چرندنویسی در رسانه‌ها

رو کردن دست مهمل‌باف‌ها



اخبار و سایر چرندیات (رو کردن دست مهمل‌باف‌ها)

نویسندگان :کارل تی. برگستروم و جوین وست

ناشر: نشر مون

برداشت‌هایی از کتاب اخبار و سایر چرندیات

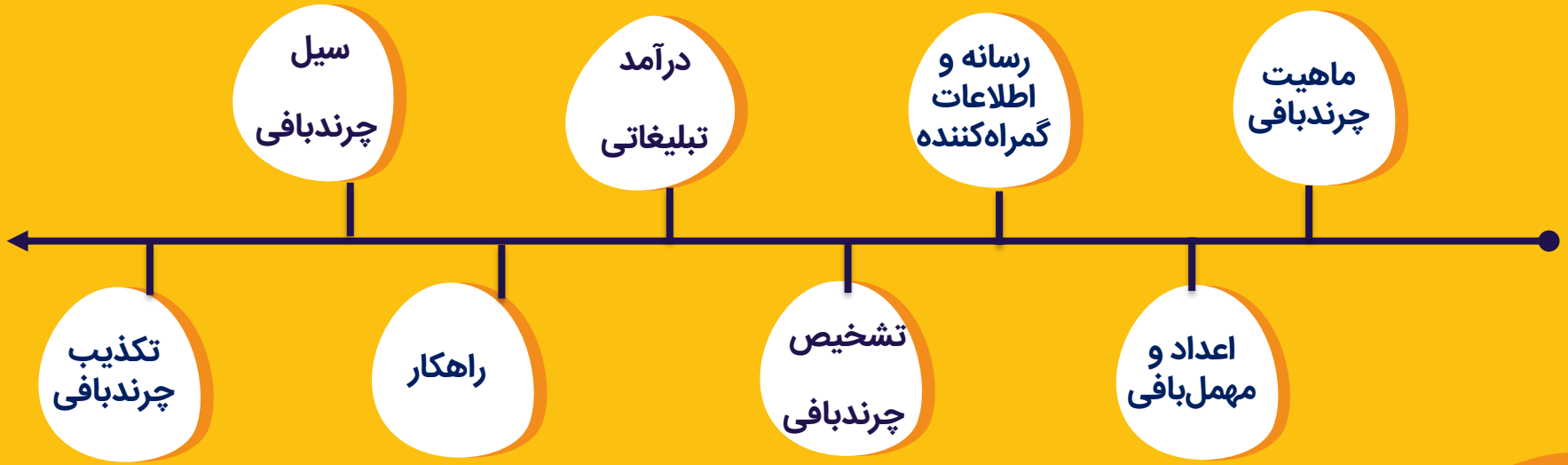
سازمان فضای مجازی بسیج

معاونت تربیت و آموزش

پژوهشگر: مهتاب غلامی


بسم الله الرحمن الرحيم

در یک نگاه


ماهیت چرندبافی
رسانه و اطلاعات گمراه‌کننده
درآمد تبلیغاتی
سیل چرندبافی
اعداد و مهمل‌بافی
تشخیص چرندبافی
راهکار
تکذیب چرندبافی



ماهیت چرندبافی

چرا باید در مورد چرندبافی بدانیم؟

❖ چرندبافی از قدیم الایام بوده و ریشه در «فریب دادن» دارد
❖ هم در حیوانات و هم در انسان ها پدیده فریب دادن همواره وجود داشته است
❖ ما انسانها با استفاده از «قدرت زبان» و «قدرت فکر» می توانیم چندبر ابر موجودات دیگر فریبکاری کنیم و چرند ببافیم؛ چون می توانیم به راحتی خودمان را جای مخاطب قرار دهیم و احتمالات ذهنی او را بررسی و واکنشهای مناسب را تنظیم کنیم
❖ اطراف ما پر از چرندیاتی شده که می خواهند پیامی را به ما منتقل کنند؛ از بقال سر کوچه که از محصولاتش چنان تعریفی می کند که تو قانع شوی بخری تا معلم فلان مبحث درسی که همه توانش را به کار می گرد تا تو را قانع کند که کتابها یا محصولات آموزشی اش را بخری؛ تا فلان نماینده مجلس و کاندیدای انتخاباتی که با هزار دوز و کلک می خواهد به تو اثبات کند شایسته گرفتن رای شماست و و و

