

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی

در عصر رسانه‌های اجتماعی^۱

اندرو پیک^۲

ترجمه: آذین صحابی^۳

چکیده

نوشتار حاضر، تفسیری است که بر مقاله مندرج در شماره ویژه سال ۲۰۱۸ نشریه «امریکن فولکلور» نوشته شده است. در این مقاله با عنوان «اخبار جعلی: تعاریف و رویکرد» استدلال می‌شود که شبکه‌های دیجیتالی از طریق فزونی‌سازی و بسط و گسترش، شکل‌دهی به اخبار جعلی را ممکن می‌کنند. شکل‌دهی به اخبار جعلی از طریق فزونی‌سازی، زمانی روی می‌دهد که رویدادهایی در مقیاس کوچک، از طریق اقدامات هماهنگ و هم‌رسانی کاربران عادی، دروازه‌بانان شبکه‌های رسانه‌های جمعی و الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی تقویت می‌شوند و بسط و گسترش پیدا می‌کنند. حوادثی که با بوق و کرنا اعلام می‌شوند، هر چه بیشتر در رسانه‌های جمعی منتشر شوند، خطر تحریف شدنشان افزایش پیدا می‌کند چرا که کاربران، تفاسیر و دیدگاه‌هایی را بر اساس شرایط، دیدگاه‌ها و ذهنیت‌های خودشان به آنها اضافه می‌کنند. به این ترتیب است که مقابله با خبر جعلی تولید شده، بسیار دشوار است چرا که دیگر فراتر از واقعیت رفته و به وادی تفسیر و تعبیری وارد شده است که شبکه‌ای گسترده از باورها از آن حمایت می‌کند.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، اخبار جعلی، روزنامه‌نگاری، سیاست، شبکه اجتماعی، فولکلور دیجیتال، باورهای شبکه‌ای.

1. Andrew Peck (2020). A Problem of Amplification: Folklore and Fake News in the Age of Social Media, *Jurnal of American Folklore*, vol 133, No 529. PP: 329-351.

۲. استادیار ارتباطات راهبردی دانشگاه میامی.

۳. دانشجوی دکتری روابط بین‌الملل دانشگاه علامه طباطبایی، رایانامه: azinsahab,2011@gmail.com

4. Fake News: Definitions and Approach

در اکتبر ۲۰۱۵، کاربران نژادپرست در شبکه اجتماعی «توییتر» تصمیم گرفتند تماشای فیلم «جنگ ستارگان»^۱ را که به زودی قرار بود اکران شود، تحریم و فیلم را بایکوت کنند. دلیل آنها برای این اقدام سیاهپوست بودن یکی از بازیگران اصلی فیلم، بود. این کاربران هشتکی را با مضمون «#جنگ - ستارگان - ۷ - را - تحریم - کنید»^۲ به راه انداختند تا پیام خود را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کنند. به این ترتیب، طی چند ساعت، «#جنگ - ستارگان - ۷ - را - تحریم - کنید» در صدر ترندهای اول توییتر قرار گرفت و توجه تعدادی زیادی از وبلاگ‌ها و وبسایت‌ها از جمله «مری سو»^۳، «یوپروکس»^۴ و «دیلی بیست»^۵ را به خود جلب کرد (کاسکی، ۲۰۱۵). در واقع، این رویداد ساده و کوچک آن‌چنان منعکس شد و این جنبش آن قدر سر و صدا کرد که رسانه‌های مطرح دیگری مانند روزنامه «یو.اس.ای. تودی»^۶، «گاردین»^۷، «هالیوود ریپورتر»^۸، «فاکس نیوز»^۹ «سی.ان.ان»^{۱۰} و «ام.اس.ان.بی.سی»^{۱۱} نیز آن را پوشش دادند. انعکاس این خبر بارها و بارها ادامه پیدا کرد و به این ترتیب، هشتگ و جنبش یادشده، بیش از پیش بر سر زبان‌ها افتاد. اما این فقط یک وجه از این مشکل بود؛ در حقیقت، تعداد کاربران عضو «جنبش» نژادپرستان بسیار اندک بود و دلیل ترند شدن هشتگ مذکور این بود که دو یا سه کاربر به سرعت و به طور مکرر آن را توییت کرده بودند. این کار، الگوریتم ترند شدن را در توییتر فریب داده و باعث شده بود به تصور اینکه این هشتگ بیش از میزان واقعی آن در بین کاربران گسترده است، آن را در صدر

1. Star Wars
2. #Boycott-Star-Wars-VII
3. Mary Sue
4. Uprox
5. Daily Beast
6. USA TODAY
7. The Guardian
8. Hollywood Reporter
9. Fox News
10. CNN
11. MSNBC

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۵۵

ترندهای خود قرار دهد. به این ترتیب، زمانی که «#جنگ - ستارگان - ۷ - را - تحریم - کنید» در صدر جدول هشتگ‌ها جای گرفت و بسیاری از کاربران جدید با آن مواجه شدند، تعداد توییت‌ها در دقیقه صدها برابر شد.

نکته قابل توجه این بود که یکی از تحلیل‌هایی که به قلم «ژنویو کاسکی»^۱ در وب‌سایت سرگرمی خبری «وکس»^۲ با هدف آگاهی‌بخشی و تقبیح این جنبش نژادپرستانه منتشر شد، حاکی از آن بود که تقریباً محتوای ۹۵ درصد از توییت‌هایی که با این هشتگ منتشر شده بودند، آن را محکوم کرده و توییت‌های نژادپرستانه را شرم‌آور خوانده بودند. (کاسکی، ۲۰۱۵)

با این حال، وبلاگ‌ها و منابع خبری، این «جنجال» را با عینیت و با انعکاس واقعیت‌ها پوشش دادند و با توجه به ملاحظات طرفین، این انگاره که «#جنگ - ستارگان - ۷ - را - تحریم - کنید» یک جنبش گسترده و مشروع اجتماعی است، گسترش یافت. در واقع، به گفته «کاسکی»، کسانی که با اهداف این جنبش نژادپرستانه مخالف بودند، مدام آن را در بوق و کرنا می‌کردند و آن را بسط و گسترش می‌دادند و این دقیقاً همان چیزی بود که آن دو کاربر (نژادپرست) خواهان آن بودند و بر آن سرمایه‌گذاری می‌کردند تا هرچه بیشتر دیده شوند.^۳ (۲۰۱۵). به عبارتی، با وجود، بررسی و کنترل حقایق از سوی پژوهشگرانی چون «کاسکی» و برخی منابع خبری مانند «واشنگتن پست»^۳ و «ورج»^۴، یک جریان انتقادی عمومی، هم میان کاربران رسانه‌های اجتماعی و هم میان روزنامه‌نگاران، نسبت به فراخوان نژادپرستانه‌ای که برای تحریم آن فیلم، شکل گرفته بود، به راه افتاد (رابرتسون، ۲۰۱۵ و پتری، ۲۰۱۵). از سوی دیگر، سایر منابع خبری نیز همچنان، طی روزها و هفته‌های متمادی، به داستان‌سرایی درباره این بایکوت در چارچوب یک جنجال مشروع ادامه می‌دادند.

1. Genevieve Koski
2. Vox
3. Washington Post
4. The Verge

«تام مود»^۱ به درستی اعتقاد دارد که آنچه ما در حال حاضر «اخبار جعلی»^۲ می‌خوانیم، دغدغه جدیدی برای روزنامه‌نگاران یا کارشناسان فولکور نیست (۲۰۱۸ سی: ۳۷۳، همچنین نگاه کنید به: الیز، ۲۰۱۸: ۳۹۳، کیتا، ۲۰۱۸: ۴۰۵). انتشار گسترده «حقایق» از طریق یک فرایند غیررسمی یا فولکوریک یا نمایش آداب و رسوم بومی کشورها از سوی سازمان‌های خبری عظیم هم در خصوص اخبار جعلی، امر جدیدی محسوب نمی‌شود. در عوض، موضوع جدید این است که چطور فناوری‌های نوین رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، کاری می‌کنند که روند انتشار غیررسمی اخبار تغییر کند، میزان دیده شدن آن دستخوش دگرگونی شود، به میزان گسترده‌ای به مشروعیت دست پیدا کند و به رسمیت شناخته شود. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند کاری کنند که میزان دیده شدن آداب و رسوم بومی تا حد بسیاری افزایش یابد (پک، ۲۰۱۷) و رابطه سنتی بین افراد معمولی و دروازه‌بانان حرفه‌ای رسانه‌های خبری را پیچیده کنند (جانگ و دیگران، ۲۰۱۸: ۱۱۱). به خصوص از آنجا که دروازه‌بانان خبر به طور فزاینده‌ای، آنچه را در شبکه‌های اجتماعی ترند می‌شود، رهگیری می‌کنند. (مراز و پاپاکریستی، ۲۰۱۳: ۱۳۹)

