



Identifying and Countering Fake News

Mark Verstraete
UCLA School of Law

Jane R. Bambauer
University of Arizona, James E. Rogers College of Law,
University of Florida Levin College of Law

Derek E. Bambauer
University of Florida Levin College of Law, University of
Florida, College of Journalism & Communication, University
of Arizona, James E. Rogers College of Law

Marjan Moradi
Master student of Public Law, Faculty of Law, Shahid
Beheshti University, Tehran, Iran

Kian Biglarbeigi
Master student of International Law, Faculty of Law, Shahid
Beheshti University, Tehran, Iran (Responsible Translator)

Sayed Hadi Mahmoudi
Assistant Professor in International Law, Faculty of Law,
Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

شناسایی و مقابله با اخبار جعلی

مارک وورسترایت
محقق فوق دکتری، مؤسسه فناوری، حقوق و سیاست، دانشکده حقوق UCLA
verstraete@law.ucla.edu

جین بامباور
دانشگاه آریزونا، کالج حقوق جیمز رایجرز، کالج حقوق لوین دانشگاه فلوریدا
janebambauer@arizona.edu

دریک بامباور
کالج حقوق لوین دانشگاه فلوریدا، دانشگاه فلوریدا، کالج روزنامه‌نگاری و
ارتباطات، دانشگاه آریزونا، کالج حقوق جیمز رایجرز
derekbambauer@email.arizona.edu

موجان مرادی
دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق عمومی، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی،
تهران، ایران

marjan.moradii@gmail.com
<http://orcid.org/0009-0003-7440-5537>

کیان بیگلربیگی
دانشجوی کارشناسی ارشد حقوق بین‌الملل، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران،
ایران (مترجم مسئول)

kian.biglarbeigi@gmail.com
<http://orcid.org/0000-0001-8659-0299>

سید هادی محمودی
استادیار گروه حقوق بین‌الملل، دانشکده حقوق، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

h_mahmoudi@sbu.ac.ir
<http://orcid.org/0000-0001-9890-9164>

Abstract


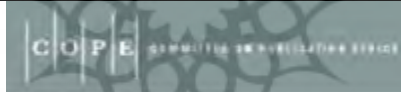
Fake news presents a complex regulatory challenge in the increasingly democratized and intermediated on-line information ecosystem. Yet even as awareness of the problem grew after the 2016 U.S. presidential election, the meaning of the term “fake news” has become increasingly disputed and diffused. This Article first addresses that definitional challenge, offering a useful taxonomy that classifies species of fake news based on two variables: their creators’ motivation and intent to deceive. In particular, it differentiates four key categories of fake news: satire, hoax, propaganda, and trolling. This analytical framework can provide greater rigor to debates over the issue. Next, the Article identifies key structural problems that make each type of fake news difficult to address, albeit for different reasons. Then, the Article classifies existing and proposed interventions based upon the four regulatory modalities catalogued by Larry Lessig: law, architecture (code), social norms, and markets. It assesses the potential and shortcomings of extant solutions. Finally—and perhaps most importantly—the Article offers a set of model interventions, classified under the four regulatory modalities, that can reduce the harmful effects of fake news while protecting interests such as free expression, open debate, and cultural creativity. It closes by assessing these proposed interventions based upon data from the 2020 election cycle.

Keywords: Fake News, Online Platforms, Propaganda, True Information, Countering Fake News.

چکیده

اخبار جعلی چالش تنظیم‌گری پیچیده‌ای را در شبکه اطلاعاتی برخظلی که به طور روزافزون دموکراتیک‌تر می‌شود پیش روی ما قرار می‌دهد. با افزایش آگاهی از این مشکل، به خصوص پس از انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا، معنای اصطلاح «اخبار جعلی» به طور قابل ملاحظه‌ای مورد مناقشه و ترویج قرار گرفته است. این پژوهش ابتدا به چالش مورد اشاره می‌پردازد، سپس طبقه‌بندی سودمندی ارائه می‌دهد که انواع اخبار جعلی را طبق دو متغیر دسته‌بندی می‌کند: انگیزه خالقان آن اخبار و قصد فریفتن. به طور خاص این نوشتار چهار گروه مشخص از اخبار جعلی را از یکدیگر متمایز می‌کند: طنز، شوخی، پروپاگاندا، آزار اینترنتی که در ادامه به توضیح هر یک از آن‌ها پرداخته خواهد شد. این چهارچوب تحلیلی می‌تواند باریک بینی بیشتری را برای مباحثه در این موضوع فراهم کند. در ادامه، پژوهش موانع و مشکلات ساختاری کلیدی را که فرآیند اصلاح و برطرف کردن هر نوع از اخبار جعلی، چه بسا با دلایل مختلف دشوار می‌سازد را شناسایی می‌کند. سپس پژوهش اقدامات موجود و پیشنهادی را براساس چهار روش تنظیم‌گری لاری لسیگ، طبقه‌بندی می‌کند: قانون، کد دستوری، هنجارهای اجتماعی و بازارها. همچنین نقاط قوت و ضعف راه‌حل‌های موجود را ارزیابی می‌کند. در نهایت و شاید مهم‌تر از همه، پژوهش مجموعه‌ای از الگوها را که تحت چهار روش تنظیم‌گری، دسته‌بندی شده‌اند، ارائه می‌دهد که می‌تواند اثرات مخرب اخبار جعلی را کاهش دهد و در عین حال از منافع چون آزادی بیان، بحث آزاد و نوآوری فرهنگی محافظت کند و با ارزیابی این الگوهای پیشنهادی که براساس داده‌های مربوط به چرخه انتخابات ۲۰۲۰ میلادی ایالات متحده آمریکا هستند پایان می‌یابد.

واژگان کلیدی: اخبار جعلی، سکوهاى اینترنتی، پروپاگاندا، اطلاعات صحیح، مقابله با اخبار جعلی.

<p>مقاله حاضر در نشریه <i>Hastings Law Journal</i> در سال ۲۰۲۲ منتشر شده است.</p> <p>نشریه فوق قدیمی ترین نشریه حقوقی در دانشگاه کالیفرنیا، کالج حقوقی <i>hastings</i> در ایالات متحده آمریکا است. این نشریه از سال ۱۹۴۹ میلادی به انتشار مقالات، یادداشت‌ها و مطالب در طیف گسترده‌ای از موضوعات حقوقی پرداخته است. این نشریه با بیش از یکصد عضو هر ساله شش شماره در ماه‌های دسامبر، فوریه، آوریل، مه، ژوئن و اوت منتشر می‌کند و مخاطبان داخلی و بین‌المللی زیادی را با خود همراه کرده است و مقالات علمی نشریه که توسط متخصصان به نگارش درآمده‌اند، به پیشرفت دانش در تفکر حقوقی و رویه قضایی در سطح جوامع کمک شایانی کرده‌اند.</p>
<p>ارجاع: ورستریت، مارک؛ بامباوئر، جین؛ بامباوئر، دریک؛ (۱۴۰۲)، شناسایی و مقابله با اخبار جعلی، ترجمه مرجان مرادی، کیان بیگلریگی و سید هادی محمودی؛ تمدن حقوقی، شماره ۱۶.</p>
<p>Mark Verstraete, Jane R. Bambauer, and Derek E. Bambauer, Identifying and Countering Fake News, 73 HASTINGS L.J. 821 (2022). Available at: https://repository.uchastings.edu/hastings_law_journal/vol73/iss3/6</p>
<p>Copyrights: Copyright for this article is retained by the author (s) , with publication rights granted to Legal Civilization. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0) , which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.</p>



پیشگفتار مترجمین

آزادی بیان یکی از حقوق اساسی و بنیادین بشری است اما این آزادی همواره با چالش‌هایی مواجه بوده است که یکی از آن‌ها مسئله اخبار جعلی است. از جمله ویژگی‌های بارز قرن بیست و یکم، گسترش چشمگیر ارتباطات، دیجیتالی شدن، جهانی شدن و حاکم شدن فناوری بر همه عرصه‌های زندگی انسان است. این فناوری‌های جدید که در رأس آن‌ها اینترنت قرار دارد، فرآیند انتقال و دریافت اطلاعات را تغییر داده و به سوی رسانه‌های جمعی و فضای مجازی برده است. امروزه با گسترش روزافزون حضور و استفاده تعداد زیادی از افراد جامعه از رسانه‌های جمعی و فضای مجازی، نباید به نقش مؤثر آنان در اشاعه اخبار جعلی بی‌توجه بود که امروزه این فضاها بستر اصلی ترویج و اشاعه اخبار جعلی می‌باشند.

از فواید و مشخصه‌های رسانه‌های امروزی، تسهیل فرآیند ارتباطات و گردش سریع اطلاعات و تولید انبوه خبر توسط متولیان رسانه و حتی خود کاربران می‌باشد. اما در کنار چنین فرصت‌هایی، آسیب‌ها و

خطرات قابل توجهی نیز داشته است. یکی از این آسیب‌ها که زیربنای اصلی انتقادات وارد شده به رسانه‌ها است، به‌ویژه رسانه‌های برخط، دسترسی و کاربری آسان و ارزان پیام‌رسان‌ها است و با توجه به عدم توانایی مخاطبان در تشخیص اخبار واقعی و تفکیک آن‌ها از اخبار جعلی، دلیل مضاعفی بر تسهیل تولید، نشر و بازنشر وسیع و سریع اخبار جعلی گردیده است. نگرانی نسبت به این موضوع در سال‌های اخیر به حدی بوده است که سازمان ملل متحد و اتحادیه اروپا نسبت به گسترش اخبار جعلی و عواقب آن هشدارهایی داده‌اند، چراکه گسترش این اخبار، مانع دسترسی آزاد به اطلاعات واقعی، گمراه‌سازی افکار عمومی، عوام فریبی، مختل شدن گردش اطلاعات صحیح، برهم زدن آرامش روانی جامعه، القای ناکارآمدی حکومت‌ها، بی‌اعتبارسازی نهادها و گزارش‌های رسمی می‌شود و چه بسا امنیت ملی دولت‌ها و صلح جهانی را به خطر بیندازد. نتیجه عملی اشاعه چنین اخباری را بیش از همه می‌توان در هنگام انتخابات کشورها شاهد بود که تأثیر مخربی بر نتایج انتخابات و فرآیندهای دموکراتیک دارد.

نکته قابل توجه در زمینه اخبار جعلی این است که تعریف دقیق و جامعی از مفهوم اخبار جعلی وجود ندارد. اما به طور خلاصه، اخبار جعلی را می‌توان اخباری دانست که در ماهیت خود دچار تحریف و از بستر و زمینه اصلی‌اش جدا شده و بنابراین نامعتبر است. اخبار جعلی، محتوای نادرستی (اغلب به صورت برخط) است که خود را به‌عنوان حقیقت معرفی می‌کند؛ اما برای دستکاری، فریب، کسب پول و هر دلیل قابل تصور دیگر استفاده می‌شود.

از ابتدای پیدایش رسانه و بسترهای اطلاع‌رسانی، همواره تولید و نشر اخبار جعلی، شایعه و اطلاعات نادرست یکی از معضلات این عرصه بوده است. اخبار جعلی به راحتی توسط افراد مختلف خلق می‌گردند، به سرعت از طریق رسانه‌های گوناگون منتشر می‌شوند و متأسفانه از طریق کاربران نیز که مایل به صحه گذاشتن بر باورهای موجود هستند و کمتر علاقه‌ای به واکاوی صحت و سقم اخبار دارند، منتشر می‌شوند. به رغم وجود این سابقه تاریخی، کاربرد اصطلاح «اخبار جعلی» مربوط به سال‌های اخیر و به‌ویژه وقایعی مانند انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا و شروع همه‌گیری ویروس کرونا بوده است که در پی این اتفاقات، اخبار جعلی افزایش قابل توجهی در جهان داشته است. بعد از این وقایع تحقیقات درباره این پدیده بیشتر گردیده است و از طرف دیگر قانون‌گذاران با وضع قوانین جدید یا به روزرسانی قوانین پیشین سعی به مقابله با این گونه اخبار نموده‌اند. البته باید اذعان داشت، با توجه به این که نویسندگان اخبار جعلی اغلب ترکیبی از انگیزه‌های مختلف را در تولید محتوا دارند،

باعث می‌شود یک راه حل واحد برای مقابله با تمامی آن‌ها مؤثر نباشد.

در نتیجه با توجه به مواردی که ذکر گردید، ضرورت شناخت اخبار جعلی، علل انتشار، چگونگی شناسایی و روش‌های مقابله با آن‌ها، که روز به روز نیز بر انتشار آن‌ها افزوده می‌شود، امری ضروری است، لذا مترجمین را بر آن داشت تا به ترجمه پژوهش حاضر بپردازند تا کمکی بر اهداف مذکور نموده باشند. در پژوهش حاضر، نویسندگان به موضوع «اخبار جعلی» و بیان انواع و مصادیق آن با محوریت کشور ایالات متحده آمریکا پرداخته‌اند. به نحوی که قانون اساسی ایالات متحده آمریکا، شبکه‌های خبری آمریکایی و شواهدی از اخبار جعلی در کشور ایالات متحده آمریکا مطمح نظر قرار گرفته است. همچنین ظهور برخی وقایع در بستر سکوهای مجازی ذکر شده که ممکن است آن واقعه برای خواننده ناآشنا باشد. چراکه نقطه عطف پژوهش، ایالات متحده آمریکا است. با این حال تلاش شده تا واقعه به نحو صریحی توضیح داده شود تا خواننده احساس ابهام نداشته باشد. از طرفی نویسندگان به تازه‌ترین موارد در بحث سکوهای مجازی توجه داشته‌اند که فهم پژوهش را برای خواننده امروزی که با انواع این سکوها مراد دارد تسهیل می‌کند. اشاره به پدیده‌های نوین فضای مجازی، انعکاس بسترهای گفت‌وگوی عمومی از جمله فیس‌بوک و توییتر و ارجاع به شبکه‌های خبری پربازدید مانند سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی از جمله مواردی است که پژوهش را برای مخاطبان قابل توجه جلوه می‌دهد.

پژوهش حاضر ابتدا به توضیح مفهوم «اخبار جعلی» می‌پردازد، سپس انواع اخبار جعلی را بر طبق دو متغیر انگیزه خالقان آن اخبار و قصد یا عدم قصد فریب دادن مخاطبان تقسیم‌بندی می‌کند. سپس به چهار گروه مشخص از انواع اخبار جعلی که عبارتند از شوخی، طنز، پروپاگاندا و آزار و اذیت اینترنتی می‌پردازد. در ادامه موانع و مشکلات بر سر راه برطرف کردن هریک از انواع اخبار جعلی شناسایی می‌گردد. در همین راستا، پژوهش اقدامات پیشنهادی در جهت برطرف کردن هریک از انواع اخبار جعلی را که طبق روش تنظیم‌گری «لری لسیگ» معرفی شده است ارائه می‌دهد؛ حقوق، کد، هنجارهای اجتماعی و بازارها. همچنین پتانسیل و کاستی‌های هریک از این اقدامات را تبیین می‌کند. نهایتاً، پژوهش مجموعه‌ای از الگوها را در جهت کاهش اثرات مخرب انواع اخبار جعلی و حفاظت از آزادی بیان و بحث آزاد ارائه می‌دهد که براساس داده‌های مربوط به انتخابات ۲۰۲۰ میلادی ایالات متحده آمریکا هستند.

مقدمه

مفهوم «اخبار جعلی» در طی مبارزات انتخاباتی ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا در عرصه سیاسی، حقوقی و اجتماعی آن کشور به طور گسترده‌ای رواج یافت. از همان زمان، این واژه که هم به عنوان اصطلاح و هم توصیف آن به کار می‌رود، فراگیر شده است. برخی از صاحب‌نظران سیاسی اظهار داشته‌اند که اخبار جعلی نقش تعیین‌کننده‌ای در نتایج انتخابات نفس‌گیر ریاست جمهوری ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا داشته است.^۱ دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور ایالات متحده آمریکا، از اخبار جعلی به عنوان دستاویزی جهت زیرسوال بردن و حمله به بخش‌هایی از مباحث مربوط به نتایج انتخابات گرفته تا شرافت کار رسانه‌ای سی‌ان‌ان بهره برده است.^۲

در حال حاضر این اصطلاح برای اشاره به موارد زیادی به کار گرفته شده که به نظر می‌رسد کاملاً موضوعیت خودش را در بیان از دست داده است. به همین خاطر برخی از منتقدان رسانه‌ای، توصیه به کنار گذاشتن کامل این اصطلاح کرده‌اند.^۳ اگرچه اصطلاح «اخبار جعلی» ممکن است کمی گنگ باشد، اما به بیان مفاهیمی می‌پردازد که آن مفاهیم می‌توانند نسبت به مباحثات عمومی مردم، در بستر مجازی خطر آفرین باشد. بدتر از آن، به نظر می‌رسد اخبار جعلی پدیده غیرقابل توقفی در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی ایالات متحده آمریکا می‌باشد. به رغم اقدامات مکرر شرکت‌های رسانه‌ای اجتماعی شامل فیسبوک، توییتر و یوتیوب، به نظر می‌رسد اخبار جعلی به جای کاهش یافتن، پیوسته در حال افزایش

1- Oliva Solon, Facebook's failure: did fake news and polarized politics get Trump elected?, THE GUARDIAN (Nov. 10, 2016), <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/10/facebook-fake-news-electionconspiracy-theories>; but see Brendan Nyhan, Five myths about misinformation, WASH. POST (Nov. 6, 2020), https://www.washingtonpost.com/outlook/five-myths/five-myths-aboutmisinformation/2020/11/06/b28f2e94-1ec2-11eb-90dd-abd0f7086a91_story.html. (ادعای مناقشه‌آمیز).

2- Callum Borchers, 'Fake News' Has Now Lost All of Its Meaning, WASH. POST (Feb. 9, 2017), <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/02/09/fake-news-has-now-lostall-meaning/>.

3- See, e.g., Joshua Habgood-Coote, Stop Talking About Fake News!, 62 INQUIRY 1033 (2019); Alice E. Marwick, Why Do People Share Fake News? A SocioTechnical Model of Media Effects, 2 GEO. L. TECH. REV. 474, 475-76 (2018).

است.^۴ پروپاگاندا در پی انتخابات ۲۰۲۰ میلادی ایالات متحده آمریکا رونق گرفت. چراکه طرفداران رئیس جمهور ترامپ، به ساختمان کنگره یورش بردند تا از صدور تأییدیه انتخاباتی که به ادعای آن‌ها مملو از تقلب و سوءمدیریت بود، ممانعت کنند.^۵ اخبار جعلی حتی با کم‌رنگ شدن موضوعات سیاسی، درباره دیگر موضوعاتی مانند واکسیناسیون علیه ویروس کرونا اشاعه یافت.^۶

در این پژوهش، ما مباحث مربوط به «اخبار جعلی» را شفاف می‌کنیم، توضیح می‌دهیم که چرا بسیاری از راه حل‌های پیشنهادی در ریشه کن کردن مسئله ناتوان هستند و روش‌های بالقوه‌ای برای طراحی اقداماتی منسجم‌تر ارائه می‌دهیم. با یک طبقه‌بندی مهم شروع می‌کنیم. این طور استدلال می‌کنیم که اخبار جعلی پدیده یکپارچه‌ای نیست. در عوض می‌توانیم انواع مختلف «اخبار جعلی» را در دو محور دسته‌بندی کنیم: آیا نویسنده قصد فریب مخاطبان را دارد؟ و آیا در این روایت، انگیزه مالی دخیل است؟

با سازماندهی اخبار جعلی طبق طبقه‌بندی مذکور نه تنها فهم بهتری از این پدیده به دست می‌آوریم، بلکه بر طبق اقدامات موفق سایر افرادی که در این حوزه صورت گرفته است، به ارائه یک دستورالعمل یا خط مشی می‌پردازیم. این طور استدلال می‌کنیم که اگرچه همه اخبار جعلی با انگیزه سودآوری نیستند اما بسیاری از راه حل‌های پیشنهادی که اخیراً اجرا شده‌اند، عمدتاً با اهداف و انگیزه‌های مالی است که به تولیدات اخبار جعلی جهت می‌دهند. پروپاگاندا برخلاف شوخی و طنز، به جای سودآوری، برای تأثیرگذاری بر گفتمان سیاسی ایجاد می‌شود. در نتیجه صرفاً کاهش دادن انگیزه‌های مالی تولید اخبار جعلی بعید است راه حل مشکل باشد. با وجود این، ناتوانی راهکارهای مختلف برای مدیریت عرصه

4- See Emily Stewart, America's growing fake news problem, in one chart, VOX (Dec. 22, 2020), <https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/12/22/22195488/fake-news-social-media-2020>.

5- Claire Wardle, The Information Ecosystem that Led to the Capitol Attack, BOS. GLOBE (Jan. 8, 2021, 4: 48 PM), <https://www.bostonglobe.com/2021/01/08/opinion/misinformation-campaign-that-led-capitol-attack>

6- See Kaya Yurieff & Oliver Darcy, Facebook vowed to crack down on Covid-19 vaccine misinformation but misleading posts remain easy to find, CNN (Feb. 8, 2021), <https://www.cnn.com/2021/02/07/tech/facebook-instagram-covid-vaccine/index.html>.

پیچیده اخبار جعلی دللی بر ناامیدی نیست. راه حل‌ها می‌توانند برای مدیریت انواع خاصی از اخبار جعلی طراحی گردند.^۷ مثلاً شوخی‌ها در برابر انگیزه‌های مالی از انعطاف پذیری زیادی برخوردارند. فلذا تاختن بر بدنه اقتصادی این قضایا احتمالاً تولید و انتشار آن‌ها را به سرعت کاهش می‌دهد. در مقابل پروپاگاندا معضلی دشوار در راستای قاعده‌مندی اخبار جعلی ایجاد می‌کند. ما در بخش توصیفی، به ویژگی‌های منحصر به فرد پروپاگاندا به‌عنوان ترکیبی از واقعیت و تخیل می‌پردازیم که همان ویژگی‌ها، ارائه راهکارها را دشوار می‌کند. شیوه‌های واقعیت‌سنجی مرسوم بعید است موفقیت‌آمیز باشند. چراکه اغلب تئوری‌های توطئه، جوهره‌ای از حقیقت دارند که سازندگان آن‌ها را قادر می‌سازد تا به شکلی هنرمندانه واقعیت و تخیل را به هم بیامیزند. به گونه‌ای که شیوه‌های مرسوم، رازگشایی اطلاعات را مختل می‌کند.

در نهایت ما موانع پیش رو جهت تنظیم موفقیت‌آمیز اخبار جعلی را ارزیابی می‌کنیم. به طور خاص، راهکارهای بالقوه را در امتداد روش‌های تنظیم‌گری معروف «لری لسیگ» قرار می‌دهیم: کد دستوری، هنجار، بازار و قانون. سپس در مورد مزایا و معایب احتمالی آن‌ها بحث می‌کنیم.^۸ نکته کلیدی این تحلیل، این مسئله است که اولویت‌بندی هریک از این ابزارهای تنظیم‌گری ممکن است تا حد زیادی ناموفق بوده و پیامدهای ناخواسته منفی به همراه داشته باشد. این پژوهش پروپاگاندا را به‌عنوان بزرگ‌ترین معضل معرفی می‌کند و راهکارهایی از جمله ایجاد اقداماتی جدید و قابل اعتماد که تابع ساختارهای مالی مرسوم نیستند ارائه می‌کند.

ما تنها افراد دغدغه‌مند در خصوص اخبار جعلی نیستیم. صاحب‌نظران در مورد اطلاعات غلط و در عین حال توده‌پسند و نتایجی که افزایش آن‌ها را به دنبال دارد، صریحاً هشدار می‌دهند. شایعات در مورد واکسن‌ها^۹ از جمله این که واکسن‌ها حاوی یک ریز تراشه ردیابی هستند،^{۱۰} بی‌میلی قابل توجهی نسبت به

7- See generally Robert Post & Miguel Maduro, Misinformation and Technology: Rights and Regulation Across Borders, in GLOBAL CONSTITUTIONALISM: 2020, available at: <https://ssrn.com/abstract=3732537> (Nov. 17, 2020).

8- LAWRENCE LESSIG, CODE VERSION 2.0, at 123 (2006).

9- See Lesley Chiou & Catherine E. Tucker, Fake News and Advertising on Social Media: A Study of the Anti-Vaccination Movement (July 27, 2018), https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3209929.

10- See Fact check: RFID microchips will not be injected with the COVID-19 vaccine, altered video features Bill and Melinda Gates and Jack Ma, REUTERS

ایمن‌سازی در طیف وسیعی از کشورها ایجاد کرده است.^{۱۱} مرکز برکمن کلاین هاروارد^{۱۲} یک سلسله مطالعات میدانی بر روی اخبار جعلی انجام داده است.^{۱۳} اولین آن‌ها در سال ۲۰۱۷ میلادی به این نتیجه منتهی شد که اطلاعات نادرست در طول مبارزات انتخاباتی ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا نقش پررنگ‌تری در رسانه‌های محافظه کار سیاسی نسبت به رسانه‌های لیبرال داشته است.^{۱۴} دومین آن‌ها در سال ۲۰۲۰ میلادی استدلال کرد که رسانه‌های جمعی مثل فاکس نیوز^{۱۵} و شخصیت‌های سیاسی مثل رئیس جمهور ترامپ، بسیار تأثیرگذارتر از سکوه‌های رسانه‌های اجتماعی در انتشار اطلاعات نادرست بوده‌اند.^{۱۶} دیدگاه برخی از محققان حقوقی مانند «آلن چن»^{۱۷} نسبت به اخبار جعلی به نوعی است که گویی آن‌ها اطلاعاتی درجه دوم هستند که در صورت فقدان اطلاعات دسته اول می‌شود به آن‌ها استناد کرد. او ادعا می‌کند اخبار جعلی صرف‌نظر از صحت و سقم آن، سیگنالی ارزشمند برای شناسایی و

(Dec. 4, 2020), <https://www.reuters.com/article/uk-factcheck-vaccine-microchips-gates-ma/fact-check-rfidmicrochips-will-not-be-injected-with-the-covid-19-vaccine-altered-video-features-bill-andmelinda-gates-and-jack-ma-idUSKBN28E286>.

11- See Mark John, Public trust crumbles amid COVID, fake news – survey, REUTERS (Jan. 13, 2021), <https://www.reuters.com/article/health-coronavirus-global-trust/public-trustcrumbles-amid-covid-fake-news-survey-idUSL8N2JM2V9>.

12- Harvard's Berkman Klein

, (به پاورقی ۱۴ و ۱۵ مراجعه کنید).

14- Rob Faris, Hal Roberts, Bruce Etling, Nikki Bourassa, Ethan Zuckerman, & Yochai Benkler, Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Election (Aug. 16, 2017), <https://cyber.harvard.edu/publications/2017/08/mediacloud>.

در این گزارش اصطلاحات «misinformation»، «disinformation» و «fake news» ترکیب شده است. ما هیچ تمایز معنایی بین اصطلاحات به غیر از موارد موجود در خود گزارش قائل نیستیم.

15- Fox News

16- YOCHAI BENKLER, CASEY TILTON, BRUCE ETLING, HAL ROBERTS, JUSTIN CLARK, ROB FARIS, JONAS KAISER, & CAROLYN SCHMITT, MAIL-IN VOTER FRAUD: ANATOMY OF A DISINFORMATION CAMPAIGN (2020), <https://cyber.harvard.edu/publication/2020/Mail-in-Voter-Fraud-Disinformation-2020>.