چرندبافی چیست؟

- ✓ پیچاندن دروغ‌ها در پوششی از جزئیات زائد و قانع‌کننده
- ✓ چرند «ابهام‌غیرقابل‌شفاف‌سازی» است
- ✓ هرگونه زبان، آمار و ارقام، تصاویر داده‌ای و سایر اشکال ارائه به قصد ترغیب و تأثیرگذاری روی مخاطب از طریق حواس‌پرتی، خسته‌کردن، گیجی و ترساندن او، همراه با بی‌توجهی آشکار به حقیقت و انسجام منطقی

عناصر اصلی این تعریف:

1. چرند هیچ تعهدی به انتقال حقیقت ندارد
2. چرندباف تلاش می‌کند تا واقعیت را در پشت نوعی حجاب کلامی پنهان کند
3. هدف گوینده متقاعد کردن یا تأثیرگذاری است، نه هدایت مخاطب به سمت حقیقت

انواع چرندیات

چرندیات سنتی

چرندبافی‌سنتی را در قالب ادبیات لفاظانه و یا پر تکلف بیان می‌کنند

چرندیات عصر جدید

چرندیات عصر جدید از زبان ریاضیات و علوم و آمار بهره‌می‌گیرد تا تصور دقت ایجاد کند با اعداد و آمار و ارقام و نمودارهای داده‌ای، به ادعاهای مشکوک ظاهری فریبنده می‌دهند و لباس مشروعیت تنشان می‌کنند.

چرندیات

چرندیات سنتی

مثال مأموریت جمعی ما این است که راه‌حل‌های دوجانبه را عملیاتی کنیم تا از فرصت‌های مغفول مانده‌ی منابع انسانی بهره‌برداری کنیم

به‌عبارت‌دیگر مابنگاه‌کاریابی‌برای‌جویندگان‌مشاغل کاریابی‌هستیم

چرندستی‌در‌عصر‌جدید

مادرگذریم چرندستی از بین نرفته، بلکه تحت الشعاع خیزش چرندیات عصر جدید قرار گرفته است

چرندیات عصر جدید

مثال صندوق بین‌المللی ما بر اساس نرخ ارز تنظیم شده، با عملکرد بالای خود، در هفت سال گذشته، بیش از بازده متعارف بازار درآمد داشته است

دقیقا سودها چگونه تنظیم شده‌اند؟ چه تعداد از صندوق‌های شرکت در بازار ناموفق بودند و به چه میزان؟ در این راستا، آیا فقط یک صندوق وجود داشته که در عرض هفت سال از نه سال موفق بوده یا در هر یک از آن هفت سال، یک صندوق مجزا وجود داشته است؟

مؤثر بودن چرندیات عصر جدید



چرندبافی‌های عصر جدید می‌توانند خیلی مؤثر باشند
زیرا بسیاری از ما احساس می‌کنیم
صلاحیت به چالش کشیدن اطلاعات کمّی را نداریم
این دقیقا همان چیزی است که چرندبافان عصر جدید روی آن حساب باز می‌کنند برای مقابله با آنان باید آموخت کی و چگونه می‌توان چنین گزاره‌هایی را زیر سؤال برد

ریشه چرندبافی

چرند بافی ریشه در فریب دارد، برخی از چرندبافان عامدانه به دنبال فریب و دور کردن مخاطب از حقیقت هستند و برخی دیگر از آن‌ها اساسا نسبت به حقیقت بی‌تفاوت هستند

هدف از چرندبافی تمام عیار این است که حواس را پرت، گیج یا گمراه کند؛ این یعنی فرد چرند باف باید مدلی ذهنی از تأثیری که اعمال او بر ذهن مخاطب می‌گذارند داشته باشد

مهم‌ترین اصل در چرندبافی

- «انرژی لازم برای تکذیب یک چرند، چند برابر انرژی لازم برای تولید آن است».
- باطل پرواز می‌کند و حق لنگان لنگان در پی آن می‌آید.