در این مقاله توضیح داده می‌شود که شبکه‌های دیجیتالی خلق یک نظام پیچیده اجتماعی و از جنس فناوری را ممکن کرده‌اند و اخبار جعلی را از طریق فزونی‌سازی، عادی جلوه داده‌اند. این نوع فزونی‌سازی زمانی روی می‌دهد که اقدامات به هم مرتبط و درهم‌تنیده کاربران محلی و بومی، دروازه‌بانان خبر و الگوریتم فیلتر رویدادهای واقعی را بسیار فراتر از میزان اهمیت واقعی آنها بزرگ‌نمایی می‌کنند و بسط و گسترش می‌دهند. به عبارت دیگر، ارتباطاتی که پیش از این مورد توجه نبود، رویدادهای کوچک، داستان‌های ساده و جزئی یا حوادث روزمره تکراری می‌توانند به روایت‌های عظیم خبری و دغدغه‌های عمومی تبدیل شوند. چنین رویدادهایی وقتی با بزرگ‌نمایی، در بوق و کرنا می‌شوند، به طور معمول، حساسیت‌برانگیز یا تحریف و خدشه‌دار هم

1. Tom Mould

2. Fake news

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۵۷

می‌شوند. به این ترتیب، کاربران نیز تشویق می‌شوند تا درباره آنچه در جریان است به گمانه‌زنی بپردازند و خودشان با توجه به ذهنیت‌شان، شکاف‌های موجود را پر کنند؛ اخبار بزرگ‌نمایی شده به اخبار فولکلور تبدیل می‌شود و آن رویداد، در جایگاه یک جریان فرهنگی قرار می‌گیرد.

در این مقاله، مطالعه‌ای موردی را تشریح می‌کنم که توضیح می‌دهد چگونه بسط و گسترش بسیار سریع یک توییت در شبکه‌های اجتماعی، غوغایی به پا کرد و در نهایت باعث شد یک استاد دانشگاه شغلش را از دست بدهد. همچنین در پایان نتیجه‌گیری می‌کنم که اکنون در عصر رسانه‌های اجتماعی، پژوهشگران و کارشناسان رسانه به روش جامع‌تری برای تحلیل و تفکر درباره اخبار جعلی نیاز دارند چرا که امروزه، محتوای اخبار جعلی از آنچه دامنه‌های جعلی تولید می‌کنند، بسیار فراتر می‌رود.

در واقع، همه ما باید با دقت کنکاش کنیم که چگونه کارزارهای هدایت شده دستکاری و مخدوش کردن جریان‌های اطلاعات، جنجال‌های طراحی شده کاذب برای تشویق اذهان و ترندهایی که به طور اتفاقی در صدر رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند، در فرایندی که نه تنها «اجتماعی» و «بومی» نیست بلکه «نهادی» و «الگوریتمی» است، به «اخبار» تبدیل می‌شوند؟

اخبار جعلی با فزونی‌سازی

فزونی‌سازی در اینترنت از تعامل جاری بین سه عامل درهم‌تنیده و تنگاتنگ ایجاد می‌شود:

۱. ارتباطات کاربران عادی با یکدیگر
 ۲. گزینه‌های فیلترهای الگوریتمی
 ۳. پوشش دروازه‌بانان خبر رسانه‌های جمعی
- وقتی کاربران، الگوریتم‌ها یا اعضای رسانه، مطلبی را که بسط و گسترش پیدا کرده است، به مثابه یک محتوای خبری تشخیص می‌دهند، این احتمال وجود دارد که آن را به اخبار جعلی تبدیل کنند. حوادث واقعی ساده و حتی رویدادهای روزمره محلی در

۱۵۸ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

مقیاس کوچک، زمانی که بزرگ‌نمایی می‌شوند یا بر اساس شایعات و گاه نیز تئوری‌های توطئه، شاخ و برگ پیدا کنند، می‌توانند در بوق و کرنا، به یک روایت کلان خبر پر طمطراق تبدیل شوند که مدت‌ها دهان به دهان می‌گردد.

روند یادشده، باعث درجات متفاوتی از تحریف، مخدوش شدن، ساخت‌زدایی یا ایجاد حساسیت نسبت به محتوا می‌شود. فناوری‌های پیچیده رسانه‌های جمعی و اجتماعی باعث می‌شوند که آداب و رسوم و فرهنگ بومی بیشتر دیده شود اما این لزوماً به این معنا نیست که می‌توانند بستر و بافت فرهنگی موجود را به ناظر خارجی، بهتر منتقل کنند (پک، ۲۰۱۶). اطلاعاتی که در شبکه‌های اجتماعی در حال گردش و انتشار است، با مخاطبان بسیار گسترده‌ای مواجه می‌شود که با هدف و نیت و شرایط خالق آثار آشنا نیستند. سؤالاتی مانند «پشت دوربین چه اتفاقی در حال روی دادن است؟» یا اینکه «آیا این فیلم می‌خواهد کنایه بزند؟» پاسخ‌های قطعی ندارند و کاربران برای رسیدن به جواب این سؤالات و درک محتوایی که مشاهده می‌کنند، از فرهنگ خودشان بهره می‌گیرند. (توماس، ۲۰۰۳)

این سه مفهوم - سنت، تنوع و شخصی کردن محتوا - نه جدید هستند و نه منحصر به محتوای فولکور دیجیتال. پژوهشگران فولکور دیجیتال نشان داده‌اند که چگونه شبکه‌ها از طریق بسط این سه عنصر اساسی، افزایش میزان دیده شدن، هماهنگی فعالانه و جاری، فراگفتمان‌ها را شدنی می‌کنند (بلانک و مک‌نیل، ۲۰۱۸؛ پک، ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶ و تالبرت، ۲۰۱۸). در عمل، این الگوریتم‌ها اغلب به عنوان راهی برای وب‌سایت‌های رسانه‌های اجتماعی عمل می‌کنند تا به افراد بیشتر از آنچه می‌خواهند ببینند، نشان دهند و موجب شوند که همچنان به تعامل و حضور خود ادامه دهند (مک‌نیل، ۲۰۱۸: ۴۹۸ و پرایزر، ۲۰۱۲). آنها به گونه فزاینده‌ای ساختار تعاملات روزمره را در رسانه‌های اجتماعی شکل می‌دهند (توفکی، ۲۰۱۷: ۱۳۵-۸). فیلترهای الگوریتمی اغلب، پیچیده و مجموعه‌هایی نامرئی از دستورات هستند که بین کاربران و پلتفرم‌ها وابسته می‌شوند و هدفشان نظارت بر محتواهاست. آنها در اپلیکیشن‌ها، موتورهای جستجو و پلتفرم‌ها وجود دارند تا انبوهی از سیگنال‌ها را بررسی کنند (پرایزر، ۲۰۱۲). در واقع، پاسخی لازم به موج بسیار عظیمی از اطلاعات هستند که در ثانیه وارد می‌شود. داده‌های مورد استفاده از سوی الگوریتم اغلب به

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۵۹

شکل ناآگاهانه از سوی کاربران ارائه می‌شود و ساختارهایی را در اختیار قرار می‌دهد؛ از محتوای اخبار رسانه‌های اجتماعی، تا نتایج برتر در «گوگل»، فیلم‌های پیشنهادی، هشنگ‌های طرفدار و آخرین چالش‌های ویروسی. در نتیجه، این فیلترهای الگوریتمی، قابلیت بسیاری برای تأثیرگذاری بر میزان دیده شدن و تقویت باور، همچنین تغییر میزان درک کاربران از یک مفهوم از طریق تکرار، دارند (پنی‌کوک، کانن و رند، ۲۰۱۸)

در واقع، قدرت چارچوب‌سازی فیلترهای الگوریتمی، علاوه بر روابط کاربر با کاربر، بر چگونگی مشاهده، تفسیر و استفاده روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و دروازه‌بانان‌های خبر از شبکه‌ها نیز تأثیر می‌گذارد. رسانه‌های جمعی این توانایی را دارند که بر دستور کار و دغدغه‌های عمومی تأثیر بگذارند و به این ترتیب، اخبار نیز به نحو فزاینده‌ای از محتوایی که در رسانه‌های اجتماعی ترند می‌شود، الگو می‌گیرد (هوارد و هوسیان، ۲۰۱۱: ۴۵؛ جانگ، پارک ولی، ۲۰۱۷: ۱ و ۲۹۴؛ مرز و پاپاکریستی، ۲۰۱۳: ۱۳۹؛ پاپاکریستی، ۲۰۱۰: ۱۴۶؛ همچنین نگاه کنید به بوث و دیگران، ۲۰۱۸ و پک، ۲۰۱۹)

ممکن است به ظاهر درست باشد که یک هشنگ در حال ترند شدن است یا اینکه عده‌ای درباره مسئله‌ای اختلاف نظر دارند یا کاربری یک چالش ویدیویی ویروسی جدید درست کرده است اما به سادگی می‌توان با این معیارها بازی کرد. برای مثال، ممکن است دلیل اینکه یک هشنگ در حال ترند است، این باشد که از قضا چندین کاربر آن را تصاحب کرده‌اند یا ممکن است اختلاف نظری که بر سر یک موضوع به راه افتاده به خاطر این باشد که چند کاربر با دیدگاه‌های افراطی مورد توجه غیرمتناسب قرار گرفته‌اند. به همین ترتیب است که پوشش آخرین روندهای دیجیتالی، اغلب نمی‌تواند دامنه دقیق یا بستر فرهنگی رویه‌ها یا جنجال‌هایی را که پدید آمده، پوشش دهد.