17- Alan Chen

گروه‌بندی اجتماعی است.^{۱۸} دیگران مانند «رابرت چسنی»^{۱۹} و «دنیل کیتس سیترون»^{۲۰} پیچیدگی روزافزون اخبار جعلی را به‌عنوان تهدیدی علیه امنیت ملی می‌دانند.^{۲۱} «ابی کی. وود»^{۲۲} و «آن ام. راول»^{۲۳} قوانین شفافیت را به‌عنوان ابزاری جهت مقابله با اخبار جعلی در پروپاگانداى برخط پیشنهاد می‌کنند.^{۲۴} «آلیس ملارک ویک»^{۲۵} و «ربکا لوئیس»^{۲۶} به بررسی خرده فرهنگ‌های اینترنتی و سازکارهایی که اجازه رخنه کردن در اطلاعات (هک کردن) و دستکاری رسانه‌ها را می‌دهند، می‌پردازند.^{۲۷}

مابقی پژوهش بدین شرح است: بخش اول به توصیف چندین پدیده مجزا می‌پردازد که همگی آن‌ها تحت پوشش اخبار جعلی قرار گرفته‌اند. ما این پدیده‌های مجزا را طبقه‌بندی کرده و نشان می‌دهیم که چگونه دلایل مختلف، سبب تولید آن‌ها می‌گردند. پژوهش با ارائه این سیر تکاملی، آشکار می‌سازد که چگونه آن‌ها به هم مرتبط هستند و چگونه راه حل‌های نظارتی، تأثیرات مقطعی بر آن‌ها دارند. بخش دوم

18- Alan K. Chen, Free Speech, Rational Deliberation, and Some Truths About Lies, 62 WM. & MARY L. REV. 357, 358 (2020)

با این استدلال که اخبار جعلی به دلیل نقش آن در تسهیل انسجام اجتماعی در میان افراد دارای باورهای خاص، ارزش ذاتی دارد و علاوه بر این، این امر خودمختاری شنونده را ارتقاء می‌دهد که باید به‌عنوان یکی از ارزش‌های متمم اول در نظر گرفته شود.

19- Robert Chesney

20- Danielle Keats Citron

21- Robert Chesney & Danielle Keats Citron, Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security, 107 CALIF. L. REV. 1753, 1754 (2019).

22- Abby K. Wood

23- Ann M. Ravel

24- Abby K. Wood & Ann M. Ravel, Fool Me Once: Regulating 'Fake News' and Other Online Advertising, 91 S. CAL. L. REV. 1223, 1228 (2018)

اقدامات تنظیم‌گری که شفافیت را ترویج می‌کنند، از جمله اقداماتی هستند که شرکت‌های رسانه‌ای اجتماعی، هم ارتباطات سیاسی و هم داده‌های مربوط به این پست‌ها را ذخیره می‌کنند تا به گروه‌های شخص ثالث اجازه دهند اطلاعات نادرست را علامت‌گذاری و سایر اقدامات اجرایی را تسهیل کنند.

25- Alice Marwick

26- Rebecca Lewis

27- ALICE MARWICK & REBECCA LEWIS, DATA SOC'Y & RSCH. INST., MEDIA MANIPULATION AND DISINFORMATION ONLINE 20 (2017).

چالش‌های مهم مرتبط با هرگونه اقداماتی که به دنبال کاهش اثرات منفی اخبار جعلی است را تشریح می‌کند. بخش سوم رویکردهای نظارتی فعلی را بررسی می‌کند. همچنین به ارزیابی این مسئله می‌پردازد که کدام یک از روش‌های محدودسازی، برای مقابله با کدام نوع خاص از اخبار جعلی مناسب‌تر هستند. پژوهش ادعا می‌کند که به کار بستن یک راه حل مشترک برای حل تمام انواع مشکلات اخبار جعلی، اغلب ناعاقلانه است. به طور خاص پروپاگاندا به عنوان تهدیدآمیزترین نوع اخبار جعلی، به بیش جدیدی برای مقابله با اثرات آن نیاز دارد. بالاخره قسمت چهارم، مجموعه‌ای از راهکارهای نمونه را ارائه می‌کند که می‌تواند معضلات اخبار جعلی را بهبود ببخشد و مزایا و معایب هر یک را ارزیابی می‌کند.

۱- گونه‌شناسی اخبار جعلی

این بخش روش جدیدی برای سازماندهی انواع اخبار جعلی با توجه به ویژگی‌های متمایز آن‌ها ارائه می‌دهد. دو مؤلفه تعیین‌کننده‌ای که برای شناسایی گونه‌های اخبار جعلی استفاده می‌شوند عبارتند از: اول، آیا نویسنده قصد فریب خوانندگان را دارد؟ و دوم، آیا در پشت پرده تولید و انتشار اخبار جعلی، انگیزه مالی دخیل است؟

طبقه‌بندی اخبار جعلی براساس انگیزه و قصد			انگیزه
قصد			
غیر فریب آمیز	فریب آمیز		
طنزها: مثل The onion	شوخی‌ها: مثل قضیه نوجوانان مقدونی	مالی	
تفسیر/سرگرمی: مثل اکانت (حساب) های طنز توییتری	آزار اینترنتی: مثل Jenkem	غیرمالی	

این تمایزها به چند دلیل مفید فایده هستند. مجزا کردن قصد فریفتن، راهی برای تمایز بین انواع اخبار جعلی در امتداد خطوط اخلاقی فراهم می‌کند: البته فریب عمدی قابل سرزنش است. علاوه بر این، افشای انگیزه‌های اشخاص یا نهادها برای تولید و انتشار اخبار جعلی می‌تواند در کاهش انگیزه برای انجام آن یا جلوگیری از این فعالیت‌ها کمک‌کننده باشد. به طور کلی شناسایی ویژگی‌های مختلف اخبار جعلی به ارزیابی این نکته که در مقابله با انواع مختلف اخبار جعلی کدام راه حل مؤثرتر است کمک می‌کند.

چهارچوب‌بندی ما چندین نوع متمایز از اخبار جعلی را شناسایی و تعریف می‌کند. اول، طنز^{۲۸} داستانی خبری است که قصد گمراه کردن ندارد اگرچه دارای مفاد عمدتاً نادرست^{۲۹} است و عموماً با منافع غیرمالی همراه است اگرچه منافع مالی ممکن است هدف ثانویه باشد. نمونه برجسته آن، روزنامه فکاهی برخط «آنیون»^{۳۰} است.^{۳۱} این روزنامه در جهت نقد و تفسیر وقایع جامعه از داستان‌های غیرواقعی استفاده می‌کند. برای مثال یکی از یادداشت‌های آن که به مسائل مربوط به اعتیاد به مواد مخدر و سوء‌مصرف داروهای تجویزی می‌پردازد، عنوان جالب توجهی دارد که عبارت است از: سازنده اکسی‌کانتین^{۳۲} (داروی ضد درد و حاوی مواد افیونی) به جهت کمپین جدید «شما را نشئه می‌کند» مورد انتقاد قرار گرفت.^{۳۳} پژوهش دیگری تحت عنوان «محافظه کاران، گزینه بی‌جواب گذاشتن خواسته‌های راست‌گرایان را به مرگ شلدن ادلسون^{۳۴} در هشتادوهفت سالگی نسبت می‌دهند»^{۳۵} وجود دارد که حملات اخیر سیاست‌مداران محافظه کار به سانسورهای دیدگاه‌ها و عقایدشان را نقد می‌کند. نویسندگان «آنیون» به دنبال فریب دادن خوانندگان و متعاقباً ساختن آن‌ها به باور کردن محتوای داستان‌ها نیستند. این نکته را بنیانگذار «آنیون» آقای «اسکات دیکرز»^{۳۶} زمانی بیان کرد که گفت: «اگر کسی گول‌یادداشتی از «آنیون» را بخورد، تصادفی است».^{۳۷}

28- Satire

۲۹- «نادرست» می‌تواند به غیرواقعی بودن محتوای داستان، از جمله مانند آنچه در نشریه طنز آنیون است، یا ارائه یک داستان واقعی که ارائه و اجرای منابع خبری سنتی را مورد تمسخر و انتقاد قرار می‌دهد، مانند برنامه تلویزیونی The Colbert Report اشاره داشته باشد.

30- The onion

31- See generally THE ONION, <http://www.theonion.com> (last visited Mar. 21, 2022).

32- oxycontin

33- OxyContin Maker Criticized for New “It Gets You High” Campaign, THE ONION (July 10, 2017, 10: 33 AM).

34- Sheldon Adelson

35- Conservatives Accuse Nature of Silencing Right-Wing Voices After Sheldon Adelson Dies at 87, THE ONION (Jan. 12, 2021, 12: 00 PM).

36- Scott Dickers

37- Ben Hutchinson, “The Onion” Founder: We Do Satire Not Fake News, WISN-TV (Feb. 15, 2017, 10: 38 PM), <http://www.wisn.com/article/the-onion-founder-we-do-satire-not-fake-news/8940879>

معمولاً افرادی که داستان‌های «آنیون» را واقعی برداشت می‌کنند، اطلاعات محدودی از هنجارهای رسانه‌ای ایالات متحده آمریکا دارند. برای مثال رسانه دولتی ایران مقاله‌ای از «آنیون» را با محتوای: «محمود احمدی نژاد، رئیس جمهور ایران، در میان رای دهندگان روستایی ایالات متحده آمریکا محبوبیت بیشتری نسبت به باراک اوباما دارد»،^{۳۸} را به‌عنوان واقعیت گزارش داد. وقتی مردم گزارشی از آنیون را واقعی برداشت می‌کنند اغلب تفسیر انتقادی زیربنایی که علت وجودی گزارش است را از دست می‌دهند.

دوم، شوخی‌ها^{۳۹} یک داستان خبری با محتوای عمدتاً نادرست است که نویسنده قصد فریب خوانندگان و باوراندن اطلاعات غلط به آن‌ها را دارد و دارای انگیزه مالی است. نمونه آن شامل روایت غیرواقعی ساخته شده توسط نوجوانان مقدونی درباره دونالد ترامپ است که جهت افزایش لایک، اشتراک‌گذاری و کسب منفعت مالی انجام شد. در گزارش «بازفید»^{۴۰} این جوانان اقرار کردند که به دونالد ترامپ اهمیت نمی‌دهند. «بازفید» انتشار این اخبار جعلی از جانب آن‌ها را صرفاً با محوریت انگیزه‌های اقتصادی ساده توصیف کرد.^{۴۱} معمولاً نوجوانان اروپای شرقی که به تولید و انتشار شوخی‌ها می‌پردازند، انگیزه سیاسی یا فرهنگی در این فرآیند ندارند.^{۴۲} آن‌ها فقط از مزایای اقتصادی محیط رسانه‌ای برای تولید اخبار عمدتاً فریبنده در راستای منفعت مالی استفاده می‌کنند.

تأکید بر این نکته که نویسندگان آنیون قصد فریب خوانندگان را ندارند.

38- Kevin Fallon, Fooled by "The Onion": 9 Most Embarrassing Fails, THE DAILY BEAST (July 14, 2017, 2: 47 AM), <http://www.thedailybeast.com/articles/2012/09/29/fooled-by-the-onion-8-most-embarrassingfails.html>.

39- Hoax

40- BuzzFeed

41- Craig Silverman & Lawrence Alexander, How Teens in the Balkans Are Duping Trump Supporters with Fake News, BUZZFEED: WORLD (Nov. 3, 2016, 7: 02 PM), <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/howmacedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo>.

42- See Robyn Caplan, How Do You Deal With a Problem Like Fake News?, DATA & SOC'Y: POINTS (Jan. 5, 2017), <https://points.datasociety.net/how-do-you-deal-with-a-problem-like-fake-news-80f9987988a9>

علامت‌گذاری سایت‌های ساخته شده توسط نوجوانان مقدونی به‌عنوان یک مورد «سیاه و سفید» از اخبار جعلی

سوم، پروپاگاندا^{۴۳} اخبار یا اطلاعاتی با محتوای عمداً جانبدارانه یا نادرست است که نویسنده با انگیزه ترویج یک قصد یا دیدگاه سیاسی و بدون توجه به منافع مالی، قصد فریب خوانندگان را دارد.^{۴۴} مناقشات پیرامون وضعیت سلامت هیلاری کلینتون در انتخابات ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا مصداق بارزی از آن است.^{۴۵} این جنجال زمانی بر سر زبان‌ها افتاد که یک ویدئو یوتیوب در سال ۲۰۱۶ میلادی به نحوی هنرمندانه ویرایش شد تا زشت‌ترین تصاویر هیلاری کلینتون در حال سرفه کردن را در کنار هم قرار دهد.^{۴۶} این پروژه توسط افرادی با دستور کار سیاسی بازنشر و تقویت شد^{۴۷} و زمانی که به نظر می‌رسید هیلاری کلینتون از هوش رفته است، بحث و انتقادات به اوج خود رسید.^{۴۸} داستان کاملاً تخیلی و زاییده افکار نویسنده نبود چراکه هیلاری کلینتون واقعا به ذات الیه مبتلا بود. اما قضیه به نحوی گمراه‌کننده ارائه شد تا روایاتی درباره وضعیت سلامت بلندمدت او منتشر شود و بر نتایج سیاسی تأثیر بگذارد.

چهارم، آزار اینترنتی،^{۴۹} اخبار یا اطلاعاتی با محتوای عمداً جانبدارانه یا نادرست است که نویسنده با انگیزه تلاش برای به دست آوردن یک جایگاه طنزپردازی شخصی،^{۵۰} قصد فریب خوانندگان را

43- Propaganda

44- Gilad Lotan, Fake News Is Not the Only Problem, DATA & SOC'Y: POINTS (Nov. 22, 2016), <https://points.datasociety.net/fake-news-is-not-the-problem-f00ec8cdfcb#.8r92obruo>

ارائه تعریف مشابهی از پروپاگاندا به عنوان «اطلاعات همراه با سوءگیری با ماهیت گمراه‌کننده، که معمولاً برای ترویج یا تبلیغ یک هدف یا دیدگاه سیاسی خاص استفاده می‌شود».

۴۵- همان.

۴۶- همان.

۴۷- در حالی که هرگز نمی‌توان در مورد انگیزه رفتار مطمئن بود، به احتمال زیاد این انگیزه تا حد زیادی سیاسی بوده است.

۴۸- Lotan، به پاورقی شماره ۴۴ مراجعه کنید.

49- Trolling

50- the Lulz

Lulz, OXFORD ENGLISH DICTIONARY ONLINE, <https://en.oxforddictionaries.com/definition/lulz>

دارد.^{۵۱} یکی از نمونه‌هایی که آزار اینترنتی را به تصویر می‌کشد «جنکم»^{۵۲} است.^{۵۳} اصطلاح «جنکم» اولین بار در مقاله‌ای در نیویورک تایمز به کار رفت که در آن جوانانی در آفریقا برای رسیدن به حالت نشنگی در حال استنشاق ضایعات تخمیر شده انسانی هستند.^{۵۴} در برخی مواقع جنکم در انجمن‌های اینترنتی به‌عنوان یک پانچ لاین یا بازدارنده ادامه مکالمات بروز کرد.^{۵۵} در انجمن اینترنتی توتسه^{۵۶} کاربری به نام پیک ویک^{۵۷} تصاویری از خودش در حال استنشاق دود از بطری با برچسب جنکم را بارگذاری کرد.^{۵۸} این فرآیند به «۴چن»^{۵۹} یکی دیگر از انجمن‌های برخط راه پیدا کرد. جایی که کاربران تصاویر خود را به اشتراک می‌گذاشتند و قالبی برای ارسال ایمیل به مدیران مدارس ایجاد کردند به این امید که با فریب دادن آن‌ها، به آنان القاء کنند که اپیدمی جنکم در حال پیشروی در مدارس آن‌ها و فراگیری مدرسه است. این نامه با هدف تصویرسازی نگرانی یک خانواده ارائه شد که به جهت متهم نشدن فرزندش، خواستار این بود که منبع و منشاء آن نامه ناشناس بماند. اما همچنین قصد داشت تا مدیر مدرسه را در مورد استفاده بی‌رویه از جنکم در میان دانش‌آموزان مطلع کند. اعضای «۴چن» آن نامه جعلی را به طور گسترده‌ای برای یکدیگر ارسال کردند. به نحوی که در نهایت قضیه

تعریف اصطلاح به‌عنوان «تفریح، خنده، یا سرگرمی، به‌ویژه [زمانی که] از هزینه دیگری ناشی شده است».
 ۵۱- ماهیت فریب ممکن است متفاوت باشد. برخی از نویسندگان آزار اینترنتی قصد فریب خوانندگان را در مورد محتوای داستان ندارند، بلکه از طریق فریب، به دنبال آشفتن خوانندگان درباره اصالت یا باورهای خود نویسنده هستند.

52- Jenkem

53- WHITNEY PHILLIPS, THIS IS WHY WE CAN'T HAVE NICE THINGS: MAPPING THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE TROLLING AND POPULAR CULTURE 3-5 (2015).

۵۴- همان، ۳.

۵۵- همان.

56- Totse

57- Pickwick

۵۸- همان، ۳ و ۴.

59- 4chan

توسط پلیس فلوریدا کشف شد. بعدها چندین شبکه محلی مانند فاکس نیوز^{۶۰} برنامه‌های ویژه‌ای را در مورد همه‌گیری جنکم تهیه کردند.^{۶۱}

این چهارچوب‌بندی براساس قصد فریب و منع انگیزه می‌تواند به گفتمان اخبار جعلی شفافیت بیشتری ببخشد. بخش بعدی به مواردی که از مرزهای این چهارچوب عبور کرده‌اند می‌پردازد و همچنین به چالش‌های ذاتی در روش شناسایی آن پاسخ می‌دهد.

۲- چالش‌ها

این بخش به این مسئله می‌پردازد که چرا برخی از اخبار جعلی خصایص چندگانه‌ای دارند و یا چرا در یک منطقه خاکستری یا نامشخص قرار گرفته‌اند.^{۶۲} علاوه بر این، تعیین این مسئله که هر یک از انواع اخبار جعلی در کدام طبقه از طبقه‌بندی ما قرار می‌گیرند، ممکن است با مشکلاتی روبرو شود که به ارزیابی آن مشکلات نیز می‌پردازیم.

۲-۱- قصد مختلط

تعیین قصد هر چند که ندرتا منحصر به رویکرد ماست، یک چالش است. درک دقیق مقاصدی که زیربنای یک فعل خاص هستند، دشوار است و معمولاً مستلزم استفاده از شواهد غیرمستقیم یا شاخص‌ها است. بیشتر نظریات راجع به قصد، آن را به‌عنوان یک وضعیت ذهنی خصوصی که انگیزه یک کنش خاص است، تصور می‌کنند.^{۶۳} در حال حاضر ما قادر به ارزیابی افکار دیگران به طور مستقیم نیستیم. دکترین‌های حقوقی به این مسئله اذعان دارند و اغلب بین قصد ذهنی و عینی تمایز قائل می‌شوند.^{۶۴} قصد

60- Fox News

۶۱- هنگامی که این داستان به گوش پلیس رسید، پیک ویک زیربار نرفت و اعتراف کرد که تصاویر جعلی هستند. بدون پیک ویک، کاربران نامه را با علم به جعلی بودن آن در تلاشی برای فریب دادن مدیران مدرسه و ایجاد یک خبر جعلی که به نظر آن‌ها طنز است، ارسال کردند.

۶۲- Caplan، به پاورقی ۴۲ مراجعه کنید.

63- MODEL PENAL CODE § 2.02 (2) (1962)

64- R. George Wright, Objective and Subjective Tests in the Law, 16 U.N.H. L. REV. 121, 121 (2017).

ذهنی، وضعیت واقعی ذهنی شخص است که توسط او تجربه شده است.^{۶۵} این، با قصد عینی که مظاهر بیرونی مقصود را در نظر می‌گیرد و سپس تعیین می‌کند که چگونه یک فرد معقول براساس آن مظاهر به قصد فرد پی می‌برد، متفاوت است.^{۶۶}

این مسئله نسبت به مقررات فدرال که منوط به تعیین مقصود است لاینحل نبوده است. به‌عنوان مثال قانون غذا، دارو و مواد آرایشی و بهداشتی فدرال را در نظر بگیرید که در آن ذکر شده: اگر مقصود آن است که فرآورده‌ها به‌عنوان محصولات غذایی و دارویی مورد استفاده واقع شوند، آن‌ها تحت کنترل سازمان غذا و داروی ایالات متحده آمریکا قرار می‌گیرند.^{۶۷} همچنین قانون دیگر فدرال، داشتن یک تکه شیشه توخالی به همراه یک پیاله در انتهای آن را صرفاً در صورتی که مقصود آن باشد تا برای فعالیت‌های غیرقانونی از آن استفاده شود، جرم‌انگاری می‌کند.^{۶۸} سازمان هوانوردی فدرال صرفاً به تنظیم وسائل

۶۵- مصادیق قصد ذهنی در قانون شامل دکترین جرم می‌شود، که در آن یک عمل بسته به دانش و اهداف ذهنی کشگر می‌تواند منجر به مسئولیت شود یا نشود. رجوع کنید به:

DAN DOBBS, PAUL T. HAYDEN & ELLEN M. BUBLICK, THE LAW OF TORTS § 29 (2d ed., 2011).

۶۶- قصد عینی رویکردی رایج برای حل و فصل کردن موضوعات مربوط به قصد در حوزه‌های مختلف حقوقی است. یکی از مشهورترین نمونه‌های آن، مسائل مربوط به انعقاد قرارداد است. به این معنا که آیا انعقاد یک قرارداد، بستگی به این دارد که طرف قرارداد، اقدامات ظاهری یک طرف را نشانه‌ای از قصد ایجاد یک توافق الزام‌آور در نظر می‌گیرد، صرف‌نظر از این که طرف، قصد انجام آن را داشته باشد یا خیر.

See *Lucy v. Zehmer*, 84 S.E.2d 516, 521 (Va. 1954)

با این تصور که قرارداد به صورت معتبر منعقد شده است، حتی اگر طرف، قرارداد را به عنوان شوخی منعقد کرده باشد و واقعا به معنای تعهد به توافق نباشد.

see also Keith A. Rowley, *You Asked for It, You Got It... Toy Yoda: Practical Jokes, Prizes, and Contract Law*. 3 NEV. L.J. 526, 528-29 (2003)

در مورد پرونده *Zehmer* به طور طولانی بحث می‌شود.

67- See Christopher Robertson, *When Truth Cannot Be Presumed: The Regulation of Drug Promotion Under an Expanding First Amendment*, 94 B.U. L. REV. 545, 547 (2014).

68- 21 U.S.C. § 863 (2012)

تعریف «لوازم مواد مخدر» به‌عنوان «هر گونه تجهیزاتی... که در درجه اول به منظور وارد کردن یک ماده کنترل شده به بدن در نظر گرفته یا طراحی شده است...»

نقلیه‌ای می‌پردازد که مقصود از آن‌ها پرواز است.^{۶۹}

اگرچه بسیاری از مقررات و قوانین فدرال مشکل تعیین مقصود را با موفقیت مدیریت کرده‌اند، اما تعیین قصد برای وب سایت‌های خبری جعلی هنوز با مشکل روبرو است. برای مثال «پل هورنر»^{۷۰} که توسط واشنگتن پست^{۷۱} به‌عنوان مروج اخبار جعلی نامیده شده است،^{۷۲} وب سایتی را مدیریت می‌کرد که به انتشار اخبار نادرست می‌پرداخت و از علائمی استفاده می‌کرد که بسیار شبیه به علامت سی ان ان بود.^{۷۳} او خود را طنزپرداز می‌دانست و دیگر مفسران ادعا می‌کردند که وب سایت او به وضوح مرتبط با طنز است. اما شباهت بسیار زیاد بین سی ان ان واقعی و نسخه هورنر، اغلب منجر به فریب مردم شد و مردم این سایت را به‌عنوان انتشاردهنده اخبار واقعی در نظر می‌گرفتند.^{۷۴}

در طبقه‌بندی ما تمایز میان شوخی و طنز به این موضوع می‌پردازد که آیا نویسنده قصد داشته است با فریب مخاطب در دیدگاه او اطلاعات ناصحیح را صحیح جلوه دهد یا خیر؟ تشخیص درست مقصود نویسنده مهم است. زیرا راه حل‌های احتمالی نباید طنز را درگیر تلاش برای کنار زدن شوخی‌ها کند.^{۷۵} در تهیه راه حل‌ها، تنظیم کنندگان احتمالاً باید نسبت به ارزیابی شکل و محتوای مطلب تصمیم بگیرند تا مشخص کند آیا نویسنده احتمالاً قصد فریفتن را داشته است (قصد عینی) یا واقعا قصد فریفتن داشته (قصد

see also Robertson, supra note 67, at 549.

با این حال، برخی از مفسران پیشنهاد می‌کنند که این طرح نظارتی ممکن است برخلاف قانون اساسی گفتار را دشوار کند.

See Jane R. Bambauer, Snake Oil, 93 WASH. L. REV. 73, 100 (2017).

69- 14 C.F.R. § 1.1 (2013) ; see Robertson, supra note 67, at 549-50.

70- Paul Horner

71- Washington Post

72- Caitlin Dewey, Facebook Fake-News Writer: 'I Think Donald Trump is in the White House Because of Me', WASH. POST (Nov. 17, 2016), <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/11/17/facebook-fake-news-writer-i-think-donald-trump-is-in-the-white-house-because-of-me>.

73- See cnn.com.de (Paul Horner's website).

۷۴- یک مقاله بازفید، سایت پل هورنر را به‌عنوان «همراه با قصد فریب دادن» توصیف می‌کند، که می‌تواند آن را بیشتر نمایانگر یک شوخی معرفی کند و تحت تحلیل ما طنز نباشد.

۷۵- این فرض بر این باور است که بیشتر مردم در اخبار طنز ارزشی پیدا می‌کنند و می‌خواهند آن را حفظ کنند. ما فکر می‌کنیم که این مسئله، تا حد زیادی غیرقابل بحث است.

ذهنی)؟ هر دو شامل تصمیمات ذهنی چالش برانگیزی هستند. هر چند تصمیماتی که فراماهوی هستند در چندین حوزه قانون روی می‌دهند.^{۷۶} تصمیمات مربوط به تعیین مقصود پیچیده است. بدتر از آن، بیانات سلب مسئولیت در وب سایت‌هایی که به انتشار اخبار جعلی می‌پردازند اغلب با حروف کوچک در انتهای صفحه مدفون هستند. همچنین برخی از حوادث غیرواقعی در خلال مطالب خودشان که تماما دروغین است را عمداً به‌عنوان دروغ جا می‌زنند که در فرهنگ رسانه‌ای، جایی که بسیاری از مردم فقط به خواندن سرتیتر اخبار اکتفا می‌کنند، می‌تواند یک مشکل باشد.^{۷۷}

بهره‌برداری بی‌چون و چرا و بدون دید انتقادی از اخبار جعلی، مسئولیت را بین چندین کنشگر تقسیم می‌کند. نویسندگان (که قصد فریفتن دارند)، سکوها (که برای ترویج تعامل سطحی خوانندگان بهینه شده‌اند)^{۷۸} و درنهایت خوانندگان (که اغلب خودشان را درگیر مطالبی فراتر از سرتیترها نمی‌کنند).^{۷۹}

76- See generally David Marcus, Trans-Substantivity and the Processes of American Law, 2013 BYU L. REV. 1191 (2013) ; Stephen Subrin, The Limitations of Transsubstantive Procedure: An Essay on Adjusting the “One Size Fits All” Assumption, 87 DENV. U. L. REV. 377 (2010).

77- See Leonid Bershidsky, Opinion, Fake News is All About False Incentives, BLOOMBERG (Nov. 16, 2016, 9: 26 AM), <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-11-16/fake-news-is-all-about-false-incentives>

در توضیح این که چه تعداد افراد با داستان‌های فراتر از عنوان درگیر نمی‌شوند.

78- Brett Frischmann & Evan Selinger, Why It’s Dangerous to Outsource Our Critical Thinking to Computers, THE GUARDIAN (Dec. 10, 2016, 7: 00 AM), <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/10/googlefacebook-critical-thinking-computers>

با این استدلال که «محیط‌های مهندسی شده فیس‌بوک، گوگل و سایرین به طور فزاینده‌ای ما را از درگیر شدن فکری به روشی معنادار معاف کرده‌اند. ما، توده‌ها، وقتی اخبار جعلی را باور می‌کنیم، احمق یا تبیل نیستیم، ما در ابتدای راه هستیم؛ برای ادامه باور به آنچه که ما را به سمت آن سوق داده‌اند».

79- How Americans Get Their News, AM. PRESS INST. (Mar. 17, 2014), <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/how-americans-get-news>

توضیح این که اکثر آمریکایی‌ها برای خواندن اخبار فراتر از تیترها وقت نمی‌گذارند.

see also Chris Cillizza, Americans Read Headlines. And Not Much Else, WASH. POST (Mar. 19, 2014), <https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2014/03/19/americans-read-headlines-and-not-much-else>

اگرچه مسئولیت مشترک وجود دارد اما گذاشتن بار قابل توجهی از مسئولیت بر دوش خوانندگان، بی حاصل است. خوانندگان در محیط رسانه‌ای دیجیتال که محرک تعامل حداقلی با داستان‌های خبری‌اند، فعال هستند و سکوه‌های دیجیتال سازکارهای غیرقابل اغماضی برای انتشار انواع عمداً فریبنده اخبار جعلی به حساب می‌آیند.^{۸۰} تلاش‌ها برای آموزش خوانندگان جهت تبدیل شدن به مخاطبانی که سخت‌تر اعتماد می‌کنند و نکته‌سنج‌تر هستند، قابل ستایش است. اما احتمالاً فقط تأثیرات حاشیه‌ای خواهند داشت. بنابراین راه حل‌ها باید بیشتر روی نویسندگان و سکوها متمرکز گردند، چراکه آن‌ها نسبت به خوانندگان، بیشتر به اقدامات پاسخ می‌دهند.

