

به نام خدا

سواد خبری در روزگار ما

«چگونه اخبار را بخوانیم»

نویسنده: بابی آیزنستاک

سید علی موسوی

سرشناسه: آیزن استاک، بابی Eisenstock, Bobbie
عنوان و نام پدیدآور: سواد خبری در روزگار ما: «چگونه اخبار را بخوانیم»/ نویسنده بابی آیزنستاک؛ مترجم
سیدعلی موسوی. مشخصات نشر: تهران: نسل روشن، ۱۴۰۴.
مشخصات ظاهری: ۱۴۹ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۲۸-۱۶۲-۳
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: عنوان اصلی: [2023]. News literacy now: how to "read" the news.
عنوان دیگر: چگونه اخبار را بخوانیم.
موضوع: سواد رسانه‌ای Media literacy اخبار جعلی Fake news
روزنامه‌نگاری شهروندان Citizen journalism
شناسه افزوده: موسوی، سیدعلی، ۱۳۶۴ مرداد -، مترجم
رده بندی کنگره: ۹/س/۹۶P
رده بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳
شماره کتابشناسی ملی: ۱۰۱۱۵۳۸۶
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

سواد خبری در روزگار ما «چگونه اخبار را بخوانیم»

نویسنده: بابی آیزنستاک

مترجم: سیدعلی موسوی

ناشر: انتشارات نسل روشن

گرافیک: علیرضا زمانی

چاپ اول: ۱۴۰۴

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۸۵/۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۲۸-۱۶۲-۳

نشانی: تهران - خیابان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین، خیابان نظری، پلاک ۱۳۰

طبقه ۳ واحد ۶ شماره‌های تماس: ۶۶۹۵۳۱۲۶ - ۶۶۹۵۶۳۵۲



www.nasleroshan.com

در جهانی که هر لحظه با سیلی از اطلاعات و اخبار بمباران می‌شویم، چگونه می‌توانیم «حقیقت» را از «شایعه» و «تحلیل» را از «تبلیغ» بازشناسیم؟ این پرسشی بود که نزدیک به یک دهه از عمرم را وقف یافتن پاسخی برای آن کردم. سفری پژوهشی در دنیای میان‌رشته‌ای فناوری اطلاعات و رسانه که مرا به باوری عمیق رساند: کلید زیست آگاهانه در عصر ارتباطات، نه فرار از این هیاهو، که مجهز شدن به ابزاری قدرتمند به نام «سواد رسانه‌ای» است.

این دغدغه برای من فراتر از یک علاقه علمی بود؛ به یک مسئولیت اجتماعی بدل شد. سال‌ها کوشیده‌ام تا با تألیف و ترجمه‌ی آثار گوناگون، در گسترش و ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در جامعه‌ام سهمی هرچند کوچک داشته باشم. همواره در جستجوی اثری بودم که بتواند این مفاهیم پیچیده را به زبانی ساده، کاربردی و امروزی به دست مخاطب برساند؛ کتابی که تنها به طرح مسئله نپردازد، بلکه راهکارهای عملی ارائه دهد.

مدت‌ها بود که ایده‌ی تألیف چنین کتابی در ذهنم ریشه دوانده بود، تا اینکه با کتاب «سواد خبری در روزگار ما: چگونه اخبار را بخوانیم» نوشته‌ی بابی آیزنستاک مواجه شدم. با خواندن هر صفحه، شگفت‌زده‌تر می‌شدم؛ این کتاب همان اثری بود که سال‌ها در پی نگارش آن بودم. گویی نویسنده تمام آنچه را که در ذهن داشتم، با نثری بدیع و نگاهی نوآورانه به روی کاغذ آورده بود. درنگ را جایز ندانستم و تصمیم به ترجمه‌ی آن گرفتم تا این گنجینه‌ی ارزشمند را با خوانندگان فارسی‌زبان به اشتراک بگذارم.

این ترجمه که در سال ۱۴۰۳ به پایان رسید، با تجربه‌ای عمیقاً شخصی نیز گره خورده است. بخش بزرگی از آن در شب‌های طولانی بیمارستان، کنار بستر پدرم و در خلال مراقبت از ایشان به سرانجام رسید. در آن لحظات سخت، کار بر روی این کتاب پناهگاهی بود که به من یادآوری می‌کرد چراغ آگاهی و دانش را حتی در تاریک‌ترین روزها باید روشن نگاه داشت.

امیدوارم این کتاب، که حاصل دغدغه‌ای دیرینه و تلاشی عاشقانه است، ابزاری کارآمد برای شما در خوانش نقادانه اخبار و زیست‌هوشمندانه‌تر در دنیای امروز باشد.

فهرست

- ۱۱ ----- سپاس‌گزاری‌ها
- ۱۳ ----- به خواننده عزیز
- ۱۶ ----- چگونه این کتاب را بخوانیم
- ۱۹ ----- شما و اخبار
- ۲۰ ----- چگونه با سواد خبری شویم؟
- ۲۰ ----- پنج سؤالی که باید از خودمان درباره اخبار بپرسیم
- ۲۱ ----- اخبارمان را از کجا می‌گیریم؟
- ۲۲ ----- چگونه بفهمیم در حباب فیلترشده هستیم؟
- ۲۳ ----- چگونه بفهمیم انتخاب‌های خبری مان، اتاق‌های پژواک هستند؟
- ۲۴ ----- آیا شما یا کسی که می‌شناسید در یک «سوراخ روباه» افتاده‌اید؟
- ۲۵ ----- آیا سوگیری تأییدی دیدگاهمان به جهان را محدود می‌کند؟
- ۲۷ ----- چگونه بفهمیم سوگیری تأییدی بر دیدگاه‌هایمان تأثیر می‌گذارد؟
- چگونه می‌توانیم حباب فیلترمان را بترکانیم، از اتاق پژواکمان فرار کنیم و سوگیری تأییدی مان را کنترل کنیم؟ ----- ۲۸
- پژوهش را بخوانید ----- ۲۸
- ۲۹ ----- ۲- چرا سواد خبری مهم است؟
- ۲۹ ----- چرا اکنون به سواد خبری نیاز داریم؟
- ۳۰ ----- چقدر با سواد خبری هستیم؟ پژوهش چه می‌گوید؟
- ۳۳ ----- جست‌وجو مانند یک راستی‌آزما
- ۳۴ ----- فکر کردن مانند یک روزنامه‌نگار
- ۳۸ ----- فرد با سواد خبری کیست؟
- ۴۰ ----- «تلاش» برای فهم اخبار
- ۴۰ ----- از اینجا به کجا برویم؟
- ۴۱ ----- چارچوب یکپارچه سواد رسانه‌ای خبری
- ۴۲ ----- مارپیچ توانمندسازی
- ۴۲ ----- پنج مفهوم اصلی و پنج سؤال کلیدی
- ۴۵ ----- قدم بعدی چیست؟
- ۴۶ ----- ۳- اخبار چیست؟
- ۴۶ ----- هدف اخبار چیست؟

- تفاوت بین اخبار سخت و اخبار نرم چیست؟ ----- ۴۶
- اخبار چگونه با دیگر انواع اطلاعات متفاوت است؟ ----- ۴۷
- چگونه ممکن است نوع دیگری از اطلاعات با اخبار اشتباه گرفته شود؟ ----- ۴۸
- چه چیزی اخبار را قابل اعتماد می‌کند؟ ----- ۴۹
- سه چیزی که باید درباره روزنامه‌نگاری بدانید ----- ۴۹
- روزنامه‌نگاری یک رشته تأیید است. ----- ۵۰
- مطبوعات توسط متمم اول قانون اساسی ایالات متحده محافظت می‌شوند. ----- ۵۲
- قوه چهارم چیست؟ ----- ۵۲
- آیا به عنوان یک شهروند، حقوق متمم اول خود را می‌شناسید؟ ----- ۵۴
- قوه پنجم چیست؟ ----- ۵۶
- چه کسانی بخشی از قوه پنجم هستند؟ ----- ۵۶
- «اخبار جعلی» چیست؟ ----- ۵۷
- آیا مردم می‌فهمند «اخبار جعلی» چیست؟ ----- ۶۳
- انواع مختلف «اخبار جعلی» چیست؟ ----- ۶۴
- ۴ - چه کسی اخبار را می‌نویسد؟ ----- ۷۰
- روزنامه‌نگار کیست؟ ----- ۷۰
- انواع مختلف روزنامه‌نگاری چیست؟ ----- ۷۰
- تفاوت اخبار با نظر چیست؟ ----- ۷۱
- تفاوت بین سرمقاله و اپ-اد چیست؟ ----- ۷۲
- تفاوت بین اپ-اد و مقاله مهمان چیست؟ ----- ۷۲
- تفاوت بین تحلیل خبری و نظر چیست؟ ----- ۷۳
- گزارشگری تحقیقی چیست؟ ----- ۷۳
- داستان ویژه چیست؟ ----- ۷۳
- اگر یک روزنامه‌نگار این را ننوشته باشد، پس چه کسی نوشته است؟ ----- ۷۳
- چرا مهم است که یک روزنامه‌نگار داستان را بنویسد؟ ----- ۷۴
- شبه‌روزنامه‌نگار کیست؟ ----- ۷۴
- آیا یک صاحب‌نظر یک روزنامه‌نگار است؟ ----- ۷۵
- آیا یک «روزنامه‌نگار شهروندی» یک روزنامه‌نگار است؟ ----- ۷۵
- اولین روزنامه‌نگار شهروندی چه کسی بود؟ ----- ۷۶
- روزنامه‌نگاری جمعی (Crowdsourcing) چیست؟ ----- ۷۷
- آیا وبلاگ‌ها و توییتهای روزنامه‌نگاری محسوب می‌شوند؟ ----- ۷۸
- ۵ - چه چیزی این داستان را خبری می‌کند؟ ----- ۸۳

- ۸۳ ----- چه کسی تصمیم می‌گیرد چه چیزی خبری است؟
- ۸۴ ----- چه چیزی ارزش خبری یک داستان را تعیین می‌کند؟
- ۸۴ ----- ارزش‌های خبری چیست؟
- ۸۴ ----- چه چیزی یک داستان را ارزش خبری می‌کند؟
- ۸۵ ----- چه چیزی قضاوت سرمقاله‌ای را هدایت می‌کند؟
- ۸۶ ----- مخاطب چگونه بر آنچه ارزش خبری دارد تأثیر می‌گذارد؟
- ۸۷ ----- یک داستان خبری چگونه ساخته می‌شود؟
- ۸۸ ----- عناصر رایج داستان چیست؟
- ۸۸ ----- ابتدا؛ لید (Lead)
- ۹۱ ----- تکنیک‌های داستان‌سرایی روزنامه‌نگاری چیست؟
- ۹۴ ----- کدام تکنیک‌ها برای داستان‌سرایی چندرسانه‌ای بهترین هستند؟