اما مفهوم ضمنی اینکه «کسی کاری انجام داده است»، این است که وقتی پدیده‌ای از یک منبع خبری مورد توجه قرار می‌گیرد، دقیقاً به این خاطر است که «گسترده» بوده و بر همین اساس، خبرساز شده است. به همین دلیل نیز پوشش آن از سوی دروازه‌بان یک رسانه جمعی (برای مثال، یک روزنامه‌نگار، سیاستمدار، چهره مشهور یا تأثیرگذار) هم در جهت خدمت به گفتمان مشروعیت و هم در جهت گسترش گفتمان در مقیاس

۱۶۰ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

کوچک است و به طور بالقوه، مجموعه‌های مختلفی از ارتباطات شبکه‌ای را به موضوعات اصلی تبدیل می‌کند. (ترنر، ۲۰۱۸: ۴۲۴)

حتی در عصر رسانه‌های اجتماعی نیز، منابع خبری رسانه‌های جمعی سنتی، هنوز قدرت بسیاری برای شکل دادن به روایت‌های خبری کلان دارند و موضوع روز عده بسیار زیادی از مخاطبان را تعریف می‌کنند (نلسون و تانژا، ۲۰۱۸؛ هیندمن، ۲۰۰۹، پنینگتون و برث ایزل، ۲۰۱۶). شاید اینترنت پخش شدن شایعات را آسان‌تر کرده باشد اما فرایندهای شبکه‌های اجتماعی به تنهایی برای اینکه آنها بسط و گسترش پیدا کنند و وارد رسانه‌های جریان اصلی شوند، کافی و کارآمد نیستند. در عوض، این فرایندها، نیاز به جلب توجه منابع خبری سنتی رسانه‌ها دارند. زمانی که جریان‌های دیجیتالی (شایعات، جنجال‌ها یا تئوری‌های توطئه) پوشش داده می‌شوند، خبرگزاری‌ها نیز به طور همزمان، این روندها را گسترش می‌دهند و به آنها مشروعیت می‌بخشند (مولن، ۱۹۷۲: ۱۰۱). به این ترتیب، پوشش جریان‌ها و روندهای دیجیتالی به طور مرتب، به یک پیشگویی خودتقویت‌کننده تبدیل می‌شود که در آن، گزارش‌های مربوط به روندها یا جنجال‌هایی که در حال سربرآوردن هستند در واقع، در خدمت گسترش و انتشار هر چه بیشتر آنها درمی‌آید.

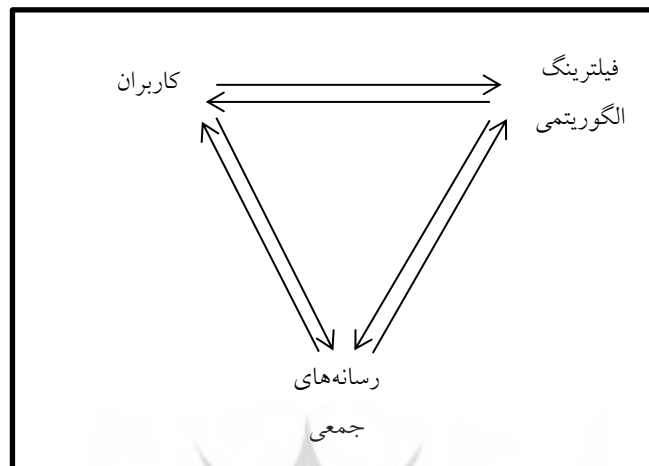
در واقع، با وجود فیلترهای الگوریتمی و دروازه‌بانان خبر، ممکن است زمانی که یک ارتباط منفرد وارد شبکه می‌شود، بتواند فولکلور شود. به این ترتیب است که اخبار جعلی، یادآور شایعات یا افسانه‌ها می‌شوند (مک‌نیل، ۲۰۱۸؛ موله، ۲۰۱۸: ۴۱۳؛ کیتا، ۲۰۱۸ و والیس، ۲۰۱۸). در نبود اخباری که شرایط قطعی یا تحلیل متناسب را ارائه دهند، کاربران شروع به گمانه‌زنی می‌کنند تا شکاف‌های موجود را با تعبیر و تفسیرهای خود پرکنند (شیبوتانی، ۱۹۶۶: ۶۲). این پویایی دیالکتیکی یک حلقه بازخورد ایجاد می‌کند؛ به این معنا که به دلیل وجود این نقصان (نبود بستر یا تحلیل مشخص)، مخاطب به تعامل دعوت می‌شود و زمینه برای شکل‌گیری گفتمان بومی فراهم می‌آید. زمانی که این مطالب بار دیگر در شبکه منتشر می‌شوند، اخبار به شایعات دامن می‌زنند و خودشان به تقویت خودشان می‌انجامند.

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۶۱

مشکلی که در این میان وجود دارد این است که حتی اگر پوشش مطالب، زمینه را برای توضیح دادن بستر و یا ارائه تحلیل‌های متناسب فراهم کند، شاید تفاوت قابل ملاحظه‌ای در گفتمان بومی متعاقب ایجاد نشود. بر اساس گفته مشهور «جیمز دبلیو کری»^۱، خواندن اخبار می‌تواند نه فقط به عنوان راهی برای کسب اطلاعات، بلکه به مثابه شیوه‌ای برای تقویت جهان‌بینی‌ای که یک فرد از قبل دارد، عمل کند (۱۹۸۹: ۱۸-۲۱ همچنین نگاه کنید به زیلر، ۲۰۱۰: ۱۷ - ۸).

مشغول شدن به اخبار در شبکه‌های اجتماعی اغلب سطحی و کنشی^۲ است و کاربران اگر هم تصمیم بگیرند خبری را به اشتراک بگذارند، عقیده مشخصی درباره آن ندارند؛ در نهایت، این تیترا خبر است که ذهن آنان را به خود مشغول کرده است. برای مثال، نتایج یک نظرسنجی که در سال ۲۰۱۴ از سوی «مؤسسه امریکن پرس»^۳ انجام شد، نشان داد که از هر ۱۰ آمریکایی فقط ۴ نفر هر هفته اخبار را فراتر از عنوان‌شان می‌خوانند. پژوهش صورت گرفته از سوی «گابیلکوف»^۴ و همکارانش درباره گردش اخبار در «توییتر» نیز حاکی از نتایجی مشابه بود. بر این اساس، مشخص شد که «۵۹ درصد از آدرس‌های به اشتراک گذاشته شده هرگز کلیک نمی‌شوند» از جمله از سوی کاربرانی که آنها را به اشتراک گذاشته‌اند (۲۰۱۶: ۱۸۵). بنابراین جای تعجب نیست که به گفته «مک نیل»: «عناوین اصلی (اخبار) به شایعات و هسته اصلی داستان‌های ضمنی تبدیل شوند» (۲۰۱۸: ۴۹۶). به این معنا که هرگونه پوشش‌دهی، حتی انواع تحلیلی یا آنهایی که به منظور آگاهی‌بخشی منتشر می‌شوند، می‌توانند در خدمت نشر اطلاعات نادرست قرار گیرند. در عمل، هر سه عنصری که پیش از این نیز به آنها اشاره شد، یعنی (فرایندهای اجتماعی، فیلترینگ الگوریتمی و دروازه‌بانان رسانه) همچنان به طور مستمر به یکدیگر فشار می‌آورند و یک حلقه بازخورد متقابل سازنده و متقابل را شکل می‌دهند که مطالب را به لحاظ دامنه و اهمیت درک شده تقویت می‌کند. (شکل ۱)

1. James W. Carey
2. Performative
3. American Press Institute
4. Gabielkov



شکل ۱. حلقه بازخورد متقابل میان عناصر سه‌گانه در نشر گسترده اطلاعات نادرست

درک اینکه اخبار جعلی محصول این سیستم کاملاً به هم پیوسته هستند، بسیار مهم است چرا که دشواری مواجهه با آنها را روشن می‌کند. گفت‌وگوهای عمومی درباره اخبار جعلی، تمرکز بر یک عنصر واحد دارند، مانند فراخوان برای سواد دیجیتالی بیشتر یا تغییر در اخلاق رسانه‌های خبری. این گفت‌وگوها ممکن است الگوهای ساده، بسیار روانی را برای حل علت و معلولی مسائل ارائه دهند، اما قادر نیستند در خصوص واقعیت‌های محیط رسانه کنونی ما پاسخگو باشند. برای مثال، اگر کاربران یا الگوریتم‌ها همچنان به جای تجزیه و تحلیل متفکرانه، به انتشار عناوین «کلیک بیت» پردازند، تلاش برای تغییر در روند اخلاق روزنامه‌نگاری، اقدامی به نسبت بی‌ثمر خواهد بود. در نتیجه، راه‌حل‌های ارائه شده برای حل و فصل معضل اخبار جعلی، در صورتی که به طور همزمان به هر سه عنصری که در بالا به آنها اشاره شد پردازند، ممکن است فقط به بروز برخی تغییرات سطحی منجر شوند.

