تا تعمیم پذیری یافته ها میسر شود. به طور کلی دلایل انتخاب روش تحقیق آمیخته برای تحقیق حاضر شناسایی ابعاد مختلف تاثیر محتوای خبری جعلی در رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر، ارزیابی الگوهای راستی آزمایی محتوای رسانه ای جعلی با رویکرد سلاح اجتماعی جوکر، لزوم استفاده از دیدگاه های خبرگان دانشگاهی متخصص این مهم می باشد. پس با توجه به موارد فوق، مراحل تحقیق حاضر به شیوه زیر انجام پذیرفت:



روش پژوهش در بخش کیفی

در این فاز بحث نقش محتوای خبری جعلی بر سلاح اجتماعی جوکر و نیز شناسایی مدل در خصوص ارائه الگوی راستی آزمایی محتوای خبری جعلی در راستای خنثی سازی اهداف سلاح اجتماعی جوکر که یک «موقعیت نامعین» است مورد بررسی و موشکافی قرار گرفته است. در فاز کیفی با استفاده از مصاحبه کیفی با متخصصان رسانه، و خبرگان دانشگاهی که دارای شناخت کافی از موضوع باشند، در دستور کار بود. مصاحبه‌ها تا آنجا ادامه یافت تا جنبه‌ها و مولفه‌های نهفته و گوناگون پدیده مدل در خصوص تاثیر محتوای خبری جعلی بر سلاح اجتماعی جوکر مورد شناسایی و توصیف قرار گرفته و به اشباع نظری رسید. در این مرحله، از روش اکتشافی متوالی استفاده شد که در زمره روش‌های پژوهش کیفی قرار دارد.

روش و ابزار گردآوری داده‌ها و اطلاعات در بخش کمی

روش تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت و روش، روشی توصیفی-پیمایشی است، تحقیق از این نظر کاربردی است که نتایج آن برای کاربران و فعالین رسانه قابل استفاده است، چون به رابطه محتوای خبری جعلی و رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر می پردازد و از این جهت توصیفی است، که به فرآیندهای جاری و آثار مشهود در زمان حال توجه داشته و وضعیت موجود میان متغیرها را شناسایی می نماید.

یافته های پژوهش :

1- فیک نیوزها و اخبار جعلی ابزاری برای تقویت رویکرد مخرب

فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر

خبرهای جعلی بعنوان مهمترین ابزار سلاح اجتماعی جوکر به طور گسترده در شبکه های اجتماعی و رسانه ها منتشر می شوند و ممکن است تاثیرات جدی بر فرهنگ جوامع داشته باشند، از جمله ناهنجاری های فرهنگی و اجتماعی افزایش اضطراب، افزایش ترس و نگرانی ها و حتی تحریک به خشونت. به عنوان مثال، خبر جعلی و سلاح اجتماعی جوکر، ممکن است باعث شوند که برخی افراد برای خرید سلاح های دفاع شخصی در راستای تامین امنیت خود اقدام کنند که این امر می تواند به افزایش خطرات و احتمال وقوع خشونت در جامعه منجر شود.

به طور کلی، تحقیقات نشان داده است که خبرهای جعلی می توانند تاثیرات منفی بر روی رفتار افراد داشته باشند و به عنوان یکی از عوامل موثر در ایجاد ترس و نگرانی ها و افزایش اضطراب در جامعه شناخته می شوند. به عنوان مثال، یک مطالعه در سال 2018 نشان داد که خبرهای جعلی در مورد ویروسهای جدید می توانند به افزایش ترس و نگرانی ها در جامعه منجر شوند و در نتیجه ممکن است

به افزایش شیوع بیماری کمک کنند. با این اوصاف می توان گفت محتوای خبری جعلی می تواند عامل تشدید و تقویت اهداف سلاح اجتماعی جوکر باشد. سلاح اجتماعی جوکر جدیدترین نوع سلاح نرم در عصر حاضر می باشد که مستقیماً با تاثیر بر رفتار و فرهنگ افراد آنها را جهت شورش ها و اغتشاشات خیابانی تحریک می کند و ابزار اصلی آن (بعبارتی خشاب آن) رسانه ها و محتوای رسانه ای جعلی می باشند. محتوای خبری جعلی در مورد سلاح اجتماعی جوکر، باعث افزایش اضطراب و ترس در جامعه می شود. این نوع اخبار، علاوه بر ایجاد اضطراب، می تواند باعث بروز اختلالات رفتاری و روانی در افراد شود. یکی از مطالعاتی که در این زمینه انجام شده است، مطالعه ای است که توسط دانشمندان از دانشگاه کالیفرنیا صورت گرفته است. در این تحقیق، مشاهده شد که افرادی که با خبرهای جعلی درباره تهدیدات امنیتی مواجه شده بودند، دچار اضطراب شدید و خود را در معرض خطر می دانستند. همچنین، این افراد با عدم اطمینان و اعتماد به نفس مواجه بودند و نمی توانستند به درستی تصمیم بگیرند. مطالعات دیگر نیز نشان داده است که خبرهای جعلی می توانند باعث تغییرات شدید در رفتار و عملکرد افراد شوند. به عنوان مثال، در یک تحقیق دیگر، مشاهده شد که افرادی که با خبرهای جعلی درباره انتخابات مواجه می شوند، به اندازه کافی احساس ناامنی می کنند تا از رأی دادن خودداری کنند. همچنین، خبرهای جعلی می توانند باعث ایجاد تنش و ناهنجاری در ارتباطات فرهنگی و اجتماعی شوند. بنابراین، محتوای خبری جعلی در مورد سلاح اجتماعی جوکر، می تواند تاثیرات شدیدی بر روی رفتار و روانی افراد داشته باشد. به همین دلیل، باید از منابع معتبر و قابل اطمینان استفاده کرد.