۶ - آیا رسانه‌های خبری جانب‌داری می‌کنند؟

- ۹۸ ----- آیا اخبار عینی است؟
- ۹۸ ----- ده اصل اساسی روزنامه‌نگاری
- ۱۰۰ ----- حقیقت روزنامه‌نگاری چیست؟
- ۱۰۱ ----- حقیقت موقت دقیقاً چیست؟
- ۱۰۱ ----- داستان چگونه چارچوب‌بندی می‌شود؟
- ۱۰۲ ----- چارچوب‌های مختلف داستان چیست؟
- ۱۰۳ ----- آیا داستان منصفانه، متعادل یا مغرضانه است؟
- ۱۰۳ ----- انصاف چیست؟
- ۱۰۴ ----- آیا داستان متعادل است؟
- ۱۰۴ ----- آیا همیشه دو طرف برای یک داستان وجود دارد؟
- ۱۰۵ ----- چگونه می‌فهمیم که سوگیری وجود دارد؟
- ۱۰۵ ----- سندرم زن سفیدپوست گمشده
- ۱۰۵ ----- شواهد کجاست؟
- ۱۰۶ ----- انواع مختلف شواهد چیست؟
- ۱۰۷ ----- تقصیر کیست؟
- ۱۰۸ ----- خطوط گسل چگونه بر ادراک خبری ما تأثیر می‌گذارند؟
- ۱۰۸ ----- خط گسل متعلق به کیست؟
- ۱۰۹ ----- آیا رسانه‌های خبری جانب‌داری می‌کنند یا خیر؟

۷ - دروازه‌بان شما کیست؟

- ۱۱۳ -----
- ۱۱۴ ----- چه کسی دستور کار خبری را تعیین می‌کند؟

- ۱۱۴ ----- اثر تنظیم دستور کار چیست؟
- ۱۱۷ ----- تفاوت بین تنظیم دستور کار و ترکیب دستور کار چیست؟
- ۱۱۸ ----- دروازه‌نگهبانان چه کسانی هستند؟
- ۱۱۸ ----- تفاوت بین دروازه‌بانان خبری و دروازه‌نگهبانان چیست؟
- ۱۱۹ ----- چگونه افراد مختلف ممکن است یک داستان خبری یکسان را درک کنند؟
- ۱۲۰ ----- اثر پرورش چیست؟
- ۱۲۱ ----- اخبار چگونه واقعیت اجتماعی ما را پرورش می‌دهد؟
- ۱۲۲ ----- پی‌رگیت: چگونه اطلاعات همراه‌کننده می‌تواند به خشونت واقعی تبدیل شود؟
- ۱۲۳ ----- چه کسی در «مارپیچ سکوت» گرفتار می‌شود؟
- ۱۲۴ ----- «مارپیچ سکوت» چیست؟
- ۱۲۵ ----- آیا رسانه‌های اجتماعی ما را ساکت می‌کنند یا تشویق به صحبت کردن می‌کنند؟
- ۱۲۷ ----- پوشش خبری چگونه بر اثر مارپیچ تأثیر می‌گذارد؟
- ۱۲۷ ----- فرهنگ لغو و اثر مارپیچ: مورد جاستین ساکو
- ۱۲۹ ----- «شخص سوم» کیست؟
- ۱۲۹ ----- «اثر شخص سوم» چیست؟
- ۱۳۰ ----- چه کسی «اخبار جعلی» را باور می‌کند؟ من، شما یا آن‌ها؟
- ۱۳۱ ----- آیا اثر شخص سوم می‌تواند گسترش «اخبار جعلی» در رسانه‌های اجتماعی را مهار کند؟

۸- کاوش عمیق‌تر ----- ۱۳۵

- ۱۳۶ ----- دیگر بس است با CRAAP!
- ۱۳۶ ----- آزمون CRAAP چیست؟
- ۱۳۷ ----- فراتر از CRAAP -----
- ۱۳۷ ----- چگونه مانند یک بررسی‌کننده واقعیت جست‌وجو کنیم؟
- ۱۳۸ ----- خواندن جانبی چیست؟
- ۱۳۹ ----- خویشتن‌داری در کلیک چیست؟
- ۱۳۹ ----- SIFT چیست؟
- ۱۴۰ ----- چگونه اطلاعات نادرست را مختل کنیم؟
- ۱۴۴ ----- حالا چه باید کرد؟

چند منبع ----- ۱۵۱

منابع و مراجع ----- ۱۵۸

ستایش‌های پیش از انتشار برای سواد خبری اکنون

«سرانجام، قصد داریم رویکردی عملی برای تلفیق سواد رسانه‌ای با اخبار ارائه نماییم. این کتاب راهنمایی گام به گام برای آموزش درباره اخبار از دریچه سواد رسانه‌ای ارائه می‌دهد و به دانش‌آموزان و بزرگسالان، آموزش می‌دهد که چطور به پایه‌ای دست‌یافتنی و عمیق‌تر برای ارزیابی کیفیت و اهمیت رسانه‌هایشان دست یابند.»

تسا جولز، رئیس و مدیرعامل مرکز سواد رسانه‌ای «از دکتر آیزنستاک سپاسگزارم برای نگارش کتابی که می‌تواند نه تنها با دانش‌آموزان، بلکه با دوستان و خانواده‌ای که می‌خواهند مهارت‌های سواد خبری خود را تقویت کنند، به اشتراک گذاشته شود. کتاب سواد خبری اکنون: «چگونه اخبار را بخوانیم» به شکلی ساده و با طراحی خلاقانه نوشته شده و به خواننده اجازه می‌دهد هنگام مطالعه، یادگیری مبتنی بر پرس و جو را تمرین کند. هر فصل با نکات کلیدی، سؤالات راهنما و انگیزه‌هایی برای تأمل همراه است که برای می‌تواند برای هر قشر مخاطبی مناسب و تأثیرگذار باشد. شکی نیست که درک چگونگی شناسایی و فهم اخبار قابل اعتماد برای دموکراسی ما از اهمیت بالایی برخوردار است. همه ما باید مهارت‌های سواد رسانه‌ای خود را تقویت کنیم و این کتاب راهنمای بسیار خوبی است. به همین جهت مطالعه این کتاب را قصد دارم آن را به طور گسترده توصیه کنم.»

میشل سیولالیپکین، مدیر اجرایی انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای «آیزنستاک چارچوبی برای قضاوت درباره اطلاعات ایجاد کرده که هم بدیهی و هم پیچیده است و به کاربر راهنمایی برای تشخیص مشروعیت اطلاعات ارائه می‌دهد. او احساسات خوانندگان را درباره افزایش اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده تأیید می‌کند، اما هیچ‌گاه آن‌ها را ناامید نمی‌سازد. در عوض، پیام او توانمندساز است: ما می‌توانیم و باید از ابزارهای مناسب برای مبارزه با اطلاعات نادرست استفاده کنیم و به دیگران نیز کمک کنیم همین کار را انجام دهند.» باربارا آلن، مدیر برنامه‌ریزی دانشگاهی، مؤسسه پوینتر

به ایلاشی و نسل آینده:

امید که شما راه را به سوی جهانی مهربان‌تر، عادلانه‌تر و با سواد رسانه‌ای بیشتر هدایت کنید.

سیاس‌گذاری‌ها

ایده این کتاب از دانشجویانم الهام گرفته شده است. نسل آن‌ها در زمانی به بزرگسالی می‌رسد که تشخیص اینکه به چه کسی یا چه چیزی باید اعتماد کرد، چالش برانگیز است. امیدوارم که آن‌ها خودشان را به خواندن روزنامه‌نگاری با کیفیت عادت دهند و از مهارت‌های سواد خبری خود برای «خواندن» بین خطوط استفاده کنند. همچنین تبدیل به شهروندانی آگاه و دغدغه‌مند شوند که برای دموکراسی ارزش قائل‌اند و از آن محافظت می‌کنند.

این کتاب، یک کتاب دانشگاهی معمولی نیست. از پاتریشیا مولرین کلیتون در گروه پیتزلنگ برای درک دیدگاه من تشکر می‌کنم، و از دنی گرین، ویراستارم، و جکی پاولوویچ، مدیر تولید و حامی کیفیت، برای کمک به تحقق این دیدگاه سپاسگزارم.

از همه همکارانم در حوزه سواد رسانه‌ای تشکر می‌کنم و بخصوص تشکر ویژه دارم از تسا جولز و مرکز سواد رسانه‌ای؛ شما ستون فقرات من در سواد رسانه‌ای بوده‌اید. از شما برای دوستی‌تان و حفظ میراث الیزابت تومن با ادامه دادن به نقش مرکز به عنوان صدایی حیاتی در جنبش سواد رسانه‌ای تشکر می‌کنم.

انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای، از اینکه بخشی از جامعه‌ای هستم که کار حیاتی آموزش و حمایت از آموزش سواد رسانه‌ای را انجام می‌دهد سپاسگزارم، و افتخار می‌کنم که در هیئت مدیره خدمت می‌کنم تا به هدایت مأموریت آن کمک کنم.

جسی هالیس مک‌کارتی در بنیاد آزادی، از تو تشکر می‌کنم برای اینکه شریکی پرشور در طوفان فکری برای یافتن راه‌های جدید آموزش به دانش‌آموزان برای من بودی. قطعاً همراهی تو نقش مهمی در مختل کردن اطلاعات نادرستی که دموکراسی ما را تهدید می‌کند، داشته است. قدردانی عمیقی از همکارانم در دیپارتمان روزنامه‌نگاری دانشگاه ایالتی کالیفرنیا، نورتریچ، دارم. به ویژه از لیندا بوون، که به عنوان رئیس از من برای توسعه دوره سواد خبری که پایه این کتاب است، حمایت کرد.

تشکر ویژه‌ای دارم از کتی موننگومری و جف چستر در مرکز دموکراسی دیجیتال، برای حمایت‌هایشان و بحث‌های پرشوری که درباره رسانه، سیاست و زندگی در طول سال‌های دوستی‌مان داشته‌ایم.

خوشبختم که گروهی فوق‌العاده از دوستان و اعضای خانواده‌ام دارم که همیشه حامی من هستند - از شما مادالین، فیل، سو، جورج، سوزان، ریچارد، همراه پیاده‌روی ام‌لیندا، خواهرم سوزان، ولورتا، ناجی‌ام، تشکر می‌کنم.