من در بخش بعدی این مقاله، جنجالی را که از یک توییت ساده آغاز شد، مورد بررسی قرار می‌دهم تا نشان دهم که سازمان‌ها چگونه می‌توانند با فزونی‌سازی، از اخبار

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۶۳

جعلی بهره‌برداری کنند، اقدامات جمعی را علیه مخالفان ایدئولوژیک شکل دهند و روایت‌های سیاسی خودشان را تقویت کنند.

دکتر «جورج سیکاریلو - ماهر»^۱ مانند بسیاری از چهره‌های دانشگاهی، یک حساب کاربری شخصی در شبکه اجتماعی «توییتر» داشت. وی که از دانشگاه «برکلی یو.سی»^۲ در رشته علوم سیاسی فارغ‌التحصیل شده بود، از سال ۲۰۱۶ به عنوان دانشیار رشته «سیاست و مطالعات جهانی» در دانشگاه «درکسل»^۳ در «فیلا دلفیا» کار می‌کرد. توییت‌های او، مانند کارهای دانشگاهی دیگرش، اغلب مضمون سیاسی داشتند و دیدگاه‌های انتقادی وی را درباره موضوعاتی مانند نژاد، استعمارزدایی، سیاست امریکای لاتین و گفتمان عمومی امریکا منعکس می‌کردند. «سیکاریلو - ماهر» محتاطانه مراقب بود که این حساب کاربری و دیدگاه‌های مندرج در آن، حساب کاربری «شخصی» او تلقی شود و تصریح می‌کرد که نظرهایش نشان‌دهنده دیدگاه‌های دانشگاه او نیست (اشتینباخ، ۲۰۱۷). با این حال، هیچ کدام از این مدارک، شواهد و تأکیدها نتوانست از بروز طوفان خشمی که در شب ۲۴ دسامبر سال ۲۰۱۶ آغاز شد، جلوگیری کند. او آن شب در حساب توییتر خود نوشت: «من فقط یک چیز برای کریسمس می‌خواهم و آن هم نسل‌کشی سفیدهاست»

اگر بخواهیم منصف باشیم، به راحتی می‌توان این توییت را به اشتباه تعبیر و تفسیر کرد اما پژوهشگرانی که سال‌های طولانی را صرف پژوهش درباره شعارهای جوامع برتری طلب سفیدپوستان کرده‌اند، به خوبی درمی‌یابند که نویسنده این توییت، فقط قصد شوخی کردن دارد. به عبارتی، او خواهان از بین بردن سفیدپوستان نیست و از این اقدام دفاع نمی‌کند بلکه در حقیقت، در حال تمسخر عبارت خاص «نسل‌کشی سفیدها» است که اغلب در گفتمان برتری طلبان سفید ظاهر می‌شود.

در لفاظی‌هایی که در میان جوامع برتری طلب سفیدپوست رواج دارد، «نسل‌کشی سفیدها» به این معناست که ادغام نژادی، مهاجرت و ازدواج سفیدپوستان با نژادهای

1. George Ciccariello-Maher

2. U. C Berkeley

3. Drexel University

۱۶۴ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

دیگر، باعث کم‌رنگ شدن برتری نژاد سفید می‌شود و آن را در معرض خطر انقراض قرار می‌دهد. وقتی برتری جویان سفیدپوست این اصطلاح را در میان خود به کار می‌برند، هم به مثابه نوعی فراخوان برای اقدام است تا این معنا مورد پذیرش قرار گیرد و تهدید یادشده، قریب‌الوقوع و جدی تلقی شود و هم در واقع، نوعی «نشان» میان برتری‌طلبان سفیدپوست است تا به این ترتیب در گفت‌وگوهای رایج خود، یکدیگر را بشناسند و ایده‌های برتری‌جویانه‌شان را کدگذاری کنند.

در واقع، «سیکاریلو - ماهر» از این اصطلاح به طعنه استفاده کرده؛ بود چنان که توییت وی را می‌توان به این شکل نیز تعبیر و تفسیر کرد: «تمام آن چیزهایی که برتری‌جویان سفیدپوست به گونه‌ای غیرمنطقی از آنها به خشم آمده‌اند و به آن برچسب «نسل‌کشی سفیدها» را زده‌اند (مانند پذیرش چندفرهنگ‌گرایی) در نظر من واقعاً فوق‌العاده است.»

با درک این بستر معنایی، روشن می‌شود که قصد نویسنده از توییت یادشده، صرفاً شوخی بوده است. در واقع، او ادبیات مورد استفاده برتری‌طلبان سفیدپوست را تکرار کرده و علیه خودشان به کار برده تا «خیالات پارانویید نژادپرستانه» آنان را مسخره کند (اشنایدر، ۲۰۱۷). «سیکاریلو - ماهر» نیز بعدها تأیید کرد که هدف او از نوشتن این توییت، همین بوده است. (دسم، ۲۰۱۶)

اما شرح بالا، روایت غالب در این خصوص، نبود. اگرچه برخی از دنبال‌کنندگان حساب کاربری این استاد دانشگاه در توییت، معنای شوخی او را درک کردند، بسیاری از کاربرانی که از بستر فرهنگی یادشده و معنای واقعی «نسل‌کشی سفیدها» آگاهی نداشتند، خیال کردند که نویسنده واقعاً می‌خواهد سفیدپوستان از بین بروند و طرفدار نسل‌کشی آنهاست. نتیجه این شد که این دسته از کاربران با خشم زیاد، علیه او توییت زدند و نارضایتی گسترده خود را در رسانه‌های اجتماعی منعکس کردند.

این مطلب توجه چندین دروازه‌بان شبکه‌ای را در مقیاس کوچک به خود جلب کرد. از جمله؛ «لورا ساترن»^۱ و «وارنر تاد هوستون»^۲، نویسنده و خبرنگار آزاد «بریت‌بارت»^۳

1. Laura Southern
2. Warner Todd Huston
3. Breitbart

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۶۵

تارنمای خبری امریکایی با گرایش راست افراطی). «هوستون» به سرعت گزارش پر آب‌وتابی درباره این توییت نوشت و با اشاره به توییت‌های قبلی «سیکاریلو - ماهر»، آنها را منفور، نفرت‌انگیز و ضد امریکایی توصیف کرد. در حالی که پاسخ‌های ابتدایی کاربران مخالف کمتر از ۱۲ بار بازنشر شدند، بعد از اینکه این مسئله در کانون توجه نویسندگان این تارنما قرار گرفت، بازنشر هرکدام به بیش از ۲۰۰ مرتبه رسید. (اشتینباخ، ۲۰۱۷)

به این ترتیب، در نخستین حلقه از زنجیره تقویت این خبر جعلی، شاهد شکل‌گیری داستان وحشتناکی هستیم که نقل می‌کند چگونه استادان افراطی در دانشگاه می‌خواهند جوانان را به فساد بکشانند. در اینجا دیگر «سیکاریلو - ماهر» استادی نیست که فقط چنین توییتی را با بی‌ذوقی منتشر کرده بلکه چهره فاسدی است که گذشته‌اش در رسانه‌های اجتماعی علیه خود او اسلحه کشیده است.

طوفانی که درباره توییت «نسل‌کشی سفیدها» از سوی «سیکاریلو - ماهر» به راه افتاده بود، همچنان جدی‌تر شد. حوالی ساعت ۵ روز کریسمس بود که یک حساب کاربری محبوب در تویتر با نام «تنسی جی او پی»^۱ که خود را اتحادی غیر رسمی از جمهوری خواهان ایالت «تنسی» معرفی می‌کرد، به موضوع توجه نشان داد. این حساب که از زمان شکل‌گیری در نوامبر ۲۰۱۵، هواداران زیادی برای خود دست و پا کرده بود تا آن زمان در بیشترین حالت حدود ۱۴۰ هزار دنبال‌کننده داشت و توییت‌های زیادی منتشر می‌کرد (سیدل، ۲۰۱۷؛ استریتفیلد، ۲۰۱۷ و کسلرف ۲۰۱۸). این حساب فقط طی چند سال، بیش از ۱۰،۰۰۰ مطلب منتشر کرده بود که عمده آنها متعلق به راست افراطی بود. همچنین اغلب از تارنمای «بریت‌بارت» مطالبی را به اشتراک می‌گذاشت که هزاران بار بازنشر می‌شدند (پروکاپ، ۲۰۱۸). حتی «دونالد ترامپ» نیز حداقل سه بار طی مبارزات انتخاباتی خود در سال ۲۰۱۶، محتوای توییت‌شده از سوی تنسی جی‌اوپی^۲ را بازنشر کرد. این حساب کاربری طی این سال‌ها دنبال‌کننده‌های بسیار زیادی برای خود پیدا کرده بود؛ به این معنا که قادر بود در جایگاه یک دروازه‌بان شبکه‌ای عمل کند و از قدرت زیادی در این خصوص برخوردار بود. در واقع، می‌توانست به راحتی، رویدادها

1. Tennessee GOP (TEN - GOP)

2. TEN - GOP

را چارچوب‌بندی کند، بحران بیافریند اطلاعات را منتشر کند و توجه‌ها را به سوی خود برگرداند.