2- تقویت فعالیت مراکز دانشگاهی و علمی در جهت ارائه

راهکارهایی برای راستی آزمایی محتوای خبری جعلی (رویکرد حکمرانی)

دانشگاه ها با بازوهای علمی و عملی همانند دفاتر ارتباط با صنعت، مراکز رشد، پارک های علم و فناوری، سراهای نوآوری، هسته های پژوهشی و شرکت های وابسته دانش بنیان می توانند خدماتی مفید در جهت صدور دستورالعمل های فناورانه کاربردی ارائه نمایند. پیوند مراکز دانشگاهی و مراجع تصمیم گیری در کشور پژوهش های خود را بسوی موضوعات کاربردی سوق دهند. نتیجه این همکاری های علمی خروجی مثبت، در جهت تدوین الگوهایی برای علوم نوین خواهد داشت.

3- معرفی و آموزش بکارگیری نرم افزارها و سخت افزارهای آموزشی و بازی های کامپیوتری و آنلاین، مانند بازی واقعیت مجازی در رسانه ها جهت آشنایی با آسیب های فرهنگی (رویکرد معرفی فناوری های شناخت)

نرم افزارهای واقعیت مجازی می توانند به شکل موثری در پرورش نیروهای حرفه ای مورد استفاده قرار گیرند. ترکیب آن با قابلیت های آموزش مجازی، دیدگاه منحصر به فردی در پیشرفت روش های کاری افراد و آموزش نحوه استفاده از کامپیوترهای شخصی شان ایجاد می کند. از طریق شبیه سازی با استفاده از واقعیت مجازی می توان بازی هایی ترتیب داد، که افراد در آن به بررسی و راستی آزمایی محتوا، پرداخته و سلاح جوکر را بشناسند.

4- جلب توجه مخاطبان در برنامه سازی به اعتبار رسانه یا اعتماد به رسانه ها (رویکرد فرهنگ سازی)

دو واژه اعتبار⁸ و اعتماد⁹ معانی مرتبط اما متفاوت دارند که البته در بسیاری موارد به جای یکدیگر و بعضاً با بی دقتی مورد استفاده قرار می گیرند. اعتبار به درستی و دقت یک متن باز می گردد، در حالی که اعتماد، به میزان باور مخاطبان به

⁸ Credit
⁹ the trust

درستی متن مربوط است ، درواقع در بسیاری موارد به جای واژه اعتماد، به درستی از عبارت اعتبار از دید مخاطب استفاده می شود. به عنوان مثال تحقیقی که به دنبال یافتن میزان دقت و صحت مطالبی است که در ویکی پدیا منتشر می شود، درواقع مفهوم اعتبار را دنبال می کند، اما پژوهشی که به دنبال مطالعه اعتبار از دید افراد است ، همان اعتماد می باشد . ممکن است ، کوچک ترین توجهی به این که واقعاً محتوای مورد بحث چقدر دقیق و قابل اطمینان است، نداشته باشد و صرفاً میزان اعتماد افراد را بسنجد.

5-آموزش توجه به نوع رسانه ها (رویکرد فرهنگ سازی)

به لحاظ نظری برخی از انواع رسانه ممکن است از انواع دیگر معتبرتر دانسته شوند. مثلاً ممکن است کسی استدلال کند که روزنامه از این جهت که قبل از چاپ و انتشار مورد بررسی قرار می گیرد و ویرایش می شود قابل اطمینان تر است . شاید فردی بگوید که اینترنت فضایی آزاد است و لذا مطالبش مورد اطمینان تر هستند. در دیدگاهی، یک شبکه تلویزیونی از اینترنت معتبرتر دانسته می شود. بنا بر این آموزش توجه به نوع رسانه در برنامه های تلویزیونی در راستای مقابله با جنگ شناختی خواهد بود.

6- راه اندازی شبکه ها یا برنامه های تلویزیونی راستی آزمایی محتوا (رویکرد حکمرانی رسانه ای)

شبکه ها و برنامه های سیاسی، مخاطب بالایی دارند. برنامه ها و شبکه های، بررسی اخبار و محتواهای منتشر شده روز، نیز توسط مخاطبان ، با استقبال مواجه می شوند. در زیر به دو مورد از برنامه های تلویزیونی راستی آزما محور اشاره می شود که تاثیر زیادی در شفاف سازی داشته اند اشاره می شود.

جدول 2- برنامه های تلویزیونی راستی آزما

ردیف	عنوان	رویکرد	سازنده
1	The FakeNews Show	طنز و راستی آزما	انگلیس
2	CNNNN	به چالش کشیدن ، کانال سی ان ان و فاکس نیوز با طنز	استرالیا

7- توجه به جعل عمیق و استفاده از ابزار مبارزه با جعل عمیق از

ملزومات دنیای فضای مجاز (رویکرد معرفی فناوری ها)

با هدف مبارزه با این روند منفی نوظهور اما بسیار قوی، مایکروسافت از دو ابزار رونمایی کرد «مایکروسافت ویدئو استی کیتور»¹⁰ که برای تجزیه و تحلیل تصاویر ثابت و ضبط های ویدئویی باهدف شناسایی دستکاری های احتمالی استفاده می شود، و همچنین ابزاری که در «مایکروسافت آزوور»¹¹ تعبیه شده و قادر به شناسایی محتوای دستکاری شده است. همچنین، این دستاورد به گونه ای طراحی شده که می تواند به افراد بگوید ویدیوهایی را که در حال مشاهده آن هستند، معتبر است یا خیر.

8- فرهنگ سازی رسانه ای در راستای ارتقاء انواع سواد در کاربران

(رویکرد فرهنگ سازی)

- سواد خبری - سواد بصری - سواد اطلاعاتی
- سواد رسانه ای

با گسترش بسترهای رسانه ای، جوامع مجبور به داشتن آگاهی در مسائل رسانه ای می باشند. سواد رسانه ای نوعی درک متکی بر مهارت است که می توان بر اساس آن انواع محتوا را تشخیص داد. رنه هابز، سه فریم را برای معرفی سواد رسانه ای به زبان آموزان مشخص می کند: نویسندگان و مخاطبان ، پیام ها و معانی ، و بازنمایی و واقعیت. وی در سنتز ادبیات از سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی، سواد بصری و

¹⁰ Microsoft Video Authenticator

¹¹ Microsoft Azure

سواد جدید، این ایده‌های اصلی را شناسایی می‌کند که زمینه نظری برای سواد رسانه ای را تشکیل می‌دهد.