بدون عشق و حمایت خانواده‌ام، چاپ این کتاب محقق نمی‌شد. جونا و کیوا، برای همیشه از احساس شعف و شادمانی که به من می‌دهید تشکر می‌کنم. شما دو نفر، از بزرگ‌ترین حامیان

من هستید، و همچنین آزمایش سواد رسانه‌ای من در زمان بزرگ شدن تان، جای سپاس و قدردانی دارد.

رندی، از تو برای غنی‌تر کردن خانواده‌مان و ادامه دادن سنت پرورش فرزند با سواد رسانه‌ای به همراه ایلاتشکر می‌کنم. و آلن، عشق زندگی‌ام، حقیقتاً نمی‌دانم چگونه از انسانی بی‌نظیر که همیشه کنارم است، مرا می‌خنداند، سلامت عقلم را حفظ می‌کند، و روزهای عمر و زندگی‌اش را با من شریک است؛ زندگی‌ای که در آن فضایی برای دنبال کردن علایق‌مان به‌طور مشترک می‌سازیم، تشکر کنم؟

به خواننده عزیز

اخبار واقعی. اخبار جعلی. حقایق جایگزین. پسا حقیقت. چگونه می توان واقعی یا ساختگی بودن اخبار و حقایق را تشخیص داد؟ چگونه می توان اخبار قابل اعتماد و معتبر را تشخیص داد؟ مادر عصر دیجیتال اطلاعات نادرست زندگی می کنیم. در عصر حاضر دانستن اینکه به چه کسی یا چه چیزی باید باور داشت، روز به روز سخت تر می شود. به همین جهت نحوه انتخاب شیوه مناسب و قابل اعتماد برای دریافت اخبار از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. من یک مربی و حامی سواد رسانه ای هستم. بیش از سه دهه است که تدریس می کنم و هزاران دانش آموز را تعلیم داده ام. همچنین کارگاه هایی برای تعداد مشابهی از مربیان، والدین، متخصصان سلامت و حرفه ای های رسانه برگزار کرده ام. بنابراین حتی زمانی که در حال تدریس درباره رسانه و تنوع، جنسیت یا فرهنگ عامه هستم، دانش آموزانم مهارت های سواد رسانه ای را می آموزند. در دوره های آموزشی معلمان، آموزش والدین و کارگاه های حرفه ای، لزوم آموزش و یادگیری صحیح سواد رسانه ای به عنوان یک مهارت زندگی مورد تأکید قرار می گیرد.

هدف از آموزش این مهارت این است که مربیان، معلمان و والدین یاد بگیرند که چگونه پیام های رسانه ای را با دیدی انتقادی تحلیل کنند. با پرسیدن سؤالاتی درباره اینکه چه کسی پیام را خلق کرده و چرا، از چه تکنیک هایی برای ساخت پیام و تفکیک معنای آن استفاده شده، و افراد مختلف چگونه ممکن است پیام را تفسیر کنند.

سپس انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ فرا رسید. در آن سال، واژه «پسا حقیقت» توسط فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد به عنوان واژه سال انتخاب شد، زیرا استفاده از آن در رسانه های جریان اصلی به اوج رسید و با عبارت «سیاست پسا حقیقت» مرتبط شد. اصطلاح «اخبار جعلی» نیز محبوبیت یافت و به فرهنگ لغت اضافه شد. درست زمانی که خود را برای انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ آماده می کردیم، با کووید-۱۹ مواجه شدیم. تا آوریل، اخبار پر از اطلاعات نادرست و گمراه کننده درباره همه گیری جهانی شده بود و واژه نگاران فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد، که استفاده از واژگان رارصد و تحلیل می کنند، شروع به انتشار به روزرسانی هایی از واژه های جدید کردند: کووید-۱۹، کرونا ویروس، اینفودمیک، خود انزوایی، خود قرنطینگی، پناه گرفتن در محل، فاصله گذاری اجتماعی، ابرپخش کننده، صاف کردن منحنی، تجهیزات حفاظت شخصی، تعطیلات خانگی و غیره. تا ماه ژوئن، جنبش «جان سیاه پوستان مهم است»، پس از قتل جورج فلوید، بریونا تیلور و دیگر آمریکایی های سیاه پوست توسط افسران پلیس، دوباره در سرخط خبرهای ملی قرار گرفت. این موضوع منجر به اعتراضات عمومی گسترده علیه نهادهای اجرای قانون و موجی از فعالیت های اجتماعی در ایالات متحده و سراسر جهان شد. جمله «جان سیاه پوستان مهم است» و مخفف آن BLM به طور گسترده ای در سطح

جهان توسط عموم مردم استفاده شد و به فهرست واژگان جدید اضافه گردید. با رخدادهای فراوان در سطح جهان در سال ۲۰۲۰، فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد برای اولین بار در تاریخ خود تصمیم گرفت که یک واژه نمی تواند سال را توصیف کند و به جای آن فهرستی از واژگان را انتخاب کرد که بیشتر در اخبار متنی و وب، وبلاگ ها و دیگر منابع ظاهر شده بودند. این واژگان از دسته بندی های مختلفی شامل واژگان مرتبط با کووید، جنبش های اجتماعی و رسانه های اجتماعی، فناوری های جدید برای کار و زندگی از راه دور، محیط زیست، سیاست و اقتصاد انتخاب شدند. در میان واژه های جدید در «زبان های آکسفورد ۲۰۲۰: واژگان سالی بی سابقه»، یک مورد به ویژه قابل توجه است: سواد رسانه ای. فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد (مارس ۲۰۲۱) سواد رسانه ای را به عنوان «مهارت در ارزیابی، تحلیل و درک رسانه های جمعی؛ به ویژه توانایی تحلیل انتقادی هر داستانی یا رویدادی که در رسانه ها ارائه می شود و تعیین دقت یا اعتبار آن» تعریف می کند.

اگرچه جنبش سواد رسانه ای دهه هاست که وجود دارد، اما استفاده از این اصطلاح خارج از محافل آموزشی نسبتاً نادر بوده است. «اخبار جعلی»، سبب ورود سواد رسانه ای از سایه های آکادمیک به جریان اصلی شد. استفاده از اصطلاح سواد رسانه ای بدون شک با ادامه شتاب گرفتن اطلاعات نادرست و گمراه کننده در اکوسیستم رسانه ای و افزایش نیاز به مهارت هایی برای جداسازی حقیقت از تخیل، گسترده تر خواهد شد. نشانه های فراوانی وجود دارد که نظریه پردازان توطئه، گروه های نفرت پراکن، برخی شخصیت های خبری و رسانه های خبری، کاربران رسانه های اجتماعی و حتی برخی مقامات منتخب در تلاش اند تا واقعیتی جایگزین خلق کنند. به عنوان مثال، روایت نادرستی را در نظر بگیرید که پس از انتخابات ۲۰۲۰ پدیدار شد و ادعای کرد ترامپ به دلیل تقلب انتخاباتی از دور دوم ریاست جمهوری اش محروم شده است. «دروغ بزرگ»، همان طور که نامیده می شود، به دلیل تحریف عمدی و فاحش حقایق و تأثیر قطبی کننده اش بر کشور برجسته است. این دستکاری حقایق انتخابات برای مشروعیت زدایی از دولت جدید، سبب برپایی شورش ۶ ژانویه در کاپیتول ایالات متحده شد که در آن هزاران نفر در یک حمله خشونت آمیز گروهی علیه کنگره ایالات متحده به ساختمان آن هجوم بردند. این حمله اعضای کنگره، کارکنان آن ها و مطبوعات را وحشت زده کرد و منجر به کشته شدن چندین نفر، آسیب جسمانی به بیش از ۱۴۰ مأمور اجرای قانون و افزایش محیط تهدید در سراسر کشور شد. دوزخ بعد، توییت ترامپ را به طور دائم به دلیل «خطر تحریک بیشتر به خشونت» تعلیق کرد (توییت، ۲۰۲۱). با این حال، در حالی که صدها نفر از شورشیان به دلیل نقش شان در این شورش دستگیر و متهم به حمله به افسران پلیس، ورود غیرقانونی به ساختمان های دولتی و تخریب اموال دولتی شدند، برخی از مفسران خبری، مقامات منتخب، از جمله رئیس جمهور

سابق، ترامپ، تلاش کردند این شورش مرگبار را به عنوان یک «جشن عشق» بازنمایی کنند یا آن را «بازدید معمولی گردشگران» توصیف کنند. رئیس کمیته ملی جمهوری خواه تلاش کرد این شورش مرگبار را به عنوان «گفتن عمو می مشروع» توجیه کند. در حالی که این تحریف آشکار توسط رهبر اقلیت جمهوری خواه سنا، میچ مک کانل، که آن را «شورش خشونت آمیز» نامید، رد شد، دیگران در حزب با او هم رأی نبودند.

بیش از یک سال بعد، «دروغ بزرگ» با انگیزه ایدئولوژیک همچنان توسط ترامپ، بسیاری از سیاستمداران جمهوری خواه و حامیان آن‌ها، و همچنین شخصیت‌های خبری تلویزیونی محافظه کار و مجریان برنامه‌های گفت‌وگو ترویج می‌شود و حساب توییت ترامپ توسط مالکیت جدید بازگردانده شده است. نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد که اکثریت جمهوری خواهان به اشتباه معتقدند تقلب انتخاباتی رخ داده و از شواهد محکمه‌پسند ارائه شده توسط تحقیقات کمیته منتخب مجلس یا اتهام نادرِ سرپیچی توطئه‌آمیز که توسط وزارت دادگستری علیه چندین شورشی به دلیل نقش‌شان در حمله مطرح شده، متأثر نمی‌شوند. این دروغ همچنین تأثیر موجی بر انتخابات آینده داشته است. باورمندان به «دروغ بزرگ» آینده انتخابات عادلانه را با افشای اطلاعات شخصی، آزار و تهدید کارگران انتخاباتی به دلیل انجام وظایف‌شان به خطر می‌اندازند، و نامزدهایی که این دروغ را ترویج می‌کنند برای مناصبی نامزد شده‌اند که در آن‌ها بر نحوه ریخته شدن، شمارش و تأیید آرا تأثیر خواهند گذاشت.