این حساب کاربری در ساعت ۴ و ۵۹ دقیقه روز کریسمس، اسکرین شاتی را از صفحه کاربری استاد دانشگاه یادشده منتشر کرد و نوشت: «استاد دانشگاه درکسل: من فقط یک چیز برای کریسمس می‌خواهم و آن هم نسل‌کشی سفیدهاست.» سپس ادامه داد: «خشم لیبرال‌ها از تبعیض نژادی کجا رفته است؟»

در واقع، توییت این حساب کاربری پرترفدار، جرقه‌ای بود که توانست رویدادی را که یک عصبانیت کوچک درون‌حزبی بود به جنجالی بزرگ در رسانه‌های اجتماعی تبدیل کند.

نکته قابل توجه و البته کاملاً آشکار این است که حساب کاربری تنسی جی او پی و مقاله تارنمای «بریت‌بارت» به دو شیوه متفاوت این رویداد را منعکس کرده بودند اما هر دو توانستند به میزان قابل توجهی در تقویت و گسترش آن مؤثر عمل کنند. وقتی این حساب توییتی از مخاطبان خود پرسید: «خشم لیبرال‌ها از تبعیض نژادی کجا رفته است؟» در واقع، با صدای بلند از ده‌ها هزار مخاطب خود سوال کرد: «چرا ساکت هستید و حرف نمی‌زنید؟!»

نتیجه این است که کاربران باید بیرون بروند و اطمینان حاصل کنند که مردم در این مورد ساکت نمانده‌اند و از این مسئله باخبرند. به عبارت دیگر، کاربران باید این رویداد را از طریق رسانه‌های اجتماعی به گوش همه برسانند تا عمومی و مشهود شود. در اصل، روش زیرکانه‌ای که حساب کاربری تنسی جی او پی با استفاده از آن کاربران را هدایت کرد تا چگونه وارد عمل شوند، راهکار اصلی برای برقراری ارتباط قوی و کارآمد در رسانه‌های اجتماعی است.

اگر به کاربران مستقیماً بگویید که باید چگونه رفتار کنند یا چه احساسی داشته باشند، واکنش منفی نشان خواهند داد. در حالی که اگر کاری کنید که آنها فکر کنند، احساس یا اقدام مورد نظر، ایده خودشان بوده است، خواهان آن خواهند شد. در واقع، چیزی که تصور یک جنجال گسترده را ایجاد می‌کند، فراخوان برای شکل‌گیری یک تعامل پایدار و گسترده در میان کاربران است. در گام بعدی، رسانه‌های خبری مکتوب

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۶۷

و غیرمکتوب، برداشتی را که از یک جنجال شکل گرفته در بوق و کرنا می‌کنند و به تحسین آن می‌پردازند. به این ترتیب، یک رویداد کوچک و ساده با بسط و گسترش در صدر اخبار ملی یک کشور قرار می‌گیرد.

این دقیقاً همان اتفاقی بود که پس از توییت «سیکاریلو - ماهر» افتاد. طی کمتر از ۴۸ ساعت، این توییت به تیتراژ اول اخبار ملی تبدیل شد. بسیاری از انواع رسانه‌ها مانند «تایم»، «سی. ان. ان.»، «فاکس نیوز» و «رویترز» درباره آن حرف می‌زدند، تحلیل می‌نوشتند و مقالات متعدد منتشر می‌کردند. علاوه بر این، رسانه‌های محلی بسیاری هم روزهای متمادی درباره این توییت به داستان‌سرایی می‌پرداختند.

با وجود آنکه رسانه‌ها و منابع خبری گوناگونی با گرایش‌ها و سوگیری‌های مختلف توییت یادشده را پوشش دادند، تیتراژ خبری منتشرشده در این باره، بسیار شبیه هم بودند و فقط یک روزنامه محلی و یک رسانه خبری دیجیتال نوشته بودند که هدف اصلی این استاد دانشگاه در واقع، هجو و تمسخر مفهوم نژادپرستانه «نسل‌کشی سفیدها» بوده است نه هواداری از آن.

اما همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، بخش قابل توجهی از کاربران، پیش از اینکه به ایده یا نظری دست پیدا کنند و تصمیم بگیرند درباره مطلبی اظهار نظر کنند و آن را به اشتراک بگذارند یا از آن عبور کنند، فقط به تیتراژ خبر نگاه می‌کنند. بنابراین، وقتی تیتراژهای اخبار در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند، به مثابه ابزارهای چارچوب‌بندی عمل می‌کنند و اطلاعات کافی در اختیار قرار می‌دهند تا به کاربران اجازه دهند که درباره بقیه ماجرا گمانه‌زنی کنند اما نه آن قدر که آگاه شوند و بتوانند روایت غالب بر این چارچوب‌ها را بر هم بزنند.

در میان محتواهای تولید شده درباره توییت یادشده، فقط تعداد اندکی احتمال می‌دادند که نویسنده قصد طعن‌زدن داشته یا در این خصوص سوء برداشتی صورت گرفته باشد. اما این بیشتر خود شخص نویسنده بود که سعی می‌کرد زمینه فرهنگی توییت‌اش را توضیح دهد و دلیل چنین سوء برداشتی را تشریح کند؛ تعدادی از

۱۶۸ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

روزنامه‌ها نیز اظهارات او را چاپ کردند. وی در توضیح توییت خود طی ایمیلی برای روزنامه «فلادلفیا اینکوایرر»^۱ نوشت:

«من در شب کریسمس، توییت طنزی درباره مفهوم خیالی [نسل‌کشی سفیدها] فرستادم. برای کسانی که به خودشان زحمت نداده‌اند مطالعه کنند (توضیح می‌دهم): [نسل‌کشی سفیدها] ایده‌ای است که برتری‌طلبان سفیدپوست برای محکوم کردن همه چیز، از روابط بین نژادی گرفته تا سیاست‌های چند فرهنگی اختراع کرده‌اند. این تخیل نژادپرستانه است، باید مورد تمسخر قرار گیرد و من خوشحالم که آن را مسخره کرده‌ام.» بسیاری از منابع خبری دیگر نیز مانند این روزنامه، توضیح «سیکاریلو - ماهر» را درج کردند اما این توضیحات به نحوی اجتناب‌ناپذیر در نیمه دوم مقاله جای گرفت. حتی در برخی دیگر، این توضیحات در پاراگراف آخر منتشر شده بود. گروهی دیگر هم اصلاً متن اصلی توضیحات را منتشر نکردند.

از بسیاری جهات، هماهنگی این پوشش‌دهی، همان نتیجه‌گیری‌های پیشین را تأیید می‌کند. در واقع، بر اساس استانداردهای روزنامه‌نگاری، یک خبرنگار باید در بخش‌های ابتدایی مقاله مشخص کند چرا مسئله‌ای که درباره آن قلم می‌زند، مهم است. یک سوءبرداشت در مقایسه با یک جنجال گسترده در شبکه‌های اجتماعی، ارزش خبری بسیار کمتری دارد و این نشان می‌دهد که چرا اکثر مقالات گرایش دارند با تمرکز و تأکید بر جنبه دوم، شایستگی خبری خود را برجسته کنند.

زمانی که یک رویداد ساده و کوچک، با بوق و کرنا و با بسط و گسترش، به یک خبر جعلی تبدیل می‌شود و در صدر اخبار ملی قرار می‌گیرد، گزارش دادن، به مثابه تنظیم‌کننده دستور کار این روند عمل می‌کند. گزارش دادن این تصور را ایجاد می‌کند که مسئله، نیازمند توجه و بحث بیشتری است. به این ترتیب، پوشش دادن چنین خبری با پیشگویی درباره جنجال‌ها و در عین حال، توضیح و تبیین یک پیش‌زمینه قابل قبول، این ایده را تقویت می‌کند که به راه افتادن و گسترش یک هیاهوی گسترده بر سر این مسئله، مشروع و قانونی است.