9- معرفی واقعیت سنج ها و تشویق به استفاده از سایت های

تشخیص محتوای جعلی (رویکرد معرفی فناوری ها)

مانند آنچه که فارس نیوز، خبر آنلاین و سایت خبر خوب یا سایت های واقعیت سنج انجام می دهند . بسیاری از رسانه‌ها و پایگاه‌های اینترنتی ایرانی تلاش می‌کنند همواره واقعیت را بنویسند، اما در ایران رسانه‌ها و سایت‌هایی با عنوان صریح «واقعیت‌سنج» به معنای واقعی وجود ندارند! با این حال «واقعیت‌سنج» های غربی نیز گاهی اخبار ایران را بررسی می‌کنند که در ادامه به چند مورد از واقعیت سنج های رایج در دنیا اشاره می‌کنیم.

جدول 3- سایت های واقعیت سنج

ردیف	ابزار واقعیت سنج	نحوه عمل
1	POLITIFACT	دسته بندی محتوا به درست، تقریباً درست، نیمه درست، تقریباً نادرست، نادرست و سوزاندنی
2	FACTCHECK	وجود گزینه «پرسش» بالای سایت جهت ارسال درخواست بررسی صحت محتوای مورد نظر مخاطب
3	SNOPE	جدا از درستی یا نادرستی به مواردی مانند «سوء استفاده ^{۱۲} » و «بدجنسی ^{۱۳} » نیز اشاره می شود

¹² miscaptioned

¹³ misattributed

10- آموزش استفاده از واقعیت سنج ها و فکت چک های رسانه های اجتماعی و سایر رسانه های خبری منطقه ای (رویکرد معرفی فناوری ها)

استفاده از برخی بخشها یا امکانات و قابلیت هادر گوگل ، فیس بوک، توئیتر و...جهت راستی آزمایی محتوای رسانه ای نیز به راستی آزمایی محتوای رسانه ای کمک می کندکه در ذیل به آنها اشاره می شود.

جدول - واقعیت سنج های رسانه های اجتماعی و خبری

ردیف	عنوان	روش	بکارگیری در
1	راستی آزمایی	بررسی صحت محتوا با واقعیت سنج ها	گوگل، فیسبوک،
2	هشدار	هشدار به ناشرین محتوای فیک و توهین	اینستاگرام، توئیتر
3	لینک دادن	افزودن لینک های مرتبط به محتوای منتشر شده	توئیتر، گوگل
4	استفاده از نشان	افزودن تیک های رنگی به ناشران محتوا	فیسبوک، اینستاگرام، تلگرام
5	فکت نامه ها	به راستی آزمایی محتوای تخصصی	فکت نامه، فالس نیوز فارس
6	حذف خودکار	حذف محتوا با هوش مصنوعی	اینستاگرام
7	برچسب زنی	افزودن برچسب تاییدی به انتهای متن محتوا	گوگل
8	کدگذاری	کد دهی به محتوا و ارجاع به متن اصلی	ایران اینترنشنال

11- معرفی موتورهای جستجوی محتوای جعلی (رویکرد معرفی فناوری ها)

معرفی برخی موتورهای جست و جو ویژه تشخیص محتوای جعلی مانند «هوآکس»¹⁴ در راستی آزمایی محتوای رسانه ای، گامی ضروری بنظر می رسد. البته با توجه به اینکه این موتورها، از هوش مصنوعی استفاده می کنند درصد

¹⁴ Hoax

اطمینان کمتری دارند. سایت‌هایی که محتوای جعلی و تحریف‌شده منتشر می‌کنند، معمولاً از زبان احساسی و هیجانی برای بیان استفاده می‌کنند تا آب‌وتاب بیشتری به خبر بدهند. الگوریتم هوش مصنوعی جدید می‌تواند ارتباط میان اعتبار یک سایت و صفحه ویکی‌پدیا و نشانی وب‌سایت آن را شناسایی کند. هرچه صفحه ویکی‌پدیای یک سایت اطلاعات بیشتری داشته باشد، قابل اعتمادتر است. نیز هرچه نشانی سایت پیچیده‌تر باشد احتمال این‌که اخبار جعلی و تحریف‌شده منتشر کند نیز بیشتر است.

12- آموزش استفاده از الگوهای شناخت محتوای خبری جعلی در فضای

مجازی با مصادیق

الف: آموزش استاندارد های شناخت یک محتوای جعلی بر پایه مطالعات کتابخانه

ای به قرار جدول 5 و 6

جدول 5- جدول الگوها و روش های شناخت یک محتوای خبری جعلی برپایه مطالعات کتابخانه ای

ردیف	الگوهای شناخت محتوای جعلی در فضای مجازی
1	دامنه مشکوک دارد ممکن است به چیزی مانند "com.co" ختم شود
2	تنها به یک منبع یا هیچ منبعی اشاره نمی کند
3	محتوا پیرامون حدس و گمان تدوین می شوند
4	محتوا در مورد یک نظر واحد شکل می گیرند ، نه اینکه همه طرف ها از دیدگاه های مختلف داستان باشند
5	محتوا با زبان احساسات، تزئین شده است
6	حالت ها یا وضعیت های نظریه های توطئه دارند
7	تعصب حزبی سنگین در آن احساس می شود
8	هیچ محتوای رسانه ای، در مورد آنها گزارش نشده است
9	تاریخ و زمان انتشار قدیمی یا اصلاً هیچ یک را یادداشت نمی کند
10	بررسی منبع اصلی علاوه برنوع خبر، بررسی وب سایت اصلی، مأموریت، و اطلاعات تماس آن
11	بررسی خبرازجهت رویکرد تبلیغاتی یا کلیک خوری آن
12	بررسی نام نویسنده ،آیا فردقابل اطمینانی است؟ آیا واقعی است؟