به وضوح، آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای برای درک آنچه با پیام‌رسانی خبری در حال رخ دادن است، به ویژه در زمان‌های بحران که اطلاعات جدید به سرعت در حال توسعه است، کافی نیست. آنچه که کمبود آن در این زمینه احساس می‌شود، دانش درباره شیوه‌ها و استانداردهای روزنامه‌نگاری و مهارت‌هایی برای ارزیابی منبع خبری، بررسی حقایق و توانمندسازی مسئولیت و مشارکت مدنی است. به همین جهت تلاش کردم با پیشینه‌ام در روزنامه‌نگاری و سواد رسانه‌ای، دوره سواد خبری را برای برنامه روزنامه‌نگاری که در آن تدریس می‌کنم، توسعه دهم که مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد خبری را با مشارکت مدنی پیوند می‌دهد.

این کتاب درباره مهارت‌های ضروری سواد رسانه‌ای خبری است و هر فرد باید بداند تا بتواند در اکوسیستم پیچیده رسانه‌های خبری حرکت کند. صمیمانه امیدوارم که این رویکرد به شما کمک کند تا فرد باسوادتری در زمینه اخبار شوید... و آن را به دیگران نیز منتقل کنید!

دکتر بابی آیزنستاک

چگونه این کتاب را بخوانیم

اگر با سواد رسانه‌ای آشنا هستید، این کتاب برای شماست و اگر با سواد رسانه‌ای آشنا نیستید، باز هم این کتاب برای شماست. دلیلش اینجاست.

«سواد خبری اکنون: چگونه اخبار را «بخوانیم»» درباره رویکردی جدید برای تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی در سواد خبری است. این استراتژی ترکیبی که بر تقاطع مهارت‌های سواد رسانه‌ای، سواد خبری و سواد وب استوار است، چارچوب سواد رسانه‌ای توسعه یافته توسط مرکز سواد رسانه‌ای (CML) را تطبیق می‌دهد تا ماهیت اخبار و شیوه‌های روزنامه‌نگاری را تحلیل کند، از خواندن جانبی و دیگر استراتژی‌های راستی‌آزمایی برای تأیید اطلاعات استفاده کند و مشارکت مسئولانه در دموکراسی را در اکوسیستم رسانه‌ای دیجیتال که دائماً در حال تغییر است، توانمند سازد.

چارچوب CML از پنج مفهوم اصلی و سؤالات کلیدی متناظر برای تحلیل پیام‌های رسانه‌ای استفاده می‌کند. این پنج مفهوم بر نویسندگی، قالب، محتوا، هدف و مخاطب تمرکز دارند. هر مفهوم اصلی و سؤال کلیدی برای پیام‌رسانی خبری تطبیق داده شده و سؤالات اضافی درباره فرآیند اخبار، تحلیل را هدایت می‌کنند. برای مثال، مفهوم اصلی سواد رسانه‌ای درباره نویسندگی می‌گوید: «همه پیام‌های رسانه‌ای ساخته شده هستند.» با تطبیق آن برای اخبار، به این صورت بازنویسی می‌شود: «همه داستان‌های خبری ساخته شده هستند.» سؤالات کلیدی به طور خاص فرآیند جمع‌آوری اخبار را کاوش می‌کنند تا مشخص کنند چه کسی داستان خبری را نوشته، توضیح دهند که گزارشگران خبری چگونه از نویسندگان تحقیقی، ویژه و نظر متفاوت هستند، و بین روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و دیگریانی که اخبار تولید می‌کنند مانند روزنامه‌نگاران شهروندی، بلاگرها، مفسران، ربات‌های خبرنویس و چت‌بات‌ها تمایز قائل شوند. (تمام ارجاعات به مفاهیم اصلی، سؤالات کلیدی و کلیدواژه‌های CML با اجازه مرکز سواد رسانه‌ای، www.Medialit.org استفاده شده‌اند.)

چه خود را با سواد رسانه‌ای بدانید و بخواهید مفاهیم اصلی را به طور خاص برای اخبار به کار ببرید، یا تازه‌کار در سواد رسانه‌ای و خبری باشید که به مقدمه‌ای برای چگونگی «خواندن» اخبار نیاز دارد، این کتاب به شما کمک می‌کند مانند یک روزنامه‌نگار فکر کنید و استانداردهایی را برای قضاوت درباره اعتبار و قابلیت اطمینان اطلاعات و اعتمادپذیری منابع خبری به کار ببرید. این کتاب به سبک پرس و جوی مبتنی بر سؤال از دیدگاه مصرف‌کنندگان اخبار نوشته شده است و سؤالاتی را مطرح می‌کند و به آنها پاسخ می‌دهد تا به طور انتقادی درباره تجربه‌های شخصی خود با اخبار فکر کنیم و زمینه‌ای برای درک فرآیند اخبار و شیوه‌های روزنامه‌نگاری فراهم کند. کتاب با طرح معضلی آغاز می‌شود که ما به عنوان مصرف‌کنندگان اخبار و شهروندان آگاه

با آن مواجه هستیم: در مواجهه با بحران اعتبار اخبار، چگونه می‌فهمیم چه چیزی واقعی است یا جعلی؟ چگونه در محیط رسانه‌ای که اخبار واقعی، اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده را درهم آمیخته، منابع خبری قابل اعتماد پیدا کنیم؟ فصل اول سؤالاتی را مطرح می‌کند که همه ما باید درباره عادت‌های خبری شخصی خود و اینکه چگونه سوگیری‌هایمان می‌توانند ما را در حساب‌های فیلترشده گیرانداخته و در اتاق‌های پژواک محصور کنند، در نظر بگیریم. فصل دوم توضیح می‌دهد که چرا سواد خبری مهم است، اینکه اکثر مردم چندان با سواد خبری نیستند و کسب چه مهارت‌ها و اطلاعاتی نیاز است تا با سواد خبری شویم. این فصل پژوهش‌ها و روش‌های آموزشی مرتبط با سواد خبری را مرور می‌کند تا زمینه‌ای برای درک چگونگی بازاندیشی مربیان در استراتژی‌های سواد خبری فراهم کند. همچنین روش مبتنی بر شواهد CML را که در توسعه چارچوب سواد رسانه‌ای خبری استفاده شده و ساختار این کتاب را سازمان‌دهی می‌کند، توضیح می‌دهد.

پنج فصل بعدی مفاهیم اصلی CML را یک‌به‌یک برای اخبار و شیوه‌های روزنامه‌نگاری به کار می‌برند. هر فصل بر یک مفهوم اصلی تمرکز دارد و سؤالات راهنما را برای تفکیک داستان‌های خبری، فرایند جمع‌آوری اخبار و نقشی که مخاطبان اخبار در اکوسیستم رسانه‌ای خبری در حال تغییر ایفا می‌کنند، ارائه می‌دهد. فصل‌ها با بخشی به نام «سؤالات درست را بپرسید» پایان می‌یابند که ارتباط سواد رسانه‌ای - خبری را نشان می‌دهد، نکات کلیدی را خلاصه می‌کند و سؤالاتی برای کاوش عمیق‌تر در مفهوم توضیح داده شده در فصل مطرح می‌کند. فصل آخر کتاب به استراتژی‌های عمیق‌تری برای کمک به حرکت در اکوسیستم رسانه‌ای خبری در فرهنگ پساحقیقت و تبدیل شدن به مصرف‌کنندگانی با بالاترین سطح سواد خبری می‌پردازد. این فصل توضیح می‌دهد که چگونه مانند یک راستی‌آزما با استفاده از خواندن جانبی و دیگر تکنیک‌ها برای تحقیق درباره منبع، ارزیابی شواهد و تأیید ادعاها جست‌وجو کنیم و راه‌هایی برای صحبت با کسی که به اطلاعات گمراه‌کننده باور دارد، پیشنهاد می‌دهد. پس از این فصل، چند سخن پایانی درباره نیاز به سواد رسانه‌ای خبری و چند منبع برای شناسایی انواع مختلف اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده و یادگیری بیشتر درباره برنامه‌ها، پژوهش‌ها و سازمان‌های سواد رسانه‌ای و خبری ارائه شده است تا بتوانید مهارت‌های خود را توسعه دهید. یک نکته درباره تعاریف. اصطلاح «اطلاعات نادرست» معمولاً به عنوان یک اصطلاح جامع برای اشاره به هر دو نوع اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده استفاده می‌شود. در این کتاب، من بین انواع مختلف اطلاعات بر اساس اینکه قصد اطلاع‌رسانی، گمراه کردن یا آسیب رساندن باشد، تمایز قائل می‌شوم. اطلاعات نادرست به خطاهای گزارش‌دهی غیرعمدی اشاره دارد که توسط یک رسانه خبری اصلاح خواهد شد، در حالی که اطلاعات گمراه‌کننده، اطلاعات نادرستی

است که به طور عمدی برای گمراه کردن و ایجاد آسیب خلق شده است. وقتی افراد اطلاعاتی را به اشتراک می‌گذارند که متوجه نیستند نادرست و گمراه‌کننده است، این اطلاعات نادرست است و نه گمراه‌کننده، زیرا قصد آن‌ها اطلاع‌رسانی است و نه گمراه کردن یا آسیب رساندن. «مال اینفورمیشن»، نوع دیگری از اطلاعات عمدتاً مضر، به افشای عمومی اطلاعات خصوصی برای آسیب رساندن عمدی به یک فرد، گروه، شرکت یا نهاد اشاره دارد. همچنین توجه داشته باشید که گاهی اوقات اصطلاحات اطلاعات نادرست، گمراه‌کننده و مال اینفورمیشن به صورت مخفف به شکل mis/dis/malinformation یا به سادگی mis/disinformation نوشته می‌شوند.

۱- شما و اخبار

آیا احساس می‌کنید در دل اخبار غرق شده‌اید؟ شما تنها نیستید.

اخبار ما را در هر کجا که باشیم پیدا می‌کنند، حتی اگر به دنبال آن‌ها نباشیم. هر روز رسانه‌ها دستگاه‌های دیجیتال ما را با جریانی به ظاهر بی‌پایان از پیام‌ها و تصاویر پر می‌کنند. این وضعیت به نوعی اضافه بار اطلاعاتی یا TMI است. اطلاعات بیش از حد، داده‌های بیش از حد، اخبار بیش از حد. و این در حالی است که همه این اخبار قابل اعتماد نیستند. برخی از این اطلاعات نادرست‌اند یا به طور عمدی برای انتشار شایعات، دروغ‌ها یا حرف‌های بی‌اساس خلق شده‌اند. ما با چالش فیلتر کردن همه این‌ها روبه‌رو هستیم تا آنچه مهم است را پیدا کنیم و بفهمیم به چه کسی باید اعتماد کنیم.