۲-۲- انگیزه‌های مختلط

انگیزه‌های مختلط شامل دو مشکل مرتبط است: معرفت‌شناختی و اجرایی. مسئله معرفت‌شناختی انگیزه‌های مختلط شبیه مسئله دریافتن مقصود است که از ابهام ذاتی تفسیر اعمال یک فرد ناشی می‌شود. به طور خلاصه مردم بنابر انگیزه‌های مختلفی عمل می‌کنند. اقداماتی که با دلایل مختلف صورت می‌گیرند، گاهی اوقات می‌تواند نتایج یکسانی داشته باشند و صرفاً با دسترسی به نتایج اعمال افراد، درک انگیزه‌های پشت آن‌ها می‌تواند دشوار باشد.^{۸۱} این امر طبقه‌بندی براساس انگیزه‌های کنشگری را پیچیده می‌کند.

داستان شکست خورده پیتزاگیت^{۸۲} مسئله انگیزه‌های مختلط را برای ما توضیح می‌دهد. کاربران «۴چن» و «ردیت»^{۸۳} داستان پیتزاگیت را رواج دادند که طبق آن، رهبران اعضای حزب دموکرات در یک حلقه قاچاق جنسی کودکان در یک پیتزا فروشی در واشنگتن دی سی نقش داشتند.^{۸۴} یکی از

به نقل از مطالعه مؤسسه مطبوعات آمریکا.

80- Luke Munn, *Angry by Design: Toxic Communication and Technical Architecture*, 7 HUMAN & SOC. SCIS. COMMS. 53, 53 (2020)

براساس تعاملات، فید فیسبوک باز دیده‌ها را افزایش می‌دهد، اما به محتوای تنش‌زا نیز برتری می‌دهد و یک حلقه واکنش محرک ایجاد کرده که ابراز خشم را ترویج می‌کند.

81- See Pamela Paresky, Alex Goldenberg, Denver Riggelman, Jacob N. Shapiro, & John Farmer Jr., *How to Respond to the QAnon Threat*, BROOKINGS TECHSTREAM (Jan. 20, 2021), <https://www.brookings.edu/techstream/how-to-respond-to-the-qanon-threat>.

82- Pizzagate

83- Reddit

84- Caroline Jack, *What's Propaganda Got to Do With It*, DATA & SOC'Y: POINTS (Jan. 5, 2017), <https://points.datasociety.net/whats-propaganda-got-to-do-with-it-5b88d78c3282#.uj7xfxed0>.

توطئه پردازان به همراه یک تفنگ جنگی و یک تفنگ دستی وارد رستوران شد و در طول جستجوی بی‌ثمر برای یافتن تونل‌ها یا راه‌های مخفی که به اعتقاد او برای قاچاق کودکان استفاده می‌شدند.^{۸۵} چندین گلوله شلیک کرد. کارولین جک^{۸۶} با ارزیابی اتفاقات پیتزاگیت نشان می‌دهد که مردم به دلایل مختلفی در این نوع بحث‌های برخط شرکت می‌کنند. مشارکت در پیتزاگیت می‌توانسته است به دلیل نگرانی واقعی نسبت به قاچاق جنسی، تفریح و سرگرمی، سر رفتن حوصله، سیاست و یا ترکیبی از این‌ها باشد.^{۸۷}

انگیزه‌های مختلط مشکل اجرایی نیز ایجاد می‌کند. از آنجایی که هر نمونه واحدی از اخبار جعلی ممکن است چندین انگیزه مختلف داشته باشد، اقداماتی که یک انگیزه واحد را هدف قرار می‌دهند (به طوری که برای مثال فقط موارد برجسته پروپاگاندا یا شوخی در محدوده آن‌ها باشد) ممکن است ناموفق باشند.^{۸۸} مثلاً شخصی که همزمان انگیزه‌های مالی و سیاسی داشته باشد به تولید اخبار جعلی می‌پردازد. در ژانویه ۲۰۲۱ میلادی شرکت ماشین‌های رای‌دهی به نام دومینون ووتینگ سیستمز^{۸۹} از رودی جولیان^{۹۰} وکیل شخصی رئیس جمهور ترامپ، به دلیل افترا براساس ادعای وی مبنی بر این که دستگاه‌های این شرکت در تقلب انتخاباتی سال ۲۰۲۰ میلادی دست داشته‌اند، شکایت کرد.^{۹۱} این شرکت مدعی است، جولیان این ادعا را نه تنها برای کمک به رئیس جمهور بلکه برای افزایش فروش محصولات تحت پشتیبانی او از جمله سکه طلا و سیگار برگ کرده است.^{۹۲} این اتفاق نمونه کلاسیکی از انگیزه‌های مختلط است. جولیان هر دو نیت مالی و غیرمالی (سیاسی) برای اشاعه یک داستان کامل بی‌اعتبار درباره تقلب

85- Marc Fisher, John Woodrow Cox, & Peter Hermann, Pizzagate: From Rumor, to Hashtag, to Gunfire in D.C., WASH. POST (Dec. 6, 2016), https://www.washingtonpost.com/local/pizzagate-from-rumor-to-hashtagto-gunfire-in-dc/2016/12/06/4c7def50-bbd4-11e6-94ac-3d324840106c_story.html

86- Caroline Jack

Jack-۸۷، به پاورقی ۸۴ مراجعه کنید.

۸۸- نمونه‌ای از این می‌تواند فریبکاری‌هایی باشد که منحصراً براساس انگیزه‌های مالی (به‌عنوان مثال نوجوانان مقدونی) است.

89- Dominion Voting Systems

90- Rudy Giuliani

91- See Katelyn Polantz, Election Technology Company Dominion Sues Giuliani for \$1.3 Billion Over 'Big Lie' About Election Fraud, CNN: POLITICS (Jan. 25, 2021, 9: 19 PM), <https://www.cnn.com/2021/01/25/politics/dominion-lawsuit-giuliani/index.html>.

انتخاباتی را داشت. حتی اگر تنها انگیزه مالی برای خلق داستان هدف اصلی بود، انگیزه‌های سیاسی به تنهایی کافی می‌بودند. قضیه ممکن بود حتی بدون توجه به انگیزه‌های مالی منتشر شود. بر همین اساس اقداماتی که هدف شان تنها انگیزه‌های مالی است ممکن است ناکافی باشند. این مسئله نشان می‌دهد که اگرچه انگیزه‌های نامبرده ممکن است نقطه شروع هوس انگیزی باشند اما به تنهایی احتمالاً ناکافی‌اند.

۲-۳- اطلاعات مختلط (واقعیت و تخیل)

این مسئله حول این محور است که اطلاعات صحیح و ناصحیح اغلب به صورت در هم آمیخته و نامحسوسی در اخبار جعلی و روی سکوها وجود دارند. پروپاگاندا را جع به وضعیت سلامت هیلاری کلینتون در طول مبارزات انتخاباتی ۲۰۱۶ میلادی را در نظر بگیرید.^{۹۳} این روایت واقعیت و تخیل را به گونه‌ای در هم آمیخت که فهم حقایق را دشوار کرد و به تبع این ادعا را که کلینتون مشکلات جدی در وضعیت سلامت بلندمدتش دارد که سبب می‌شود برای تصدی مقام ریاست جمهوری نامناسب باشد را، به ادعایی تبدیل کرد که رفع آن به سختی صورت گیرد. درست است که او با ذات الریه مبارزه می‌کرد.^{۹۴} با این حال این موضوع که او یک مشکل جدی بلندمدت در سلامتش دارد که بر صلاحیت او در تصدی مقام ریاست جمهوری تأثیر می‌گذارد، صحت نداشت.^{۹۵} به طور خاص پروپاگاندا واقعیت و تخیل را به هم می‌آمیزد تا روایاتی را خلق کند که قدرت ماندگاری داشته باشند. به همین خاطر است که گاهی روایات به گونه‌ای گمراه‌کننده و نادرست ارائه می‌شوند. اگرچه برخی از عناصر روایی آن‌ها واقعی هستند.

حالت دیگر در هم آمیختگی واقعیت و تخیل، خود سکوها هستند که ممکن است در آن‌ها پروپاگاندا با گزارش‌های خبری یک طرفه در هم آمیخته باشند. یک منبع واحد ممکن است حقیقت و

93- See Tom Kludt, Trump Targets Clinton's Health in New Ad, CNN: POLITICS (Oct. 11, 2016, 2: 10 PM), <https://www.cnn.com/2016/10/11/politics/donald-trump-ad-hillary-clinton-health/index.html>.

94- See Jonathan Martin & Amy Chozick, Hillary Clinton's Doctor Says Pneumonia Led to Abrupt Exit From 9/11 Event, N.Y. TIMES (Sept. 11, 2016), <https://www.nytimes.com/2016/09/12/us/politics/hillaryclinton-campaign-pneumonia.html>.

95- See Tara Golshan, How Hillary Clinton's Health Passed from an Online Conspiracy Theory to a Mainstream Debate, VOX (Sept. 13, 2016, 8: 13 AM), <https://www.vox.com/2016/9/12/12888498/hillaryclinton-health-conspiracy>.

دروغ را در کنار هم نمایش دهد. یکی از نمونه‌های این پدیده وب سایت «برایتبارت نیوز»^{۹۶} است که طبق گفته‌های اتان زاکرمن^{۹۷} تئوری‌های توطئه و پروپاگاندا را با اخبار کاملاً غرض ورزانه درهم می‌آمیزد.^{۹۸} در این استراتژی وب سایت «برایتبارت نیوز» تنها نیست. زیرا سایر سکوها‌های مشابه نیز پروپاگاندا را با اخبار جانبدارانه و غرض ورزانه ترکیب می‌کنند. اطلاعات مختلط روی سکوها فهم مسائلی را دچار مشکل می‌کند. از جمله این که کدام داستان تفسیری غرض ورزانه و طرفدارانه از رخداد‌های واقعی است و کدام داستان فراتر از رویدادهای واقعی جهت ترویج روایت‌های گمراه‌کننده و نادرست است.

همه این عوامل، طبقه‌بندی و اقدامات جهت مقابله با اخبار جعلی را پیچیده می‌کند. قسمت بعدی یک طبقه‌بندی چهار بخشی از راه حل‌های ارائه شده برای حل مشکل عرضه می‌کند.

۳- راه حل‌ها

این بخش چهار روش را برای قاعده‌مند ساختن رفتار افراد تعیین می‌کند. همچنین به ارزیابی این نکته می‌پردازد که در صورت وجود پیشنهادهای مختلف، کدام یک از آن‌ها گزینه خوبی برای جلوگیری از انتشار اخبار جعلی است. این بخش فرمول معروف «لری لسیگ»^{۹۹} درباره چهار الگویی که محدودکننده رفتار افراد هست را اتخاذ می‌کند. قانون (ضمانت اجراهای دولتی)؛ بازارها (سازکارهای قیمت)؛ کد دستوری؛ هنجارها (استانداردهای جامعه).^{۹۹} برای مثال دسته‌ای از اخبار جعلی یا همان شوخی‌ها به خوبی به محدودیت‌های مبتنی بر بازار پاسخ می‌دهند. با این حال با توجه به فضای سیاسی چهار سال گذشته و همان‌طور که تحقیقات اخیر نشان داده است این دسته از اخبار جعلی ممکن است کمترین تأثیر را بر محیط رسانه‌ای نسبت به سایر انواع اخبار جعلی داشته باشند. مثلاً تأثیر آن به مراتب کمتر از پروپاگاندا است.^{۱۰۰} در ترسیم حالت‌های مختلف رفتار محدودکننده، تلاش‌های صورت گرفته اخیر را در استفاده از

96- Breitbart News

97- Ethan Zuckerman

98- Ethan Zuckerman, The Case for a Taxpayer-Supported Version of Facebook, THE ATLANTIC: TECH. (May 7, 2017), <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/05/the-case-for-a-taxpayer-supported-version-of-facebook/524037>.

99- Lawrence Lessig, The New Chicago School, 27 J. LEGAL STUD. 661, 662-63 (1998) ; see also LESSIG, supra note 8.

100- Yochai Benkler, Robert Faris, Hal Roberts, & Ethan Zuckerman, Study: Breitbart-led Media Ecosystem Altered Broader Media Agenda, COLUM.

این تکنیک‌ها برای جلوگیری از موج اخبار جعلی ارزیابی می‌کنیم و تأکید می‌کنیم که چرا پروپاگاندا (که مسلماً بزرگترین مشکل ناشی از اخبار جعلی است) به نظر می‌رسد به نحوی در چهارچوب هیچ‌یک از این روش‌ها قرار نمی‌گیرد.

۳-۱- قانون

قانون از طریق تهدید به اعمال ضمانت اجراها از سوی دولت‌ها عمل می‌کند.^{۱۰۱} اغلب نخستین پاسخ سیاست‌گذاران به یک چالش معین، قانون است. راه حل‌های قانونی به جهت اعمال مجازات و سرکوب متخلفان می‌توان گفت تأثیر عملی دارند. تصریح دولت در عدم تأیید یک رفتار خاص که با جزئیات مطرح شده است حاکی از همین موضوع است. در نظر، قانون برای همه افراد تحت پوشش آن به طور یکسان عمل می‌کند و می‌تواند جهت اطمینان از رعایت آن در صورت لزوم، تمام تدابیر لازم را به کار بندد. اما قانون، سازوکار کاملی نیست. برخی از مفسران راه حل‌های دولتی را به جهت خصلت انحصار طلب و اجباری آن ناپسند می‌دانند.^{۱۰۲} با این حساب محدودیت‌های قانونی نامطلوب هستند. زیرا مجالی برای آزمایش سازوکارهای مختلف برای حل یک مشکل باقی نمی‌گذارند؛ با این حال، این انتقاد تا حد زیادی برای راه حل‌های خصوصی توسط سکوه‌های اینترنتی نیز صادق است.^{۱۰۳} فیسبوک، گوگل و سایر سکوه‌های با موقعیت

JOURNALISM REV. (Mar. 3, 2017), <http://www.cjr.org/analysis/breitbart-media-trump-harvard-study.php>.

101- See Robert Cover, Violence and the Word, 95 YALE L.J. 1601 (1985).

102- See, e.g., Frank H. Easterbrook, Cyberspace and the Law of the Horse, 1996 U. CHI. LEGAL F. 207, 215-16 (1996).

با این استدلال که «خطا در قانون‌گذاری امری رایج است و هرگز بیشتر از زمانی که فناوری در حال پیشرفت است نبوده است. بیاید برای تطبیق یک سیستم حقوقی ناقص با دنیای در حال تکاملی که ما آن را ضعیف می‌دانیم، مبارزه نکنیم. در عوض اجازه دهید آنچه را که ضروری است انجام دهیم تا اجازه دهیم شرکت کنندگان در این دنیای در حال تحول، برای خود تصمیم‌گیری کنند».

۱۰۳- این استدلال در این ایده منعکس می‌شود که دولت‌ها باید «آزمایشگاه‌هایی برای دموکراسی» باشند، جایی که راه‌حل‌های مسائل اجتماعی را می‌توان بررسی کرد و بهترین آن‌ها را شناسایی کرد.

See *New State Ice Co. v. Liebmann*, 285 U.S. 262, 311 (1932) (Brandeis, J., dissenting)

با این استدلال که «یک دولت دلیر می‌تواند، در صورت رضایت شهروندان، به‌عنوان آزمایشگاه عمل کند؛ و آزمایش‌های جدید اجتماعی و اقتصادی را بدون خطر، برای کشور انجام دهد».

مشابه می‌توانند با بالا بردن هزینه‌های تغییر سکوها به دلیل تأثیرات شبکه‌ای، ترتیباتی غیردولتی که در برابر انتقادهای مشابه نسبت به اثرات انحصاری مقررات آسیب‌پذیر هستند را به کار ببندند.^{۱۰۴}

انتقادی شدیدتر نسبت به رویکرد قانونی در رابطه با اخبار جعلی این است که مقررات آزادی بیان تحت حمایت مقامات ایالتی، احتمالاً با متمم اول مغایرت دارند.^{۱۰۵} اگرچه استثنائاتی از مقررات آزادی بیان وجود دارند که تحت حمایت متمم اول نیستند، اما دعاوی کیفری و مدنی برآمده از آن‌ها تأثیری هرچند جزئی بر محیط قوی اخبار جعلی خواهند داشت.^{۱۰۶} یکی از نمونه‌های آزادی بیان که به طور خاص از شمول حمایت متمم اول حذف شده است، افترا است. افترا (بیان اظهارات ناصواب در مورد دیگری که به حیثیت او لطمه می‌زند) حمایت نشده است. در ظاهر به نظر می‌رسد می‌تواند به عنوان اقدامی مؤثر در جهت علاج اخبار جعلی به کار رود.^{۱۰۷} با این حال ممکن است در پاکسازی اخبار جعلی که مربوط به شخصیت‌های عمومی مثل سیاست‌مداران یا سلبریتی‌ها است مؤثر نباشد. برای این که یک چهره عمومی ادعای افترا را خنثی کند باید ثابت کند که نویسنده یا ناشر سوءنیت واقعی داشته است، اعم از آگاهی از نادرستی اطلاعات یا بی‌مسئولیتی و سر به هوایی که بسیار دشوار است.^{۱۰۸} همچنین افراد عادی نیز باید در ارزیابی نادرستی اطلاعات حتی اگر فقط سهل‌انگاری باشد تقصیر متهم را اثبات کنند.^{۱۰۹}

۱۰۴- بحث در مورد «Lock-in effect» که باعث می‌شود هزینه‌های سوئیچینگ در زمانی که داده‌های شخصی قابل حمل در سکوها نیستند بالا باشد.

But see Stan J. Liebowitz & Stephen E. Margolis, Are Network Externalities A New Source of Market Failure?, 17 RSCH. L. & ECON. 1, 12 (1995).

105- See, e.g., Derek E. Bambauer, What Does the Day After Section 230 Reform Look Like?, BROOKINGS TECHSTREAM (Jan. 22, 2021), <https://www.brookings.edu/techstream/what-does-the-day-after-section-230-reform-look-like>

با توجه به این که اصلاحیه اول، توانایی کنگره را برای تنظیم نحوه مدیریت محتوا توسط سکوها محدود می‌کند.

106- See U.S. v. Stevens, 559 U.S. 460, 468-69 (2014)

فهرست کردن گفتارهایی که می‌توانند بدون شروع بررسی متمم اول تنظیم شوند.

107- All Things Considered, What Legal Recourse Do Victims of Fake News Stories Have?, NPR, at 01: 04 (Dec. 7, 2016)

108- N.Y. Times v. Sullivan, 376 U.S. 254, 279-80 (1964).

109- See Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 323, 347 (1974)

فرا تر از اعمال مبتنی بر بیان استاندارد، چند مفسر ابزارهای قانونی جدیدی را برای مبارزه با اخبار جعلی پیشنهاد کرده‌اند. خبرنگار حقوقی ارشد ام اس ان بی سی^{۱۱۰} پیشنهاد کرده که کمیسیون تجارت فدرال^{۱۱۱} اخبار جعلی را تحت اختیارات قانونی خود تنظیم کند^{۱۱۲} که به کمیسیون تجارت فدرال اجازه می‌دهد اقدامات و اعمال ناعادلانه و یا فریبنده را در تجارت کنترل کند.^{۱۱۳} کمیسیون تجارت فدرال برای آن که شالوده محکمی برای قاعده‌مندی به دست آورد باید این استدلال نه چندان آسان را مطرح کند که اخبار جعلی یک محصول تجاری است. حتی اگر مردم اغلب برای خواندن آن پولی پرداخت نکنند.^{۱۱۴} «دیوید ولادک»^{۱۱۵} مدیر سابق دفتر حمایت از مصرف‌کننده کمیسیون تجارت فدرال می‌گوید: بعید است که کمیسیون تجارت فدرال بتواند استدلال قانع‌کننده‌ای در مورد ماهیت تجاری اخبار جعلی ارائه دهد. حتی در موارد برجسته مانند شوخی‌ای که توسط نوجوانان مقدونی برای دستاوردهای مالی طرح ریزی شده است نیز وضع به همین منوال است.^{۱۱۶}

راه حل دومی که توسط پروفیسور «نوح فلدمن»^{۱۱۷} طرح شده این است که افترا تحت شمول حمایت متمم اول قرار گیرد.^{۱۱۸} طبق این طرح کنگره یک حق شخصی ایجاد خواهد کرد مبنی بر این که

«تا زمانی که آن‌ها بدون تقصیر مسئولیتی را تحمیل نکنند، دولت‌ها ممکن است استاندارد مسئولیت مناسبی را برای ناشر یا پخش‌کننده دروغ افتراآمیز که به یک فرد خصوصی آسیب می‌زند» تعیین کنند.

110- MSNBC

111- FTC

112- Callum Borchers, How the Federal Trade Commission Could (Maybe) Crack Down on Fake News, WASH. POST (Jan. 30, 2017), https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2017/01/30/how-the-federaltrade-commission-could-maybe-crack-down-on-fake-news/?utm_term=.ce40f260d732.

113- 15 U.S.C § 45 (a) (1).

۱۱۴-Borchers، به پاورقی ۱۱۲ مراجعه کنید.

115- David Vladeck

۱۱۶- همان.

117- Noah Feldman

118- Noah Feldman, Opinion, Closing the Safe Harbor for Libelous Fake News, BLOOMBERG VIEW (Dec. 16, 2016, 9: 24 AM), <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-12-16/free-speech-libel-and-the-truthafter-pizzagate>.

اظهارات توهین آمیزی که در شبکه‌های اینترنتی به وجود می‌آیند، حذف شوند.^{۱۱۹} جهت جلوگیری از سوءاستفاده مردم از این حق (بر حذف اظهارات توهین آمیز) حکومت از طرفین می‌خواهد درباره این که آیا اظهارات دروغین و توهین آمیز هستند یا خیر قضاوت کنند و سپس از دادگاه تقاضا کنند حکم حذف را به موتورهای جستجو یا سایر سکوها‌های اینترنتی ارسال کنند.^{۱۲۰}

این راه حل ممکن است گفتارهایی را که مستحق حمایت هستند تهدید کند. نخست همان‌طور که فلدمن اشاره می‌کند، این امر مستلزم تغییر قوانینی است که ناشران اینترنتی را از مسئولیت ناشی از تولید و انتشار گفتار دیگران مصون می‌دارد.^{۱۲۱} قوی‌ترین سپر قانونی در این رابطه ماده ۲۳۰ قانون شایستگی ارتباطات است که ناشران و توزیع کنندگان را از بسیاری مسئولیت‌های مدنی ناشی از تولید و انتشار مطالب شخص ثالث و محتوای آن مصون می‌دارد.^{۱۲۲} از قضا این موضوع یکی از معدود موضوعات در قانون فناوری است که دموکرات‌ها و جمهوری خواهان تا حد زیادی بر سر آن توافق دارند. اگرچه در مورد نحوه اصلاح ماده ۲۳۰ اختلافات اساسی بیشان وجود دارد.^{۱۲۳} قوانینی که از این افراد (ناشران و غیره) در برابر مسئولیت محافظت می‌کند، تبادل آزاد اطلاعات و مذاکرات عمومی در اینترنت را ترویج می‌کنند.^{۱۲۴} پدیده اخبار جعلی اگرچه یک تهدید واقعی است اما آنقدرها جدی نیست که مستحق حمایت از جانب این کارگزاران اینترنتی باشد. در هر صورت، حذف این سپرهای قانونی در برابر مسئولیت ممکن است تهدیدی بزرگتر از خود اخبار جعلی در مباحثات دموکراتیک باشد.^{۱۲۵}

۱۱۹- همان.

۱۲۰- همان.

۱۲۱- همان.

122- 47 U.S.C. § 230.

123- See Jessica Guynn, Biden and Section 230: New Administration, Same Problems for Facebook, Google and Twitter as Under Trump, USA TODAY (Jan. 20, 2021), <https://www.usatoday.com/story/tech/2021/01/20/biden-trump-censorship-section-230-google-facebook-scrutiny/4238357001>.

124- See Derek E. Bambauer, Against Jawboning, 100 MINN. L. REV. 51, 63 (2015).

۱۲۵- پورن انتقام جویانه و برخی از انواع آزار و اذیت‌های سایبری مواردی هستند که تهدید ممکن است آنقدر شدید باشد که بتوان مسئولیتی را برای طرف‌هایی که پذیرای محتوای شخص ثالث هستند، در نظر گرفت. حتی

دوم آن که حتی اگر کنگره مسئولیت را از گردآوردندگان بیانات سلب کند، مخاطبان بیانات اشخاص ثالث همچنان حقوق ذیل متمم اول را دارا هستند که بر همان اساس نمی‌توان آن‌ها را طبق محاکمه‌ای که در آن دخالتی ندارند ارزیابی و قضاوت کرد.^{۱۲۶} محدود کردن اقدامات قضایی به مدعی افترا زده شده (طرف دعوا) و سخنران اصلی، حقوق گردآوردندگان مطالب را که در متمم اول ذکر شده است به طرز نابجایی نادیده می‌گیرد که مانند ناشران رسانه‌های سنتی حق دارند قبل از صدور مستقیم حکم دادگاه مبنی بر حذف مطالب توهین‌آمیز از سکوهاى خود، به دنبال احقاق حقوق خود باشند.^{۱۲۷}

در این صورت، مسئولیت باید تا حد امکان محدود شود و مثلاً برای فهرست کردن لینک‌هایی به وب‌سایت‌های پورنو انتقام جویانه، به گوگل تعمیم داده نشود.

See Danielle Keats Citron & Mary Anne Franks, *Criminalizing Revenge Porn*, 49 WAKE FOREST L. REV. 345, 347 (2014). But see Derek E. Bambauer, *Exposed*, 98 MINN. L. REV. 2025, 2055 (2014).

۱۲۶- براساس دیدگاه غالب، نتایج جستجو توسط اصلاحیه اول محافظت می‌شود. با این استدلال که همه نتایج موتورهای جستجو نباید از نظر قانون اساسی محافظت شوند.

See Eugene Volokh & Donald M. Falk, *First Amendment Protection for Search Engine Results-A White Paper Commissioned by Google* (UCLA Sch. of L., Research Paper No. 12-22, 2012), https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2055364; see also Jane R. Bambauer, *Is Data Speech?*, 66 STAN. L. REV. 57, 60 (2014) ; Derek E. Bambauer, *Copyright = Speech*, 65 EMORY L.J. 199, 201 (2015). But see Tim Wu, *Machine Speech*, 161 U. PA. L. REV. 1495, 1496-98 (2013) ; Oren Bracha & Frank Pasquale, *Federal Search Commission - Access, Fairness, and Accountability in the Law of Search*, 93 CORNELL L. REV. 1149, 1152 (2008) ; James Grimmelman, *Speech Engines*, 98 MINN. L. REV. 868, 912 (2014) ; Heather M. Whitney & Mark Robert Simpson, *Search Engines, Free Speech Coverage, and the Limits of Analogical Reasoning*, in *FORTHCOMING FREE SPEECH IN THE DIGITAL AGE*, 1, 14 (Susan J. Brison & Kath Gelber, eds., 2017)

با این استدلال که همه نتایج موتورهای جستجو نباید از نظر قانون اساسی محافظت شوند.

127- See Brief of Amici Curiae First Amend. and Internet Law Scholars in Support of Appellant, *Yelp, Inc.*, at 34, *Hassell v. Bird*, 247 Cal. App. 4th 1336 (Cal. 2017) (No. S235968), <http://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?filename=3&article=2463&context=historical&type=additional>

به طور خلاصه راه حل‌های حقوقی بیش از حد فراگیر هستند و مباحث عمومی پر مایه در اینترنت را به مراتب بیشتر از اخبار جعلی به مخاطره می‌اندازند. حتی اگر راه حل‌های قانونی ابزاری مؤثر برای مقابله با اخبار جعلی به نظر برسند با توجه به قدرت حمایت‌های بیانی تضمین شده توسط قانون اساسی، به کار بستن راه حل‌های حقوقی جدید دشوار خواهد بود. در نهایت پروپاگاندا متکی بر خلط حقیقت و باطل برای ترویج یک روایت است و بعید به نظر می‌رسد که راه‌حل‌های قانونی که مبتنی بر توانایی اثبات نادرستی اظهارات است، برای مهار کردن تولید و انتشار آن‌ها مؤثر باشد.