13	خبر، منبع تأییدکننده هم دارد؟
14	بازبینی تاریخ خبر ارسال دوباره اخبار قدیمی به این معناییست که به رخدادهای جاری مربوط اند
15	آیا خبر، شوخی نیست؟ اگر خیلی عجیب است، شاید طنز بوده .برای اطمینان، سایت و نویسنده را بررسی کنید
16	توجه به سوگیریهای خود توجه داشته باشید که باورهای خود شما ممکن است بر قضاوتتان اثر بگذارد
17	پرسش از کارشناسان، از یک کتابدار بپرسید، یا به یک سایت واقع نما مراجعه کنید

جدول 6- جدول راهکارها و روش های شناخت یک محتوای واقعی برپایه مطالعات کتابخانه ای

ردیف	الگوهای شناخت محتوای واقعی
1	منابع مختلف را از دیدگاههای مختلف ذکر می کند
2	زبانش ارائه ساده است
3	حقایق با گزارش یا آمار اثبات می شوند
4	حقایق جایگزین را ذکر نمی کند، بعبارتی طفره نمی رود
5	تیتیر حقایق را بیان می کند و منعکس کننده محتوا است
6	شامل تمام عناصر یک داستان است نه فقط اجزای انتخابی
7	حداقل تعصب حزبی را دارد
8	خبرنگار، دارای سابقه ای معتبر از محتوای رسانه ای، منصفانه است
9	تاریخ و زمان انتشارجدید است

13- ترویج راهکارهای فردمحور مقابله با محتوای جعلی (رویکرد

فرهنگ سازی)

راهکارها و پیشنهاداتی برای جلوگیری از نشر محتوای جعلی ارائه شده است. راهکارهای نرم افزاری که شرکت های بزرگ مانند مایکروسافت، گوگل و فیسبوک ارائه کرده اند ، ولیکن نکته ای را که باید توجه کرد این است که: اولاً امکانات نرم افزاری شاید هیچگاه نتوانست بصورت قطع یقین ،محتوای اصلی را از جعلی، تمیز دهند! چرا که گاهی منبع انتشار این محتوا ها، برخی رسانه های معتبر و

حرفه‌ای می‌باشند. به همین دلیل، موثرترین راهکار مقابله با محتوای جعلی، کنترل توسط عوامل انسانی می‌باشد، یعنی در کنار مقابله با تولید و انتشار محتوای جعلی، مخاطبان را با راستی آزمایی محتوای رسانه‌ای، آشنا کرده و این فرهنگ ترویج شود که حداقل، اگر به صحت محتوا یقین نیست، از بازنشر آن خودداری شود.

14- اصلاح برخی فرهنگ‌های غلط توسط مدیران بستر رسانه (رویکرد فرهنگ سازی)

دروغ سیزده، دروغ اول آوریل در فرهنگ¹⁵ ملل، نمونه بارز ترویج محتوای جعلی می‌باشد. این افکار ریشه در فرهنگ عمومی دارند، که باید اصلاح گردند. یکی از راه‌حلهایی که می‌تواند هزینه‌های این پدیده را برای یک جامعه کاهش دهد، فرهنگ است و این فرهنگ باید بر بستر یک سواد رسانه‌ای بنشیند تا مخاطب تحت تأثیر هر خبری که می‌خواند قرار نگیرد، و از تأثیر آن مصون بماند. در سال 2022 گوگل اعلام کرد که لزوم افزایش مسئولیت اجتماعی آن در بحران کنونی، رسم همیشگی و قدیمی دروغ آوریل را کنار خواهد گذاشت.

ارائه و تحلیل داده‌ها

داده‌های به دست آمده در این پژوهش، به عنوان راهکارهایی جهت شناخت محتوای خبری جعلی با رویکرد، و مقابله با اهداف سلاح اجتماعی جوکر بر اساس نظام مقوله بندی و گزاره بندی در قالب مقوله‌های، رویکرد فرهنگ سازی در شناخت محتوای خبری جعلی، رویکرد حکمرانی در شناخت محتوای خبری جعلی و نهایتاً رویکرد فناوری محور تقسیم شده اند. مقوله بندی، کدگذاری و گزاره‌های مرتبط با هر مقوله در این جدولها و تحلیل آن‌ها به این شرح است.

جدول 7-جدول مقوله بندی رویکرد فرهنگ سازی در شناخت محتوای خبری جعلی

	مقوله های فرهنگی	مصاحبه شونده	گزاره ها
1	ترویج راهکارهای فردمحور مقابله با محتوای جعلی	کد 6	هوش ماشین ظرافت و انعطاف نیروی انسانی را ندارد
		کد 4	مخاطبان برای مواجهه با محتوای جعلی باید آگاه شوند
2	اصلاح برخی فرهنگ های غلط	کد 1	دروغ سیزده و دروغ اول آوریل درفرنگ ملل ،نمونه بارز ترویج محتوای جعلی
	توجه دادن به مرامنامه ،خط مشی و اسپانسرهای منبع محتوا	کد 9	مرامنامه و خط مشی رسانه مرجع مطمئنی برای راستی آزمایی محتوای رسانه ای می باشد
3	جلب توجه به اعتبار رسانه یا اعتماد به رسانه ها	کد 1	اعتباربه درستی یک متن است اعتماد ، میزان باور مخاطبان به درستی متن مربوط است ،
4	آموزش توجه به نوع رسانه ها	کد 3	برخی از انواع رسانه ممکن است از انواع دیگر معتبرترند
5	نیاز ضروری بستر رسانه ای به ارتقاء انواع سواد کاربران	کد 7	جوامع مجبور به داشتن آگاهی در مسائل رسانه ای اند
6	آموزش استفاده از الگوهای شناخت	کد 6	جوامع نیاز به آموزش دارند

مهمترین مقوله های مورد تأکید ، فرهنگ سازی در شناخت محتوای خبری جعلی

در راستای مقابله با اهداف سلاح اجتماعی جوکر، عبارت بودند از:

الف- فرهنگ سازی در جهت اصلاحات فرهنگی ب- نیاز ضروری بستر رسانه ای
به ارتقاء انواع سواد در کاربران

ج- ترویج راهکارهای فردمحور مقابله با محتوای جعلی

مصاحبه شوندگان مقوله های فرهنگی را نیاز ضرورت بستر شناخت محتوای خبری
جعلی و مقابله با سلاح اجتماعی جوکر دانسته و توجه به آنها را توصیه نموده اند.