در زمان بحران، مانند حمله تروریستی، بلای طبیعی یا همه‌گیری جهانی، که دریافت پیام‌رسانی دقیق و قابل اعتماد برای عموم حیاتی است، این حجم عظیم اطلاعات چیزی را تولید می‌کند که کارشناسان آن را «اینفودمیک» می‌نامند. گسترش روزانه اطلاعات جدید، اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده به شکل شایعات، اخبار جعلی و نظریه‌های توطئه که می‌توانند سردرگمی ایجاد کنند و اعتماد به رسانه‌هایی که پیام را منتقل می‌کنند را کاهش دهند. در مثال همه‌گیری، اینفودمیک پیام‌رسانی درباره پروتکل‌هایی که عموم باید برای کاهش خطرات بهداشتی دنبال کنند را مختل می‌کند و عدم اطمینانی ایجاد می‌کند که می‌تواند پاسخ مؤثر بهداشت عمومی به بحران را مختل کند (سازمان بهداشت جهانی، بدون تاریخ).

صرف نظر از موضوع اینفودمیک، رسانه‌های اجتماعی اخبار جعلی را با سرعت و گستردگی بیشتری نسبت به اخبار مبتنی بر واقعیت تقویت می‌کنند. این به این دلیل است که شایعات و نظریه‌های توطئه بیشتر از اخبار واقعی در رسانه‌های اجتماعی بازنشر و به اشتراک گذاشته می‌شوند و برخورد با آن‌ها آسان‌تر است. به نظریه‌های توطئه درباره کووید-۱۹ که در رسانه‌های اجتماعی پخش شده اند فکر کنید. آیا می‌دانستید که فناوری تلفن همراه ۵G می‌تواند کووید را ایجاد کند؟ یا اینکه ایورمکین، که برای درمان انگل‌ها در اسب‌ها استفاده می‌شود، می‌تواند ویروس را در انسان‌ها پیشگیری کند؟ یا اینکه واکسن کووید-۱۹ باعث مغناطیسی شدن بدن شما می‌شود؟ اگر اخبار را از رسانه‌های اجتماعی دریافت کنیم، ممکن است این ادعاهای نادرست و مضر را باور کنیم. اگر باسواد خبری بودیم، مهارت‌هایی برای «خواندن» اخبار داشتیم، می‌توانستیم هنگام حرکت در جهان اطلاعات به طور انتقادی فکر کنیم و منابع معتبر و قابل اعتمادی پیدا کنیم تا ادعاهای نادرست را رد کنیم.

چگونه باسواد خبری شویم؟

سواد رسانه‌ای خبری درباره پرس و جو و به چالش کشیدن آنچه می‌بینیم، می‌شنویم و می‌خوانیم است. این یعنی ذهن باز داشتن و جست و جوی منابع جایگزین برای رسیدن به نتیجه‌گیری‌های خودمان. برای بسیاری از ما، این کار ممکن است آسان نباشد زیرا عادت به انجام آن نداریم. به جای صرف وقت برای خواندن انتقادی اخبار، به رسانه‌های خبری مورد اعتماد یا رسانه‌های اجتماعی روی می‌آوریم و آنچه می‌گویند را بدون هیچ‌گونه سؤال پرسیدن و فکر کردن، به صورت ظاهری می‌پذیریم، زیرا باورهایمان را تقویت می‌کند و سوگیری‌هایمان را تأیید می‌کند. در نهایت در حباب‌های فیلترشده‌ای گیر می‌افتیم که تجربه‌های آنلاین شخصی‌مان را محدود می‌کنند و همچنین در اتاق‌های پژواکی محصور می‌شویم که اخبار دیدگاه‌هایمان را تأیید می‌کند و سوگیری تأییدی بر نحوه تجربه ما از جهان تأثیر می‌گذارد. باسواد خبری شدن نیاز به تمرین دارد. توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی برای تشخیص اینکه یک داستان خبری واقعی است یا جعلی، یک تویییت یا نقل قول معتبر است یا شایعه، یک میم یا GIF صرفاً طنز است یا پروپاگاندا، یا اینکه آیا باید به یک سیاستمدار خاص، مفسر، مجری برنامه گفت‌وگو، سلبریتی یا تأثیرگذار رسانه‌های اجتماعی هنگام اظهار نظر درباره اخبار باور کنیم یا نه، نیاز به تمرین دارد. برای شروع تقویت مهارت‌های سواد خبری، بررسی اینکه اخبارمان را از کجا می‌گیریم و چگونه ترجیحات خبری‌مان بر دیدگاهمان نسبت به جهان تأثیر می‌گذارند، مفید است.

پنج سؤالی که باید از خودمان درباره اخبار بپرسیم

اکثر مردم امروزه تا حدی با فناوری آشنا هستند. ما می‌دانیم چگونه از کامپیوترها و گوشی‌های هوشمند استفاده کنیم، برنامه‌ای را دانلود کنیم و در رسانه‌های اجتماعی نظر بگذاریم. اگر با فناوری آشنا باشیم، آیا این یعنی باسواد رسانه‌ای هستیم؟ اصلاً نه. ممکن است با فناوری آشنا باشیم، اما باسواد رسانه‌ای نباشیم و احتمالاً باسواد خبری هم نباشیم. برای شروع توسعه مهارت‌های سواد خبری، این پنج سؤال را در نظر بگیرید:

- ♦ اخبارم را از کجا می‌گیرم؟
- ♦ چگونه بفهمم در حباب فیلترشده هستم؟
- ♦ چگونه بفهمم انتخاب‌های خبری‌ام اتاق‌های پژواک هستند؟
- ♦ آیا سوگیری تأییدی دیدگاهم به جهان را محدود می‌کند؟
- ♦ چگونه می‌توانم حباب فیلترم را بترکانم، از اتاق پژواکم فرار کنم و سوگیری تأییدی‌ام را کنترل کنم؟

اخبارمان را از کجای می‌گیریم؟

بیشتر ما اخبار را هر زمان، هر کجا و هر طور که بخواهیم روی دستگاه‌های همراهمان دریافت می‌کنیم. چند سال پیش این طور نبود.

عادت‌های خبری همراه با فرمت‌ها و گزینه‌های تحویل اخبار تغییر کرده‌اند. دیگر روزنامه صبح که به در خانه می‌رسد، منبع اصلی اخبار نیست. در عوض، گوشی‌های هوشمند یا تبلت‌هایمان را برای نسخه دیجیتال روزنامه چک می‌کنیم یا داستان‌ها را در یک جمع‌آوری‌کننده اخبار که هنگام چک کردن ایمیل یا مرور آنلاین باز می‌شود، مرور می‌کنیم. یا کلاً روزنامه را کنار می‌گذاریم و به توییتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، تیک‌تاک یا دیگر شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه، برنامه خبری یا پادکست مراجعه می‌کنیم، یا یک فید خبری در رسانه‌های اجتماعی با نوع داستان‌هایی که دوست داریم تنظیم می‌کنیم. اکثر ما برای اطلاع از اخبار روزانه سراغ اخبار آنلاین می‌رویم؛ زیرا حصول آن سریع است، از لحاظ بصری جذاب است، خیلی طولانی و زمان‌بر نیست، و متناسب با علایق و سلیقه‌مان دسترسی به آنها بسیار متناسب است.

انتخاب منبع خبری مناسب که اخبارمان را از آنجا دریافت می‌کنیم، مهم‌تر از آن چیزی است که فکر می‌کنیم. اخبار نه تنها آگاهی ما را درباره آنچه در جامعه و جهان رخ می‌دهد، افزایش می‌دهد، بلکه نگرش‌ها و نظرات را پرورش می‌دهد و ادراکاتی را شکل می‌دهد که نحوه پوشش داستان توسط رسانه خبری را منعکس می‌کند. اگر اخباری که انتخاب می‌کنیم دیدگاه بیش از حد جناحی داشته باشد یا برخی حقایق را تحریف کند یا اطلاعات گمراه‌کننده پخش کند، آن دیدگاه بر نظرات ما تأثیر می‌گذارد و به نوبه خود سوگیری‌هایمان را تقویت می‌کند.

و به لطف رسانه‌های اجتماعی، بدون هیچ آموزشی از مصرف‌کنندگان رسانه به خالقان محتوا ارتقا یافته‌ایم که در چرخه اخبار مشارکت می‌کنیم. ما «پروژه‌ها» هستیم؛ تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محتوا که به طور فعال در محیط رسانه‌ای مشارکت می‌کنیم. وقتی توییتمی می‌کنیم، پست می‌گذاریم، وبلاگ می‌نویسیم، ویدئو یا عکسی آپلود می‌کنیم، در واقع محتوا تولید می‌کنیم و ناشر خودمان می‌شویم. به علاوه، با هر «لایک» یا پستی که به اشتراک می‌گذاریم، ناشران دیگری را ترویج می‌دهیم که بسیاری از آن‌ها روزنامه‌نگاران مبتنی بر واقعیت از سازمان‌های خبری نیستند.

چگونه می‌فهمیم آنچه به اشتراک می‌گذاریم دقیق و truthful است؟ آیا بررسی می‌کنید که اطلاعات معتبر است و سایت قابل اعتماد است؟ آیا می‌توانید بین نظر، واقعیت‌ها و دروغ‌ها تمایز قائل شوید؟ آیا می‌توانید یک جعل، کلیک‌بیت بدبینانه، نظریه توطئه یا نوع دیگری از اطلاعات گمراه‌کننده را شناسایی کنید؟ یا به منشأ اطلاعات توجه نمی‌کنید و اجازه می‌دهید سوگیری خودتان شما را راهنمایی کند؟

خلاصه اینکه همه اخبار به یک اندازه خلق نشده‌اند. برای دیدن تصویر بزرگ، باید از تار و پودی که ما را در حباب‌های فیلترشده و اتاق‌های پژواک محصور می‌کند و سوگیری‌هایمان را تأیید می‌کند، آگاه باشیم. باید ذهن باز داشته باشیم و اخبارمان را از منابع متعدد با دیدگاه‌های مختلف بگیریم و حقایق را بررسی کنیم. دفعه بعد قبل از به اشتراک گذاشتن، به طور انتقادی درباره آنچه به اشتراک می‌گذارید فکر کنید.