۳-۲- بازارها

بازارها از طریق تغییرات در قیمت، به تنظیم‌گری می‌پردازند که به نوبه خود مشخص می‌کند مردم کدام فعالیت‌ها و اهداف را دنبال می‌کنند. راه حل‌های مبتنی بر بازار می‌توانند به طور طبیعی در نتیجه تحولات در عرضه و تقاضا رخ دهند یا می‌توانند عمداً زمانی ایجاد شوند که دولت‌ها برای ترویج یا منع فعالیت‌های اقتصادی خاصی از طریق یارانه یا مالیات در بازارها مداخله می‌کنند.^{۱۲۸} منطق اساسی یا سازوکار محرک تنظیم از طریق بازارها این است که مردم به انگیزه‌های مالی پاسخ می‌دهند.

در پی انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا، گوگل اعلام کرد وب سایت‌هایی را که به انتشار اخبار جعلی می‌پردازند از استفاده از سکو تبلیغاتی خود منع می‌کند.^{۱۲۹} این تصمیم گوگل شامل «گوگل ادسنس»^{۱۳۰} هم می‌شود که به وب سایت‌ها اجازه می‌دهد تا از تبلیغات

با این ادعا که دادگاه حقوق متمدن اول Yelp را با دستور حذف محتوا بدون این که قبلاً فرصتی برای Yelp جهت اثبات حقوق خود در دادگاه فراهم کند، خلاصه کرده است.

۱۲۸- شایان ذکر است که مداخله دولت در بازارها از طریق یارانه و به‌ویژه مالیات دارای برخی از ویژگی‌های مرتبط مقررات قانونی از جمله تهدید به تحریم برای مالیات‌های پرداخت نشده است.

See U.S. v. Am. Library Ass'n, 539 U.S. 194, 199 (2003)

تأیید قانونی که کتابخانه‌ها را ملزم می‌کرد برای دسترسی به اینترنت، تخفیف‌های فدرال را دریافت کنند تا فیلترینگ‌های محتوای بزرگسالان را روی رایانه نصب کنند.

129- Nick Wingfield, Mike Issac, & Katie Benner, Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites, N.Y. TIMES (Nov. 14, 2016), <https://www.nytimes.com/2016/11/15/technology/google-will-ban-websites-thatost-fake-news-from-using-its-ad-service.html>.

130- Google AdSense

گردآوری شده توسط شخص ثالث در سایت‌های شان بهره ببرند.^{۱۳۱} تصمیم گوگل جهت محدودسازی دسترسی به «گوگل ادسنس» شیوه‌های تأمین بودجه‌ای که بسیاری از سایت‌های اخبار جعلی برای کسب سود از آن‌ها بهره می‌برند را تضعیف می‌کند.^{۱۳۲} گوگل با حذف برخی از انگیزه‌های مالی برای تولید اخبار جعلی به دنبال کاهش تعداد سایت‌های اخبار جعلی بود.^{۱۳۳}

تصمیم گوگل برای محدودسازی استفاده از «گوگل ادسنس» در جهت حذف سایت‌هایی که اخبار جعلی را به‌عنوان نمونه‌ای از روش‌های تنظیم‌گری از طریق بازارها می‌دانند، احتمالاً جامع و مانع نخواهد بود. نخست، تعیین مرز بین شوخی و طنز پیچیده است.^{۱۳۴} بسیاری از مفسران در باب این که کجا طنز تمام می‌شود و چه موقع شوخی آغاز می‌شود اختلاف نظر دارند.^{۱۳۵} برای مثال پل هورنر ناشر جعلی سی ان ان متهم به تداوم شوخی شده است. در حالی که دیگران سایت او را به‌عنوان طنز می‌شناسند.^{۱۳۶} این احتمال وجود دارد که محدودیت‌های گوگل حداقل در برخی موارد بسیار گسترده باشد و حداقل در نقاط خاکستری بین دسته‌بندی‌ها تولید طنز را کاهش دهد. نگرانی این است که محدودیت‌های کوتاه مدت منجر به راه‌های فراگیری می‌شوند که به گفتارهایی که مستحق حمایت هستند نیز اشاعه می‌یابد.

در عین حال، راه‌های مبتنی بر بازار گوگل احتمالاً آنچنان فراگیر نخواهد بود چراکه به انگیزه‌هایی که آزار اینترنتی و پروپاگاندا را قدرتمند می‌سازند، دسترسی پیدا نمی‌کند. در توضیحات این

۱۳۱- همان.

۱۳۲- همان.

۱۳۳- تصمیم گوگل برای حذف دستگاه تأمین مالی، کاملاً یک راه حل مبتنی بر بازار نیست. با همه این‌ها، انگیزه این تصمیم گوگل، تلاش برای ترویج شهروندی دیجیتال خوب بود. به نظر می‌رسد که گوگل به هنجارهایی در مورد نحوه عملکرد سکوها، یا حداقل، تا حدی به نیروهای غیربازار پاسخ می‌دهد. مانند انگیزه‌ها و مقاصد، راه حل‌ها می‌توانند ترکیب شوند که بحث را پیچیده‌تر می‌کند.

134- See infra Parts II.A-C.

135- Kyle Wiggers, Researchers Develop AI that Distinguishes Between Satire and Fake News, VENTUREBEAT (Nov. 5, 2019), <https://venturebeat.com/2019/11/05/researchers-develop-ai-that-distinguishes-between-satire-and-fake-news>.

136- Robert G. Parkinson, Fake News? That's a Very Old Story, WASH. POST. (Nov. 5, 2016), https://www.washingtonpost.com/opinions/fake-news-thats-a-very-old-story/2016/11/25/c8b1f3d4-b33011e6-8616-52b15787add0_story.html.

پژوهش نشان دادیم که چگونه آزار اینترنتی و پروپاگاندا^{۱۳۷} به شدت توسط انگیزه‌های غیرمالی برانگیخته می‌شوند. این امر راه حل‌های بازار را در مقابله با این دو گونه، بی‌اثر می‌کند. محدودیت‌های استفاده از «گوگل ادسنس» فقط تولید اخبار جعلی که دارای انگیزه‌های مالی کافی برای تولید هستند را کاهش می‌دهد. مانند شوخی‌هایی که توسط نوجوانان مقدونی با اهداف کاملاً اقتصادی بودند.

به علاوه «یوناتان آربل»^{۱۳۸} پیشنهاد می‌کند که توسل به راه حل‌های مبتنی بر بازار مثل «پاداش‌های حقیقت» رویکرد بهتری نسبت به توسل به راه حل‌های قانونی مثل گسترش قوانین موجود در باب افترا برای اخبار جعلی هستند.^{۱۳۹} بنابر گفته‌های آربل، پاداش‌های حقیقت جوایزی هستند که روزنامه نگاران و نشریات به هر کسی که بتواند جعلی بودن یک قضیه را اثبات کند، ارائه می‌دهند.^{۱۴۰} این جوایز ذاتاً مبتنی بر بازار هستند. چرا که به خلق انگیزه‌های مالی مضاعف جهت تولید گزارش‌های واقعی می‌پردازند. البته پاداش‌های حقیقت طبق قانون الزامی نیست؛ با این حال آربل ادعا می‌کند که بسیاری از نشریات به جهت تأثیرات زنجیره‌ای پاداش‌های حقیقت، از این سیستم استفاده می‌کنند.^{۱۴۱} به این معنا که نشریاتی که جوایزی بابت اثبات تحریف وقایع ارائه نمی‌دهند، حاکی از ارائه اطلاعاتی با کیفیت پایین‌تر هستند. پس ممکن است عموم مردم با تردید بیشتری به آن‌ها بنگرند.^{۱۴۲}

با وجود آن که پاداش‌های حقیقت آربل خلاقانه و مفید است به نظر نمی‌رسد که کاملاً طیف اخبار

۱۳۷- این مسئله که آیا آزار اینترنتی و پروپاگاندا را تنظیم کنیم یا خیر، بحث جداگانه‌ای است. آزار اینترنتی ممکن است مدافعانی داشته باشد، اما به نظر می‌رسد پروپاگاندا (تقریباً طبق تعریف) چیزی است که جامعه می‌خواهد آن را کاهش دهد.

See John Maxwell Hamilton & Kevin R. Kosar, Call It What It Is: Propaganda, POLITICO (Oct. 8, 2020), <https://www.politico.com/news/magazine/2020/10/08/government-communication-propaganda-427290>
 138- Yonathan Arbel
 139- Yonathan Arbel, *Slicing Defamation by Contract*, U. CHI. L. REV. ONLINE (2020), <https://lawreviewblog.uchicago.edu/2020/03/30/slicing-defamation-by-contract-by-yonathan-arbel>.

۱۴۰- همان.

۱۴۱- همان.

۱۴۲- همان.

جعلی را برطرف کند. پاداش‌های حقیقت شاید در مورد شوخی‌هایی که حاوی اطلاعات احتمالاً نادرست هستند مؤثر باشند. به همین منظور ناشران وب سایت‌های انتشاردهنده شوخی‌ها باید جوایزی درخصوص اثبات تحریف آن‌ها در نظر بگیرند که بعید به نظر می‌رسد. با این حال فقدان پاداش‌های حقیقت در وب سایت‌های انتشاردهنده شوخی، ممکن است خود القاء‌کننده این مسئله به مخاطبان احیاناً فریب خورده باشد که اطلاعات این وب سایت ممکن است معتبر نباشد. پاداش‌های حقیقت در از بین بردن اثرات پروپاگاندا خفیف‌تر عمل می‌کند. این مسئله عمدتاً به این دلیل است که پروپاگاندا در یک منطقه خاکستری از حقیقت قرار دارد که اثبات نادرستی محتوای آن را اگر نگوییم غیرممکن، بسیار دشوار می‌کند. تولیدکنندگان پروپاگاندا می‌توانند اطلاعات واقعی را به گونه‌ای ارائه دهند که منجر به نتیجه‌گیری‌های غیرقابل توجیه و نابجا از جانب خوانندگان گردد. همان‌طور که در بسیاری از داستان‌های مربوط به وضعیت سلامتی «هیلاری کلینتون» چنین بود.^{۱۴۳} اگرچه پاداش‌های حقیقت نمی‌تواند تمام مسائل مربوط به اخبار جعلی را رفع کند، اما می‌تواند اعتماد را به برخی نشریات معتبر قدیمی بازگرداند یا میزان اعتماد را نسبت به آن‌ها بالا ببرد. به همین خاطر است که برخی نشریات مثلاً نیویورک تایمز برای اثبات تحریف گزارش‌هایش، پاداش‌های قابل توجهی در نظر می‌گیرد.

روی هم رفته راه حل‌های مبتنی بر بازار تنها اندکی مؤثر هستند. آن‌ها در برابر شوخی‌ها، جایی که انگیزه‌های تولید عمدتاً مالی هستند و محتواها قطع به یقین نادرست‌اند، عملکرد بهتری دارند. با این حال صرف بررسی انگیزه‌های مالی تولید محتوا ایمنی اندکی در برابر آزار اینترنتی و پروپاگاندا که انگیزه از خلق آن‌ها عمدتاً غیرمالی است، ارائه می‌دهند.

۳-۳-۳- کد دستوری

کدهای دستوری در زمینه اینترنت از طریق واقعیت‌های فیزیکی (یا دیجیتالی) محیط محدود می‌شود که شامل هر دو ویژگی‌های ساخته شده و پیدا شده جهان است. «این که نمی‌توانم دیدم را از دیوارها عبور دهم، محدودیتی بر توانایی من در تجسس است. این که نمی‌توانم ذهن تو را بخوانم، محدودیتی بر

143- Lisa Lerer, No, Hillary Clinton Is Not Having a Seizure in That Video, Says AP Reporter Who Was There, CHI. TRIB. (Aug. 12, 2016, 7: 40 PM), <https://www.chicagotribune.com/opinion/commentary/ct-hillaryclinton-health-20160812-story.html>.

توانایی من در دانستن این است که آیا حقیقت را به من می‌گویی یا نه».^{۱۴۴} بنابراین «لری لسیگ» مصادیقی از واقعیت‌های ساخته شده (دیوارها) و یافت شده (قوانین طبیعت) را ارائه می‌دهد که کنش‌های ما را تنظیم می‌کند.^{۱۴۵} براساس دیدگاه لسیگ، حدوث حوادث غیرمترقبه در محیط دیجیتال می‌تواند ارزش‌های مشخصی را ترویج یا ممنوع کند.^{۱۴۶} از آنجایی که کد همیشه ساخته می‌شود و هرگز چیزی نیست که یافت شود، برای سازندگانش موقعیتی فراهم می‌کند تا محیطی را ایجاد کنند که ارزش‌های مشخصی همچون حریم خصوصی، آزادی بیان و... را ارتقاء می‌بخشد.^{۱۴۷} به همین نحو، از آنجایی که محیط دیجیتال در معرض تغییر و تحول است، منافع ملی یا جمعی می‌تواند طرز کار آن را جهت حذف یا تغییر این ارزش‌ها به کار گیرد.^{۱۴۸} بنابراین نظریه تعیین تکنولوژیک اینترنت که باید ارزش‌های مثبت را ترویج کند هم نادرست و هم خطرناک است، چراکه جوامع دیجیتال را بر این باور می‌اندازد که بیان آزاد یکی از ویژگی‌های ذاتی اینترنت است.^{۱۴۹}

ساختار بخش «تایم لاین»^{۱۵۰} فیسبوک نشان می‌دهد که چگونه می‌توان رفتار را از طریق کد، محدود کرد. ساز کارهای گزینش فیسبوک که داستان‌های مشخصی را با هزینه دیگران ترویج می‌کند نقش مهمی در تعیین آنچه در فیسبوک خوانده و به اشتراک گذاشته می‌شود بازی می‌کند. مطالب گزیده شده احتمالاً بیشتر از مطالب حذف شده مورد توجه قرار می‌گیرند. فیسبوک با تصمیم‌گیری در این مورد که کدام محتوا برای نمایش به کاربران انتخاب می‌شود، قوانین بازی را تعیین می‌کند. استفاده فیسبوک از هر دو سازوکارهای گزینش انسانی (دستی) و الگوریتمی بحث برانگیز است.^{۱۵۱} زمانی که فقط انسان‌ها به

۱۴۴- Lessig, پاورقی ۹۹، ۶۶۳. پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

۱۴۵- همان.

۱۴۶- همان.

۱۴۷- همان.

۱۴۸- همان.

۱۴۹- بیان آزاد در اینترنت در حال حاضر بسیار آشکارتر از زمانی است که لسیگ برای اولین بار کد را در سال ۱۹۹۸ میلادی منتشر کرد.

See EVGENY MOROZOV, THE NET DELUSION 263 (1st ed., 2012).

150- Time line

151- Nick Hopkins, Revealed: Facebook's Internal Rulebook on Sex, Terrorism and Violence, THE GUARDIAN (May 21, 2017), <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/21/facebook-internal-rulebook-sex-terrorism-violence>

تشخیص اخبار مناسب جهت نمایش به کاربران می‌پرداختند نگرانی‌هایی در مورد سوءگیری وجود داشت. به‌عنوان مثال یک گزارش «گیزمودو»^{۱۵۲} ادعا کرد که متصدیان فیسبوک اغلب دیدگاه‌های محافظه کارانه سیاسی را از بین می‌برند.^{۱۵۳} در پاسخ، کمیته بازرگانی سنای ایالات متحده آمریکا (به رهبری سناتور جمهوری خواه جان تون)^{۱۵۴} تحقیقی را در مورد این که آیا در فیسبوک گزارش‌های محافظه کارانه به عمد از بین رفته‌اند یا گزارش‌های لیبرال‌تر عمداً اضافه شده‌اند، راه اندازی کرد.^{۱۵۵} این نگرانی در میان جمهوری خواهان به یک باور تقریباً همه جانبه مبنی بر تعصب تبدیل شده است.^{۱۵۶}

فیسبوک در پاسخ به نگرانی‌های یاد شده درخصوص سوءگیری، فرآیند گزینش خود را تغییر داد. به نحوی که سازوکار گزینش انسانی کمتر استفاده شود و خودکارتر گردد.^{۱۵۷} اما با کاهش نقش ویراستاران و سازوکارهای انسانی شوخی‌ها در فیسبوک رونق گرفتند.^{۱۵۸} در این زمینه خبر جعلی از «مجین کلی»^{۱۵۹} در فضای مجازی همه گیر شد که نشان می‌داد از «هیلاری کلینتون» حمایت کرده است. به همین خاطر از فاکس نیز اخراج شد.^{۱۶۰} فیسبوک برای مطالبی که کلیک و اشتراک‌گذاری ایجاد می‌کنند بهینه شده

//www.theguardian.com/news/2017/may/21/revealed-facebook-internalrulebook-sex-terrorism-violence

152- Gizmodo

153- Michael Nunez, Senate GOP Launches Inquiry into Facebook's News Curation, GIZMODO (May 10, 2016), <http://gizmodo.com/senate-gop-launches-inquiry-into-facebook-s-news-curati-1775767018>.

154- John Thune

۱۵۵- همان.

156- See David French, The Right's Message to Silicon Valley: 'Free Speech for Me, but Not for Thee', TIME (Jan. 16, 2021), <https://time.com/5930281/right-wing-silicon-valley-free-speech>; Cecilia Kang & David McCabe, Big Tech Was Their Enemy, Until Partisanship Fractured the Battle Plans, N.Y. TIMES (Oct. 6, 2020), <https://www.nytimes.com/2020/10/06/technology/lawmakers-big-tech-power-bipartisan.html>.

157- See French, supra note 157; Kang & McCabe, supra note 157; see also Search FYI: An Update to Trending, FACEBOOK (Oct. 16, 2016), <https://newsroom.fb.com/news/2016/08/search-fyi-an-update-totrending>.

۱۵۸- Caplan، به پاورقی شماره ۴۲ مراجعه کنید.

159- Megyn Kelly

۱۶۰- همان.

است.^{۱۶۱} اخبار جعلی باعث می‌شود که کاربران با صحنه گذاشتن بر سوءگیری‌ها، محتوای آن‌ها را بازنشر دهند که به نوبه خود باعث تکثیر آن اخبار از طریق این سکو مجازی می‌گردد.^{۱۶۲}

تمایز میان طنز و اشکال مخرب‌تری از اخبار جعلی مستلزم قضاوت انسانی است (حداقل در وضعیتی که سازکار گزینش انسانی نیست). بافت فضای مجازی به تنهایی قادر به ایجاد تمایز دقیق میان طنز و شوخی‌ها نیست. همچنین راه حل مناسبی برای پروپاگاندا نیز به حساب نمی‌آید. درهرحال، ساختار فعلی سکوها شبکه‌های مجازی به گونه‌ای است که نه تنها انتشار اخبار جعلی را محدود نمی‌کند بلکه روند انتشار آن‌ها را تسهیل می‌کند. باز هم باید ذکر گردد که این مسئله تا حد زیادی ناشی از بهینه‌سازی الگوریتم‌های فیسبوک و سایر شبکه‌های اجتماعی برای نمایش مطالبی است که کاربران به اشتراک می‌گذارند. اخبار جعلی اغلب به جهت پروردن دیدگاه‌های از پیش موجود یا ایجاد التهاب و تنش در سطح جامعه محبوب هستند. هنگامی که این اتفاق می‌افتد، کاربران احتمالاً اخبار جعلی را در شبکه‌های خود به اشتراک می‌گذارند.^{۱۶۳} اخبار جعلی اغلب به جهت پروردن دیدگاه‌های از پیش موجود یا ایجاد التهاب و تنش در سطح جامعه محبوب هستند.^{۱۶۴} هنگامی که این اتفاق می‌افتد، کاربران احتمالاً اخبار جعلی را در شبکه‌های خود به اشتراک می‌گذارند. بنابراین ممکن است کد، به تنهایی به جای بهبود مشکل آن را بدتر کند.

۳-۴- هنجارها

هنجارهای اجتماعی طرز رفتار افراد را با تحت فشار قرار دادن آن‌ها برای انطباق با معیارها و شیوه‌های رفتاری خاص محدود می‌کند.^{۱۶۵} آن‌ها به نحوه ارتباط ما با یکدیگر شکل می‌دهند و به نظر می‌رسد یک روش

۱۶۱- Frischmann & Selinger، به پاورقی شماره ۷۸ مراجعه کنید.

۱۶۲- همان.

163- See Brett Frischmann & Mark Verstraete, We Need Our Platforms to Put People and Democratic Society Ahead of Cheap Profits, RECODE (June 16, 2017), <https://www.recode.net/2017/6/16/15763388/facebook-fake-news-propaganda-federated-social-network-bbc-trus-surveillance-capitalism>.

۱۶۴- همان.

165- ROBERT ELLICKSON, ORDER WITHOUT LAW (1991) ; see also Lisa Bernstein, Opting Out of the Legal System, 21 J. LEGAL STUD. 115 (1992).

غیررسمی و نقطه شروع مفیدی برای سامان‌دهی اخبار جعلی هستند. برای مثال «شانا شیفرین»^{۱۶۶} از هنجار صداقت در گفتار ما با دیگران طرفداری می‌کند.^{۱۶۷} جالب توجه اینجاست که او ادعا می‌کند؛ این «وظیفه صداقت» از ابهام ذهنی دیگران و نیاز اخلاقی ما به درک یکدیگر ناشی می‌گردد.^{۱۶۸} این مسئله به خوبی با مشکل اصلی برای طبقه‌بندی کردن اخبار جعلی (که عمدتاً ناشی از آن است که محتوای ذهنی، خصوصی است) مطابقت دارد. این شباهت تحلیلی، درونی‌سازی هنجارهای صداقت را به نقطه شروع خوبی برای ریشه‌یابی اخبار جعلی که به نظر ما آسیب‌زا است، تبدیل می‌کند. اگرچه پیچیدگی‌های خودش را دارد.

اول، هنجارها به صورت درون‌زاد و طبیعی به وجود می‌آیند و در نتیجه قابل طراحی و برنامه‌ریزی نیستند.^{۱۶۹} برخلاف قواعد حقوقی، ایجاد آن‌ها سخت و یا شاید غیرممکن باشد. این که باید هنجارهای مشخصی داشته باشیم یک مسئله است و این که هنجارهای مذکور را عملی کنیم مسئله‌ای دیگر.^{۱۷۰} این مسئله یک محدودیت عملی در اعمال هنجارهای حاکم بر رفتار است. دوم، هنجارها اغلب گنگ و گوناگون هستند. وقتی صحبت از محدودیت‌های آزادی بیان می‌شود، عقل سلیم (و آنچه طبق قانون اساسی بر حکومت، هنگام تنظیم بیان لازم است) این است که تنظیم‌گری تا حد امکان با یک آسیب عینی و ملموس ربط داشته باشد.^{۱۷۱} اما نگرانی از آن است که مقررات از ارزش‌های بنیادین و آزادی بیان تجاوز کنند. همین طور از آن جایی که

166- Seana Shiffirin

167- SEANA SHIFFRIN, SPEECH MATTERS: ON LYING, MORALITY, AND THE LAW 184 (2014).

۱۶۸- همان.

169- Cristina Bicchieri & Ryan Muldoon, Social Norms, in STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY (2011), <https://plato.stanford.edu/entries/social-norms>

۱۷۰- این چالش برای مشکلات مبارزه با نقض حق نسخه‌برداری در شبکه‌های همتا به همتا متمرکز شده بود.

See generally Yuval Feldman & Janice Nadler, The Law and Norms of File Sharing, 43 SAN DIEGO L. REV. 577 (2006).

۱۷۱- این ساختار تجزیه و تحلیل دقیق برای گفتار است.

See *Brown v. Ent. Merchs. Ass'n*, 564 U.S. 786, 799 (2011)

با توجه به «زمانی که قانونی محدودیتی را بر محتوای سخنان محافظت شده اعمال می‌کند، بی‌اعتبار است مگر این که [دولت] بتواند نشان دهد که نظارت دقیقی را انجام می‌دهد» یعنی مگر این که با منافع دولت توجیه شود و به طور محدود به خدمت کشیده شود.

هنجارها مبهم هستند، احتمالاً هنجار صداقت تمام انواع اخبار جعلی را دربربگیرد (حتی «آیون» که یک نمونه از طنز است و ارزش محافظت کردن دارد). در نهایت همان‌طور که برخی از مفسران اشاره کرده‌اند اجرای هنجارها به صورت برخط در محیط مجازی ممکن است دشوار باشد.^{۱۷۲}

۴- گامی رو به جلو

اخبار جعلی پدیده پیچیده‌ای است که در برابر راه حل‌های ساده یا سریع مقاومت نمی‌کند. هرگونه اقدامی باید با ارائه واکنشی قوی نسبت به اخبار جعلی تعادل دقیق ایجاد کند و در عین حال ضرری بیش از اطلاعات نادرست به بار نیورد. در این بخش ما به ارائه الگوهای بالقوه‌ای برای تولید یک سری اقدامات می‌پردازیم. در عین حال ادعان می‌کنیم که هر یک از این الگوها تنها بخشی از مشکل را حل می‌کند و همچنین در نظر داریم که به جای تأیید هر یک از این الگوها یا حتی پیشنهاد به کارگیری آن‌ها به صورت گروهی، به این مسئله پردازیم که این پیشنهادها چه بحث و گفت‌وگوهایی در باب چگونگی ساختار و راه حل‌ها و مبادلاتی که ایجاد خواهند کرد را به وجود می‌آورند. ما این اقدامات الگوواره را همان‌طور که قبلاً در طبقه‌بندی اخبار جعلی انجام دادیم براساس چهار روش لسینگ آماده می‌کنیم.

۴-۱- قانون

مداخلات قانونی در اخبار جعلی به دو صورت توسط خود قانون محدود شده است: دکترین متمم اول و قانون موضوعه فدرال.

مسئولیت توزیع و انتشار اخبار جعلی توسط قانون اساسی محدود شده است. آزادی بیان سیاسی در قلب حمایت متمم اول آمده است^{۱۷۳} و دیوان عالی اخیراً بررسی دقیق‌تری در مورد بیان تجاری به‌عنوان یک موضوع عملی اعمال کرده است.^{۱۷۴} حتی از محتوای سیاسی آشکارا نادرست نیز به‌شدت محافظت

172- See, e.g., Jessa Lingel & danah boyd, "Keep it Secret, Keep it Safe": Information Poverty, Information Norms, and Stigma, 64 J. AM. SOC'Y INFO. SCI. & TECH. 981 (2013).

173- See U.S. v. Alvarez, 567 U.S. 709, 711 (2012).

174- See, e.g., Sorrell v. IMS Health, 564 U.S. 552, 572 (2011) (prescription information) ; Matal v. Tam, 137 S.Ct. 1744, 1767 (2017) (trademarks) ; Expressions Hair Design v. Schneiderman, 137 S.Ct. 1144, 1150 (2017) (credit card surcharge statements) ; see generally Jane R. Bambauer & Derek E. Bambauer, Information Libertarianism, 105 CALIF. L. REV. 335 (2017).

می‌شود.^{۱۷۵} همین طور قوانین موضوعه فدرال همچون ماده ۲۳۰ قانون شایستگی ارتباطات^{۱۷۶} و فصل دوم قانون کپی رایت هزاره دیجیتال^{۱۷۷} مسئولیت ناشران و توزیع کنندگان (نه نویسندگان) مطالب زیانبار و ناقص کپی رایت را محدود می‌کند. علاوه بر این افزایش مسئولیت برای اخبار جعلی به احتمال زیاد مؤثر نخواهد بود. سکوها با امری طاقت‌فرسا در نظارت بر سیل اطلاعاتی که هر روز به سرورهای شان ارسال می‌شود مواجه می‌گردند.^{۱۷۸} یک قضاوت قابل ملاحظه می‌تواند برای یک سایت، مخرب و ویرانگر باشد.^{۱۷۹} اکثر نویسندگان را نمی‌شود قضاوت کرد (قادر به پرداخت خسارت به مقادیر بالا نیستند) و شناسایی آن‌ها ممکن است دشوار یا خارج از دسترسی دادگاه‌های ایالات متحده آمریکا باشند. در مجموع در ایالات متحده آمریکا اتفاق نظر وجود دارد که محیط اطلاعاتی اینترنتی با پایین آوردن مسئولیت و نه با افزایش آن بهتر عمل می‌کند.^{۱۸۰}

با این حال این اجماع یک رویه کارآمد را که قانون می‌تواند برای مقابله با اخبار جعلی ایجاد کند برجسته می‌نماید. مصونیت اعطاء شده تحت ماده ۲۳۰ به منظور ایجاد انگیزه برای واسطه‌ها در جهت نظارت بر محتواهای دردسرسازترین در سکوهاى شان بدون واهمه از ایجاد مسئولیت برای انجام این وظیفه

175- See N.Y. Times v. Sullivan, 376 U.S. 254, 279-80 (1964) ; Alvarez, 567 U.S. at 709.