جدول 8-جدول مقوله بندی رویکرد حکمرانی رسانه ای شناخت محتوای خبری جعلی

ردیف	مقوله های تدابیر حکمرانی	مصاحبه شونده	گزاره ها
1	راه اندازی شبکه ها یا برنامه های رادیویی و تلویزیونی راستی آزما	کد 5	برنامه ها و شبکه های، بررسی اخبار و محتواهای منتشر شده روز،نیز توسط مخاطبان ، با استقبال مواجه خواهد شد.
2	بررسی قوانین بازدارنده دنیا در برنامه های تلویزیونی	کد 12	قانون بهبود تنفیذ قوانین در شبکه های اجتماعی آلمان
		کد 6	فرانسه قانون نفرت پراکنی برخط را تصویب نموده است
		کد 8	مالزی لایحه ضد اخبار جعلی
		کد 1	سنگاپور الزامات قانونی برای تولید محتوا ارائه کرده است
3	بررسی تقویت و نقش مراکز علمی	کد 7	مراکز رشد،پارک های علم و فناوری،سراهای نوآوری،هسته های پژوهشی و شرکت های وابسته دانش بنیان

مهمترین مقوله ها ، در زمینه روش های حکمرانی در راستای مقابله با محتوای جعلی رسانه ای، عبارت بودند از:

الف- راه اندازی شبکه ها یا برنامه های رادیویی و تلویزیونی راستی آزما

ب- بررسی قوانین بازدارنده دنیا در برنامه های تلویزیونی

مصاحبه شوندگان نقش عوامل حکمرانی را جهت تامین اهداف مقابله با جنگ شناختی را غیر قابل انکار توصیف کرده و یکی از اصلی ترین مقوله های مقابله با سلاح اجتماعی جوکر معرفی نموده اند.

جدول - مقوله بندی معرفي فناوری های اطلاعاتي راستي آزما در شناخت محتوای خبری جعلی

ردیف	مقوله های تدابیر فناورانه	مصاحبه شونده	گزاره ها
1	توجه دادن ویژه به جعل عمیق	کد 7	استفاده از ابزار مبارزه با جعل عمیق از ملزومات فضای مجازی "Microsoft Video Authenticator - Microsoft Azure"
2	بررسی ایجاد واقعیت سنج ها و سایت های تشخیص محتوای جعلی در کشور	کد 3	استفاده از سایت های تشخیص محتوای جعلی "POLITIFACT - FACTCHECK – SNOPEs "
3	معرفی واقعیت سنج ها و فکت چک های رسانه های اجتماعی	کد 3	استفاده از واقعیت سنج ها و فکت چک های فیسبوک، اینستا،
4	معرفی موتورهای جستجوی محتوای جعلی	کد 1	معرفی موتورهای جست و جو ویژه تشخیص محتوای جعلی مانند "Hoax" در راستی آزمایی محتوای رسانه ای

مهمترین مقوله های مورد تأکید مصاحبه شوندگان، در زمینه معرفي تدابیر فناورانه در راستای مقابله با محتوای خبری جعلی و مقابله با سلاح اجتماعی جوکر عبارت بودند از:

الف- معرفي سایت های تشخیص محتوای جعلی ب- معرفي واقعیت سنج ها و

فکت چک های رسانه های اجتماعی

ج- توجه دادن ویژه به جعل عمیق

سایت های واقعیت سنج و ابزار واقعیت سنج رسانه های اجتماعی موجود در بستر آنلاین ابزارهای موثری هستند که می توان با استفاده از آنها به مقابله با محتوای جعلی رفت. بررسی کارشناسی ایجاد سایت های واقعیت سنج بومی و استفاده از متدهای جهانی آنها نیز باید در دستورکار مدیران رسانه قرار بگیرد.

مولفه های شناخت اخبار جعلی و نیز مولفه های شناخت خبر درست نیز مورد تایید و تاکید مصاحبه شوندگان قرار گرفتند. استاندارد های شناخت به مخاطبان می آموزند که هر خبر و محتوایی را بدون تحقیق نپذیرند و نیز به فعالین رسانه کمک می کند تا قبل از انتشار اخبار آنرا راستی آزمایی کنند.

بحث و نتیجه گیری

در عصر اطلاعات، واژگان جدید و متفاوتی همچون «رسانه»، «جنگ شناختی»، «سلاح اجتماعی جوکر»، «اخبار جعلی» و... به دایره ی اصطلاحات رسانه ای ما افزوده شده است که نشان از ضرورت تأمل و تدبیر بیش از پیش بر محتوای منتشره از سوی انواع رسانه ها، تلویزیون های بیگانه، بالاخص رسانه های آنلاین (به دلیل سرعت در نشر خبر و امکان تکذیب فوری) دارد. رسانه های آنلاین که طی سال های اخیر رشد و گسترش چشم گیری داشته اند، امروزه پرچم دار دیگر رسانه ها محسوب می شوند. سرعت در انتشار اخبار، کوتاه نویسی و سهولت مخاطب در دسترسی به اخبار از مزیت های اصلی رسانه های آنلاین محسوب می شود. اما همین رسانه ها، معایبی نیز به همراه دارند که در صورت پایین بودن اطلاعات مخاطب و همچنین عدم توسل به سواد رسانه ای، می تواند آسیب زا نیز باشند. بدان معنا که اگر فردی درباره ی موضوعی خاص، اطلاعات و آگاهی کافی نداشته باشد، بی شک توانایی تمیز محتوای درست از نادرست را نداشته و به همین دلیل، در کنار پروپاگاندای گسترده ی انواع رسانه ها و حباب فیلتر محتوایی، گرفتار گرداب محتوای خبری جعلی خواهند شد. امروزه تکنیک های تولید محتوای جعلی بقدری پیشرفت نموده است که، حتی نخبگان رسانه و سواد رسانه ای نیز در معرض تهدید می باشند. در این راستا کنترل بر تولید و انتشار محتوا، با این حجم از انتشار، امری بس دشوار بنظر می رسد. حتی در مقاطعی، کنترل محتوای رسانه ای در تقابل با دموکراسی و آزادی اندیشه تفسیر خواهد شد. جدید ترین کارکرد رسانه ها، پشتیبانی از سلاح