چگونه بفهمیم در حباب فیلترشده هستیم؟

حباب فیلتر دقیقاً چیست؟ حباب فیلتر شرایطی را توصیف می‌کند که در آن خود را فقط با ایده‌ها، افراد، حقایق و اطلاعاتی مواجه می‌بینیم که با دیدگاه ما سازگارند و علایقمان را منعکس می‌کنند (پاریسر، ۲۰۱۱). اگر محتوای آنلاینی که با آن مواجه می‌شویم، تنها دیدگاه‌های ما را تقویت کند و نه دیگران را، آنگاه در حباب فیلترشده هستیم. اگر تبلیغ پشت تبلیغ برای محصولاتی که تحقیق کرده‌ایم، خریده‌ایم یا صرفاً مرور کرده‌ایم، روی صفحه مان ظاهر شود، آن هم یک حباب فیلترشده است. چرا این اتفاق می‌افتد؟ پاسخ الگوریتم‌هاست.

حباب‌های فیلترشده از الگوریتم‌هایی ناشی می‌شوند که بر آنچه آنلاین می‌بینیم تأثیر می‌گذارند. الگوریتم را مجموعه‌ای از قوانین در نظر بگیرید که یک تجربه آنلاین شخصی سازی شده منحصر به فرد را محاسبه می‌کند. گوگل، فیسبوک، توئیتر، اینستاگرام و دیگر شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی از الگوریتم‌ها برای سفارشی سازی خدمات برای کاربران فردی بر اساس تاریخچه جست و جو، رفتار کلیک، مکان، سن، جنسیت، علایق و دیگر داده‌ها استفاده می‌کنند. این به نظر ایده خوبی برای پیمایش آسان تر اینترنت می‌آید. نه لزوماً.

انتخاب محتوای شخصی سازی شده می‌تواند خوب و بد باشد. خوب است چون می‌تواند تجربه آنلاین لذت بخش تر و ساده تری ایجاد کند، حتی وقتی صحبت از اخبار باشد. اگر روزنامه نگاری با کیفیت را تنظیم کنیم، می‌توانیم به راحتی به این اخبار دسترسی پیدا کنیم. بد است چون الگوریتم‌ها می‌توانند ما را به یک سوراخ خرگوش دیجیتال بکشاند که مانع از مواجهه با ایده‌ها و دیدگاه‌های جدید می‌شود، یا بدتر از آن، ما را در معرض محتوای نامناسب یا سمی قرار می‌دهد که اصلاً به دنبالش نبودیم، مانند نظریه‌های توطئه و انواع دیگر اطلاعات گمراه کننده. هرچه بیشتر کلیک کنیم، بیشتر می‌توانیم در سوراخ خرگوش هدایت شده توسط الگوریتم فرو برویم. این به این دلیل است که الگوریتم‌ها برای ما یک محدوده محصور شده مشخص کرده و تعیین می‌کنند که با کدام ایده‌ها و اطلاعات مواجه شویم و می‌توانند ما را در حباب فیلتری که از داده‌های شخصی و نظرات و باورهای پیشین ما ساخته شده، محصور کنند.

اگر مجموعه‌ای از الگوریتم‌ها یک ربات (مخفف «روبات»)) بسازد، برنامه کامپیوتری که وظایف خودکار را انجام می‌دهد و می‌تواند فعالیت انسانی را شبیه سازی کند. می‌تواند محتوا در

رسانه‌های اجتماعی ایجاد کند و پیام‌هایی برای تعامل با مردم تولید کند. ربات‌ها می‌توانند مانند دنبال‌کنندگان عمل کنند و به یک گروه نفوذ کنند تا ایده‌ها را ترویج دهند یا حساب‌های جعلی ایجاد کنند تا دنبال‌کنندگانی به دست آورند که اطلاعات گمراه‌کننده را منتشر می‌کنند. چت‌بات‌های پیچیده‌تر می‌توانند مکالمات را شبیه‌سازی کنند و ممکن است ایده‌های نادرست و گمراه‌کننده را به شیوه‌های معتبر و متقاعدکننده ترویج دهند. شخصی که فکر می‌کنیم در حال بازنشر یا تبادل نظر با او هستیم و آن‌ها را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذاریم، ممکن است در واقع یک ربات باشد.

چگونه بفهمیم انتخاب‌های خبری مان، اتاق‌های پژواک هستند؟

اگر اخبارمان را از منبعی بگیریم که دیدگاه‌هایمان را تقویت می‌کند و نظراتمان را تغذیه می‌کند، ممکن است آن یک اتاق پژواک باشد. اتاق پژواک به سیستمی بسته اشاره دارد؛ مانند یک رسانه خبری، فید خبری، برنامه گفت‌وگو، پادکست یا پلتفرم رسانه‌های اجتماعی که دیدگاه‌های خاصی را با تکرار مکرر آن‌ها تقویت و تأیید می‌کند و دیدگاه‌های مخالف را بی‌اعتبار می‌کند یا از انتقال آن‌ها جلوگیری می‌کند. اتاق‌های پژواک معمولاً توسط ایدئولوژی‌های سیاسی هدایت می‌شوند و ما را از دیدگاه‌های جدید یا متضاد، تحقیقات مخالف و بحث‌های مبتنی بر واقعیت که از موضع سخت‌گیرانه رسانه خبری یا منبع خبری حمایت نمی‌کنند، دور نگه می‌دارند. این یعنی مسائل حیاتی مانند مراقبت‌های بهداشتی، بحران آب و هوا، ایمنی اسلحه، مهاجرت، نابرابری نژادی، شکاف ثروت و حقوق زنان ممکن است فرصتی برای شنیده شدن از همه جوانب پیدا نکنند.

چه تمایل سیاسی راست‌گرا داشته باشند، چه چپ‌گرا یا جایی در میانه، اتاق‌های پژواک می‌توانند به تقویت سیاست‌های بیش‌ازحد جناحی کمک کنند و قطبی‌سازی سیاسی را عمیق‌تر کنند، به‌ویژه در سال‌های انتخابات. وقتی سیاست، الگوریتم‌ها و ربات‌های رسانه‌های اجتماعی با هم تعامل می‌کنند، می‌توانند به دستکاری افکار عمومی، سرکوب گفتار سیاسی، تقویت گفتار نفرت‌انگیز و گسترش اطلاعات گمراه‌کننده منجر شوند. محققانی که این پدیده را مطالعه می‌کنند، آن را «پروپاگاندا‌ی محاسباتی» می‌نامند. شرایطی که در آن الگوریتم‌ها و ربات‌های رسانه‌های اجتماعی، اغلب همراه با ترول‌ها، به‌طور هدفمند برای انتشار اطلاعات گمراه‌کننده برنامه‌ریزی می‌شوند تا حملاتی را علیه مخالفان سیاسی ترویج دهند و شکاف‌هایی در جامعه ایجاد کنند (وولی و هوارد، ۲۰۱۷). پیام‌های پروپاگاندا‌ی محاسباتی که نظرات و باورهای موجود مردم را تقویت می‌کنند، باعث می‌شوند که آن‌ها بیشتر به اطلاعات باور کنند و آن‌را آنلاین به اشتراک بگذارند، صرف‌نظر از دقت یا قابلیت اطمینان آن.

آیا شما یا کسی که می‌شناسید در یک «سوراخ روباه» افتاده‌اید؟

اتاق‌های پژواک مانند سوراخ‌های روباه هستند که از آن‌ها برای درآمان ماندن از آتش دشمن به عنوان پناهگاه استفاده می‌کنیم، با این تفاوت که وقتی صحبت از اخبار می‌شود، به اتاق پژواکی عقب‌نشینی می‌کنیم که برای باورهایمان، معمولاً باورهای سیاسی، آرامش فراهم می‌کند. نمونه‌ای از اثر اتاق پژواک، تأثیر فاکس نیوز بر بینندگانش است. یک نظرسنجی (Navigator Research، ۲۰۱۹) از بینندگان فاکس نیوز نشان داد که واقعیت سیاسی جایگزین بسیار متفاوتی که توسط فاکس نیوز ترویج می‌شود، افکار عمومی درباره مسائل اجتماعی مانند تغییرات اقلیمی، دیوار مرزی و دخالت روسیه در انتخابات ۲۰۱۶ را منحرف کرده است. به عنوان مثال، این نظرسنجی نشان داد که جمهوری خواهانی که فاکس نیوز را تماشا نمی‌کردند، بیش از دو برابر جمهوری خواهان «سوراخ روباه» احتمال داشت باور کنند که تغییرات اقلیمی عمدتاً توسط انسان‌ها ایجاد شده است.

دانشمندان علوم سیاسی این را سوگیری فیلتر کردن پوشش جناحی می‌نامند، یعنی وقتی رسانه‌های خبری موضوعات را به صورت گزینشی انتخاب می‌کنند و فقط اطلاعاتی را گزارش می‌دهند که به نفع دیدگاه جناحی یا ایدئولوژیک آن‌هاست و آنچه نامطلوب است را حذف می‌کنند. پوشش مغرضانه می‌تواند بر باورها و نگرش‌های بینندگان تأثیر بگذارد؛ زیرا آن‌ها اطلاعات مغرضانه دریافت می‌کنند و نه کل داستان را. اگر بینندگان رسانه‌های خبری را تغییر دهند چه اتفاقی می‌افتد؟ برای فهمیدن این موضوع، محققان به بیش از ۷۰۰ بیننده همیشگی فاکس نیوز که جمهوری خواهانی بسیار درگیر سیاست بودند، پول دادند تا یک ماه CNN را تماشا کنند. این چیزی است که آن‌ها یافتند.

بینندگان فاکس نیوز نسبت به پوشش مغرضانه شکاک‌تر شدند و درکشان از برخی مسائل اجتماعی و سیاسی، مانند شروع اعتراضات عدالت اجتماعی، جدی بودن کووید-۱۹، حمایت از رأی‌گیری پستی، اشتباهات ترامپ در دوران ریاست جمهوری‌اش و ارزیابی سیاستمداران کلیدی جمهوری خواه تغییر کرد. یک نظرسنجی پیگیری دو ماه بعد نشان داد که بیشتر بینندگان فاکس نیوز به رژیم رسانه‌ای قدیمی خود و همراه با آن دیدگاه جناحی‌شان بازگشتند. محققان هشدار می‌دهند که فیلتر کردن عمدی اطلاعات درباره مسائل جناحی که بر انتخابات تأثیر می‌گذارد، چالش جدی برای پاسخگویی دموکراتیک ایجاد می‌کند زیرا رأی‌دهندگان ممکن است حقایقی که برای پاسخگو نگه داشتن سیاستمداران نیاز دارند را نداشته باشند (بروکمن و کالا، ۲۰۲۲).