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۶۹

توییت یادشده، طی سه روز، بسیار بیش از اهمیت، بستر فرهنگی و دامنه واقعی آن، گسترش پیدا کرد و تقویت شد. چند کاربر هم توجه تعدادی از وبلاگ‌ها و رسانه‌های حزبی را به آن جلب کردند. روزنامه «واشنگتن پست» تلاش کرد با ارائه تحلیل‌هایی، بستر فرهنگی نوشتن توییت را توضیح دهد اما خوانندگان در قسمت درج نظرها، حتی اساسی‌ترین قسمت‌های مقاله این روزنامه را نیز نادیده گرفته بودند. آنان «سیکاریلو - ماهر» را فردی «بیمار» می‌دانستند که خواهان «کشتار سفیدپوستان» در امریکا است و استدلال می‌کردند که دانشگاه «درکسل» به شدت در اشتباه است که هر چه سریع‌تر، این استاد «دیوانه، بدجنس، منحرف، متنفر از سفیدپوستان، متنفر از خود و لیبرال» را اخراج نمی‌کند. برخی دیگر از کاربران نیز تصور می‌کردند که او سیاه‌پوست و خواستار جنگ نژادی است، به همین دلیل نیز درباره خطر نسل‌کشی سفیدپوست‌ها هشدار می‌دادند. در واقع، اکثر این نظرها از مقاله روزنامه «واشنگتن پست» به عنوان بستری برای شکایات گسترده‌تر علیه لیبرال‌ها، چپ‌ها، کمونیست‌ها، محافظه‌کاران و اخطار دادن به «دونالد ترامپ» استفاده کرده بودند. بیشتر بحث‌هایی که در این نظرها مطرح می‌شد، درباره این مسائل گسترده و بی‌ربط به مسئله اصلی بود و فقط عده اندکی از کاربران، ذهن خود را با این مفهوم درگیر کرده بودند که شاید این توییت یک شوخی بوده باشد (اکثر قریب به اتفاق کسانی هم که این کار را کرده بودند، اعتقادی به این تفسیر نداشتند).

وقتی رسانه‌هایی با گرایش راست افراطی، مانند «بریت‌بارت» و پس از آن، دروازه‌بانان شبکه پرمخاطبی مانند حساب کاربری تنسی جی او پی، چنین توییتی را در بوق و کرنا کردند، خبرگزاری‌های مختلف و رسانه‌های جمعی هم به داستان دامن زدند و به‌عنوان یک جنجال در شبکه‌های اجتماعی مطرح کردند؛ حتی در عین تقویت، به آن مشروعیت نیز بخشیدند.

همزمان، وقتی این اقدامات در هریک از سطوح انجام می‌گیرد، به شبکه منتقل می‌شود و توجه کاربران بیشتر و بیشتری را به خود جلب می‌کند. در اینجا است که مخاطبان و کاربران، فعالانه در مقابل پذیرش هرگونه توضیح منطقی مقاومت می‌کنند. به این ترتیب بود که طی کمتر از ۷۲ ساعت، «سیکاریلو - ماهر» در تعطیلات

۱۷۰ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

کریسمس، در تمام کشور، به یک شرور شناخته شده و نمونه زنده‌ای از استادان خطرناکی تبدیل شده بود که می‌خواستند جوانان را به فساد بکشانند.

او با انتشار همین یک توییت، هدف خشونت‌هایی قرار گرفت که تا مدت‌ها پس از فروکش کردن این جنجال رسانه‌ای همچنان ادامه یافت. حضورش در رسانه‌های اجتماعی به شدت زیر ذره‌بین بود و این خطر وجود داشت که هر یک از توییت‌های او به سرنوشت قبلی دچار شود. منابع خبری محافظه کار تا هفته‌ها و ماه‌ها بعد، همچنان توییت‌های وی را منتشر می‌کردند. اوج این تنش‌ها در اکتبر سال ۲۰۱۷ بود. پس از انتشار مجموعه‌ای از توییت‌ها درباره نقش پدرسالاری برتری جویانه سفیدپوست‌ها در گسترش تیراندازی‌های خشونت‌طلبانه در امریکا در پی یک تیراندازی دسته جمعی، دانشگاه «درکسل» اعلام کرد که به «سیکاریلو - ماهر» مرخصی می‌دهد (مادز، ۲۰۱۷). زیرا مدعی بود که دیگر قادر نیستند با وجود این همه تهدید، از ایمنی او اطمینان داشته باشند. (التاگوری، ۲۰۱۷ و جاشیک، ۲۰۱۷)

حدود یک سال پس از انتشار توییت «نسل‌کشی سفیدپوست‌ها»، ماهر در حساب کاربری خود در «فیس‌بوک» اعلام کرد:

«پس از نزدیک به یک سال آزار و اذیت از سوی رسانه‌های جناح راست، برتری جویان سفیدپوست و لمپن‌های اینترنتی، پس از تهدید به مرگ و خشونت علیه من و خانواده‌ام، وضعیت من ناپایدار و ماندن در درکسل، در چشم این طوفان برای نویسندگی، سخنرانی و مدیریت خودم زیان آور شده است»
وی در ادامه، نسبت به تجدید حیات برتری‌طلبی سفیدپوستان و دوگانگی حق آزادی بیان و آزادی علمی هشدار داد و در نهایت در ۳۱ دسامبر ۲۰۱۷، استعفای خود را به دانشگاه درکسل ارائه کرد.

جمع‌بندی

در این مقاله توضیح دادم که چگونه شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به شکل‌گیری اخبار جعلی دامن بزنند و آنها را نشر دهند. در ابتدا استدلال کردم که فناوری‌های

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۷۱

خاص رسانه‌های اجتماعی، مجموعه‌ای از تغییرات متقابل را در به اشتراک‌گذاری بین‌فردی، دروازه‌بانی رسانه‌های جمعی و فیلتر کردن اطلاعات، به گونه‌ای رقم زده‌اند که برداشت ما را از گردش غیررسمی از طریق شبکه‌های دیجیتال به طور اساسی به چالش می‌کشد. نتیجه این تغییر، عادی‌سازی اخبار جعلی از طریق تقویت، بسط و گسترش مجموعه‌ای از تحریف‌های مداوم است که بر چگونگی مشاهده مسائل برجسته سیاسی و فرهنگ‌هایی که در آنها زندگی می‌کنیم تأثیر می‌گذارد. من می‌دانم که برخی از پژوهشگران ممکن است در استفاده از برچسب «اخبار جعلی» در مورد حوادث یا روایت‌هایی که شاید به طور کال یا به عمد دروغ نباشند، محتاطانه عمل کنند. از این گذشته، مثالی که یک فرد از تقویت و گسترش اخبار جعلی ارائه می‌کند ممکن است ثمره تلاش‌های فرد دیگری باشد که با جدیت سعی کرده به شهرت و محبوبیت برسد. در واقع، ایده تقویت و فزون‌سازی، خیلی فراتر از اخبار جعلی است و شناسایی محتوایی که تقویت شده و گسترش پیدا کرده است، به خودی خود و بالذات، دارای ارزش قضاوت نیست. در ابتدایی‌ترین سطح، فزون‌سازی، چگونگی گردش اطلاعات را در اکوسیستم شبکه‌ای رسانه‌ای ما توصیف می‌کند ولی من در مقاله حاضر با تلفیق این دو ایده، پیشنهاد کرده‌ام که پژوهشگران به نحوی آشکارتر دریابند که چطور اخبار جعلی می‌توانند از پس برخی مسائل ساده گسترش پیدا کنند، و چطور برخی از بازیگران و نهادها یاد می‌گیرند که از این سیستم در راه منافع خود بهره‌برداری کنند همچنین ارتباطات شبکه‌ای چگونه می‌تواند رویدادهای حقیقی را تحریف کند و در عین حال تحریف‌ها را به گونه‌ای جلوه دهد که از حقیقت محض هم واقعی‌تر به نظر برسند. این مقاله، تولید باورهای شبکه‌ای را در عصر دیجیتال مورد مطالعه قرار داده است و دقیقاً همین عملکرد است که این کارزارهای دیجیتال تحریف اطلاعات را به قلمروی پژوهشگران فولکلور تبدیل می‌کند.

شاید چنین به نظر برسد که هدف از این مقاله، معرفی افراطیون سیاسی یا عوامل بیگانه، به عنوان عوامل اصلی معضل شکل‌گیری اخبار جعلی و در بوق و کرنا کردن آنها بوده است اما در این خصوص باید به خاطر داشته باشیم که مثال‌های مربوط به شکل‌گیری اخبار جعلی و نشر گسترده آنها به دست چنین گروه‌هایی فقط علایم وجود

۱۷۲ ❖ فصلنامه فرهنگ مردم ایران

یک علت زمینه‌ای هستند. آنها محصول یک سیستم فناوری بسیار عظیم و درهم‌تنیده‌اند که بر مجموعه‌ای قدرتمند از توانمندی‌های رسانه‌ای و شبکه‌ای اجتماعی متنوع بنا شده است. به عبارت دیگر، مسئله اینجا، جناح چپ و راست نیست (هر چند طرفداران هر دو جناح به گونه فزاینده‌ای از این راهکارها استفاده می‌کنند) مشکل اینجا است که طیف وسیعی از نهادهای سیاسی و صاحبان منافع، به گونه‌ای فزاینده از پدیده فزونی‌سازی و شکل‌دادن به اخبار جعلی از این طریق، برای دستیابی به شهرت و قدرت بهره‌برداری می‌کنند و این روش را شیوه‌ای عادی برای خود می‌دانند.