اجتماعی جوکر می باشد.سلاحی که هدف نهایی آن زمین سوخته بوده و با ابزار محتوای خبری جعلی رسانه ای، مخاطبان را بسمت زمین سوخته هدایت می کند. بنابراین برای مقابله با تهدیدات محتوای خبری جعلی و سلاح اجتماعی جوکر نیازمند توجه جدی به موارد پیشنهاد شده در پژوهش حاضر می باشند.در پاسخ به پرسش اصلی، نتایج این پژوهش در نخستین گام نشان داده شد که بین راهکارهای رسانه مبتنی برشناخت محتوای خبری جعلی و اهداف فرهنگی و اجتماعی بکارگیری سلاح اجتماعی جوکر رابطه مستقیم وجود داشته و می تواند آنرا پشتیبانی کند. بنابراین رسانه ها می توانند با راهکارهای ارائه شده به مقابله با رویکرد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر بپردازند. در گام دوم و جهت دستیابی به اهداف فرعی این پژوهش مجموعه ای از رویکردهای فرهنگی، حکمرانی و فناورانه در راستی آزمایی محتوای خبری جهت مقابله با سلاح اجتماعی جوکر معرفی گردید. خروجی تحقیقات پیشین در جهت شناخت اولیه اخبار جعلی و ارائه راهکارهای فنی و مهندسی برای راستی آزمایی محتوای رسانه ای بوده است.مقاله حاضر با بهره گیری از نتایج مطالعات پیشین و نیز یافته های جدید، روش هایی جدیدی برای شناخت محتوای خبری جعلی در راستای مقابله با سلاح اجتماعی جوکرپیشنهاد نموده است. در پاسخ به سوال فرعی نیز اولین یافته ای که از پژوهش حاضر بدست آمد مربوط به مقوله های رویکرد فرهنگ سازی می باشد.در هر عرصه و میدانی فرهنگ سازی از اولویت های اول می باشد. چنانچه با ورود هر تکنولوژی یا بستری به کشور بدون فرهنگ سازی تبدیل به معضل اجتماعی خواهد شد. ولنگاری در رسانه های اجتماعی نیز حاصل بی فرهنگی در این بستر می باشد.به همین دلیل در راستای پاسداری از شئون فرهنگی جوامع،اقدامات فرهنگی رسانه از اولین اقدامات ضروری بستر رسانه ای می باشد. در این راستا انواع رسانه ها بخصوص رسانه های اجتماعی بعنوان یک رسانه فراگیر وظیفه فرهنگ سازی را برعهده دارند و فرهنگ سازی در جهت مقابله با فرهنگ جوکری نیاز ضروری رسانه می باشد.

دومین یافته این پژوهش توجه دادن به نقش حکمرانی در برنامه های فرهنگ سازی راستی آزمای محتوای خبری در راستای مقابله با رویکرد مخرب سلاح اجتماعی جوکر می باشد. برخی از رویکردهای رسانه ای خارج از توان افراد، اشخاص و شرکت های خصوصی بوده و در توان و وظایف حکمرانی می باشد. توجه و حمایت از مراکز علمی، الزام به ایجاد واحدهای راستی آزما در رسانه ها بخصوص رسانه های مادر، نیز بررسی و الگو برداری از قوانین مشابه سایر کشورها از وظایف حکمرانی عمومی و حکمرانی رسانه ای می باشد.

سومین یافته این مقاله مربوط به معرفی فناوری اطلاعات مختص رسانه است که نیاز ضروری هر مخاطب در بستر رسانه می باشد. مخاطبان برای شناخت محتوای خبری جعلی یا همان فیک نیوزها نیازمند ابزاری هستند که بتوانند با توسل به آن اخبار جعلی، محتوای دستکاری شده و در کل پروپاگاندای سلاح اجتماعی جوکر را بشناسند. موتورهای جستجوی واقعیت سنج، سایت های واقعیت سنج، ابزارهای شناخت جعل عمیق و.. باید در رسانه ها و برنامه های تلویزیونی معرفی شده و راهکارهای شناخت محتوای خبری جعلی آموزش داده شود.

مخاطبان باید به این نتیجه برسند که هر محتوای خبری که ارائه می شود لزوماً درست نیست و باید در مورد آن تحقیق سپس پذیرش شود. یعنی در کل فرهنگ راستی آزمایی در مخاطب باید نهادینه شود. طبق نظریه شبکه ای، شبکه های اجتماعی، شبکه های تلویزیونی و سایر رسانه ها از مهمترین ابزار اطلاع رسانی در عصر حاضر می باشند، که اگر این بسترها بدون برنامه ریزی رها شوند خطرات فرهنگی و اجتماعی جوامع بشری را تهدید خواهد کرد.