176- 47 U.S.C. § 230.

177- 17 U.S.C. § 512.

178- See generally H. Brian Holland, In Defense of Online Intermediary Immunity: Facilitating Communities of Modified Exceptionalism, 56 KAN. L. REV. 369 (2008) ; David S. Ardia, Free Speech Savior or Shield for Scoundrels: An Empirical Study of Intermediary Immunity Under Section 230 of the Communications Decency Act, 43 LOY. L.A. L. REV. 373 (2010).

179- See Sydney Ember, Gawker, Filing for Bankruptcy After Hulk Hogan Suit, is for Sale, N.Y. TIMES (June 10, 2016), <https://www.nytimes.com/2016/06/11/business/media/gawker-bankruptcy-sale.html>.

180- See generally Eric Goldman, Online User Account Termination and 47 U.S.C. § 230 (c) (2), 2 U.C. IRVINE L. REV. 659 (2012).

ممکن است آسیب‌هایی وجود داشته باشد که مصونیت ماده ۲۳۰ را محدود کند، اما اخبار جعلی هنوز به آن سطح نمی‌رسد.

See generally Danielle Citron, Revenge Porn and the Uphill Battle to Pierce Section 230 Immunity (Part II), CONCURRING OPINIONS (Jan. 25, 2013), <https://concurringopinions.com/archives/2013/01/revenge-porn-and-the-uphill-battle-to-pierce-section-230-immunity-part-ii.html>.

بود.^{۱۸۱} با این حال در سال‌های اخیر برخی از مصونیت‌های ماده ۲۳۰ حذف شده‌اند که منجر به ریسک و بلا تکلیفی در سکوها شده است.^{۱۸۲} اصلاحات قانونی می‌تواند شکاف‌های ماده ۲۳۰ در باب مصونیت را پر کند و در عین حال ریسک و هزینه سکوها را کاهش دهد. همان‌طور که مواردی مانند شکایت علیه وب سایت‌های «ریپوف ریپورت»^{۱۸۳} و «یلپ»^{۱۸۴} نشان می‌دهد شرکت‌های اینترنتی ممکن است با پیامدهای قانونی ناشی از انتشار هم اطلاعات واقعی و هم اطلاعات ظاهراً غیر واقعی مواجه شوند. افزایش مصونیت‌ها این امکان را به سکوها می‌دهد تا با اطمینان نسبت به این که تصمیمات شان در معرض شکایت و خسارت‌گیری قرار نمی‌گیرند، اطلاعات را از فیلتر عبور دهند.

به‌ویژه کنگره می‌تواند سه تغییر مشخص را در ماده ۲۳۰ اعمال کند. اولین تغییر در ماده ۲۳۰ (e) (۳) به شرح زیر خواهد بود: طبق مقررات، هنگامی که قوانین ایالتی یا محلی در مغایرت با این ماده است، هیچ ادله‌ای برای طرح دعوا مسموع نخواهد بود و هیچ مسئولیتی نمی‌تواند تحمیل گردد. دادگاه باید هرگونه ادله این چنینی برای طرح دعوا را یا خودش یا بنا به درخواست یکی از طرفین رد کند (تغییر در دست بررسی).^{۱۸۵} این امر به دادگاه‌ها اجازه می‌دهد دعاوی برخلاف مصونیت ماده ۲۳۰ را با صلاحدید خود و

181- See Zeran v. Am. Online, 129 F.3d 327, 330 (4th Cir. 1997).

182- See Eric Goldman, Ten Worst Section 230 Rulings of 2016 (Plus the Five Best), TECH. & MKTG. L. BLOG (Jan. 4, 2017), <https://blog.ericgoldman.org/archives/2017/01/ten-worst-section-230-rulings-of-2016-plus-the-five-best.htm>; Eric Goldman, The Regulation of Reputational Information, in THE NEXT DIGITAL DECADE: ESSAYS ON THE FUTURE OF THE INTERNET 293 (Berin Szoka & Adam Marcus eds., 2010).

183- Ripoff Report

See Vision Sec. v. Xcentric Ventures, No. 2: 13-cv-00926-CW-BCW (D. Utah Aug. 27, 2015), <http://digitalcommons.law.scu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2036&context=historical>.

184- Yelp

See Tim Cushing, California Appeals Court Reaffirms Section 230 Protections in Lawsuit Against Yelp for Third-Party Postings, TECHDIRT (July 19, 2016), <https://www.techdirt.com/articles/20160716/14115134996/california-appeals-court-reaffirms-section-230-protections-lawsuit-against-yelp-third-party-postings.shtml>.

۱۸۵- حروف کج نشان‌دهنده متن اضافه شده است. این تغییر همچنین اولین جمله از ماده ۲۳۰ را حذف می‌کند و دو کاما به جمله دوم اضافه می‌کند.

بدون آن که نیاز باشد خواننده به خواهان پاسخی دهد یا متحمل هزینه‌های قضایی گردد، رد کند. به علاوه این تغییر تأکید می‌کند که تمرکز بر قوانینی است که با ماده ۲۳۰ ناسازگاری دارند و تشویق ضمنی دادگاه‌ها برای یافتن راه حلی در جهت سازگار کردن قوانین با ماده ۲۳۰ هدف نیست.

دوم آن که کنگره می‌تواند از طریق بهره‌برداری از استثنائات وارده بر دعاوی مالکیت فکری^{۱۸۶}، سرپیچی از قوانین مربوط به مسئولیت ماده ۲۳۰ را کاهش دهد. برای وکلای شاکیان خلاق (سازنده اثر فکری) که در بیشتر حوزه‌های قضایی حق تقدم پیدا نمی‌کنند، راحت است که دلایل ارتکاب جرم را که باید از قبل عاری از مصونیت ماده ۲۳۰ گردند را شرح دهد.^{۱۸۷} برای مثال یک دعوی افترا می‌تواند به‌عنوان ناقض حق بر شهرت خواهان مورد تجدیدنظرخواهی واقع گردد. در اکثر ایالات متحده آمریکا، حق بر شهرت به‌عنوان یک حق مالکیت فکری تلقی می‌گردد که از استفاده از نام یا شباهت دیگری در جهت منافع مالی یا تجاری جلوگیری می‌کند.^{۱۸۸} کنگره می‌تواند ماده ۲۳۰ (e) (۲) را به گونه‌ای تغییر دهد تا فقط به دعاوی مبتنی بر قوانین مالکیت فکری فدرال اجازه دهند مصونیت را دور بزنند. با تغییر متن بدین صورت: «هیچ ماده‌ای در این بخش نباید به گونه‌ای تفسیر شود که قوانین مربوط به مالکیت فکری فدرال را محدود کند یا گسترش دهد» (تغییر در دست بررسی). تغییر پیشنهادی منجر به سلب حق اقامه دعوا به طور کلی نمی‌شود بلکه با حذف دعاوی مبتنی بر قوانین ایالتی، دامنه آن را کاهش می‌دهد.

در نهایت کنگره می‌تواند معطف‌ترین استثناء را که عبارت است از: «مسئول دانستن کلی یا جزئی متهمان به جهت تولید و یا توسعه دادن اطلاعات توسط دادگاه‌ها» مستثناء کرده و به مصونیت ماده ۲۳۰ بازگرداند.^{۱۸۹} دادگاه‌ها از «مسئولیت جزئی برای تولید و توسعه اطلاعات» استفاده کرده‌اند تا سکوها را به جهت فعالیت‌هایی همچون اجازه به بارگذاری اطلاعات تولید شده توسط کاربران^{۱۹۰} و یا حتی تمرکز بر نوع خاصی از اطلاعات مسئول بدانند.^{۱۹۱} منطقی‌ترین سکوها همیشه تا حدی مسئول تولید یا توسعه اطلاعات

186- IP

187- Compare Perfect 10 v. CCBill, 488 F.3d 1102, 1107 (9th Cir. 2007) (preempting state IP claims under Section 230), with Universal Commc'ns Sys. v. Lycos, Inc., 478 F.3d 413, 418 (1st Cir. 2007) (permitting state IP claims under Section 230).

188- See, e.g., CAL. CIV. CODE § 3344 (2019).

189- 47 U.S.C. § 230 (f) (3).

190- See, e.g., Fair Hous. Council of San Fernando Valley v. Roommates.com, 521 F.3d 1157, 1163 (9th Cir. 2008).

191- See, e.g., NPS LLC v. StubHub, 25 Mass. Law Rep. 478, 480 (Mass. Sup. Ct. 2006).

است. این سکوها، مجمعی را فراهم کرده که توسط آن محتوا تولید و منتشر می‌شود و ذاتاً این سکوها هستند که برای اولویت‌بندی محتواهای مشخص و ایجاد انگیزه برای پخش آن‌ها در سراسر شبکه تصمیم‌گیری می‌کنند. مثلاً الگوریتم‌های فیسبوک اطلاعاتی را برجسته می‌نمایند که احتمالاً باعث ایجاد تعامل میان کاربران می‌گردند. اگر این فعالیت مصونیت ماده ۲۳۰ را از بین ببرد، قانون را از بین برده است. یک نسخه قابل قبول از اصلاحات قانونی، ماده ۲۳۰ (f) (۳) را به شرح زیر تغییر خواهد داد: اصطلاح «ارائه‌دهنده اطلاعات» به شخص یا نهادی اطلاق می‌شود که مسئولیت کامل برای تولید یا توسعه اطلاعات ارائه شده از طریق اینترنت یا هر سرویس ارتباطی رایانه‌ای دیگر را برعهده دارد (تغییر در دست بررسی). اگر با این تغییر به نظر می‌رسد که نویسندگان یا پدیدآوردندگان اصلی اخبار جعلی با این استدلال که کاملاً مسئول تولید آن نیستند از مسئولیت فرار کنند، کنگره می‌تواند اصلاحات محدودتری را با تغییر متن قانونی به شرح زیر اتخاذ کند: اصطلاح «ارائه‌دهنده اطلاعات» به شخص یا نهادی اطلاق می‌شود که مسئولیت اصلی برای تولید یا توسعه اطلاعات ارائه شده از طریق اینترنت یا هر سرویس ارتباطی دیگر را برعهده دارد (تغییر در دست بررسی).

این وضعیت مسئولیت را بر دوش نهادی که بیشترین تقصیر در تولید اطلاعات موردنظر را دارد، می‌گذارد. این اصلاحات پیشنهادی نسبت به مصونیت ماده ۲۳۰، با کاهش مسئولیت قانونی سکوها، اینترنتی و تشویق واسطه‌ها به فیلترینگ اخبار جعلی، بدون ریسک شکایت یا خسارت، قانون را تحت کنترل در می‌آورد.

۴-۲- بازارها

راه حل‌های مبتنی بر بازار، نقطه شروع مطلوبی برای مدیریت اخبار جعلی هستند. یکی از گونه‌های اخبار جعلی (شوخی‌ها) به خوبی نسبت به تغییرات ساختار اقتصادی که تولیداتشان را تحت الشعاع قرار می‌دهد، واکنش نشان می‌دهند. بسیاری از سازندگان شوخی‌ها عمدتاً (یا صرفاً) با سود بالقوه‌ای که این اخبار جعلی می‌تواند به بار آورد، برانگیخته می‌شوند. به همین خاطر اقداماتی که منجر به تغییر در سودآوری اخبار جعلی می‌شوند، باید منجر به تولید شوخی‌های کمتری هم گردند.

با وجود این، صرف پرداختن به انگیزه‌های اقتصادی که در تولید شوخی‌ها نقش دارند، ناقص جلوه می‌کند. اول، سایر انواع اخبار جعلی در مقابل انگیزه‌های اقتصادی منعطف نیستند. برای مثال پروپاگاندا عمدتاً توسط انگیزه‌های غیرمالی هدایت و کنترل می‌شود. بنابراین راه‌هایی که منجر به تغییر ساختارهای انگیزشی مالی می‌شوند بعید هستند که تولید پروپاگاندا را تغییر دهند. دوم، این تنها

نویسندگان نیستند که انگیزه مالی در تولید اخبار جعلی دارند بلکه سکوها نیز در جهت انتشار اخبار جعلی برای منفعت مالی بهینه شده‌اند. پرداختن به انگیزه‌های اقتصادی سکوها و رسانه‌های اجتماعی، مستلزم اقدامات مبتنی بر بازار متفاوتی نسبت به اقداماتی است که برای سازندگان شوخی‌ها در نظر گرفته می‌شود. برخی از اخبار جعلی ممکن است در جهت سرمایه‌داری نظارتی باشند؛ الگوی اقتصادی زیربنایی بسیاری از سکوهای اینترنتی که از جمع‌آوری داده‌ها و استفاده از آن‌ها در راستای ارائه تبلیغات کسب درآمد می‌کنند.^{۱۹۲} از این منظر اخبار جعلی و سایر روایاتی که با قوای ادراکی ما در جهت بیشتر شدن بازخوردها و کلیک‌ها بازی می‌کنند، راز الگوی کسب و کار فیسبوک هستند. چراکه این اطلاعات منجر به افزایش فعالیت کاربران شده که به نوبه خود این اجازه را به فیسبوک می‌دهد تا تبلیغات خود را به صورت مؤثرتری طراحی کند. درک اخبار جعلی به‌عنوان نمودی از این مسائل ساختاری مستلزم آن است که راه حل‌ها یک ساختار انگیزشی کاملاً جدید را به سکوها‌های دیجیتال معرفی کنند.

شناسایی انگیزه‌های اقتصادی که زیربنای شبکه‌های اجتماعی اختصاصی هستند، تلاش‌هایی را در جهت ایجاد جایگزین‌های غیربازاری موجب شده است. شبکه‌های اجتماعی فدرال همچون «دیاسپورا»^{۱۹۳} به‌عنوان جایگزینی برای فیسبوک و دیگر سکوها‌های اختصاصی معرفی شدند.^{۱۹۴} این ترتیبات شبکه‌های اجتماعی، حفاظت از حریم شخصی کاربران را نشان می‌دهد چراکه الگوی کسب و کار آن‌ها به نحوی است که نیاز به جمع‌آوری گسترده داده‌های کاربران ندارد.^{۱۹۵} همین‌طور شبکه‌های اجتماعی که متکی بر جمع‌آوری داده‌های کاربران نیستند، به‌طور بالقوه بخش و گسترش شوخی‌هایی را که باعث تعامل میان کاربران و افزایش سودآوری سکوها می‌شوند، محدود می‌کند. با این حال، این شبکه‌ها از نظر

192- Evgeny Morozov, Moral Panic Over Fake News Hides the Real Enemy - The Digital Giants, THE GUARDIAN (Jan. 7, 2017), <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/jan/08/blaming-fake-news-notthe-answer-democracy-crisis>; see also Frischmann & Selinger, Why It's Dangerous to Outsource Our Critical Thinking to Comput., THE GUARDIAN (Dec. 10, 2016), <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/10/google-facebook-critical-thinking-computers>.

193- Diaspora

194- See Welcome to Diaspora*, DIASPORA* FOUND., <https://diasporafoundation.org> (last visited Mar. 21, 2022).

195- Christopher Shea, Is a Social Network that Doesn't Share User Data Possible? We Asked Someone Who's Trying,

موقعیت کاربران و سرمایه هنوز به موقعیتی دست نیافته‌اند که حتی شروع به رقابت با وب سایت‌هایی مثل فیسبوک می‌کنند.^{۱۹۶} اما شبکه‌های اجتماعی جایگزین غیرمبتنی بر بازار ممکن است ایجاد و پخش پروپاگاندا را محدود نکنند.^{۱۹۷}

یک گام رو به جلو این است که یک نهاد رسانه‌ای مورد اعتماد مانند شرکت پخش تلویزیون بریتانیا یک سکوی شبکه اجتماعی ایجاد کند که تأمین مالی آن از طریق تبلیغات نباشد و از سواد رسانه‌ای خود برای قضاوت در مورد محتواهای خبری استفاده کند.^{۱۹۹} این استراتژی حداقل دو مزیت دارد. اول، در حالی که مدل تأمین مالی غیرتجاری راه حلی برای مقابله با شوخی‌ها ایجاد می‌کند، شایان ذکر است که بودجه شرکت پخش تلویزیون بریتانیا توسط دولت بریتانیا تأمین نمی‌شود؛ بلکه در عوض از طریق مجوزهای اختصاصی که هر خانواده‌ای برای تماشای زنده تلویزیون بابت آن‌ها پرداخت می‌کند، تأمین مالی می‌گردد.^{۲۰۰} این ساختار بودجه‌ای، شرکت پخش تلویزیون بریتانیا را از تحت فشار قرار گرفتن برای

196- See Will Oremus, *The Search for the Anti-Facebook*, SLATE (Oct. 28, 2014),

http://www.slate.com/articles/technology/future_tense/2014/10/ello_diaspora_and_the_anti_facebook_why_alternative_social_networks_can.html; JIM DWYER, *MORE AWESOME THAN MONEY: FOUR BOYS AND THEIR HEROIC QUEST TO SAVE YOUR PRIVACY FROM FACEBOOK* (2014).

۱۹۷- به‌عنوان مثال، داعش پس از حذف توئیتر، از شبکه دیاسپورا برای پخش تبلیغات استفاده کرده است.

Islamic State Shifts to New Platforms After Twitter Block, BBC NEWS (Aug. 21, 2014), <http://www.bbc.com/news/world-middle-east-28843350>

معماری غیرمتمرکز شبکه باعث شده است که سازمان دهندگان آن نتوانند به طور مؤثر به آن پاسخ دهند یا محتوای داعش را حذف کنند.

Islamic State Fighters on Diaspora*, DIASPORA* FOUND.: BLOG (Aug. 20, 2014), <https://blog.diasporafoundation.org/4-islamic-state-fighters-ondiaspora>.

198- BBC

199- Brett Frischmann, *Understanding the Role of the BBC as a Provider of Public Infrastructure* (Cardozo Legal Studs. Research Paper No. 507, 2017), https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2897777

از بی‌بی‌سی می‌خواهم که ایجاد یک شبکه رسانه اجتماعی را در نظر بگیرد.

see Frischmann & Verstraete, *supra* note 164.

200- See *The Licence Fee*, BBC, <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/licencefee> (last visited Mar.21, 2022).

ترویج اقوال حکومتی مصون می‌دارد. اگرچه درنهایت به اجرای آن توسط حکومت بستگی دارد. این الگوی مجوزگیری، همچنین یک سکو شبکه اجتماعی را از انگیزه‌های اقتصادی که فیسبوک را مجبور به انتخاب شوخی‌ها و سایر اخبار جعلی به منظور افزایش سودآوری می‌کند، مصون می‌دارد. دوم، شرکت پخش تلویزیون بریتانیا می‌تواند راه حلی برای اخبار جعلی با انگیزه‌های غیرمالی به خصوص پروپاگاندا ارائه دهد. شرکت پخش تلویزیون بریتانیا دارای کارکنان نخبه‌ای متشکل از سردبیران و روزنامه نگاران است که می‌توانند قضاوت‌های تفسیری نه چندان راحتی در مورد پروپاگاندا داشته باشند. ویراستاران تخصص لازم را برای تشخیص این که آیا یک روایت بی‌اساس است و صرفاً برای فریب مردم منتشر شده است یا نه را دارند.^{۲۰۱}

اگرچه جزئیات بسیاری برای کاربری طرح جدیدی وجود دارد اما راه حلی برای اخبار جعلی چه با انگیزه مالی چه غیر آن فراهم می‌کند. با این حال این راه حل دارای محدودیت‌هایی است. سکو شبکه اجتماعی شرکت پخش تلویزیون بریتانیا ممکن است مانند شبکه‌های اجتماعی فدرال نتواند کاربران زیادی را جذب کند. شبکه‌های اجتماعی توسط اثرات شبکه اداره می‌شوند که سکوهایی با کاربران بیشتر را نسبت به سکوهایی با کاربران اندک مطلوب‌تر می‌کند.^{۲۰۲} همچنین ممکن است دشوار باشد تا مردم را زمانی که همه دوستان و اقوام‌شان هنوز از فیسبوک استفاده می‌کنند، از فیسبوک محروم کنیم.^{۲۰۳} اجرای الگوی مجوزگیری، ممکن است نیازمند اقدام دولت برای اجرای هرگونه مقرر جهت خرید مجوز باشد،

201- Andrew M. Guess, Michael Lerner, Benjamin Lyons, Jacob M. Montgomery, Brendan Nyhan, Jason Reifler & Neelanjan Sircir, A Digital Media Literacy Intervention Decreases Discernment Between Mainstream and False News in the United States and India, 117 PROC. NAT. ACAD. SCI. 15536, 15536 (2020)

با توجه به این که رسانه‌های اجتماعی فاقد کنترل‌های ویرایشی کلاسیک هستند.

202- Mark A. Lemley & David McGowan, Legal Implications of Network Economic Effects, 86 CALIF. L. REV. 479, 483-85 (1998)

(توضیح اثرات شبکه).

۲۰۳- برخی از مفسران سعی کرده‌اند با معرفی انواع مختلف قابلیت حمل داده، برخی از مشکلات اثرات شبکه را حل کنند.

See Gabriel Nicholas, Taking it With You: Platform Barriers to Entry and the Limits of Data Portability, 27 MICH. TECH. L. REV. 263 (2021).

مدیریت پرداخت‌های مجوزها می‌تواند هزینه بر باشد^{۲۰۴} و در نهایت تحمیل هزینه مجوزها به کاربران به خصوص زمانی که فیسبوک رایگان است، ممکن است نامطلوب باشد.

۴-۳- کد دستوری

اقدامات مبتنی بر کد دستوری به نظر می‌رسند توانایی قابل توجهی در مدیریت اخبار جعلی دارند.^{۲۰۵} سکوهاى اینترنتی که سازوکارهای اصلی توزیع این اطلاعات هستند به وسیله کد دستوری قدرت اجرایی پیدا می‌کنند. کد آنچه مجاز و آنچه ممنوع است یا آنچه برجسته و قابل توجه است و آنچه (اگر وجود داشته باشد) برای بازیابی به ویراستاران انسانی ارجاع داده می‌شود را تعیین می‌کند. در حالی که نرم‌افزار کد نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه در جهت توسعه و رفع اشکالات آن دارد، به کارگیری خودش تقریباً بدون هزینه است. کد به صورت خودکار و پیوسته اجرا می‌شود. الگوریتم‌های پیچیده‌تر ممکن است در طول زمان قادر به فراگیری باشند و آن‌ها را قادر می‌سازد تا دقت خود را بهبود ببخشند.^{۲۰۶}

با این حال، کد اشکالاتی نیز دارد. در حال حاضر حتی برنامه‌های پیچیده نیز در تجزیه و تحلیل زبان انسانی دشواری‌هایی دارند. نرم‌افزار در ریزه کاری‌ها و محتوا به چالش کشیده می‌شود. یک خبر جعلی و یک گزارش واقعی اصطلاحات احتمالاً مشابهی دارند اما در معنی بسیار متفاوت‌اند.^{۲۰۷} کد لاجرم خطا

204- Jim Waterson, How is the BBC Funded and Could the Licence Fee Be Abolished?, THE GUARDIAN (Dec. 16, 2019), <https://www.theguardian.com/media/2019/dec/16/qa-how-the-bbc-is-funded-by-tv-licences>

توضیح می‌دهد که چگونه بریتانیا الزامات مجوز را برای بی‌بی‌سی اجرا می‌کند.

205- Kyle Wiggers, Microsoft Claims its AI Framework Spots Fake News Better than State-of-the-Art Vaselines, VENTUREBEAT (Apr. 7, 2020), <https://venturebeat.com/2020/04/07/microsoft-ai-fake-news-betterthan-state-of-the-art-baselines>. But see Samuel Wooley, We're Fighting Fake News AI Bots by Using More AI. That's a Mistake, MIT TECH. REV. (Jan. 8, 2020), <https://www.technologyreview.com/2020/01/08/130983/were-fighting-fake-news-ai-bots-by-using-more-ai-thats-a-mistake>.

206- Karen Hao, What Is Machine Learning?, MIT TECH REV. (Nov. 17, 2018), <https://www.technologyreview.com/2018/11/17/103781/what-is-machine-learning-we-drew-youanotherflowchart>.

۲۰۷- Wiggers، به باورقی شماره ۱۳۵ مراجعه کنید.

می‌کند. اخبار واقعی را به عنوان اخبار جعلی و اخبار جعلی را به عنوان واقعی طبقه‌بندی می‌کند. نرم‌افزارها باگ‌هایی دارند و انسان تلاش می‌کند از آن‌ها استفاده کند.

با این حال، راه حل‌های مبتنی بر کد پتانسیل کاهش اثرات اخبار جعلی را دارند. جای تعجب نیست که تعدادی از سکویهای اینترنتی فرآیند آزمایش اقدامات مبتنی بر نرم‌افزار را آغاز کرده‌اند. تویتر یک ضابطه اولیه برای شناسایی اخبار جعلی ایجاد کرده است. کاربران می‌توانند توییت‌هایی با اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده را حذف و یا از فهرست خارج کنند.^{۲۰۸} این شرکت در حال حاضر از طریق الگوریتم‌ها و یا ارتباط با منابع معتبر (و یا غیرمعتبر شناخته شده)، در تلاش برای شناسایی ویژگی‌هایی است که نشان می‌دهد یک توییت، خبر جعلی است.^{۲۰۹} فیسبوک با کمک کاربران برای شناسایی پست‌های مشکوک و همیاری ناظران مستقل برای تصمیم‌گیری‌های نهایی، اقدام به برجسب‌گذاری پست‌ها به عنوان اخبار جعلی کرده است.^{۲۱۰} شبکه اجتماعی ممکن است براساس این قضاوت‌ها رویت‌پذیری اخبار جعلی را در سیگنال‌های کاربران کاهش دهد.^{۲۱۱} با این حال منتقدان، تلاش‌های فیسبوک را اگر نگوییم معکوس، بی‌اثر دانسته‌اند.^{۲۱۲} گوگل صفحه اخبار خود را مجدداً طراحی کرده است. به نحوی که واقعیت

208- Elisabeth Dwoskin, Twitter is Looking for Ways to Let Users Flag Fake News, Offensive Content, WASH. POST (June 29, 2017), <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2017/06/29/twitter-is-looking-for-ways-to-let-users-flag-fake-news>.

۲۰۹- همان.

210- How is Facebook Addressing False Information Through Independent Fact-Checkers?, FACEBOOK, <https://www.facebook.com/help/733019746855448> (last visited Mar. 21, 2022); Amber Jamieson & Olivia Solon, Facebook to Begin Flagging Fake News in Response to Mounting Criticism, THE GUARDIAN (Dec. 15, 2016), <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/15/facebook-flag-fake-news-fact-check>.

۲۱۱- FACEBOOK، به پاورقی شماره ۲۱۰ مراجعه کنید.

212- Sam Levin, Facebook Promised to Tackle Fake News. But the Evidence Shows It's Not Working, THE GUARDIAN (May 16, 2017), <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/16/facebook-fake-news-stools-not-working>.