باید توجه داشت که فضای رسانه‌ای منتج از چنین سیستمی، قدرت مبهم بی‌سابقه‌ای را برای برخی عوامل خاص به همراه می‌آورد تا بتوانند به گفتمان عمومی شکل دهند. هدف ما باید این باشد که چگونگی این فرایند را درک کنیم و آنهایی را که می‌خواهند از آن برای منافع شخصی، سیاسی یا مالی خود بهره‌برداری کنند، مورد تحلیل و انتقاد قرار دهیم.

حل مشکل فزونی‌سازی و شکل‌گیری اخبار جعلی، به سادگی ممکن نیست. ماهیت نظام‌مند اخبار جعلی باعث می‌شود راه‌حلی‌هایی که جنبه فردی دارند (مانند اینکه خود فرد درستی واقعیت‌ها را بررسی کند یا درباره اطلاعات نادرستی که در نظرها وجود دارد، اظهار نظر کند)، بی‌اثر باشند. پرداختن به این مشکل نیازمند اصلاحات اساسی در اخلاق روزنامه‌نگاری، شیوه حضور در شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای افراد است. البته چنین تغییراتی از لحاظ مالی به نفع صاحبان این نهادها نخواهد بود زیرا در صورتی که تمامی نهادهای مشابه به تعهدات اخلاقی عمل نکنند، خطر کاهش تعداد کلیک‌ها، بازدیدکنندگان و لایک‌ها برای نهاد دیگر وجود دارد. راه‌حل‌های احتمالی مشابه نیز به جایی نمی‌رسند چون مخاطبان خواهان این هستند که مصرف‌کننده اخبار باشند؛ آن هم نه برای دریافت اطلاعات به معنای واقعی، بلکه برای تقویت جهان‌بینی پیشین خود؛ همان اتفاقی که در دنیای سیال رسانه‌های اجتماعی در حال وقوع است. (کری، ۱۹۸۹: ۱۸۲۱)

زمانی که یک ایده یا روایت در معرض هجوم اذهان انتقادی قرار می‌گیرد، به نوعی باور خود تقویت‌کننده تبدیل می‌شود. در نظر پژوهشگران فولکلور، این نمایانگر پدیده

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۷۳

دیرینه‌ای است که اکنون رسانه‌های نوین آن را توانمندتر می‌کنند. به همین دلیل بعید است که فزون‌سازی و شکل‌گیری اخبار جعلی از طریق این پدیده در آینده‌ای نزدیک از بین برود. در عصر دیجیتال، امکانات متعدد و عظیم رسانه‌های اجتماعی باعث شده‌اند که گاه یک باور یا عقیده به جنجال و چالش تبدیل شود و با انتشار در تمام شبکه‌ها، مانند یک اسلحه عمل کند. پذیرش دیدگاه فولکلوریک درباره اخبار جعلی می‌تواند به اندیشمندان حوزه روزنامه‌نگاری و رسانه‌های دیجیتال کمک کند تا معضل فزون‌سازی و شکل‌گیری اخبار جعلی از طریق این پدیده را بهتر درک کنند و به آن پاسخ دهند.

منابع

- Anderson, Mae. 2019. *Razor Burn: Gillette Ad Stirs Online Uproar*. Associated Press, January 15. <https://apnews.com/752f3d102a8142d98106ceb22139200b>.
- Baym, Nancy K. 2010. *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity.
- Berenson, Tessa. 2016. A Drexel Professor Tweeted That He Wants “White Genocide” for Christmas. *Time*, December 26. <http://time.com/4618146/drexel-professor-white-genocide-tweet/>.
- Blank, Trevor J., and Lynne S. McNeill. 2018. Introduction: Fear Has No Face: Creepypasta as Digital Legendry. In *Slender Man Is Coming: Creepypasta and Contemporary Legends on the Internet*, ed. Trevor J. Blank and Lynne S. McNeill, pp. 3–24. Logan: Utah State University Press.
- Bui, Hoai-Tran. 2015. “Star Wars” Boycott Hashtag Calls Film “Anti-White.” *USA TODAY*, October 20. <https://www.usatoday.com/story/life/movies/2015/10/20/star-wars-force-awakens-twitter-boycott-backlash/74260778/>.
- Carey, James W. 1989. *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Boston: Unwin Hyman.
- Carlson, Adam. 2016. Why You Shouldn’t Panic about This Year’s “Clown Panic.” *People*, October 9. <https://people.com/crime/creepy-clown-sightings-2016-whats-happening-explainer/>.
- Collins, Ben, Kevin Poulsen, Spencer Ackerman, and Betsy Woodruff. 2017. Trump Campaign Staffers Pushed Russian Propaganda Days before the Election. *Daily Beast*, October 18. <https://www.thedailybeast.com/trump-campaign-staffers-pushed-russian-propaganda-days-before-the-election>.

- Criss, Doug. 2016. College Professor Wanted “White Genocide” for Christmas. *CNN*, December 26. <https://www.cnn.com/2016/12/26/health/drexel-professor-white-genocide-trnd/index.html>.

- deHahn, Patrick. 2016. That Drexel Professor Wasn’t Actually Wishing for “White Genocide” on Christmas. *USA TODAY*, December 27.

<https://www.usatoday.com/story/college/2016/12/27/that-drexel-professor-wasnt-actually-wishing-for-white-genocide-on-christmas/37425923/>.

- Denham, Jess. 2016. Star Wars: Men’s Rights Activists Claim Boycott Cost *The Force Awakens* \$4.2m. *The Independent*, January 4.

<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/films/news/star-wars-mens-rights-activists-claim-boycott-cost-the-force-awakens-42m-a6796146.html>.

- Dessem, Matthew. 2016. Drexel University, Apparently Unfamiliar with Racist Lingo, Censures Prof for “White Genocide” Tweet. *Slate*, December 27. <https://slate.com/culture/2016/12/drexel-censures-professor-for-white-genocide-tweet.html>.

- Ellis, Bill. 2018. “Fake News” in the Contemporary Legend Dynamic. In “Fake News: Definitions and Approaches,” ed. Tom Mould. Special issue, *Journal of American Folklore* 131(522):398–404.

- Eltagouri, Marwa. 2017. Professor Who Tweeted, “All I Want for Christmas Is White Genocide,” Resigns after Year of Threats. *Washington Post*, December 29. https://www.washingtonpost.com/news/grade-point/wp/2017/12/29/professor-who-tweeted-all-i-want-for-christmas-is-white-genocide-resigns-after-year-of-threats/?utm_term=.c4f1daf9c885.

- Griggs, Brandon. 2015. Internet Trolls Call New “Star Wars” Movie “anti-white.” *CNN*, October 20. <https://www.cnn.com/2015/10/20/entertainment/star-wars-trailer-boycott-anti-white-feat/index.html>.

- Guess, Andrew, Jonathan Nagler, and Joshua Tucker. 2019. Less Than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook. *Science Advances* 5(1):1–8. <https://advances.sciencemag.org/content/5/1/eaau4586>.

- Guess, Andrew, Brendan Nyhan, and Jason Reifler. 2018. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the Consumption of Fake News during the 2016 U.S. Presidential Campaign. *European Research Council* 9:1–14.

- Horgan, Colin. 2018. QAnon, Slender Man, and Our Paranoid Surveillance Society. *Medium*, August 28. <https://medium.com/s/world-wide-wtf/qanon-slender-man-and-our-paranoid-surveillance-society-b3d44075ba87>.