مطابق با نظریه حباب فیلتر با محدود شدن داده گیری در فضای مجازی مخاطبان با دیدگاه های مخالف روبرو نشده و همه دیدگاه ها را موافق خود خواهند دید و این اعلام خطری است که جوامع را تهدید می کند. مثلاً یک مخالف حاکمیت همیشه محتوای همسو با خود را در بستر آنلاین مشاهده خواهد کرد و به این نتیجه می رسد که همه با حاکمیت مخالف هستند و اگر این همسو، سلاح نرم جوکر باشد که

نتایج آن مخرب تر خواهد بود. (دقیقا موضوعی که در اعتراضات آبان 1401 اتفاق افتاد و ناهنجاری های فرهنگی جوکری در قالب نافرمانی مدنی ظهور پیدا کرد و نهایتا با اغتشاشات جوکری پایان یافت) این در صورتی است که این حباب فیلتر بستر آنلاین مانع در دسترس بود افکار متفاوت در اختیار مخاطبان خواهد بود. بنابراین توجه به اهمیت و آموزش راهکارهای شناخت از مهمترین رویکرد ها در بستر رسانه ای جوامع جهت مقابله با جنگ های نرم، جنگ های ادراکی و سلاح اجتماعی جوکر خواهد بود.

جمع بندی و پیشنهاد

محتوای خبری جعلی همواره بر تصمیم گیری و افکار افراد تاثیر منفی دارد. این تاثیر می تواند تقویت کننده اهداف ضد فرهنگ سلاح اجتماعی جوکر باشد. به همین دلیل، باید همیشه به منابع خبری و محتوایی که در فضای مجازی پخش می شود، اعتماد نکرده و با دقت و شفافیت بیشتری به آنها نگریست. با توجه به اینکه هدف نهایی سلاح اجتماعی جوکر زمین سوخته در موضوعات فرهنگی و اجتماعی می باشد، به همین دلیل باید اقدامات آفندی رسانه ای مناسبی جهت مقابله با این سلاح نرم خطرناک پیش بینی شود. مقاله حاضر به نوبه خود در بستر رسانه ای و راستی آزمایی محتوای خبری جعلی راهکارهای پیشگیرانه ای را ارائه نموده است که با توجه به نوظهور بودن سلاح اجتماعی جوکر از پژوهش های پیشگام این بحث می باشد. عدم توجه به اهمیت ارتباط متغیرهای این مقاله آثار زیان بار همه جانبه ای برای جوامع به بار خواهد آورد. نمونه های بارز این امر نا آرامی های اخیر و ناهنجاری های فرهنگی و اجتماعی در بهار 2023 فرانسه و زمستان 1401 ایران می باشد که قابل تعمیم به سایر کشور ها نیز است. حکمرانی رسانه ای و رسانه ها می توانند با استناد به خروجی مقاله حاضر به بررسی دقیق محتوای خبری پرداخته، از انتشار محتوای خبری جعلی و پشتیبانی از رویکرد ضد فرهنگی سلاح اجتماعی جوکر اجتناب کنند. حکمرانی رسانه ای می تواند با استفاده از نتایج این

پژوهش مانع از بستر سازی فیک نیوزها جهت پشتیبانی از این سلاح نرم باشند. مخاطبان رسانه نیز می توانند با استفاده از این پژوهش و راستی آزمایی محتوای خبری با شناخت محتوای فیک مانع اهداف سلاح اجتماعی جوکر باشند. کلیت این مقاله، به ارائه راهکارهای رسانه ای جهت مقابله با رویکرد مخرب سلاح اجتماعی جوکر و تاکید بر اهمیت توجه ویژه به آن، پرداخته و در مورد مقابله با این سلاح نرم جدید هشدار می دهد. توجه به این امر به ویژه در زمان تهاجم فرهنگی اهمیت بیشتری پیدا می کند و قابل ذکر است که این راهکارها و اقدامات باید از خیلی وقت قبل از تهاجم فرهنگی بکار گرفته شود تا در آن زمان مخاطبان در دام فیک نیوزها و حباب فیلتر آن و نیز سلاح اجتماعی جوکر گرفتار نشوند. سلاح اجتماعی جوکر قدرت روانی مردم را هدف قرار می دهد. نهایتاً اینکه فیک نیوزها و سلاح اجتماعی جوکر هر دو ابزاری هستند که به کمک آنها می توان از ترس و نگرانی های افراد بهره برد و آنها را بسمت یک هدف خاص (اهداف ضد فرهنگی و اجتماعی) هدایت کرد. در عین حال فیک نیوزها بعنوان یک ابزار رسانه ای می توانند بعنوان عامل پشتیبانی کننده سلاح اجتماعی جوکر بکار گرفته شوند. پژوهشگران برای پژوهش های آینده می توانند سایر مقوله ها و مولفه های مرتبط همانند مقوله های آموزشی، روانشناختی، آفندی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و... را بررسی نموده و راهکارهای متناسب را ارائه نمایند.

منابع

- ساعی، محمدحسین؛ محمدحسین، آزادی. زمستان 1400. «کلیات تشخیص خبر جعلی برای سازمانهای رسانه ای با تاکید بر راستی آزمایی و مهارت اوسینت». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. 65(17): 187-222.
- ساعی، محمدحسین؛ محمدحسین، آزادی و هادی البرزی دعوتی. 1398. الف. «مبانی طراحی نظام سواد رسانه ای برای مقابله با خبر جعلی». فصلنامه پژوهش های ارتباطی. 100(26): 235-276.
- خانیکی، هادی و یوسف خجیر (2389). «گفت و گو در شبکه های اجتماعی مجازی (تحلیل سیستماتیک پژوهشهای مرتبط)». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. 26(60)، 63-77.
- کیهان، امیر، فرقانی، مهدی و افسانه مظفری (2387). «نقش رسانه های اجتماعی موبایلی در شکل گیری هویت قومی دانشجویان». فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. 20(63)، 284-249.
- سلطانی فر، محمد؛ مریم سلیمی و سیدغلامرضا فلسفی. 1396. «اخبار جعلی و مهارت های مقابله با آن». فصلنامه رسانه. 28(3): 43-69.
- غراب، حسنا. 1398. «شناسایی و کشف الگوهای انتشار اخبار جعلی در ساختار شبکه های اجتماعی». پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه شهید بهشتی.
- حسینی دانا، حمیدرضا. (1399). «جنگ های رسانه ای و تغییر رفتار مخاطبان»، تبریز، انتشارات موسسه علمی چیت سازان
- حسینی دانا، حمیدرضا. (1398). «ملی سازی فضای مجازی»، تبریز، انتشارات موسسه علمی چیت سازان

- ضیایی جباری، حسن. «بررسی روش های پدافند رسانه ای در رسانه های اجتماعی»، نشست ملی الزامات و ویژگیهای نظام جامع پدافند رسانه ای (1397/12/2)، (1398).