سنجی بیشتری نسبت به اطلاعات سایت‌های ثالث صورت بگیرد.^{۲۱۳} این فرآیند را نیز نسبت به نتایج جستجوی خود به کار گرفته است^{۲۱۴} و کاربران گوگل می‌توانند پیشنهادهای خودکار موتور جستجو را به‌عنوان اخبار جعلی علامت‌گذاری کنند.^{۲۱۵}

تاکنون سکوها تلاش کرده‌اند با تولید اطلاعات مرتبط با اخبار جعلی، آن‌ها را با استفاده از الگوریتم‌ها ریشه‌یابی کنند. اما سایر واکنش‌های مبتنی بر کد نیز امکان‌پذیر هستند. برای مثال شرکت‌ها می‌توانند از بازخوردهای کاربران برای شناسایی این که اطلاعات در کجای جدول زمانی توئیتر یا فید خبری فیسبوک نمایش داده می‌شوند یا درواقع آیا اصلاً در آنجا ظاهر می‌شود یا نه استفاده کنند. سایت خبری «اسلش‌دات»^{۲۱۶} به کاربران منتخب این امکان را می‌دهد تا نظرات را با در نظر گرفتن خوب یا بد بودن اداره کنند؛ این امتیاز باعث افزایش یا کاهش رویت پذیری نظرات (کامنت) می‌گردد.^{۲۱۷}

به‌طور مشابه سکوها می‌توانند منابع یا خود اخبار جعلی شناخته شده را با «اثر انگشت» یا با ارزیابی آن‌ها با استفاده از الگوریتم‌ها شناسایی و حذف کنند.^{۲۱۸} در حالی این اقدامات مستلزم تصمیم‌گیری‌های نهادی (وابسته به نظر شخصی) توسط شرکت‌های اینترنتی است که اکثر آن‌ها از قبل برخی اطلاعات را

213- Joseph Lichterman, Google News Launches a Streamlined Redesign That Gives More Prominence to Fact Checking, NIEMANLAB (June 27, 2017), <http://www.niemanlab.org/2017/06/google-news-launchesastreamlined-redesign-that-gives-more-prominence-to-fact-checking>.

214- April Glaser, Google is Rolling Out a Fact-Check Feature in its Search and News Results, VOX (Apr. 8, 2017), <https://www.vox.com/2017/4/8/15229878/google-fact-check-fake-news-search-news-results>

215- Hayley Tsukayama, Google's Asking You for Some Help to Fix its 'Fake News' Problem, WASH. POST (Apr. 25, 2017), <https://www.washingtonpost.com/news/the-switch/wp/2017/04/25/googles-asking-you-forsome-help-to-fix-its-fake-news-problem>.

216- Slashdot

217- CmdrTaco, Slashdot Moderation, SLASHDOT, <https://slashdot.org/moderation.shtml> (last visited Mar. 21, 2022).

۲۱۸- به‌عنوان مثال، گوگل از سیستم Content ID خود برای اسکن ویدیوهای آپلود شده در یوتیوب استفاده می‌کند تا مطالبی را که ممکن است حق نسخه‌برداری را نقض کند شناسایی کند.

How Content ID Works, YOUTUBE, <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=en> (last visited Mar. 21, 2022)

سانسور می‌کنند. فیسبوک برهنگی را مجاز نمی‌داند.^{۲۱۹} گوگل پورنوگرافی کودکان^{۲۲۰} و برخی خاص که ناقض حریم خصوصی افراد هستند را حذف می‌کند.^{۲۲۱} توییتر به سمت پاکسازی مطالب انزجار آفرین حرکت کرده است.^{۲۲۲} از آنجایی که آن‌ها از قبل اطلاعات خوب و بد را مشخص می‌کنند سایت‌ها می‌توانند کاربران را براساس محتوایی که پست می‌کنند جریمه کنند یا به آن‌ها پاداش دهند. افرادی که به انتشار اخبار واقعی می‌پردازند می‌توانند اطلاعات و عملکرد حساب‌های کاربری خود را در معرض بازدید بیشتری از جانب کاربران قرار دهند. در حالی که آن‌هایی که به طور مداوم به انتشار اخبار جعلی مشغول‌اند ممکن است کلاً از استفاده از سایت‌ها محروم شوند. در نهایت ممکن است سکوها براساس منابع اطلاعات شان با یکدیگر تفاوت‌های زیادی پیدا کنند. نیویورک تایمز (به‌عنوان اخبار واقعی) و آنیون (به‌عنوان طنز) می‌توانند در لیست سفید واقع شوند در حالی که «اینفووارز»^{۲۲۳} و «نچرال نیوز»^{۲۲۴} (به‌عنوان اخبار جعلی) می‌توانند در لیست سیاه قرار گیرند.

این رویکرد طیف گسترده‌ای از اطلاعات را برای تجزیه و تحلیل بیشتر دربرمی‌گیرد، اما می‌تواند از کد حداقلی برای پردازش موارد آسان استفاده کند. راه حل‌های مبتنی بر کد محدودیت دارند اما به‌عنوان بخشی از یک استراتژی برای مدیریت اخبار جعلی می‌توانند امیدبخش باشند.

۴-۴-۴-۴-۴ هنجارها

هنجارها ابزارهای تنظیم‌گری قوی هستند. آن‌ها پس از ایجاد برای تنظیم‌کنندگان تقریباً هزینه‌ای ندارند،

219- See Julia Angwin & Hannes Grassegger, Facebook's Secret Censorship Rules Protect White Men from Hate Speech but Not Black Children, PROPUBLICA (June 28, 2017), <https://www.propublica.org/article/facebook-hate-speech-censorship-internal-documents-algorithms>.

220- Robinson Meyer, The Tradeoffs in Google's New Crackdown on Child Pornography, THE ATLANTIC (Nov. 18, 2013), <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/11/the-tradeoffs-in-googles-newcrackdown-on-child-pornography/281604>.

221- Removal Policies, GOOGLE SEARCH HELP, <https://support.google.com/websearch/answer/2744324?hl=en> (last visited Mar. 21, 2022).

222- Twitter Takes New Steps to Curb Abuse, Hate Speech, CBS NEWS (Feb. 7, 2017), <http://www.cbsnews.com/news/twitter-crack-down-on-abuse-hate-speech>.

223- InfoWars

224- Natural News

به نحو گسترده‌ای از طریق سازوکارهای اجتماعی اجرا می‌شوند و ممکن است توسط اهداف خود در جهت خود اجرایی درونی شوند. با این حال، همین ویژگی استفاده از آن‌ها را دشوار می‌کند. ایجاد، تغییر و پروراندن هنجارها مسئله‌ای چالش برانگیز است. کمپین‌های علیه سیگار به خوبی عمل کردند^{۲۲۵} در حالی که کمپین‌های علیه نقض کپی رایت و دانلود غیرمجاز شکست خوردند.^{۲۲۶} تغییرات در هنجارها همانند تعامل میان آن‌ها و سایر روش‌های تنظیم‌گری غیرقابل پیش‌بینی است. بخشی از عملکرد سکوهایی چون گوگل و فیسبوک در بررسی حقایق داستان‌های خبری بر هنجارها متکی است. اگر کاربران هنجار راستی‌آزمایی اطلاعات را درونی نکنند، تمام این تلاش‌ها بی‌ثمر خواهند بود و این تلاش‌ها باید با این واقعیت در نظر گرفته شوند که اخبار جعلی برای برخی کاربران محبوبیت دارند. به‌ویژه زمانی که تأثیری بر باورها یا اطلاعات قبلی آن‌ها داشته باشد.^{۲۲۷} هنجار راستی‌آزمایی با تمایل به اعتبار بخشیدن به اطلاعات تأییدکننده اطلاعات قبلی و رد دیدگاه‌های مخالف، در تضاد است.^{۲۲۸} به علاوه بررسی حقایق ممکن است برای افرادی که اطلاعات نادرست به‌عنوان بخش اصلی هویت و وابستگی‌های گروهی آن‌ها عمل می‌کند، بی‌ربط باشد. بنابراین در حالی که مقابله با اخبار جعلی توسط یک کارآفرین مطلوب است، احتمال موفقیت آن نامشخص است.^{۲۲۹}

225- See, e.g., Benjamin Alamar & Stanton A. Glantz, Effect of Increased Social Unacceptability of Cigarette Smoking on Reduction in Cigarette Consumption, 96 AM. J. PUB. HEALTH 1359 (2006).

226- See John Tehranian, Infringement Nation: Copyright Reform and the Law/Norm Gap, 2007 UTAH L. REV. 537, 539 (2007) ; Stuart P. Green, Plagiarism, Norms, and the Limits of Theft Law: Some Observations on the Use of Criminal Sanctions in Enforcing Intellectual Property Rights, 54 HASTINGS L.J. 167, 171 (2002).

227- See Gordon Pennycook, Tyrone D. Cannon & David G. Rand, Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News, 147 J. EXPERIMENTAL PSYCH.: GEN. 1865 (2018).

228- See David Braucher, Fake News: Why We Fall for It, PSYCH. TODAY (Dec. 28, 2016), <https://www.psychologytoday.com/blog/contemporary-psychoanalysis-in-action/201612/fake-news-why-wefall-it>; Elizabeth Kolbert, Why Facts Don't Change Our Minds, NEW YORKER (Feb. 19, 2017), <http://www.newyorker.com/magazine/2017/02/27/why-facts-dont-change-our-minds>.

229- See generally Cass R. Sunstein, Social Norms and Social Roles, 96 COLUM. L. REV. 903 (1996).

یک اقدام مبتنی بر هنجار این است که سکوها از شهرت و اعتبار خود برای مبارزه با اخبار جعلی استفاده کنند. در حال حاضر نهادهایی مثل گوگل و فیسبوک وظایفی همچون ریشه‌یابی اطلاعات نادرست یا مباحثه درباره آن‌ها را به نهادهای دیگری همچون «اسنوپس»^{۲۳۰} و یا «آسوشیتدپرس»^{۲۳۱} محول کرده‌اند.^{۲۳۲} علامت‌گذاری موضوعات به‌عنوان موضوع مناقشه برانگیز یا نمایش موضوعات پیشنهادی در کنار آن‌ها، نوعی تفسیر ضمنی توسط سکوها است. با این حال این مسئله یکی از مواردی است که نقش واسطه‌ها را تا حد زیادی مخفی می‌کند به‌ویژه از آنجایی که اطلاعات برخلاف واقع علامت متفاوتی می‌خورند. گوگل در میان سایرین تلاش می‌کند نتایج جستجوی خودش را به جای مصنوعی بودن، طبیعی جلوه دهد.^{۲۳۳} تحقیقات نشان می‌دهد علامت‌گذاری تنها بخشی از اطلاعات مناقشه برانگیز به‌عنوان اطلاعات مشکوک، اعتماد خوانندگان را به سایر اطلاعات و داده‌ها بالا می‌برد.^{۲۳۴}

با این حال سکوها می‌توانند در موضع‌گیری مقابل اخبار جعلی مستقیم‌تر و صریح‌تر عمل کنند.^{۲۳۵}

230- Snopes

231- The Associated Press

232- Daniel Funke, The AP Isn't Abandoning its Fact-Checking Partnership with Facebook. It's Expanding It, POYNTER (Apr. 9, 2019), <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/the-ap-isnt-abandoning-itsfactchecking-partnership-with-facebook-its-expanding-it>

233- See generally Dave Davies, The Death of Organic Search (As We Know It), SEARCH ENGINE J. (Mar. 29, 2017), <https://www.searchenginejournal.com/death-organic-search-know/189625>.

234- See Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, & David G. Rand, The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings, 66 MGMT. SCI. 4944, 4948 (2020). But see Antino Kim, Patricia L. Moravec, & Alan R. Dennis, Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings, 36 J. MGMT. INFO. SYS. 931 (2019)

در این مورد که رتبه‌بندی برای زیرمجموعه‌ای از مقالات باعث افزایش شک و تردید در مورد مقالات بدون رتبه‌بندی می‌شود.

۲۳۵- فیسبوک نقشی مستقیم در تصمیم‌گیری در مورد این که چه محتوایی را در فیدهای خبری خود مجاز کند، یا حذف کند ایفاء می‌کند و به دنبال مدل پیچیده‌ای است که اجازه انتقاد از گروه‌ها، اما نه از گروه‌های فرعی، را

یکی از محققان اینترنت به نام «اوگنی موروزوف»^{۲۳۶} یک الگو بالقوه را ارائه می‌دهد.^{۲۳۷} در سال ۲۰۱۲ میلادی او از گوگل خواست در مخالفت با تئوری‌های نامعتبری از جمله آنچه توسط جنبش ضدواکسن و طرفداران تئوری توطئه یازدهم سپتامبر منتشر شده است، موضع شفاف‌تری اتخاذ کند.^{۲۳۸} پیشنهاد موروزوف سانسور نیست. او از تغییر نتایج جستجو و یا حذف اخبار جعلی حمایت نمی‌کند. در عوض می‌خواهد که سکوها به کاربران خود هشدار دهند که در معرض رصد کردن اطلاعات نادرست هستند و طریقی جایگزین برای آن‌ها فراهم کنند که صحت آن تأیید شده باشد.^{۲۳۹} او پیشنهاد می‌کند، هرگاه نتایج جستجویی که برای کاربران نمایش داده می‌شود در برادرنده سایت‌هایی باشد که توسط افراد قلبایی و یا توطئه‌پردازان اداره می‌شوند، گوگل یک علامت بزرگ قرمز رنگ نمایش دهد و از کاربران بخواهد احتیاط کنند و قبل از تصمیم‌گیری، فهرستی از منابع معتبر که قبلاً ایجاد شده‌اند را بررسی کنند.^{۲۴۰} موروزوف خاطر نشان می‌کند که گوگل در حال حاضر برای کاربران در برخی کشورها هنگامی که درباره خودکشی یا اطلاعات خودآزاری همانند جستجو می‌کنند، به روشی مشابه مداخله می‌کند^{۲۴۱} و زمانی که بیشترین جستجو درباره کلمه «یهودی»^{۲۴۲} توسط یک سایت متعلق به یک گروه نئونازی اتفاق افتاد، گوگل در نتایج جستجوی خود یک گزینه عدم مسئولیت را افزود.^{۲۴۳} همین‌طور

می‌دهد. با این حال، معیارهای سایت ندرتا صریح یا شفاف هستند. مراجعه کنید به Angwin & Grassegger، پاورقی شماره ۲۱۹.

236- Evgeny Morozov

237- Evgeny Morozov, Warning: This Site Contains Conspiracy Theories, SLATE (Jan. 23, 2012), <https://slate.com/technology/2012/01/anti-vaccine-activists-9-11-deniers-and-googles-social-search.html>.

۲۳۸- همان.

۲۳۹- همان.

۲۴۰- همان.

۲۴۱- همان و همچنین:

Helping You Find Emergency Information When You Need It, GOOGLE: BLOG (Nov. 11, 2010).

242- Jew

243- See Danny Sullivan, Google In Controversy Over Top-Ranking for Anti-Jewish Site, SEARCH ENGINE WATCH (Apr. 24, 2004), <https://www.sew.us.com/2004/04/24/google-in-controversy-over-top-ranking-for-anti-jewish-site/>.

گوگل پیشنهادات تکمیلی خودکار خود را در جستجوها هنگامی که شامل اظهارات توهین آمیز درباره یهودیان، مسلمانان و زنان می‌شد تغییر داد.^{۲۴۴} با گسترش الگوی موروزوف سکوها می‌توانند با مانع شدن از ارائه اخبار جعلی و ارائه اطلاعات جایگزین در حساب‌های خود، با اخبار جعلی و نتایج حاصل از آن مقابله کنند.^{۲۴۵} کاربران ممکن است به انکار صریح فیسبوک نسبت به اخبار جعلی بیشتر از تجزیه و تحلیل یک شخص ثالث غیر مرتبط مثل «آسوشیتدپرس» توجه کنند. در واقع سکوها از اعتبار خود در مقابل اخبار جعلی بهره می‌برند.

این پیشنهاد اشکالاتی نیز دارد.^{۲۴۶} اول، سکوها را ملزم می‌کند تا در برابر اخبار جعلی، موضعی مشخص اتخاذ کنند (کاری که حتی در موارد شفاف جعلی بودن خبر تمایلی به انجام آن نداشتند).^{۲۴۷} زمانی که اخبار جعلی محبوب هستند، مخالفت با آن‌ها ممکن است سکوها را نامردمی جلوه دهد که برای شرکت‌های سهامی عام در بازار رقابتی کاری دشوار است. دوم، بهترین (ویا شاید تنها) کارکرد آن مقابله با روایات و نتایجی است که آشکارا و به‌طور موثق نادرست هستند.^{۲۴۸} شواهد تجربی وجود دارد که زمین

//searchenginewatch.com/sew/news/2065217/google-in-controversy-over-topranking-for-anti-jewish-site.

244- Samuel Gibbs, Google Alters Search Autocomplete to Remove 'Are Jews Evil' Suggestion, THE GUARDIAN (Dec. 5, 2016, 10: 00 AM), <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/05/google-alterssearch-autocomplete-remove-are-jews-evil-suggestion>.

۲۴۵- Danny Sullivan پیشنهاد مشابهی را برای خنثی کردن نتایج به دست آمده هنگام جستجوی عبارت Santorum در Bing ارائه کرد.

Danny Sullivan, Why Does Microsoft's Bing Search Engine Hate Rick Santorum?, SEARCH ENGINE LAND (Feb. 8, 2012), <http://searchengineland.com/why-does-bing-haterick-santorum-110764>.

246- See generally Adam Thierer, Do We Need a Ministry of Truth for the Internet?, FORBES (Jan. 29, 2012), <https://www.forbes.com/sites/adamthierer/2012/01/29/do-we-need-a-ministry-of-truth-for-theinternet/#20ea49d91f51>.

247- See Jeff John Roberts, A Top Google Result for the Holocaust Is Now a White Supremacist Site, FORTUNE (Dec. 12, 2016), <http://fortune.com/2016/12/12/google-holocaust>.

248- See Hunt Allcott & Matthew Gentzkow, Social Media and Fake News in the 2016 Election, 31 J. ECON. PERSP. 211, 213-14 (2017)

صاف نیست یا آب و هوای آن در حال گرم شدن است. اما حتی با وجود آن که اکثر دانشمندان بر این عقیده‌اند که انسان‌ها به طور غیرقابل انکاری در گرمایش جهانی نقش دارند، این موضوع کاملاً خالی از تردید نیست^{۲۴۹} و برخی مسائل حل نشده باقی می‌مانند؛ همانند این که آیا افزایش حداقل دستمزد باعث کاهش اشتغال می‌شود یا به کارکنان کمک می‌کند.^{۲۵۰} سکوها باید استانداردهایی را برای زمان‌هایی که از سلب مسئولیت و یا هشدارها استفاده می‌کنند، اتخاذ کنند. البته که منتقدان به آن استانداردها حمله خواهند کرد.^{۲۵۱} درنهایت ریسک افزایش تقاضا برای هشدارها و محدوده مطالب معتبر وجود دارد. سکوهایی که از اتخاذ یک موضع بی‌طرفانه آشکار خودداری می‌کنند می‌توانند با فشارهایی روبرو شوند تا اطلاعات منفی دیگری، از بررسی اقتصادی رستوران‌ها گرفته تا ادعاهایی مناقشه برانگیز در مورد مرزهای دولت-ملت را دریافت و زمینه مفهومی مطالب خود بگنجانند. این احتمال ممکن است شرکت‌ها را در مشارکت بر فرآیند مرتب‌سازی و سازماندهی محتوای سکو ثالث بی‌میل تر سازد.

علاوه بر این، رسانه‌های خبری اصلی ممکن است از طریق تغییر در هنجارهای روزنامه نگاری کارایی خود را در مقابله با اخبار جعلی بهبود ببخشند. روزنامه نگاری سستی به دنبال بی‌طرفی است و همه موضع‌گیری‌ها در مورد یک موضوع را به نحو متعادل پوشش می‌دهد و تعیین نهایی صحت مطالب را به

تحلیل آن‌ها، «اخبار جعلی» را به اخبار نادرست و قابل راستی‌آزمایی محدود می‌کنند و دسته‌های متعددی از داستان‌های نادرست یا گمراه‌کننده را که با تعریف مطابقت ندارند، ذکر می‌کنند.

249- See generally INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE, CLIMATE CHANGE 2014: SYNTHESIS REPORT, CONTRIBUTION OF WORKING GROUPS I, II AND III TO THE FIFTH ASSESSMENT REPORT OF THE INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (R.K. Pachauri & L.A. Meyer eds., 2014).

250- See Ekaterina Jardim, Mark C. Long, Robert Plotnick, Emma van Inwegen, Jacob Vigdor & Hilary Wething, Minimum Wage Increases, Wages, and Low-Wage Employment: Evidence from Seattle (Nat'l Bureau of Econ. Res., Working Paper No. 23532, 2017), <https://evans.uw.edu/sites/default/files/NBER%20Working%20Paper.pdf>; Rachel West, Five Flaws in a New Analysis of Seattle's Minimum Wage, CTR. FOR AM. PROGRESS (June 28, 2017), <https://www.americanprogress.org/issues/poverty/news/2017/06/28/435220/five-flaws-new-analysis-seattles-minimum-wage>.

۲۵۱- Angwin & Grassegger, به پاورقی شماره ۲۱۹ مراجعه کنید.

خوانندگان و شنوندگان می‌سپارد.^{۲۵۲} این سبک تهیه گزارش که یادآور الگوی بازار ایده‌ها است، در طول چهار سال ریاست جمهوری ترامپ تحت فشار شدید قرار گرفت.^{۲۵۳} رئیس جمهور ایالات متحده آمریکا شاید چهره برجسته خبری جهان باشد. آن‌ها در توانایی ایجاد و کنترل پوشش رسانه‌ای بی‌رقیب هستند. روسای جمهور گذشته ایالات متحده آمریکا حقیقت را کتمان می‌کردند و یا به‌سادگی دروغ می‌گفتند. از جمله مانند انکار رئیس جمهور ریگان مبنی بر این که دولتش اجازه فروش سلاح به ایران را در ازای آزادی گروگان‌های آمریکایی داده است.^{۲۵۴} یا دروغ رئیس جمهور کلینتون در مورد رابطه خارج از ازدواج خود با دستیار کاخ سفید^{۲۵۵} (مونیکا لوینسکی)^{۲۵۶} یا ادعاهای رئیس جمهور اوباما مبنی بر این که افزایش نیروهایش در افغانستان کارساز بوده است.^{۲۵۷}

با این حال، پرویاگاندا به جای یک قاعده کلی بیشتر استثناء بوده است. این رابطه را رئیس جمهور ترامپ واژگون ساخت. در حالی که سازمان‌های رسانه‌ای برای کنارزدن ادعاهای نادرست ترامپ تلاش می‌کردند سیستم واقعیت‌سنجی خود را بهبود ببخشند، رئیس‌جمهور تمایل داشت ابتدا به ارائه اظهاراتش پرداخته و بعداً طرح مسئله کند. روزنامه‌نگاران باید کاملاً این تغییر نظم در ارائه اظهارات را در نظر بگیرند. برای مثال اگر رئیس‌جمهور ادعای نادرستی در مورد تغییرات آب و هوایی داشته باشد، شروع گزارش باید با طرح مسئله یعنی اجماع علمی در مورد گرمایش زمین توسط انسان باشد و سپس اظهارات رئیس‌جمهور را در حالی که آن‌ها را نادرست یا نادقیق توصیف می‌کند پوشش دهد. تحقیقات نشان می‌دهد در اطلاعاتی که در وهله اول به مخاطبان ارائه می‌شود یک نوعی از انفعال وجود دارد حتی اگر توضیحات بعدی آن را رد کند یا مورد تردید قرار دهد.^{۲۵۸} روزنامه‌نگاران در ابتدا با طرح مسئله و سپس

252- See SPJ Code of Ethics, SOC'Y OF PROF. JOURNALISTS (last updated Sept. 6, 2014), <https://www.spj.org/ethicscode.asp>; Ethics Guidelines, POYNTER, <https://www.poynter.org/guidelines-2> (last visited Mar. 21, 2022).

253- See, e.g., Sean Illing, How Trump Should Change the Way Journalists Understand "Objectivity", VOX (Aug. 4, 2020), <https://www.vox.com/policy-and-politics/2020/8/4/21306919/donald-trump-media-ethicstomrosenstiel>.

254- See BOB WOODWARD, VEIL 562-64 (1987).

255- See JEFFREY TOOBIN, A VAST CONSPIRACY 251-52 (1999).

256- Monica Lewinsky

257- See Thomas Gibbons-Nerf, Documents Reveal U.S. Officials Misled Public on War in Afghanistan, N.Y. TIMES (Dec. 9, 2019), <https://www.nytimes.com/2019/12/09/world/asia/afghanistan-war-documents.html>.

258- See, e.g., Brendan Nyhan & Jason Reifler, When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions, 32 POL. BEHAV. 303, 303 (2010) ;

بیان اظهارات رئیس جمهور در مورد آن موضوع، می‌توانند اطلاعات را دقیق‌تر و با شانس بالاتری در فهم آن‌ها ارائه دهند و در عین حال اخبار فوری را به طور مؤثرتری پوشش دهند. به رغم دشواری‌هایی که در اقدامات مبتنی بر هنجارها وجود دارد آن‌ها می‌توانند مانع ایجاد طیف گسترده‌ای از اخبار جعلی گردند.

۴-۵- اخبار جعلی در سال ۲۰۲۰ میلادی تا ۲۰۲۱ میلادی

سال گذشته سیل اخبار جعلی را در ایالات متحده آمریکا ایجاد کرد.^{۲۵۹} همه‌گیری ویروس جدید کرونا اظهارات نادرستی در باب ضد عفونی‌کننده‌ها،^{۲۶۰} علت بیماری،^{۲۶۱} واکسن،^{۲۶۲} پیگیری بیماران توسط حکومت^{۲۶۳} و مجموعه‌ای از مسائل دیگر ایجاد کرد. جوزف بایدن^{۲۶۴} معاون رئیس جمهور اوایاما، رئیس جمهور وقت یعنی دونالد ترامپ را در یک کمپین تبلیغاتی (پروپاگاندا) درباره تقلب در انتخابات،^{۲۶۵} فساد در خانواده بایدن^{۲۶۶} و مسئولیت حمله مسلحانه به ساختمان کنگره ایالات متحده آمریکا در ششم

Zara Abrams, Controlling the Spread of Misinformation, 52 AM. PSYCH. ASS'N 44 (2021), <https://www.apa.org/monitor/2021/03/controlling-misinformation>.

259- See Josh A. Goldstein & Shelby Grossman, How Disinformation Evolved in 2020, BROOKINGS: TECHSTREAM (Jan. 4, 2021), <https://www.brookings.edu/techstream/how-disinformation-evolved-in-2020>.

260- See Coronavirus Disease (COVID-19) Advice for the Public: Mythbusters, WORLD HEALTH ORG. (May 5, 2021), <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public/mythbusters#bleach>.

261- Research Shows COVID-19 Was Not Manufactured in a Lab, AP NEWS (Sept. 16, 2020), <https://apnews.com/article/9391149002>.

۲۶۲- REUTERS، به پاورقی شماره ۱۰ مراجعه کنید.

۲۶۳- همان.

264- Joseph Biden

265- See, e.g., Philip Bump, There is Not and Has Not Been Any Credible Evidence of Significant Fraud in the 2020 Election, WASH. POST (Dec. 14, 2020), <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/12/14/there-is-not-has-not-been-any-credible-evidence-significant-fraud-2020-election>.

266- See Matthew Brown, Fact Check: False Conspiracy Theories Allege Connection Between Biden Victory and Ukraine, USA TODAY (Jan. 15, 2021), <https://www.usatoday.com/story/news/factcheck/2021/01/15/fact-check-conspiracy-theories-falsely-link-bidens-victory-ukraine/4149335001>.

ژانویه ۲۶۷ (که بیشتر آن‌ها توسط خود ترامپ رو مطرح شده بودند) ^{۲۶۸} شکست داد.

آخرین امواج از اخبار جعلی سه نتیجه به دست آمده از این پژوهش را اثبات می‌کند:

۱. پروپاگاندا دشوارترین نوع از اخبار جعلی برای مقابله است. به ویژه زمانی که از طرف مقامات ارشد دولتی سرچشمه می‌گیرد؛

۲. اقدامات مقابله‌ای با اخبار جعلی پیچیده، دشوار و فقط تا حدی مؤثر هستند؛

۳. در نهایت اخبار جعلی که بیشتر سازوکار است تا موضوع، ^{۲۶۹} یک مسئله دائمی در حال تغییر است.

مقابله با پروپاگاندا همچنان چالش برانگیز است. ^{۲۷۰} پویایی این نوع از اخبار جعلی بین دو انتخابات ریاست جمهوری گذشته در عرصه سیاست ایالات متحده آمریکا دگرگون شد. در سال ۲۰۱۶ میلادی پروپاگاندا عمدتاً یک پدیده از پایین به بالا بود. کنشگران خارجی و سایر ذینفعان خبرهای جعلی با انگیزه سیاسی را در رسانه‌های اجتماعی و اصلی منتشر و موفقیت انتخاباتی دونالد ترامپ را تقویت می‌کردند. ^{۲۷۱}

267- See Brian Stelter, Capitol Riot Denialism is Already Here, CNN (Jan. 14, 2021), <https://www.cnn.com/2021/01/14/media/capitol-hill-insurrection-denial/index.html>.