نصیحت یک فیلسوف یک قرن پیش

جان الکساندر اسمیت خطاب به سال اولی‌های دانشگاه آکسفورد
«هیچ یک از چیزهایی که در طول تحصیل خواهید آموخت، بعدا کوچکترین کاربردی بر ایتان نخواهد داشت، فقط این را به یاد داشته باشید، اگر سخت و هوشمندانه کار کنید، باید بتوانید وقتی کسی چرند می‌بافد، تشخیص دهید به نظر من، اگر تنها هدف آموزش نباشد، مهم‌ترین هدف آن است»

پیام آموزش و تمرین هنرِ تفکر انتقادی



عمروعاص ابایزید
برای‌فرار از بدنامی‌توطئه، به‌منبر برو
ومردم‌را وادار به‌دعاکن،
همه‌چیز را به‌گردن‌خدا می‌اندازیم

چرا کار چرندبافان می‌گیرد؟!

یوسف اباذری، جامعه‌شناس ایرانی، درباره‌ی سردمداران ژورنالیسم زرد گفته بود

«درست است که این‌ها چرند می‌گویند ولی جوری چرند می‌گویند که این چرند گفتنشان جواب می‌دهد »

وبلاگ نویسی ایتالیایی به نام اوریل فانلی:

یک احمق می‌تواند آن قدر چرند ببافد که حتی نمی‌توانید تصور توانایی تکذیب آن را داشته باشید.



فناوری و چرندبافی

فناوری در خدمت چرندبافی

ظهور فناوری‌های نوین مانند صنعت چاپ و بعدا رسانه های صوتی تصویری و بعدتر فضای مجازی هر کدام سرعت تولید و انتشار چرندبافی را چند برابر کردند

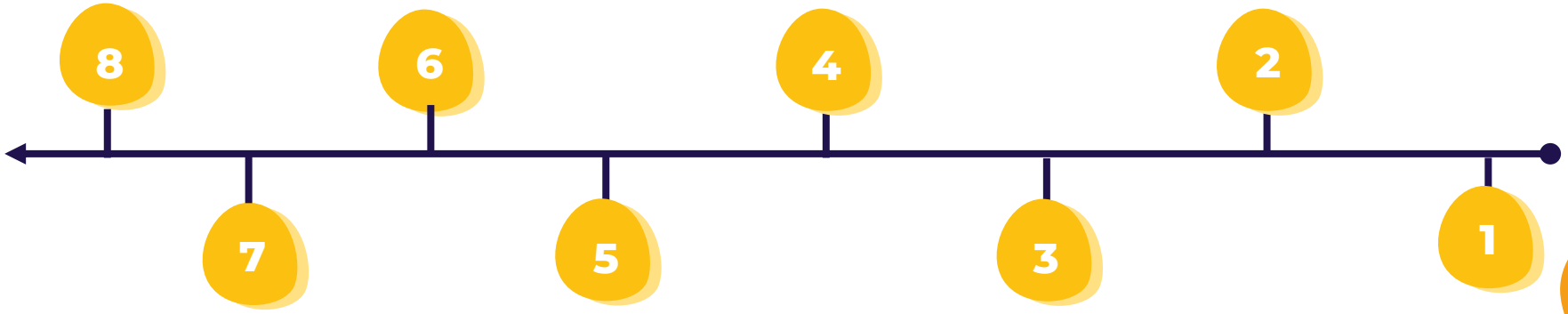
نحوه اشتراک گذاری اطلاعات

روش‌های دستیابی به اطلاعات

تغییر نوع اطلاعاتی که تولید می‌کنیم

ظهور اینترنت باعث این تغییرات شد:

چرا چرندبافی در اینترنت بیشتر رواج دارد؟





فن پیج‌ها یا صفحات هواداری چه تاثیری درهمراه‌سازی و هوادارسازی برای یک شخصیت یا سلبریتی دارند؟

جملات انگیزشی و روانشناسی زرد

«اگه تلاش کنی به هر چیزی که بخوای می‌رسی»



دزدیدن توجه



در سال ،جف هَمربَچر، کارآفرین حوزه فناوری، گلایه می‌کند که «بهترین مغزهای نسل من در این فکر هستند که چگونه مردم را وادار به کلیک روی تبلیغات کنند این فاجعه است»