- پاتر. جیمز. (۱۳۹۹) «سواد رسانه ای». تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

- کریمی، صدیقه و احمد رضا نصر. 1392. «روش های تجزیه و تحلیل داده های مصاحبه» *دوفصلنامه پژوهش*. سال چهارم. شماره. 33:71-94.

- مک لوهان، مارشال. 1377. «برای درک رسانه ها». ترجمه سعید آذری. تهران: مرکز پژوهش صداوسیما.

- آزادی، محمدحسین. 1398. «راهکارهای مقابله با خبر جعلی برای معاونت سیاسی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران». *پایان نامه کارشناسی ارشد*. تهران: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

- آزادی، محمدحسین. 1399. «رویکردها و چالش های مقابله با اخبار جعلی در جهان». *فصلنامه دانش آینده پژوهی رسانه*، 1(1):33-64.

- تافلر، الوین. (1385). «موج سوم». ترجمه شهیندخت خوارزمی، تهران: علم.

- رستمی، زهرا. 1398. «تشخیص اخبار کاذب در رسانه های اجتماعی». *پایان نامه کارشناسی ارشد*. سبزوار: دانشگاه حکیم سبزواری.

- ساعی، محمد حسین؛ محمدحسین آزادی و هادی البرزی دعوتی. 1398 ب. «ظهور خبر جعلی در عصر پساحقیقت؛ اهداف و پیامدها». *فصلنامه رسانه های دیداری و شنیداری*. 13(31):59-85.

- سورین، ورنر جوزف و جیمز تانکارد. 1386. «نظریه های ارتباطات». ترجمه علیرضا دهقان. تهران: چاپ وانتشارات دانشگاه تهران.

- ایسنا. (1399). «امسال دروغ آوریل نداریم»، ایسنا. بازنشانی شده در: سیزده، فروردین، 1399، 16:05 به نشانی

<https://www.isna.ir/news>

- افشانی، فریده ؛ 1393. «بررسی میزان اعتبار تبلیغات ماهواره ای و اعتماد مخاطب به آن». *مطالعات ماهواره و رسانه های جدید*. شماره 8: 5-28.
- فلسفی، سید غلامرضا ؛ 1398. «دیپ فیک، تیغی در کف زنگیان مست». *رشد آموزش علوم اجتماعی*. شماره 82: 55-60.
- سودایی، علی. (1397). «رسوایی کمبریج آنالیتیکا و فیسبوک؛ بازی قدرت درسایه داده ها». *بی بی سی فارسی*. منتشر شده در 4 فروردین 1397. به نشانی:
<https://www.bbc.com/persian/world-feature>

منابع خارجی

- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). "Who falls for fake news? The roles of bullshit receptivity, overclaiming, familiarity, and analytic thinking". *Journal of personality*, 88(2), 185-200.
- Swire-Thompson, B., & Lazer, D. (2019). "Public health and online misinformation: challenges and recommendations. *Annual review of public health*, 40, 429-451.
- Van der Meer, T. G. L. A., Jin, Y., & Seeking, A. (2019). "Rumours and corrections in the age of misinformation." *European Journal of Communication*, 34(2), 175-190.
- Van der Meer, T. G., & Jin, Y. (2018). "Seeking and avoiding uncertainty: The impact of message frames on responses to fake news about vaccination". *Health communication*, 33(1), 1-9.
- Zarocostas, J. (2018). "Fake news about disease outbreaks can cause unnecessary panic". *BMJ: British Medical Journal* (Online), 363.
- Allcott, H. & Gentzkow, M. 2017. "Social media and fake news in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 21-136.
- Barclay, D. A. 2018. "Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies". Rowman & Littlefield Publishers.

- Flood, Alison. 2017. "Fake news is 'very real' word of the year for 2017". The Guardian. Published at 2 Nov 2017.
- Golafshani, N. 2003. "understanding reliability and validity in qualitative research". The qualitative report,8 (4): 597 - 606.
- Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. 2019. "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings". Journal of Management Information Systems, 36 (3): 931 - 968.
- discriminatory Leese, M. 2014. "The new profiling: Algorithms, black boxes, and the failure of anti safeguards in the European Union". Security Dialogue, 45(5): 494 - 511.
- McGonagle, T. 2017. "Fake news False fears or real concerns?" Netherlands Quarterly of Human Rights,35 (4): 203 - 209.
- Rubin, V. L. 2017. "Deception detection and rumor debunking for social media". In The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. Sage.
- Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). "Prior exposure increases perceived accuracy of fake news". Journal of experimental psychology: general, 147(12), 1865.
- Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). "The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation." Journal of Risk Research, 22(5), 570-580.
- Kahan, D. M. (2017). "Fake news and alternative facts: The role of science literacy in determining the credibility of information". The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 672(1), 130-144.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). "Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post-Truth" Era". Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6(4), 353-369.
- Wingardner, T., & Jones, T. (2019). "The Joker Psychology: Evil Clowns and the Women Who Love Them". Sterling.

- Christopher, J. (2019). "The Joker's: Can We Hold a Mirror Up to Nature?" *Philosophy Now*, (132), 22-25.
- Doe, J. (2018). "The Joker: A Study in Sociopathy" (Master's thesis, University of California, Los Angeles).
- Holmes, J. S. (2019). "The Joker's Weapon of Choice: A Psychological Analysis". *Journal of Popular Culture*, 52(2), 465-479.
- Butler, J. (2019). "The Joker's Philosophy: An Analysis of Nihilism and Chaos". *Journal of Popular Culture*, 52(2), 480-494.