268- See Glenn Kessler, Meg Kelly, Salvador Rizzo & Michelle Ye Hee Lee, In Four Years, President Trump Made 30,573 False or Misleading Claims, WASH. POST (last updated Jan. 20, 2021), <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/>.

269- See Davey Alba & Sheera Frenkel, From Voter Fraud to Vaccine Lies: Misinformation Peddlers Shift Gears, N.Y. TIMES (Jan. 7, 2021), <https://www.nytimes.com/2020/12/16/technology/from-voter-fraud-to-vaccine-lies-misinformation-peddlers-shift-gears.html>.

۲۷۰- پیشرفت‌های دلگرم‌کننده‌ای در درک ساختار اخبار جعلی وجود داشته است.

See, e.g., Timothy R. Tangherlini, Shadi Shahsavari, Behnam Shahbazi, Ehsan Ebrahimzadeh & Vwani Roychowdhury, An Automated Pipeline for the Discovery of Conspiracy and Conspiracy Theory Narrative Frameworks: Bridgegate, Pizzagate and Storytelling on the Web, PLOS ONE (June 16, 2020), <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0233879&type=printable>.

271- See PHILIP N. HOWARD, BHARATH GANESH, DIMITRA LIOTSIU, JOHN KELLY & CAMILLE FRANCOIS, OXFORD COMPUTATIONAL PROPAGANDA RES. PROJECT, THE IRA, SOCIAL MEDIA, AND POLITICAL POLARIZATION IN THE UNITED STATES, 2012-2018 (2018),

در عوض در سال ۲۰۲۰ میلادی پروپاگاندا از بالا، توسط رئیس جمهور و مشاورانش آغاز شد و به سمت پایین و بیرون حرکت کرد.^{۲۷۲} اعتماد آمریکایی‌ها به دولت ایالات متحده آمریکا همچنان رو به کاهش است اما برای گروه کوچکی از راست‌های افراطی، پروپاگاندا ناشی از خود دولت، شک و تردید آن‌ها را نسبت به یک انتخابات متقلبانه و پیامدهای کمپین علیه کودک آزاران شیطان پرست^{۲۷۳} افزایش داد.^{۲۷۴}

پژوهش حاضر این احتمال را بررسی می‌کند که مؤسسات و سکوه‌های روزنامه‌نگاری مستقل اما احتمالاً با بودجه دولتی، ممکن است ابتکار مؤثری برای مقابله با اخبار جعلی باشند. با این حال کمپین پروپاگاندايي که توسط «کیو انان»^{۲۷۵} و سایر منابع وابسته به آن هدایت می‌شد، همه ناباورانی که ظاهراً به طور هماهنگ عمل می‌کردند را با یک تهدید واحد روبرو کرد.^{۲۷۶} یکی از جنبه‌های خطرناک پروپاگاندا ناشی از «کیو انان» این است که براساس اعتماد و اقتدار بنا شده است اما در جهت دگرگونی آن‌ها حرکت می‌کند. تئوری توطئه «کیو انان» رئیس جمهور ترامپ را در مرکز جهان بینی خود قرار می‌دهد و

<https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/12/IRA-Report-2018.pdf>.

272- See John Maxwell Hamilton & Kevin R. Kosar, Call It What It Is: Propaganda, POLITICO (Oct. 8, 2020), <https://www.politico.com/news/magazine/2020/10/08/government-communication-propaganda-427290>.

273- Campaign against Satanist child abusers.

274- Jeff Tollefson, Tracking QAnon: How Trump Turned Conspiracy-Theory Research Upside Down, 590 NATURE 192, 193 (2021), <https://media.nature.com/original/magazine-assets/d41586-021-00257-y/d41586-021-00257-y.pdf>.

275- QAnon

276- See Kevin Roose, How 'Save the Children' Is Keeping QAnon Alive, N.Y. TIMES (Sept. 28, 2020), <https://www.nytimes.com/2020/09/28/technology/save-the-children-qanon.html>;

Kevin Roose, What Is QAnon, the Viral Pro-Trump Conspiracy Theory?, N.Y. TIMES (Sept. 3, 2021), <https://www.nytimes.com/article/whatis-qanon.html>

توصیف گروه به‌عنوان تئوری توطئه Big tent؛

Ben Collins, As Trump Meets with QAnon Influencers, The Conspiracy's Adherents Beg for Dictatorship, NBC NEWS (Dec. 22, 2020), <https://www.nbcnews.com/tech/internet/trump-meets-qanon-influencers-conspiracy-theory-s-adherents-begdictatorship-n1252144>

همزمان از تابعان خود می‌خواهد تا هرگونه دیدگاه مخالف یا سوال برانگیز را نفی کنند.^{۲۷۷} ادعاهای آشکارا نادرست و تکراری ترامپ برای آن‌هایی که تمایل به داشتن اعتماد نسبت به حکومت دارند، به پروپاگاندا اعتبار می‌بخشد.^{۲۷۸} و «کیو انان» و امثال آن برای کسانی که نسبت به حکومت بدبین هستند، دیگری از اقتدار معرفی می‌کنند.^{۲۷۹}

چرخه انتخابات ۲۰۲۰ میلادی ایالات متحده آمریکا مجدداً ثابت کرد مقابله با اخبار جعلی بسی دشوار است. منابع و سکوهای رسانه‌ای اصلی تلاش‌های پرمایه‌ای برای مقابله با اخبار جعلی انجام داده‌اند. مؤسسات خبری همچون «آسوشیتدپرس» خود را درگیر فرآیند بررسی حقایق کردند؛^{۲۸۰} تویتور، پروپاگاندا را به‌عنوان قضیه‌ای مشکوک خواند؛^{۲۸۱} فیسبوک بر روی محتوای «کیو انان» یک فرآیند مسدودسازی گسترده آغاز کرد؛^{۲۸۲} و یوتیوب بارگذاری ویدیوهایی را که در آن‌ها به دروغ ادعا می‌شد که ترامپ، بایدن را شکست داده است مسدود کرد.^{۲۸۳} اگرچه برخی از این اقدامات در

277- Drew Harwell, Isaac Stanley-Becker, Razzan Nakhlawi & Craig Timberg, QAnon Reshaped Trump's Party and Radicalized Believers. The Capitol Siege May Just Be the Start., WASH. POST (Jan. 13, 2021), <https://www.washingtonpost.com/technology/2021/01/13/qanon-capitol-siege-trump>.

278- See Thomas B. Edsall, Opinion, America, We Have a Problem, N.Y. TIMES (Dec. 16, 2020), <https://www.nytimes.com/2020/12/16/opinion/trump-political-sectarianism.html>.

279- See Kaleigh Rogers, Americans Were Primed to Believe the Current Onslaught of Disinformation, FIVETHIRTYEIGHT (Nov. 12, 2020), [https://fivethirtyeight.com/features/americans-were-primed-to-believe-the-current-](https://fivethirtyeight.com/features/americans-were-primed-to-believe-the-current-onslaught-of-disinformation)

[onslaught-of-disinformation](https://fivethirtyeight.com/features/americans-were-primed-to-believe-the-current-onslaught-of-disinformation); Kevin Roose, Why Conspiracy Theories Are So Addictive Right Now, N.Y. TIMES (Oct. 7, 2020), <https://www.nytimes.com/2020/10/07/technology/Trump-conspiracy-theories.html>.

280- See, e.g., Hope Yen, AP Fact Check: Yes, Trump Lost Election Despite What He Says, AP NEWS (May 6, 2021), <https://apnews.com/article/donald-trump-michael-pence-electoral-college-elections-health-2d9bd47a8bd3561682ac46c6b3873a10>.

281- See Civic Integrity Positions and Policies, TWITTER, <https://about.twitter.com/en/ourpriorities/civicintegrity> (last visited Mar. 21, 2022).

282- Ben Collins & Brandy Zadrozny, Facebook Bans QAnon Across Its Platforms, NBC NEWS (Oct. 6, 2020), <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/facebook-bans-qanon-across-its-platforms-n1242339>.

283- Taylor Telford, YouTube Removes 8,000 Channels Promoting False Election Claims, WASH. POST (Dec. 9, 2020), <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/12/09/youtube-removes-8000-channels-promoting-false-election-claims/>.

طول مبارزات انتخاباتی نسبتاً دیر اتفاق افتادند،^{۲۸۴} تأثیری حداقل نسبی داشته‌اند و برخی از پروپاگانداها را در سکوهایی که محبوبیت کمتری در میان مردم ایالات متحده آمریکا دارند مانند تلگرام^{۲۸۵} و «گب»^{۲۸۶} جای دادند.^{۲۸۷}

با این حال، این موارد مانع از انتشار اخبار جعلی نمی‌شوند بلکه سرعت انتشار را کمتر می‌کنند. حتی مراسم تحلیف رئیس جمهور بایدن در ژانویه ۲۰۲۱ میلادی نظر برخی از طرفداران پروپاگاندا را که قاطعانه پیش‌بینی کرده بودند رئیس جمهور ترامپ برای جلوگیری از برگزاری آن، از نیروی نظامی استفاده خواهد کرد، تغییر نداد.^{۲۸۸} برخی از احزاب خصوصی که توسط پروپاگاندا مورد حمله واقع شدند، با استفاده از فرآیندهای قضایی و دادگاه به طور مؤثر پاسخ دادند. برای مثال پروپاگاندا، شرکتی که ماشین‌های رای‌گیری تولید می‌کند^{۲۸۹} را به عنوان بخشی از یک توطئه با هدف تقلب در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ میلادی ایالات متحده آمریکا مورد هدف قرار داد.^{۲۹۰} شرکت مذکور برای وادار کردن

[//www.washingtonpost.com/business/2020/12/09/youtube-false-2020-election-claims/](https://www.washingtonpost.com/business/2020/12/09/youtube-false-2020-election-claims/)

284- See Craig Timberg & Elizabeth Dwoskin, Silicon Valley is Getting Tougher on Trump and His Supporters Over Hate Speech and Disinformation, WASH. POST (July 10, 2020), <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/07/10/hate-speech-trump-tech>.

285- Telegram

286- Gab

287- See Ben Collins & Brandy Zadrozny, Some QAnon Followers Lose Hope After Inauguration, NBC NEWS (Jan. 20, 2021), <https://www.nbcnews.com/tech/internet/some-qanon-followers-struggle-inaugurationday-n1255002>.

288- See id.; Camila Domonoske, The QAnon “Storm” Never Struck. Some Supporters Are Wavering, Others Steadfast, NPR (Jan. 20, 2021), <https://www.npr.org/sections/inauguration-day-live-updates/2021/01/20/958907699/the-qanon-storm-never-struck-some-supporters-are-wavering-others-steadfast>.

289- Dominion Voting System

290- Jack Nicas, No, Dominion Voting Machines Did Not Delete Trump Votes, N.Y. TIMES (Nov. 11, 2020), <https://www.nytimes.com/2020/11/11/technology/no-dominion-voting-machines-did-not-delete-trumpvotes.html>.

برخی از متهمین خود به تکذیب گفته‌هایشان، از تهدید اقدام قانونی^{۲۹۱} استفاده کرد^{۲۹۲} و با شکایت علیه دیگران پیش رفت.^{۲۹۳}

نتایج حاصل از اقدامات یادشده در بهترین حالت مختلط هستند. اخبار جعلی احاطه خود را بر سهم قابل توجهی از آمریکایی‌ها حفظ کرده است. یک نظرسنجی^{۲۹۴} نشان داد که چهل درصد از شرکت کنندگان بر این باور بودند که منشاء کروناویروس جدید یک آزمایشگاه چینی بوده است. سی و نه درصد بر این عقیده بودند که یک دولت پنهان مخالف ترامپ، رئیس جمهور وقت ایالات متحده آمریکا، در درون خود دولت ایالات متحده آمریکا وجود دارد و یک سوم معتقد بودند تقلب در انتخابات ریاست جمهوری منجر به پیروزی بایدن گردیده است.^{۲۹۵} هریک از این مغالطات کاملاً رد شده‌اند اما نتایج نظرسنجی با بیشتر دیدگاه‌های عمومی مطابقت دارد.^{۲۹۶} اطلاعات نادرست در مورد کرونا ویروس گسترده

291- See, e.g., Alison Durkee, 'Conduct Yourself Accordingly': Dominion Warned MyPillow CEO Twice of "Imminent" Litigation Over Election Conspiracy, FORBES (Jan. 18, 2021), <https://www.forbes.com/sites/alisondurkee/2021/01/18/dominion-voting-warned-mypillow-ceo-mike-lindellof-imminent-litigation-overelection-conspiracy/?sh=35f5c54589c1>.

292- See, e.g., Thomas Lifson, Retraction, AM. THINKER (Jan. 15, 2021), <https://www.americanthinker.com/blog/2021/01/statement.html>.

293- See, e.g., Alan Feuer, Dominion Voting Systems Files Defamation Lawsuit Against Pro-Trump Attorney Sidney Powell, N.Y. TIMES (Jan. 8, 2021), <https://www.nytimes.com/2021/01/08/us/politics/dominion-votingsystems-files-defamation-lawsuit-against-pro-trump-attorney-sidney-powell.html>.

294- NPR/Ipsos

295- Joel Rose, Even If It's "Bonkers," Poll Finds Many Believe QAnon and Other Conspiracy Theories, WBUR NEWS (Dec. 30, 2020), <https://www.wbur.org/npr/951095644/even-if-its-bonkers-poll-finds-many-believe-qanon-and-other-conspiracy-theories>.

296- See, e.g., Christopher Keating, Quinnipiac Poll: 77% of Republicans Believe There Was Widespread Fraud in the Presidential Election; 60% Overall Consider Joe Biden's Victory Legitimate, HARTFORD COURANT (Dec. 10, 2020), <https://www.courant.com/politics/hc-pol-q-poll-republicans-believe-fraud-20201210-pcie3uqvrhyvnt7geohhsyep-story.html>; Laura Santhanam,

Most Americans Blame Trump for Capitol Attack but are Split on His Removal, PBS NEWS HOUR (Jan. 8, 2021), <https://www.pbs.org/news/hour/2021-01-08>.

است، هر دو گروه دموکرات و جمهوری خواه را تحت تأثیر قرار می دهد و تأثیرات منفی بر سیاست های داشته است که هم می تواند با سرایت کروناویروس مقابله کند (مانند پوشیدن ماسک در محیط عمومی) و هم درمان را بهبود بخشد.^{۲۹۷} اقدامات مبتنی بر داده ها مانند ارائه تصاویر سازمان بهداشت جهانی به مردم در مورد پیشگیری از عفونت کرونا برخی از باورهای نادرست و نه همه آن ها را تعدیل کرد.^{۲۹۸} هر چند هر پیشرفتی خوشایند است.

در نهایت اخبار جعلی یک امر همیشگی است. موضوعات آن تغییر می کند اما ساختار کلی آن برقرار می ماند. اغلب منابع یکسان با تغییر شرایط، اطلاعات متفاوتی را منتشر می کنند. مثلاً پروپاگاندای سیاسی از تقلب انتخاباتی به شایعات دروغین درباره واکسن های کروناویروس تغییر جهت می دهد.^{۲۹۹} شوخی ها ادعا می کنند که سلبریتی آن لحظه (از «باب دیلن»^{۳۰۰} تا «بریتی اسپرز»^{۳۰۱}) در حالی که آن ها کاملاً سالم هستند، مرده اند.^{۳۰۲} نتایج در ورزش های حرفه ای منجر به سوژه های جدیدی برای آزارهای اینترنتی

//www.pbs.org/newshour/politics/mostamericans-blame-trump-for-capitol-attack-but-are-split-on-his-removal; Li Zhou, About Half of Republicans Don't Think Joe Biden Should Be Sworn in as President, VOX (Jan. 11, 2021), <https://www.vox.com/2021/1/11/22225531/joe-biden-trump-capitol-inauguration>; see generally David M. Mayer, The Psychology of Fairness: Why Some Americans Don't Believe the Election Results, CONVERSATION (Dec. 21, 2020), <https://theconversation.com/the-psychology-of-fairness-why-someamericans-dont-believethethe-election-results-152305>.

297- See Jonathan Rothwell & Sonal Desai, How Misinformation is Distorting COVID Policies and Behaviors, BROOKINGS (Dec. 22, 2020), <https://www.brookings.edu/research/how-misinformation-isdistorting-covid-policies-and-behaviors>

298- See Emily K. Vraga & Leticia Bode, Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Preemptively and Responsively, 27 EMERGING INFECTIOUS DISEASES 396, 396 (2021).

۲۹۹- Alba & Frenkel، به پاورقی شماره ۲۶۹ مراجعه کنید.

300- Bob Dylan

301- Britney Spears

302- See, e.g., Rosemary Rossi, Celebrity Death Hoaxes: 50 Famous People Who Were Reported Dead... but Weren't (Photos), WRAP (Jan. 4, 2021), <https://www.thewrap.com/celebrity-death-hoax-jack-blacktaylorswift-drake-bob-dylan>.

می‌شود^{۳۰۳} و تغییر در نهادها و ادارات ریاست جمهوری باعث می‌شود سازندگان طنز به دنبال سوزدهای جدید باشند.^{۳۰۴} به همین دلیل است که این پژوهش برای مقابله با اخبار جعلی، به جای اقداماتی که حول یک موضوع یا شخص واحد معطوف می‌شوند، تغییرات ساختاری را توصیه می‌کند. صرف نظر از این که هر کدام چقدر برای یک دوره زمانی معین اهمیت داشته باشند. ریشه کن کردن اطلاعات نادرست ناممکن است. هشت درصد آمریکایی‌ها همچنان معتقدند فرود روی کره ماه دروغ بوده است.^{۳۰۵} اما موفقیت جزئی، همچنان موفقیت است.

نتیجه

اخبار جعلی چالش تنظیم‌گری پیچیده‌ای را در شبکه اطلاعاتی برخطی که به طور روزافزون دموکراتیک‌تر می‌شود پیش روی ما قرار می‌دهد. اطلاعات نادرست به سهولت خلق می‌شوند، به سرعت توسط سکوهایی که بیشتر به جای این که به اجرای هنجارهای روزنامه نگاری پردازند یا در راستای منافع عمومی باشند انگیزه مالی دارند، منتشر می‌شوند و مشتاقانه توسط کاربرانی که مایل به صحنه گذاشتن بر باورهای موجود هستند، رصد می‌گردند. با این حال حتی با افزایش آگاهی از این مشکل به خصوص پس از انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ میلادی ایالات متحده آمریکا، معنای اصطلاح «اخبار جعلی» به طور قابل ملاحظه‌ای مورد مناقشه و ترویج قرار گرفته است. این پژوهش ابتدا به چالش مذکور می‌پردازد. سپس طبقه‌بندی سودمندی ارائه می‌دهد که انواع اخبار جعلی را بر طبق دو متغیر دسته‌بندی می‌کند: انگیزه خالقان آن اخبار و قصد فریفتن. به طور خاص چهار گروه مشخص از اخبار جعلی را از یکدیگر متمایز می‌کند: طنز، شوخی، پروپاگاندا و آزار اینترنتی. این چهارچوب تحلیلی به سیاست‌گذاران و مفسران در

303- See, e.g., Greg Joyce, Former Patriots Player Leads Internet's Merciless Trolling of Bill Belichick, N.Y. POST (Jan. 25, 2021), <https://nypost.com/2021/01/25/tom-bradys-conquest-led-to-merciless-bill-belichick-trolling>.

304- See, e.g., Frank Pallotta, How Colbert, Kimmel and Fallon Plan to Adapt to Life After Trump, CNN (Jan. 25, 2021), <https://www.cnn.com/2021/01/24/media/late-night-trump-colbert-fallonsnl/index.html>. But see Joe Biden, ONION, <https://www.theonion.com/tag/joseph-biden> (last visited Mar. 21, 2022).

فهرست طنز رئیس جمهور کنونی، جوزف بایدن، توسط The onion برای بیش از یک دهه.

Rose-۳۰۵، به پاورقی شماره ۲۹۵ مراجعه کنید.

بالا بردن دقت در بحث‌های مربوط به این موضوع کمک خواهد کرد.

پدیده اخبار جعلی دارای مشکلات ساختاری کلیدی است که طراحی اقداماتی که بتوانند به طور مؤثر با اخبار جعلی مقابله کنند را دشوار می‌نماید. این‌ها شامل هم سهولتی است که نویسندگان می‌توانند محتوای ایجاد شده توسط کاربران را به صورت برخط تولید کنند و همچنین سهم مالی که سکوها در برجسته کردن و انتشار آن مطالب دارند. نویسندگان اغلب در تولید محتوا ترکیبی از انگیزه‌ها را دارند که باعث می‌شود یک راه حل واحد برای رفع آن‌ها مؤثر نباشد. رصدکنندگان اخبار جعلی برای سرمایه‌گذاری در به چالش کشیدن یا تأیید محتوای اخبار جعلی، انگیزه کمی دارند. به‌ویژه زمانی که مطالب، باورها و دیدگاه‌های موجود آن‌ها را تقویت می‌کند. درنهایت اخبار جعلی ندرتاً به تنهایی نمایش داده می‌شوند. آن‌ها اغلب با وقایع صحیح‌تری ترکیب می‌شوند، به نحوی که تکذیب قطعی آن‌ها دشوار می‌شود. با وجود چالش‌های مذکور، این پژوهش مجموعه‌ای از اقدامات و راهکارهای بالقوه مبتنی بر قانون، کد دستوری، بازارها و هنجارها را برای کاهش اثرات اخبار جعلی توصیه می‌کند. به‌ویژه برای تقویت مصونیت ارائه شده توسط ماده ۲۳۰ قانون شایستگی ارتباطات موارد زیر را خواستار می‌شود: ایجاد سکوهایی که توسط نهادهای مورد اعتماد اداره می‌شوند و صرفاً به وسیله درآمدهای حاصل از تبلیغات رهبری نمی‌شوند؛ استفاده از کد دستوری برای اولویت‌بندی یا عدم تأیید اطلاعات در سایت‌ها؛ و تشویق رسانه‌های خبری و اپلیکیشن‌های رسانه‌های اجتماعی جهت استفاده از نفوذ خود برای مقابله مستقیم با اخبار جعلی.

اخبار جعلی پدیده تازه‌ای نیست. بلکه منشا طولانی و نگران‌کننده‌ای دارد که از گزارش‌های روزنامه‌هایی که ایالات متحده آمریکا را به جهت غرق شدن «کشتی یواس اس مین (ای سی آر-۱)»^{۳۰۶} در سال ۱۸۹۸ میلادی در اسپانیا تا امروز مقصر می‌دانند، نشئت می‌گیرد.^{۳۰۷} این مسئله، یک مشکل همیشگی و دشوار در دنیای اطلاعات اجتماعی شبکه‌ای است. چهارچوب این پژوهش مبنایی برای پیشبرد گفت‌وگوها در باب اخبار جعلی ایجاد می‌کند. همچنین ابزارهایی را توصیه می‌کند که می‌توانند زیانبارترین جنبه‌های اخبار جعلی را کاهش دهند.

ملاحظات اخلاقی: موارد مربوط به اخلاق در پژوهش و نیز امانتداری در استناد به متون و ارجاعات

306- U.S.S. Maine

307- See Chris Woolf, Back in the 1890s, Fake News Helped Start a War, PRI (Dec. 8, 2016), <https://www.pri.org/stories/2016-12-08/long-and-tawdry-history-yellow-journalism-america>.

مقاله تماماً رعایت گردیده است.

تعارض منافع: تعارض منافع در این مقاله وجود ندارد.

تأمین اعتبار پژوهش: این پژوهش بدون تأمین اعتبار مالی نگارش یافته است.

منابع

- 14 C.F.R. § 1.1 (2013) ;
- 15 U.S.C § 45 (a) (1).
- 17 U.S.C. § 512.
- 21 U.S.C. § 863 (2012)
- 47 U.S.C. § 230 (f) (3).
- 47 U.S.C. § 230.
- 47 U.S.C. § 230.
- Abby K. Wood & Ann M. Ravel, Fool Me Once: Regulating ‘Fake News’ and Other Online Advertising, 91 S. CAL. L. REV. 1223, 1228 (2018)
- Adam Thierer, Do We Need a Ministry of Truth for the Internet?, FORBES (Jan. 29, 2012) ,
- Alan Feuer, Dominion Voting Systems Files Defamation Lawsuit Against Pro-Trump Attorney Sidney Powell, N.Y. TIMES (Jan. 8, 2021)
- Alan K. Chen, Free Speech, Rational Deliberation, and Some Truths About Lies, 62 WM. & MARY L. REV. 357, 358 (2020)
- Alice E. Marwick, Why Do People Share Fake News? A SocioTechnical Model of Media Effects, 2 GEO. L. TECH. REV. 474, 475-76 (2018).
- ALICE MARWICK & REBECCA LEWIS, DATA SOC’Y & RSCH. INST., MEDIA MANIPULATION AND DISINFORMATION ONLINE 20 (2017).
- Alison Durkee, ‘Conduct Yourself Accordingly’: Dominion Warned MyPillow CEO Twice of “Imminent” Litigation Over Election Conspiracy, FORBES (Jan. 18, 2021)
- All Things Considered, What Legal Recourse Do Victims of Fake News Stories Have?, NPR, at 01: 04 (Dec. 7, 2016)
- Amber Jamieson & OliviaSolon, Facebook to Begin Flagging Fake News in Response to Mounting Criticism, THE GUARDIAN (Dec. 15, 2016) ..
- Andrew M. Guess, Michael Lerner, Benjamin Lyons, Jacob M. Montgomery, Brendan Nyhan, Jason Reifler & Neelanjan Sircir, A Digital Media Literacy Intervention Decreases Discernment Between Mainstream and False News in the United States and India, 117 PROC. NAT. ACAD. SCI. 15536, 15536 (2020)
- Antino Kim, Patricia L. Moravec, & Alan R. Dennis, Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings, 36 J. MGMT. INFO. SYS. 931 (2019)
- April Glaser, Google is Rolling Out a Fact-Check Feature in its Search and News Results,

- VOX (Apr. 8, 2017)
- Barbara Engels, Data Portability Among Platforms, 5 INTERNET POL'Y REV. 1, 5 (2016).
 - Ben Collins & Brandy Zadrozny, Facebook Bans QAnon Across Its Platforms, NBC NEWS (Oct. 6, 2020)
 - Ben Collins & Brandy Zadrozny, Some QAnon Followers Lose Hope After Inauguration, NBC NEWS (Jan. 20, 2021)
 - Ben Collins, As Trump Meets with QAnon Influencers, The Conspiracy's Adherents Beg for Dictatorship, NBC NEWS (Dec. 22, 2020)
 - Ben Hutchinson, "The Onion" Founder: We Do Satire Not Fake News, WISN-TV (Feb. 15, 2017, 10: 38 PM)
 - Benjamin Alamar & Stanton A. Glantz, Effect of Increased Social Unacceptability of Cigarette Smoking on Reduction in Cigarette Consumption, 96 AM. J. PUB. HEALTH 1359 (2006)
 - BOB WOODWARD, VEIL 562-64 (1987)
 - Brendan Nyhan & Jason Reifler, When Corrections Fail: The Persistence of Political Misperceptions, 32 POL. BEHAV. 303, 303 (2010)
 - Brendan Nyhan, Five myths about misinformation, WASH. POST (Nov. 6, 2020)
 - Brett Frischmann & Evan Selinger, Why It's Dangerous to Outsource Our Critical Thinking to Computers, THE GUARDIAN (Dec. 10, 2016, 7: 00 AM)
 - Brett Frischmann & Mark Verstraete, We Need Our Platforms to Put People and Democratic Society Ahead of Cheap Profits, RECODE (June 16, 2017)
 - Brett Frischmann, Understanding the Role of the BBC as a Provider of Public Infrastructure (Cardozo Legal Studs. Research Paper No. 507, 2017)
 - Brian Stelter, Capitol Riot Denialism is Already Here, CNN (Jan. 14, 2021),
 - Brief of Amici Curiae First Amend. and Internet Law Scholars in Support of Appellant, Yelp, Inc., at 34, Hassell v. Bird, 247 Cal. App. 4th 1336 (Cal. 2017) (No. S235968)
 - Brown v. Ent. Merchs. Ass'n, 564 U.S. 786, 799 (2011)
 - Caitlin Dewey, Facebook Fake-News Writer: 'I Think Donald Trump is in the White House Because of Me', WASH. POST (Nov. 17, 2016)
 - CAL. CIV. CODE § 3344 (2019).
 - Callum Borchers, 'Fake News' Has Now Lost All of Its Meaning, WASH. POST (Feb. 9, 2017)
 - Callum Borchers, How the Federal Trade Commission Could (Maybe) Crack Down on Fake News, WASH. POST (Jan. 30, 2017)
 - Camila Domonoske, The QAnon "Storm" Never Struck. Some Supporters Are Wavering, Others Steadfast, NPR (Jan. 20, 2021)
 - Caroline Jack, What's Propaganda Got to Do With It, DATA & SOC'Y: POINTS (Jan. 5, 2017)
 - Cass R. Sunstein, Social Norms and Social Roles, 96 COLUM. L. REV. 903 (1996)
 - Cecilia Kang & David McCabe, Big Tech Was Their Enemy, Until Partisanship Fractured the Battle Plans, N.Y. TIMES (Oct. 6, 2020)