چنین الگوی جناحی نگران‌کننده‌ای در پوشش فاکس نیوز از حمله ۶ ژانویه ۲۰۲۱ به کاپیتول ایالات متحده و رویدادهای پس از آن مشهود است. فاکس نیوز حمله و تأثیر آن را کمتر از آنچه

بود جدی جلوه داد و تحقیقات کمیته منتخب مجلس درباره حملات را به عنوان یک کاوش جناحی معرفی کرد. در ۱۷ ماه بعدی، فاکس نیوز به مراتب کمتر از رقبایش CNN و MSNBC به حمله، تحقیقات کمیته منتخب مجلس درباره حمله، یا گروه‌های افراطی که به کاپیتول هجوم بردند و اتهامات توطئه سرنگونی که برخی از اعضایشان با آن مواجه بودند، اشاره کرد (بامپ، ۲۰۲۲). در ۹ ژوئن ۲۰۲۲، وقتی کمیته منتخب مجلس اولین جلسه خود را به صورت زنده در زمان پربیننده پخش کرد، فاکس نیوز تنها رسانه خبری بزرگ بود که برنامه ریزی عادی خود را برای پخش جلسات قطع نکرد. در بیانیه‌ای مطبوعاتی، آن‌ها گفتند که «برنامه‌های پربیننده کانال فاکس نیوز جلسات را به عنوان اخبار پوشش خواهند داد» و در عوض پوشش زنده در پلتفرم‌های کمتر دیده شده آن‌ها پخش خواهد شد (فاکس نیوز مدیا، ۲۰۲۲). در حالی که جلسه در جریان بود، محبوب‌ترین میزبانان از نظر فاکس نیوز عظمت شورش را کم‌اهمیت جلوه دادند، اولین جلسه را «پروپاگاندا» و «نمایشی» خواندند و شبکه‌های دیگری که آن را پخش کردند را به «همکاری با دموکرات‌ها» متهم کردند.

اجازه ندهید اصطلاح «سوراخ روباه» شما را فریب دهد چون شبیه فاکس نیوز به نظر می‌رسد. سوراخ‌های روباه خبری به رسانه‌های راست‌گرا محدود نمی‌شوند. هر اتاق پژواک ایدئولوژیک محور می‌تواند یک سوراخ روباه باشد. در واقع، مطالعه Pew Research درباره انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ نتایج بسیار شگفت‌انگیزی را نشان داد. نه تنها اکثریت جمهوری خواهان و دموکرات‌ها به طور مداوم در اتاق‌های پژواک جناحی چپ‌گرایا راست‌گرای خود برای اطلاعات انتخاباتی باقی ماندند، بلکه جمهوری خواهان به طور قاطع فاکس نیوز را به عنوان منبع قابل اعتماد شماره یک خود برای اخبار سیاسی انتخاب کردند. دموکرات‌ها، از سوی دیگر، به منابع متعددی از جمله CNN، MSNBC، BBC، PBS، NPR و روزنامه‌های جریان اصلی بزرگ اعتماد داشتند (Pew Research Center، ۲۰۲۰). پروژه مسیرهای خبری آمریکا Pew Research Center (۲۰۲۱)، که بررسی می‌کند آمریکایی‌ها اطلاعات خود را در مورد موضوعات مختلف از کجای می‌گیرند، نشان داد که ما اساساً در محیط‌های اطلاعاتی متفاوتی زندگی می‌کنیم و واقعیت‌های متفاوتی را تجربه می‌کنیم که سوگیری‌هایمان را تأیید می‌کنند اما از نظر سیاسی قطبی‌کننده هستند.

آیا سوگیری تأییدی دیدگاهمان به جهان را محدود می‌کند؟

پاسخ کوتاه، بله است. طبیعت انسان این است که به دنبال افراد، ایده‌ها و اطلاعاتی باشیم که سوگیری‌ها و باورهایمان را تأیید کنند و از آنچه آن‌ها را پشتیبانی نمی‌کند اجتناب کنیم. تاریخچه جست‌وجوی افید خبری تان را چک کنید و احتمالاً الگویی را متوجه خواهید شد که این تمایل را تأیید می‌کند. پیامدها می‌توانند دیدگاهمان به جهان را محدود کنند و ناخواسته ما را در حباب فیلترشده گیرانداخته و به اتاق پژواک محدود کنند. ممکن است حتی آگاه

نباشیم که قضاوت‌ها و ارزیابی اطلاعات را بر اساس سوگیری‌هایمان انجام می‌دهیم زیرا بیشتر اوقات این به صورت ناخودآگاه اتفاق می‌افتد.

سوگیری تأییدی وقتی است که فقط به دنبال اطلاعاتی باشیم، آن‌ها را تفسیر کنیم و به آن‌ها اعتماد کنیم که باورها یا نگرش‌های موجودمان را تأیید می‌کنند و اطلاعاتی که آن‌ها را پشتیبانی نمی‌کنند را رد کنیم. ما به اتاق‌های پژواک کشیده می‌شویم زیرا آن‌ها نگرش‌ها، باورها و سوگیری‌هایمان را تقویت می‌کنند. وقتی وارد یک اتاق پژواک می‌شویم، منطق و استدلال عینی را پشت در می‌گذاریم و سوگیری تأییدی کنترل را به دست می‌گیرد. ما به اطلاعات در اتاق پژواک اعتماد می‌کنیم، آن را بدون سؤال می‌پذیریم و آن را به عنوان پشتیبانی از دیدگاه‌هایمان تفسیر می‌کنیم. این دیدگاه‌ها متعلق به «گروه خودی» ما هستند و ما نه می‌خواهیم و نه نیاز داریم برای اطلاعاتی که ممکن است این دیدگاه‌ها را به چالش بکشد، جست‌وجو کنیم. اگر اطلاعات به موضوعی احساسی مرتبط باشد که درباره آن اعتقادات عمیقی داریم، سوگیری‌هایمان حتی در برابر شواهد راستی‌آزمایی شده متضاد، بیشتر تقویت می‌شوند. در واقع، ما معمولاً نسبت به اطلاعاتی که با باور یا دیدگاه پیشین ما تناقض دارد، شکاک هستیم. حمله به یک موضوع یا کاندیدی ما می‌تواند مانند حمله به خودمان احساس شود و ما را به عقب نشینی به اتاق پژواکمان سوق دهد، جایی که اطلاعات سوگیری‌هایمان را تغذیه می‌کند.

سوگیری تأییدی نوعی سوگیری ناخودآگاه است که بر انتخاب‌هایی که می‌کنیم و نحوه تجربه ما از جهان تأثیر می‌گذارد. سوگیری‌های ناخودآگاه دیگری نیز وجود دارند که مانع از پذیرش اطلاعات بدون سؤال درباره آن‌ها و در نظر گرفتن دیدگاه‌های جایگزین می‌شوند. چند مورد را در نظر بگیرید:

سوگیری لنگر: بیش از حد به اولین قطعه اطلاعاتی که با آن مواجه می‌شویم اعتماد می‌کنیم و دیدگاه‌های دیگر را در نظر نمی‌گیریم.

سوگیری واکن سوار: نظرات، باورها یا رفتارهایی را به دلیل محبوبیتشان می‌پذیریم.

سوگیری نقطه کور: سوگیری را در دیگران تشخیص می‌دهیم اما در خودمان نه.

سوگیری گروه خودی: به کسانی که فکر می‌کنیم شبیه ما هستند به دلیل تعلق به همان گروه بر اساس ایدئولوژی، سن، نژاد، جنسیت، جغرافیا یا ویژگی مشابه دیگر، علاقه نشان می‌دهیم. **سوگیری منفی‌گرایی:** آن قدر روی رویدادهای منفی تمرکز می‌کنیم که رویدادهای مثبت یا خنثی را نادیده می‌گیریم.

سوگیری نتیجه: تصمیم را صرفاً بر اساس نتیجه رویدادهای قبلی می‌گیریم، نه عواملی مرتبط با فرآیندی که به تصمیم منجر شده و می‌تواند نتایج آینده را تغییر دهد.

همه انواع سوگیری ناخودآگاه می‌توانند ما را در برابر اطلاعات گمراه‌کننده آسیب‌پذیر کنند.

این به این دلیل است که ما نسبت به اطلاعات گمراه‌کننده و نادرست جعل‌ها، شایعات، نظریه‌های توطئه و دیگر گزارش‌های نادرست و ناصحیح توسط رسانه‌هایی که به آن‌ها اعتماد داریم و برای اخبار به آن‌ها وابسته‌ایم، حساس هستیم. ممکن است تشخیص ندهیم که این‌ها بر اساس داده‌های معیوب یا فریبنده یا استدلال‌های نادرستی هستند که با استدلال می‌توان آن‌ها را رد کرد. سپس وقتی اخبار نادرست یا جعلی را از طریق لایک‌ها و اشتراک‌ها پخش می‌کنیم، اطلاعات گمراه‌کننده را تداوم می‌بخشیم. حتی اگر اطلاعات رد شوند، اصلاح آن تقریباً غیرممکن است زیرا پیام قبلاً به‌طور گسترده منتشر شده و در اتاق پژواک و فراتر از آن بارها و بارها طنین انداز شده است. برای پیچیده‌تر کردن این وضعیت، به دلیل نقص قضاوت ناشی از سوگیری، تعداد کمی نسخه اصلاح شده را باور خواهند کرد.

چگونه بفهمیم سوگیری تأییدی بر دیدگاه‌هایمان تأثیر می‌گذارد؟

در حالی که بیشتر ما خود را مغرض نمی‌دانیم، همه ما تحت تأثیر سوگیری ناخودآگاه هستیم؛ برخی بیشتر از دیگران. میزان تأثیرپذیری ما بستگی به این دارد که تا چه حد سوگیری‌های خود را تشخیص می‌دهیم، چقدر به دیدگاه‌های جایگزین باز هستیم و کیفیت منابعی که برای راستی‌آزمایی اطلاعات استفاده می‌کنیم چقدر است. حتی اگر سوگیری‌مان را تشخیص دهیم، منابع متعدد متضاد را جست‌وجو کنیم و اطلاعات را راستی‌آزمایی کنیم، سوگیری تأییدی می‌تواند باعث شود به‌طور انتخابی آنچه می‌خواهیم بشنویم را بشنویم، آنچه می‌خواهیم باور کنیم را باور کنیم و به دلیل باورمان اشتباه کنیم.