مشکل این است که تمام این توان فکری وقف دزدیدن توجه ارزشمند ما می‌شود و توان ذهنی ما را هدر می‌دهد

الگوریتم‌هایی که محتوای رسانه‌های اجتماعی را اداره می‌کنند چرندباف هستند آن‌ها به پیام‌هایی که منتقل می‌کنند اهمیت نمی‌دهند فقط توجه ما و هر چیزی را که برای جلب آن مفید باشد می‌خواهند

نقش الگوریتم‌ها



❖ هدف این است که محتوایی را در اختیار شما قرار دهند که به اندازه کافی رضایت بخش باشند تا نگذارد شما جایی در صفحات وب به دنبال آن بگردید یا خدای ناخواسته سروقت بخوابید این الگوریتم‌ها یک چرخه‌ی معیوب ایجاد می‌کنند؛ بیشتر آن چیزهایی را در اختیارتان قرار می‌دهند که فکر می‌کنند شما دوست دارید بشنوید و فرصت کمتری برای مطالعه‌ی دیدگاه‌های متفاوت فراهم می‌آورند

❖ الگوریتم‌ها محتواهای همسو با گمان‌های آن‌ها در مورد جهت‌گیری سیاسی اجتماعی شما را تقویت و دیدگاه‌های جایگزین را سرکوب می‌کنند

نقش الگوریتم‌ها



- فیس‌بوک، توییتر و دیگر زیرساخت‌های رسانه‌های اجتماعی، از الگوریتم‌هایی برای یافتن محتواها و روایت‌های «مرتبط» با شما استفاده می‌کنند و صفحه‌تان را شخصی سازی می‌کنند این الگوریتم‌ها برای اطلاع‌رسانی شما طراحی نشده‌اند، بلکه برای فعال نگاه‌داشتن شما در آن پلتفرم طراحی شده‌اند

- روزی ۱۳ ساعت در اینستاگرام می‌چرخیدم
لورن بلک، اینفلوئنسر با بیش از ۱۰۰ هزار فالوئر گفت «احساس اضطراب می‌کردم چون هر روز ناچار بودم رضایت هزاران هزار آدم را به‌دست بیاورم»

چگونه می‌توان جلوی مهمل‌بافی را گرفت؟

با فناوری

با استفاده از یادگیری ماشینی، اطلاعات غلط و گمراه‌کننده‌ی آنلاین را تشخیص دهند اما از نظر اقتصادی، محتواهای افراطی در جذب مخاطب و حفظ کاربران یک برنامه کاربردی بسیار مؤثرهستند این امر منجر به مسابقه‌ی تسلیحاتی بین تولیدکنندگان و شناساگرها می‌شود؛ مبارزه‌ای که بعید نیست شناساگرها در آن برنده‌شوند

با مقررات دولتی

چه‌کسی تعیین می‌کند که یک خبر جعلی است؟

با تربیت و آموزش

با آموزش سواد رسانه و تفکر انتقادی که قدرتمندترین روش است، می‌توان مشکل اطلاعات غلط و گمراه‌کننده را از پایین به بالا حل کرد



سیل چرندبافی

سیل چرندبافی

سیل چرندبافی جهان را برده است،
از تله‌های کلیکی گرفته تا جعل عمیق
برخی چرندیات عمیق و برخی مضحک‌اند



تغییر عکس آیو خواننده و هنرپیشه‌ی کره‌ای با کله‌ی کاترینا کایف بازیگر هندی بالیوود و با تغییراتی جدید به اسم افسر شهربانی با نام پور انداخت آریا آن را به مخاطب قالب می‌کنند



تله‌های کلیکی

تیتر درج‌شده صفحه اول بی‌بی‌سی فارسی که در شبکه‌های اجتماعی انتشار یافته است

مرگ طبیعی غلامرضا منصوری قاضی ایرانی

اما این تیتر جعلی است

روش کار چگونه است؟

برای اینکه کار را طبیعی در بیاورید و احتیاج به فتوشاپ نداشته باشید، صفحه خبر بی‌بی‌سی رو در کروم باز کنید، inspect element روی عنوان خبر دوباره inspect