- Chris Cillizza, Americans Read Headlines. And Not Much Else, WASH. POST (Mar. 19, 2014)
- Chris Woolf, Back in the 1890s, Fake News Helped Start a War, PRI (Dec. 8, 2016)
- Christopher Keating, Quinnipiac Poll: 77% of Republicans Believe There Was Widespread Fraud in the Presidential Election; 60% Overall Consider Joe Biden's Victory Legitimate, HARTFORD COURANT (Dec. 10, 2020)
- Christopher Robertson, When Truth Cannot Be Presumed: The Regulation of Drug Promotion Under an Expanding First Amendment, 94 B.U. L. REV. 545, 547 (2014)
- Christopher Shea, Is a Social Network that Doesn't Share User Data Possible? We Asked Someone Who's Trying, VOX (Mar. 27, 2018)
- Civic Integrity Positions and Policies, TWITTER, <https://about.twitter.com/en/ourpriorities/civicintegrity> (last visited Mar. 21, 2022).
- Claire Wardle, The Information Ecosystem that Led to the Capitol Attack, BOS. GLOBE (Jan. 8, 2021, 4: 48 PM)
- CmdrTaco, Slashdot Moderation, SLASHDOT, <https://slashdot.org/moderation.shtml> (last visited Mar. 21, 2022).
cnn.com.de (Paul Horner's website).
- Conservatives Accuse Nature of Silencing Right-Wing Voices After Sheldon Adelson Dies at 87, THE ONION (Jan. 12, 2021, 12: 00 PM)
- Coronavirus Disease (COVID-19) Advice for the Public: Mythbusters, WORLD HEALTH ORG. (May 5, 2021)
- Craig Silverman & Lawrence Alexander, How Teens in the Balkans Are Duping Trump Supporters with Fake News, BUZZFEED: WORLD (Nov. 3, 2016, 7: 02 PM)
- Craig Timberg & Elizabeth Dvoskin, Silicon Valley is Getting Tougher on Trump and His Supporters Over Hate Speech and Disinformation, WASH. POST (July 10, 2020)
- Cristina Bicchieri & Ryan Muldoon, Social Norms, in STANFORD ENCYCLOPEDIA OF PHILOSOPHY (2011)
- DAN DOBBS, PAUL T. HAYDEN & ELLEN M. BUBLICK, THE LAW OF TORTS § 29 (2d ed., 2011)
- Daniel Funke, The AP Isn't Abandoning its Fact-Checking Partnership with Facebook. It's Expanding It, POYNTER (Apr. 9, 2019)
- Danielle Citron, Revenge Porn and the Uphill Battle to Pierce Section 230 Immunity (Part II) , CONCURRING OPINIONS (Jan. 25, 2013)
- Danielle Keats Citron & Mary Anne Franks, Criminalizing Revenge Porn, 49 WAKE FOREST L. REV. 345, 347 (2014)
- Danny Sullivan, Google In Controversy Over Top-Ranking for Anti-Jewish Site, SEARCH ENGINE WATCH (Apr. 24, 2004)
- Danny Sullivan, Why Does Microsoft's Bing Search Engine Hate Rick Santorum?, SEARCH ENGINE LAND (Feb. 8, 2012)
- Dave Davies, The Death of Organic Search (As We Know It) , SEARCH ENGINE J. (Mar. 29, 2017) ,
- Davey Alba & Sheera Frenkel, From Voter Fraud to Vaccine Lies: Misinformation Peddlers Shift Gears, N.Y. TIMES (Jan. 7, 2021)

- David Braucher, Fake News: Why We Fall for It, PSYCH. TODAY (Dec. 28, 2016)
- David French, The Right's Message to Silicon Valley: 'Free Speech for Me, but Not for Thee', TIME (Jan. 16, 2021)
- David M. Mayer, The Psychology of Fairness: Why Some Americans Don't Believe the Election Results, CONVERSATION (Dec. 21, 2020)
- David Marcus, Trans-Substantivity and the Processes of American Law, 2013 BYU L. REV. 1191 (2013)
- David S. Ardia, Free Speech Savior or Shield for Scoundrels: An Empirical Study of Intermediary Immunity Under Section 230 of the Communications Decency Act, 43 LOY. L.A. L. REV. 373 (2010)
- Derek E. Bambauer, Against Jawboning, 100 MINN. L. REV. 51, 63 (2015)
- Derek E. Bambauer, Copyright = Speech, 65 EMORY L.J. 199, 201 (2015)
- Derek E. Bambauer, Exposed, 98 MINN. L. REV. 2025, 2055 (2014)
- Derek E. Bambauer, What Does the Day After Section 230 Reform Look Like?, BROOKINGS TECHSTREAM (Jan. 22, 2021)
- Drew Harwell, Isaac Stanley-Becker, Razzan Nakhlawi & Craig Timberg, QAnon Reshaped Trump's Party and Radicalized Believers. The Capitol Siege May Just Be the Start., WASH. POST (Jan. 13, 2021)
- Ekaterina Jardim, Mark C. Long, Robert Plotnick, Emma van Inwegen, Jacob Vigdor & Hilary Wething, Minimum Wage Increases, Wages, and Low-Wage Employment: Evidence from Seattle (Nat'l Bureau of Econ. Res., Working Paper No. 23532, 2017)
- Elisabeth Dwoskin, Twitter is Looking for Ways to Let Users Flag Fake News, Offensive Content, WASH. POST (June 29, 2017)
- Elizabeth Kolbert, Why Facts Don't Change Our Minds, NEW YORKER (Feb. 19, 2017)
- Emily K. Vraga & Leticia Bode, Addressing COVID-19 Misinformation on Social Media Preemptively and Responsively, 27 EMERGING INFECTIOUS DISEASES 396, 396 (2021).
- Emily Stewart, America's growing fake news problem, in one chart, VOX (Dec. 22, 2020)
- Eric Goldman, Online User Account Termination and 47 U.S.C. § 230 (c) (2) , 2 U.C. IRVINE L. REV. 659 (2012)
- Eric Goldman, Ten Worst Section 230 Rulings of 2016 (Plus the Five Best) , TECH. & MKTG. L. BLOG (Jan. 4, 2017)
- Eric Goldman, The Regulation of Reputational Information, in THE NEXT DIGITAL DECADE: ESSAYS ON THE FUTURE OF THE INTERNET 293 (Berin Szoka & Adam Marcus eds., 2010).
- Ethan Zuckerman, The Case for a Taxpayer-Supported Version of Facebook, THE ATLANTIC: TECH. (May 7, 2017)
- Ethics Guidelines, POYNTER, <https://www.poynter.org/guidelines-2> (last visited Mar. 21, 2022)
- Eugene Volokh & Donald M. Falk, First Amendment Protection for Search Engine Results—A White Paper Commissioned by Google (UCLA Sch. of L., Research

- Paper No. 12-22, 2012)
- Evgeny Morozov, Moral Panic Over Fake News Hides the Real Enemy - The Digital Giants, THE GUARDIAN (Jan. 7, 2017)
 - EVGENY MOROZOV, THE NET DELUSION 263 (1st ed., 2012).
 - Evgeny Morozov, Warning: This Site Contains Conspiracy Theories, SLATE (Jan. 23, 2012)
 - Expressions Hair Design v. Schneiderman, 137 S.Ct. 1144, 1150 (2017)
 - Fact check: RFID microchips will not be injected with the COVID-19 vaccine, altered video features Bill and Melinda Gates and Jack Ma, REUTERS (Dec. 4, 2020)
 - Fair Hous. Council of San Fernando Valley v. Roommates.com, 521 F.3d 1157, 1163 (9th Cir. 2008).
 - Frank H. Easterbrook, Cyberspace and the Law of the Horse, 1996 U. CHI. LEGAL F. 207, 215–16 (1996)
 - Frank Pallotta, How Colbert, Kimmel and Fallon Plan to Adapt to Life After Trump, CNN (Jan. 25, 2021)
 - Frischmann & Selinger, Why It's Dangerous to Outsource Our Critical Thinking to CompuTs., THE GUARDIAN (Dec. 10, 2016)
 - Gabriel Nicholas, Taking it With You: Platform Barriers to Entry and the Limits of Data Portability, 27 MICH. TECH. L. REV. 263 (2021).
 - Gertz v. Robert Welch, Inc., 418 U.S. 323, 347 (1974)
 - Gilad Lotan, Fake News Is Not the Only Problem, DATA & SOC'Y: POINTS (Nov. 22, 2016)
 - Glenn Kessler, Meg Kelly, Salvador Rizzo & Michelle Ye Hee Lee, In Four Years, President Trump Made 30,573 False or Misleading Claims, WASH. POST (last updated Jan. 20, 2021)
 - Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, & David G. Rand, The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings, 66 MGMT. SCI. 4944, 4948 (2020).
 - Gordon Pennycook, Tyrone D. Cannon & David G. Rand, Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News, 147 J. EXPERIMENTAL PSYCH.: GEN. 1865 (2018).
 - Greg Joyce, Former Patriots Player Leads Internet's Merciless Trolling of Bill Belichick, N.Y. POST (Jan. 25, 2021)
 - H. Brian Holland, In Defense of Online Intermediary Immunity: Facilitating Communities of Modified Exceptionalism, 56 KAN. L. REV. 369 (2008)
 - Hayley Tsukayama, Google's Asking You for Some Help to Fix its 'Fake News' Problem, WASH. POST (Apr. 25, 2017)
 - Heather M. Whitney & Mark Robert Simpson, Search Engines, Free Speech Coverage, and the Limits of Analogical Reasoning, in FORTHCOMING FREE SPEECH IN THE DIGITAL AGE, 1, 14 (Susan J. Brison & Kath Gelber, eds., 2017)
 - Helping You Find Emergency Information When You Need It, GOOGLE: BLOG (Nov. 11, 2010)
 - Hope Yen, AP Fact Check: Yes, Trump Lost Election Despite What He Says, AP NEWS

(May 6, 2021)

- How Americans Get Their News, AM. PRESS INST. (Mar. 17, 2014)
- How Content ID Works, YOUTUBE, <https://support.google.com/youtube/answer/2797370?hl=en> (last visited Mar. 21, 2022)
- How is Facebook Addressing False Information Through Independent Fact-Checkers?, FACEBOOK, <https://www.facebook.com/help/733019746855448> (last visited Mar. 21, 2022) ;
- Hunt Allcott & Matthew Gentzkow, Social Media and Fake News in the 2016 Election, 31 J. ECON. PERSP. 211, 213–14 (2017)
- INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE, CLIMATE CHANGE 2014: SYNTHESIS REPORT, CONTRIBUTION OF WORKING GROUPS I, II AND III TO THE FIFTH ASSESSMENT REPORT OF THE INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (R.K. Pachauri & L.A. Meyer eds., 2014).
- Islamic State Fighters on Diaspora*, DIASPORA* FOUND.: BLOG (Aug. 20, 2014)
- Islamic State Shifts to New Platforms After Twitter Block, BBC NEWS (Aug. 21, 2014)
- Jack Nicas, No, Dominion Voting Machines Did Not Delete Trump Votes, N.Y. TIMES (Nov. 11, 2020)
- James Grimmelman, Speech Engines, 98 MINN. L. REV. 868, 912 (2014) ;
- Jane R. Bambauer & Derek E. Bambauer, Information Libertarianism, 105 CALIF. L. REV. 335 (2017).
- Jane R. Bambauer, Is Data Speech?, 66 STAN. L. REV. 57, 60 (2014) ;
- Jane R. Bambauer, Snake Oil, 93 WASH. L. REV. 73, 100 (2017).
- Jeff John Roberts, A Top Google Result for the Holocaust Is Now a White Supremacist Site, FORTUNE (Dec. 12, 2016) , <http://fortune.com/2016/12/12/google-holocaust>.
- Jeff Tollefson, Tracking QAnon: How Trump Turned Conspiracy-Theory Research Upside Down, 590 NATURE 192, 193 (2021)
- JEFFREY TOOBIN, A VAST CONSPIRACY 251–52 (1999).
- Jessa Lingel & danah boyd, “Keep it Secret, Keep it Safe”: Information Poverty, Information Norms, and Stigma, 64 J. AM. SOC’Y INFO. SCI. & TECH. 981 (2013).
- Jessica Guynn, Biden and Section 230: New Administration, Same Problems for Facebook, Google and Twitter as Under Trump, USA TODAY (Jan. 20, 2021)
- JIM DWYER, MORE AWESOME THAN MONEY: FOUR BOYS AND THEIR HEROIC QUEST TO SAVE YOUR PRIVACY FROM FACEBOOK (2014).
- Jim Waterson, How is the BBC Funded and Could the Licence Fee Be Abolished?, THE GUARDIAN (Dec. 16, 2019)
- Joe Biden, ONION, <https://www.theonion.com/tag/joseph-biden> (last visited Mar. 21, 2022)
- Joel Rose, Even If It’s “Bonkers,” Poll Finds Many Believe QAnon and Other Conspiracy Theories, WBUR NEWS (Dec. 30, 2020)
- John Maxwell Hamilton & Kevin R. Kosar, Call It What It Is: Propaganda, POLITICO (Oct. 8, 2020).
- John Tehranian, Infringement Nation: Copyright Reform and the Law/Norm Gap, 2007

- UTAH L. REV. 537, 539 (2007)
- Jonathan Martin & Amy Chozick, Hillary Clinton’s Doctor Says Pneumonia Led to Abrupt Exit From 9/11 Event, N.Y. TIMES (Sept. 11, 2016)
 - Jonathan Rothwell & Sonal Desai, How Misinformation is Distorting COVID Policies and Behaviors, BROOKINGS (Dec. 22, 2020)
 - Joseph Lichterman, Google News Launches a Streamlined Redesign That Gives More Prominence to Fact Checking, NIEMANLAB (June 27, 2017)
 - Josh A. Goldstein & Shelby Grossman, How Disinformation Evolved in 2020, BROOKINGS: TECHSTREAM (Jan. 4, 2021)
 - Joshua Habgood-Coote, Stop Talking About Fake News!, 62 INQUIRY 1033 (2019) ;
 - Julia Angwin & Hannes Grassegger, Facebook’s Secret Censorship Rules Protect White Men from Hate Speech but Not Black Children, PROPUBLICA (June 28, 2017)
 - Kaleigh Rogers, Americans Were Primed to Believe the Current Onslaught of Disinformation, FIVETHIRTYEIGHT (Nov. 12, 2020)
 - Karen Hao, What Is Machine Learning?, MIT TECH REV. (Nov. 17, 2018)
 - Katelyn Polantz, Election Technology Company Dominion Sues Giuliani for \$1.3 Billion Over ‘Big Lie’ About Election Fraud, CNN: POLITICS (Jan. 25, 2021, 9: 19 PM)
 - Kaya Yurieff & Oliver Darcy, Facebook vowed to crack down on Covid-19 vaccine misinformation but misleading posts remain easy to find, CNN (Feb. 8, 2021)
 - Keith A. Rowley, You Asked for It, You Got It... Toy Yoda: Practical Jokes, Prizes, and Contract Law. 3 NEV. L.J. 526, 528–29 (2003)
 - Kevin Fallon, Fooled by “The Onion”: 9 Most Embarrassing Fails, THE DAILY BEAST (July 14, 2017, 2: 47 AM)
 - Kevin Roose, How ‘Save the Children’ Is Keeping QAnon Alive, N.Y. TIMES (Sept. 28, 2020)
 - Kevin Roose, What Is QAnon, the Viral Pro-Trump Conspiracy Theory?, N.Y. TIMES (Sept. 3, 2021)
 - Kevin Roose, Why Conspiracy Theories Are So Addictive Right Now, N.Y. TIMES (Oct. 7, 2020)
 - Kyle Wiggers, Microsoft Claims its AI Framework Spots Fake News Better than State-of-the-Art Vaselines, VENTUREBEAT (Apr. 7, 2020)
 - Kyle Wiggers, Researchers Develop AI that Distinguishes Between Satire and Fake News, VENTUREBEAT (Nov. 5, 2019)
 - Laura Santhanam, Most Americans Blame Trump for Capitol Attack but are Split on His Removal, PBS NEWS HOUR (Jan. 8, 2021)
 - Lawrence Lessig, The New Chicago School, 27 J. LEGAL STUD. 661, 662–63 (1998) ;
 - Leonid Bershidsky, Opinion, Fake News is All About False Incentives, BLOOMBERG (Nov. 16, 2016, 9: 26 AM)
 - Lesley Chiou & Catherine E. Tucker, Fake News and Advertising on Social Media: A Study of the Anti-Vaccination Movement (July 27, 2018) , https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3209929.
 - Li Zhou, About Half of Republicans Don’t Think Joe Biden Should Be Sworn in as President, VOX (Jan. 11, 2021)
 - Lisa Bernstein, Opting Out of the Legal System, 21 J. LEGAL STUD. 115 (1992).

- Lisa Lerer, No, Hillary Clinton Is Not Having a Seizure in That Video, Says AP Reporter Who Was There, CHI. TRIB. (Aug. 12, 2016, 7: 40 PM)
- Lucy v. Zehmer, 84 S.E.2d 516, 521 (Va. 1954)
- Luke Munn, Angry by Design: Toxic Communication and Technical Architecture, 7 HUMANS & SOC.SCIS. COMMS. 53, 53 (2020)
- Marc Fisher, John Woodrow Cox, & Peter Hermann, Pizzagate: From Rumor, to Hashtag, to Gunfire in D.C., WASH. POST (Dec. 6, 2016)
- Mark A. Lemley & David McGowan, Legal Implications of Network Economic Effects, 86 CALIF. L. REV. 479, 483-85 (1998)
- Mark John, Public trust crumbles amid COVID, fake news – survey, REUTERS (Jan. 13, 2021)
- Matal v. Tam, 137 S.Ct. 1744, 1767 (2017)
- Matthew Brown, Fact Check: False Conspiracy Theories Allege Connection Between Biden Victory and Ukraine, USA TODAY (Jan. 15, 2021)
- Michael Nunez, Senate GOP Launches Inquiry into Facebook’s News Curation, GIZMODO (May 10, 2016)
- MODEL PENAL CODE § 2.02 (2) (1962).
- N.Y. Times v. Sullivan, 376 U.S. 254, 279-80 (1964).
- N.Y. Times v. Sullivan, 376 U.S. 254, 279-80 (1964) ; Alvarez, 567 U.S. at 709.
- New State Ice Co. v. Liebmann, 285 U.S. 262, 311 (1932) (Brandeis, J., dissenting)
- Nick Hopkins, Revealed: Facebook’s Internal Rulebook on Sex, Terrorism and Violence, THE GUARDIAN (May 21, 2017)
- Nick Wingfield, Mike Issac, & Katie Benner, Google and Facebook Take Aim at Fake News Sites, N.Y. TIMES (Nov. 14, 2016)
- Noah Feldman, Opinion, Closing the Safe Harbor for Libelous Fake News, BLOOMBERG VIEW (Dec. 16, 2016, 9: 24 AM)
- NPS LLC v. StubHub, 25 Mass. Law Rep. 478, 480 (Mass. Sup. Ct. 2006).
- Oliva Solon, Facebook’s failure: did fake news and polarized politics get Trump elected?, THE GUARDIAN (Nov. 10, 2016)
- Oren Bracha & Frank Pasquale, Federal Search Commission - Access, Fairness, and Accountability in the Law of Search, 93 CORNELL L. REV. 1149, 1152 (2008)
- OxyContin Maker Criticized for New “It Gets You High” Campaign, THE ONION (July 10, 2017, 10: 33 AM)
- Pamela Paresky, Alex Goldenberg, Denver Riggelman, Jacob N. Shapiro, & John Farmer Jr., How to Respond to the QAnon Threat, BROOKINGS TECHSTREAM (Jan. 20, 2021)
- Philip Bump, There is Not and Has Not Been Any Credible Evidence of Significant Fraud in the 2020 Election, WASH. POST (Dec. 14, 2020)
- PHILIP N. HOWARD, BHARATH GANESH, DIMITRA LIOTSIU, JOHN KELLY & CAMILLE FRANCOIS, OXFORD COMPUTATIONAL PROPAGANDA RES. PROJECT, THE IRA, SOCIAL MEDIA, AND POLITICAL POLARIZATION IN THE UNITED STATES, 2012-2018 (2018)
- R. George Wright, Objective and Subjective Tests in the Law, 16 U.N.H. L. REV. 121, 121 (2017).
- Rachel West, Five Flaws in a New Analysis of Seattle’s Minimum Wage, CTR. FOR

- AM. PROGRESS (June 28, 2017)
- Removal Policies, GOOGLE SEARCH HELP, (last visited Mar. 21, 2022)
 - Research Shows COVID-19 Was Not Manufactured in a Lab, AP NEWS (Sept. 16, 2020)
 - Rob Faris, Hal Roberts, Bruce Etling, Nikki Bourassa, Ethan Zuckerman, & Yochai Benkler, Partisanship, Propaganda, and Disinformation: Online Media and the 2016 U.S. Presidential Election (Aug. 16, 2017)
 - Robert Chesney & Danielle Keats Citron, Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security, 107 CALIF. L. REV. 1753, 1754 (2019)
 - Robert Cover, Violence and the Word, 95 YALE L.J. 1601 (1985)
 - ROBERT ELLICKSON, ORDER WITHOUT LAW (1991)
 - Robert G. Parkinson, Fake News? That's a Very Old Story, WASH. POST. (Nov. 5, 2016)
 - Robert Post & Miguel Maduro, Misinformation and Technology: Rights and Regulation Across Borders, in GLOBAL CONSTITUTIONALISM: 2020
 - Robinson Meyer, The Tradeoffs in Google's New Crackdown on Child Pornography, THE ATLANTIC (Nov. 18, 2013)
 - Robyn Caplan, How Do You Deal With a Problem Like Fake News?, DATA & SOC'Y: POINTS (Jan. 5, 2017)
 - Rosemary Rossi, Celebrity Death Hoaxes: 50 Famous People Who Were Reported Dead... but Weren't (Photos), WRAP (Jan. 4, 2021)
 - Sam Levin, Facebook Promised to Tackle Fake News. But the Evidence Shows It's Not Working, THE GUARDIAN (May 16, 2017)
 - Samuel Gibbs, Google Alters Search Autocomplete to Remove 'Are Jews Evil' Suggestion, THE GUARDIAN (Dec. 5, 2016, 10: 00 AM)
 - Samuel Wooley, We're Fighting Fake News AI Bots by Using More AI. That's a Mistake, MIT TECH. REV. (Jan. 8, 2020)
 - Sean Illing, How Trump Should Change the Way Journalists Understand "Objectivity", VOX (Aug. 4, 2020)
 - SEANA SHIFFRIN, SPEECH MATTERS: ON LYING, MORALITY, AND THE LAW 184 (2014).
- Search FYI: An Update to Trending, FACEBOOK (Oct. 16, 2016)
- Sorrell v. IMS Health, 564 U.S. 552, 572 (2011)
 - SPJ Code of Ethics, SOC'Y OF PROF. JOURNALISTS (last updated Sept. 6, 2014)
 - Stan J.Liebowitz & Stephen E. Margolis, Are Network Externalities A New Source of Market Failure?, 17 RSCH. L. & ECON. 1, 12 (1995)
 - Stephen Subrin, The Limitations of Transsubstantive Procedure: An Essay on Adjusting the "One Size Fits All" Assumption, 87 DENV. U. L. REV. 377 (2010)
 - Stuart P. Green, Plagiarism, Norms, and the Limits of Theft Law: Some Observations on the Use of Criminal Sanctions in Enforcing Intellectual Property Rights, 54 HASTINGS L.J. 167, 171 (2002).
- Sydney Ember, Gawker, Filing for Bankruptcy After Hulk Hogan Suit, is for Sale, N.Y. TIMES (June 10, 2016)

- Tara Golshan, How Hillary Clinton's Health Passed from an Online Conspiracy Theory to a Mainstream Debate, VOX (Sept. 13, 2016, 8: 13 AM)
 - Taylor Telford, YouTube Removes 8,000 Channels Promoting False Election Claims, WASH. POST (Dec. 9, 2020)
 - The Licence Fee, BBC, <https://www.bbc.com/aboutthebbc/governance/licencefee> (last visited Mar.21, 2022)
 - THE ONION, <http://www.theonion.com> (last visited Mar. 21, 2022)
 - Thomas B. Edsall, Opinion, America, We Have a Problem, N.Y. TIMES (Dec. 16, 2020).
 - Thomas Gibbons-Nerf, Documents Reveal U.S. Officials Misled Public on War in Afghanistan, N.Y. TIMES (Dec. 9, 2019)
 - Thomas Lifson, Retraction, AM. THINKER (Jan. 15, 2021) ,.
 - Tim Cushing, California Appeals Court Reaffirms Section 230 Protections in Lawsuit Against Yelp for Third-Party Postings, TECHDIRT (July 19, 2016)
 - Tim Wu, Machine Speech, 161 U. PA. L. REV. 1495, 1496-98 (2013) ;
 - Timothy R. Tangherlini, Shadi Shahsavari, Behnam Shahbazi, Ehsan Ebrahimzadeh & Vwani Roychowdhury, An Automated Pipeline for the Discovery of Conspiracy and Conspiracy Theory Narrative Frameworks: Bridgegate, Pizzagate and Storytelling on the Web, PLOS ONE (June 16, 2020)
 - Tom Kludt, Trump Targets Clinton's Health in New Ad, CNN: POLITICS (Oct. 11, 2016, 2: 10 PM)
 - Twitter Takes New Steps to Curb Abuse, Hate Speech, CBS NEWS (Feb. 7, 2017)
 - U.S. v. Alvarez, 567 U.S. 709, 711 (2012)
 - U.S. v. Am. Library Ass'n, 539 U.S. 194, 199 (2003)
 - U.S. v. Stevens, 559 U.S. 460, 468-69 (2014)
 - Vision Sec. v. Xcentric Ventures, No. 2: 13-cv-00926-CW-BCW (D. Utah Aug. 27, 2015)
 - Welcome to Diaspora*, DIASPORA* FOUND. (last visited Mar. 21, 2022).
 - WHITNEY PHILLIPS, THIS IS WHY WE CAN'T HAVE NICE THINGS: MAPPING THE RELATIONSHIP BETWEEN ONLINE TROLLING AND POPULAR CULTURE 3-5 (2015).
- Will Oremus, The Search for the Anti-Facebook, SLATE (Oct. 28, 2014)
- YOCHAI BENKLER, CASEY TILTON, BRUCE ETLING, HAL ROBERTS, JUSTIN CLARK, ROB FARIS, JONAS KAISER, & CAROLYN SCHMITT, MAIL-IN VOTER FRAUD: ANATOMY OF A DISINFORMATION CAMPAIGN (2020)
 - Yochai Benkler, Robert Faris, Hal Roberts, & Ethan Zuckerman, Study: Breitbart-led Media Ecosystem Altered Broader Media Agenda, COLUM. JOURNALISM REV. (Mar. 3, 2017)
 - Yonathan Arbel, Slicing Defamation by Contract, U. CHI. L. REV. ONLINE (2020)
 - Yuval Feldman & Janice Nadler, The Law and Norms of File Sharing, 43 SAN DIEGO L. REV. 577 (2006).
 - Zara Abrams, Controlling the Spread of Misinformation, 52 AM. PSYCH. ASS'N 44 (2021)
 - Zeran v. Am. Online, 129 F.3d 327, 330 (4th Cir. 1997)