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۷۵

- Howard, Adam. 2015. New “Star Wars: The Force Awakens” Trailer Sparks Racial Backlash. *MSNBC*, October 20. <http://www.msnbc.com/msnbc/new-star-wars-the-force-awakens-trailer-sparks-racial-backlash-0>.
- Howard, Philip N., and Muzammil M. Hussain. 2011. The Upheavals in Egypt and Tunisia: The Role of Digital Media. *Journal of Democracy* 22(3):35–48.
- Jang, S. Mo, Tieming Geng, Jo-Yun Queenie Li, Ruofan Xia, Chin-Tser Huang, Hwalbin Kim, and Jijun Tang. 2018. A Computational Approach for Examining the Roots and Spreading Patterns of Fake News: Evolution Tree Analysis. *Computers in Human Behavior* 84:103–13.
- Jang, S. Mo, Yong Jin Park, and Hoon Lee. 2017. Round-Trip Agenda Setting: Tracking the Intermedia Process over Time in the Ice Bucket Challenge. *Journalism* 18(10): 1,292–308.
- Jaschik, Scott. 2017. Controversial Professor Placed on Leave. *Inside Higher Ed*, October 11. <https://www.insidehighered.com/news/2017/10/11/drexel-places-controversial-professor-leave>.
- Kessler, Aaron. 2018. Who Is @TEN_GOP from the Russia Indictment? Here’s What We Found Reading 2,000 of Its Tweets. *CNN*, February 17. <https://www.cnn.com/2018/02/16/politics/who-is-ten-gop/index.html>.
- Kitta, Andrea. 2012. *Vaccinations and Public Concern in History: Legend, Rumor, and Risk Perception*. New York: Routledge.
- Koski, Genevieve. 2015. How 2 Racist Trolls Got a Ridiculous Star Wars Boycott Trending on Twitter. *Vox*, October 19. <https://www.vox.com/2015/10/19/9571309/star-wars-boycott>.
- Kurp, Josh. 2015. Racists Are Boycotting “Star Wars: The Force Awakens” for Promoting “White Genocide.” *Uproxx*, October 20. <https://uproxx.com/movies/star-wars-racism-boycott/>.
- Lachenal, Jessica. 2015. #BoycottStarWarsVII: People Boycott *the Force Awakens* Because It Promotes “White Genocide.” *Mary Sue*, October 19. <https://www.themarysue.com/boycott-star-wars-vii-because-why-again/>.
- Leef, George. 2017. When Is Violent Rhetoric Protected by Academic Freedom? *National Review*, January 11. <https://www.nationalreview.com/corner/academic-freedom-leftist-professors-violent-rhetoric/>.
- Lindsay, Robin. 2018. Nike Courts Controversy with Kaepernick Deal. *New York Times*, September 5. <https://www.nytimes.com/video/sports/100000006086118/nike-courts-controversy-with-kaepernick-deal.html>.

- Lorenz, Taylor. 2019. Momo Is Not Trying to Kill Children. *The Atlantic*, February 28. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2019/02/momo-challenge-hoax/583825/>.
- Madej, Patricia. 2017. Prof Known for Controversial Tweets Is Leaving Drexel. *Philadelphia Inquirer*, December 28. <https://www.philly.com/philly/education/george-ciccariello-maher-leaving-drexel-twitter-controversy-20171228.html>.
- Martinelli, Marissa. 2018. How Did an Itty-Bitty Piece of Russian Propaganda Wind Up in Slate? *Slate*, March 19. <https://slate.com/technology/2018/03/how-a-russian-ten-gop-tweet-wound-up-in-slate.html>.
- McMillan, Graeme. 2015. "Boycott 'Star Wars VII' Movement Launched; Movie Called "Anti-White." *Hollywood Reporter*, October 19. <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/boycott-star-wars-vii-movement-833102>.
- McNeill, Lynne S. 2018. "My Friend Posted It and That's Good Enough for Me!": Source Perception in Online Information Sharing. In "Fake News: Definitions and Approaches," ed. Tom Mould. Special issue, *Journal of American Folklore* 131(522):9-493.
- Mikkelsen, David. 2019. How Much of a Threat Is the Purported "Momo Challenge" Suicide Game? *Snopes*, February 26. <https://www.snopes.com/news/2019/02/26/momo-challenge-suicide-game/>.
- Minutaglio, Rose. 2016. Drexel Professor Receives "Hundreds of Death Threats" after Tweeting He Wants "White Genocide" for Christmas. *People*, December 27. <https://people.com/human-interest/drexel>
- Mould, Tom. 2018a. A Doubt-Centered Approach to Contemporary Legend and Fake News. In "Fake News: Definitions and Approaches," ed. Tom Mould. Special issue, *Journal of American Folklore* 131(522):20-413.
- ———, ed. 2018b. Fake News: Definitions and Approaches. Special Issue, *Journal of American Folklore* 131(522).
- ———. 2018c. Introduction to the Special Issue on Fake News: Definitions and Approaches. In "Fake News: Definitions and Approaches," ed. Tom Mould. Special issue, *Journal of American Folklore* 131(522):8-371.
- Mullen, Patrick B. 1972. Modern Legend and Rumor Theory. *Journal of the Folklore Institute* 9(2-3):95-109.
- Nelson, Jacob, and Harsh Taneja. 2018. The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption. *New Media and Society* 20(10): 3,37-720.

معضل فزون‌سازی: فولکلور و اخبار جعلی در عصر رسانه‌های اجتماعی ❖ ۱۷۷

- Papenfuss, Mary. 2016. Drexel Professor Says “White Genocide” Holiday Wish Was “Satirical.” *Huffington Post*, December 27.

https://www.huffingtonpost.com/entry/george-ciccariello-maher-white-genocide_us_5861a56fe4b0de3a08f5f7d0.

- Pariser, Eli. 2012. *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. London: Penguin.

- Peck, Andrew. 2015. Tall, Dark, and Loathsome: The Emergence of a Legend Cycle in the Digital Age. *Journal of American Folklore* 128(509):48–333.

- Petri, Alexandra. 2015. Better Reasons to Boycott Star Wars. *Washington Post*, October 19. <https://www.washingtonpost.com/blogs/compost/wp/2015/10/19/better-reasons-to-boycott-star-wars/>.

- Prokop, Andrew. 2018. 23 Tweets from @TEN_GOP, One Russian-Run Twitter Account Mentioned in Mueller’s New Indictment. *Vox*, February 6. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2017/10/19/16504510/ten-gop-twitter-russia>.

- Robertson, Adi. 2015. If You’re Reading about an Internet Boycott, It Probably Doesn’t Exist. *The Verge*, October 21.

- Rubinkam, Michael. 2016a. Drexel University Professor under Fire for “White Genocide” Christmas Tweet. *NBC 10 Philadelphia*, December 26.

<http://www.nbcphiladelphia.com/news/local/Drexel-White-Genocide-Tweet-408326115.html>.

- Samuels, Gabriel. 2016. “All I Want for Christmas Is White Genocide”: Professor Receives Death Threats after Mocking Supremacists. *The Independent*, December 27. <http://www.independent.co.uk/news/world/americas/history-professor-twitter-storm-white-genocide-death-threats-george-ciccariello-maher-a7497301.html>.

- Shibutani, Tamotsu. 1966. *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis, IN: Bobbs-Merrill.

- Simpson, Ian. 2016a. Pennsylvania Professor under Fire for “White Genocide” Tweet. Reuters, December 26. <https://www.reuters.com/article/us-pennsylvania-professor-idUSKBN14F154>.

- Snyder, Susan. 2017. How a Christmas Eve Tweet Roiled a University. *Philadelphia Inquirer*, January 29. <http://www.philly.com/philly/education/How-a-Christmas-Eve-tweet-roiled-a-university.html>.

- Steinbaugh, Adam. 2017. Russia-Linked Twitter Account Helped Drexel Professor’s “White Genocide” Tweet Go Viral, Prompting University Investigation. *FIRE*, October 20.

- <https://www.thefire.org/russia-linked-twitter-account-helped-drexel-professors-white-genocide-tweet-go-viral-prompting-university-investigation/>.
- Streitfeld, David. 2017. Russia Fanned Flames with Twitter, Which Faces a Blowback. *New York Times*, December 27.
<https://www.nytimes.com/2017/10/26/technology/twitter-russia.html>
- Sydell, Laura. 2017. How Russian Propaganda Spreads on Social Media. *National Public Radio*, October 29.
<https://www.npr.org/sections/alltechconsidered/2017/10/29/560461835/how-russian-propaganda-spreads-on-social-media>.
- Tannenwald, Jonathan, and Inga Saffron. 2016. Drexel Professor Reprimanded for “White Genocide” Tweet Claims It Was Satire. *Philadelphia Inquirer*, December 26.
<https://www.philly.com/philly/news/Drexel-officials-Professor-George-Ciccariello-Mahers-White-Genocide-tweet-was-utterly-reprehensible.html>.
- Thomas, Jeannie B. 2003. *Naked Barbies, Warrior Joes, and Other Forms of Visible Gender*. Urbana: University of Illinois Press.
- Tufekci, Zeynep. 2017. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Turner, Patricia A. 2018. Respecting the Smears: Anti-Obama Folklore Anticipates Fake News. In “Fake News: Definitions and Approaches,” ed. Tom Mould. Special issue, *Journal of American Folklore* 131(522):5–421.
- Weigel, David. 2016. Professor Keeps Job after “White Genocide” Tweet, but Conservative Media Continues to Go After Liberal Targets. *Washington Post*, December 27.
<https://www.washingtonpost.com/news/post-politics/wp/2016/12/27/professor-keeps-job-after-white-genocide-tweet-but-conservatives-look-out-more-academic-and-media-controversy/>.
- Yamato, Jen. 2015. Racists Urge Boycott of “Star Wars: Episode VII” over Black Lead, and Most of Them Love Trump. *Daily Beast*, October 19.
<https://www.thedailybeast.com/racists-urge-boycott-of-star-wars-episode-vii-over-black-lead-and-most-of-them-love-trump>.
- Zelizer, Barbie. 2010. *About to Die: How News Images Move the Public*. New York: Oxford University Press