به زمانی فکر کنید که سعی کردید نظر کسی را تغییر دهید یا صرفاً او را وادار کنید دیدگاه دیگری را در نظر بگیرد. آیا موفق شدید یا سوگیری ناخودآگاه در منطق او نقش داشت؟ اگر حقایق متضاد یا شواهد متقاعدکننده‌ای ارائه دادید و او هنوز هم نتوانست این دیدگاه‌های جایگزین را حتی در نظر بگیرد، پس نوعی سوگیری شناختی به‌طور ناخودآگاه قضاوت او را مختل کرده است. شاید سوگیری نقطه کور دید او را مسدود کرده، یا سوگیری لنگر درک او از موضوع را در بر گرفته، یا سوگیری تأییدی مانع از پذیرش دیدگاهی شده که باورهایش را به چالش می‌کشد. دفعه بعد که کسی دیدگاه متضادی ابراز کرد یا سعی کرد ما را متقاعد کند که استدلال‌مان ممکن است نادرست باشد، در نظر بگیرید که ممکن است آنچه فکر می‌کنیم می‌فهمیم را کاملاً نفهمیده باشیم یا آنچه شخص دیگری واقعاً قصد داشت ما بشنویم را نشنیده باشیم. اگر بتوانیم تشخیص دهیم که سوگیری‌هایمان گاهی قضاوت‌مان را مختل می‌کنند، ممکن است به دیدگاه‌های دیگر با دید بازتری بیندیشیم و قبل از نتیجه‌گیری، درباره حقایق تحقیق کنیم.

چگونه می‌توانیم حباب فیلترمان را بترکانیم، از اتاق پژواکمان فرار کنیم و سوگیری تأییدی مان را کنترل کنیم؟

پاسخ کوتاه این است: با سواد خبری شویم. هیچ فرمول یا فهرست ۱۰ نکته برتر برای علامت زدن وجود ندارد. باید یاد بگیریم سؤالات درست را بپرسیم و استراتژی‌هایی را برای کاوش عمیق‌تر در آنچه می‌خوانیم، تماشا می‌کنیم و درباره اخبار می‌شنویم به کار ببریم. این نیازمند یادگیری تفکر مانند یک روزنامه‌نگار و جست‌وجو مانند یک راستی‌آزماست. تا پایان این کتاب، دانش و مهارت‌هایی خواهید داشت تا حباب فیلترتان را بترکانید، از اتاق پژواکتان فرار کنید و سوگیری تأییدی‌تان را کنترل کنید.

پژوهش را بخوانید

همیشه ارزشمند است که بفهمیم چگونه به نقطه‌ای خاص رسیدیم و چگونه به مرحله بعدی می‌رویم. پژوهش می‌تواند به ما در این کار کمک کند. بسیاری از ما از انجام یا حتی خواندن پژوهش اجتناب می‌کنیم زیرا فکر می‌کنیم مهم نیست یا فهمیدنش خیلی سخت است. حقیقت این است که پژوهش در زندگی روزمره ما ارزشمند است، دانش ما را گسترش می‌دهد و اقداماتمان را آگاه می‌کند. به ما کمک می‌کند مشکلات را حل کنیم و مهارت‌های جدیدمان را توسعه دهیم. پژوهش به ما یاد می‌دهد چگونه اخبار را «بخوانیم». فصل بعدی مطالعات پژوهشی مرتبط را مرور می‌کند تا زمینه‌ای برای درک اینکه سواد خبری چیست، چرا سواد خبری مهم است و یک فرد با سواد رسانه‌ای خبری بودن به چه معناست، فراهم کند.

۲- چرا سواد خبری مهم است؟

چرا سواد خبری مهم است؟ برخی می‌گویند سواد خبری مهم است چون ما در عصر دیجیتال اطلاعات گمراه‌کننده زندگی می‌کنیم. این درست است، اما حقیقت این است که سواد خبری همیشه مهم بوده است. مردم همیشه نیاز داشته‌اند تا صحت اخبار را تشخیص دهند تا آگاه شوند و به طور مسئولانه در دموکراسی مشارکت کنند.

به این فکر کنید. همان طور که نقش مطبوعات در دموکراسی این است که به نمایندگی از مردم به عنوان نگهبان تخلفات عمل کنند، مردم نیز به نوبه خود مسئولند که نگهبان حقیقت برای خودشان باشند، حالا منبع خبری آنها هر کجا که باشد. نقش نگهبانی مردم نیازمند شک‌گرایی سالم است، نه بدبینی نسبت به اخبار. به جای بی‌اعتمادی به رسانه‌ها، باید مصرف‌کنندگان دقیق‌تری از اخبار شویم. سواد خبری می‌تواند شک‌گرایی عملی، مهارت‌هایی برای پرس‌وجو و به چالش کشیدن آنچه می‌بینیم، می‌شنویم و می‌خوانیم، و درک نقش منحصر به فرد و حیاتی روزنامه‌نگاری در دموکراسی را توسعه دهد. شاید در عصر دیجیتال اطلاعات گمراه‌کننده، سواد خبری بیش از هر زمان دیگری مهم باشد، به دلیل حجم عظیم اخبار و اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده‌ای که در اکوسیستم رسانه‌ای دیجیتال رها شده و بر ارزش‌های دموکراتیک ما تأثیر می‌گذارد.

چرا اکنون به سواد خبری نیاز داریم؟

واقعاً هیچ زمانی مهم‌تر از حالا برای باسواد بودن در زمینه اخبار وجود نداشته است. چرا حالا؟ پاسخ ساده است: اینترنت. به طور خاص‌تر، فرهنگ مشارکتی که اینترنت امکان‌پذیر کرده است. انقلاب ارتباطات دیجیتال نحوه ارتباط ما را تغییر داده و همه کسانی که به فناوری دسترسی دارند را توانمند کرده تا در محیط آنلاین محتوا مصرف و تولید کنند. هر کسی می‌تواند بدون نظارت در اینترنت منتشر کند. واقعیت‌ها، واقعیت‌های جایگزین، نظرات، طنز و دروغ‌های آشکار در کنار هم در صفحات وب و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی وجود دارند. اینترنت، به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی، گسترش اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده را تسهیل کرده و زمینه‌ساز فرهنگی پسا حقیقت شده که در آن جذابیت‌های احساسی و باورهای شخصی به اندازه یا بیشتر از استانداردهای عینی مشترک برای حقیقت، در شکل دهی به افکار عمومی تأثیرگذارند. رسانه‌های اجتماعی نه تنها پخش‌کننده اطلاعات نادرست هستند، بلکه اصلی‌ترین منبع خبری هستند که بسیاری از ما اخبارمان را از آنجا می‌گیریم. بر اساس گزارش‌های مرکز تحقیقات Pew (۲۰۲۱) که عادت‌های رسانه‌ای آمریکایی‌ها را رصد می‌کند، افراد بیشتری به رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع اصلی اخبار روی می‌آورند، اما لزوماً اخباری مبتنی بر واقعیت دریافت نمی‌کنند. این مطالعه نشان داد افرادی که برای اخبار به رسانه‌های اجتماعی

وابسته‌اند، کمتر درباره سیاست و رویدادهای جاری می‌دانند و بیشتر درباره نظریه‌های توطئه و دیگر انواع داستان‌های تأیید نشده که آنلاین پخش می‌شوند، اطلاع دارند و جای تعجب نیست که افرادی که عمدتاً اخبارشان را از رسانه‌های اجتماعی می‌گیرند، بیشتر از کسانی که برای اخبار به رسانه‌های اجتماعی وابسته نیستند، به شایعات و نظریه‌های توطئه باور دارند (Pew Research Center, 2020a). همچنین شواهدی وجود دارد که افرادی که به نظریه‌های توطئه باور دارند، معمولاً اطلاعات کمی درباره چگونگی تولید اخبار دارند، اما هرچه بیشتر فرایند جمع‌آوری اخبار و زمینه تجاری که اخبار در آن تولید می‌شود و تأثیرات آن را درک کنند، کمتر احتمال دارد که به نظریه‌های توطئه باور داشته باشند، حتی وقتی نظریه توطئه از ایدئولوژی سیاسی آن‌ها حمایت کند (Craft et al., 2017).

فرسایش اکوسیستم رسانه‌ای خبری ما واقعی است. جدا کردن واقعیت از تخیل وقتی دروغ‌هایی که برای تحریف حقایق و گمراه کردن مردم طراحی شده‌اند با اخبار واقعی مخلوط می‌شوند، چالش برانگیز است. اگر آنچه فکر می‌کنیم اخبار قابل اعتماد است، در واقع قابل اعتماد نباشد، چگونه منابع قابل اعتماد را شناسایی کنیم؟ حتی با بهره‌گیری از به‌روزترین فناوری‌ها هم تشخیص این سخت است. در مواجهه با بحران اعتبار اخبار، به مهارت‌های تفکر انتقادی نیاز داریم تا خودمان تشخیص دهیم چه اطلاعاتی قابل اعتماد یا فریبنده است، حتی اگر به‌طور عمدی برای پنهان کردن حقیقت دستکاری شده باشد، و بدانیم چرا این مهم است. باید توانایی شناسایی روزنامه‌نگاری باکیفیت، تأیید گزارش‌های خبری، جست‌وجوی منابع جایگزین برای رد ادعاهای نادرست و نتیجه‌گیری خودمان را توسعه دهیم. مهارت‌های سواد خبری، مهارت‌های ضروری زندگی‌اند که به ما کمک می‌کنند به‌طور انتقادی فکر کنیم تا تصمیمات آگاهانه بگیریم، مشکلات را حل کنیم، به‌طور مؤثر ارتباط برقرار کنیم و در اکوسیستم رسانه‌ای همیشه در حال تحول به‌طور مسئولانه در دموکراسی دیجیتال مشارکت کنیم.

چقدر با سواد خبری هستیم؟ پژوهش چه می‌گوید؟

پاسخ کوتاه این است: نه چندان. آنچه از پژوهش می‌دانیم این است که صرف نظر از سن یا تحصیلات، ممکن است از اخبار آگاه باشیم اما با سواد خبری نباشیم.

شواهد گویاتری از محققان گروه آموزش تاریخ استنفورد (SHEG) است که بر توسعه شهروندانی آگاه تمرکز دارند که مهارت‌های قضاوت درباره قابلیت اطمینان و اعتبار اخبار و اطلاعات را دارند. در سال ۲۰۱۶، محققان (SHEG Wineburg et al., 2016) از کلمه «تیره» برای خلاصه کردن نظرسنجی خود از هزاران دانش‌آموز راهنمایی، دبیرستان و کالج درباره مهارت‌های استدلال آنلاین مدنی دیجیتال استفاده کردند. اکثریت دانش‌آموزان نمی‌توانستند تبلیغات را از مقالات خبری تشخیص دهند، اخبار جعلی را از واقعی جدا کنند، منبع یک داستان خبری را شناسایی