متن رو تغییر بدید و هرجای صفحه کلیک کنید تغییر را می‌بینید حالا کپچر اسکرین‌شات کنید و کار تمام است



تله‌های کلیکی

دی ماه تلگرام بمدت حدود نیم ساعت در بخش‌های وسیعی از دنیا از دسترس خارج شده بود در همین حین یک اکانت جعلی فیک شبیه به اکانت محمد جواد آذری جهرمی وزیر ارتباطات در توییتر توییتی را منتشر می‌کند با این متن

قطعی اخیر تلگرام مشکل جهانی بوده و بنده و همکارانم در اختلال پیش آمده هیچ تقصیری نداشتیم

اتفاق جالب و باور نکردنی واکنش کاربران توییتری به این توییت است بیش از ۵ هزار لایک، ۲۸۸ ریتوییت و بیش ۱۳۰۰ کامنت در واکنش به این پیام در پی داشت آن‌هم بدون توجه به جعلی بودن این اکانت

انتشار توئیت منتسب به ایلان ماسک!

انتشار اخبار و محتوای چرند توسط رسانه هایی که دنبال دیده شدن هستند تا انتشار اتفاقات و رویدادهای حقیقی



dr_moosavi11



رسانه‌ها توییتی جعلی منتسب به ایلان ماسک در مورد وزیر ارتباطات را بطور گسترده منتشر کردن متن توییت جعلی : «اخیراً شنیده ام که وزیر ICT ایران (عیسی زارع پور) تمام تلاش خود را می کند تا مردم ایران مشتری دائمی استارلینک شوند. خبر عالی! من در اسرع وقت او را به عنوان مدیر ارشد بازاریابی Starlink منصوب خواهم کرد! آفرین به تو عیسی و به راهت ادامه بده!»



نکته مهم

ایجاد صفحه در اینستاگرام، فیسبوک، تلگرام، توییتر و به نام دیگری و بدون اجازه وی از مصادیق بزه جعل رایانه‌ای محسوب می‌شود و مجازات آن بر اسلس ماده ۶ قانون جرایم رایانه‌ای؛ حبس از ۱ تا ۵ سال یا جزای نقدی از ۲ میلیون تومان تا ۱۰ میلیون تومان یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد



چرند مضحک

ایهود اولمرت با تمسخر اقدام نتانیاهو در سازمان ملل گفت «نمایش مضحک نتانیاهو روی صحنه مجمع عمومی سازمان ملل، زمانی‌که برای نشان دادن گسترش توانایی هسته‌ای تهران، از نمودارها استفاده کرد و با آن خط قرمزی را نشان داد و اعلام کرد که این سطحی است که در قبال آن چاره‌ای جز اقدام نظامی نیست»

شریعتمداری:حرف مفت زن‌ها که مفتی حرف نمی‌زنند!





مدیر مسئول کیهان درباره شایعه هزینه ۸۰۰ میلیون تومانی سفر رئیس جمهور به استان البرز گفت همگان شاهد بودند که آقای رئیسی با مترو به کرج رفت و افطار را هم میهمان دانشجویان دانشگاه خوارزمی کرج بود بنابر این محل هزینه ۸۰۰ میلیون تومانی را باید در جای دیگری جستجو کرد

این مبلغ دستمزد کاسه لیسان داخلی آمریکا برای دروغ پراکنی و شایعه‌سازی علیه حرکت مردمی رئیس جمهور است و نشان می‌دهد که سفرهای مردمی و بی‌هزینه و یا کم‌هزینه آقای رئیسی چقدر برای دشمن هزینه دارد

تولید گردوغبار در مرز ایران و عراق



این تکه‌فیلم بخشی از گزارش یک برنامه پرتغالی زبان است که در سال ۲۰۱۹ پخش شده است گوینده ویدئو اصلی در ابتدا به‌شوخی می‌پرسد «این چیست؟ ماشین‌هایی که ماشین‌های دیگر را کثیف می‌کنند؟ » او در ادامه توضیح می‌دهد که بعضی از بیننده‌ها به آن‌ها گفته‌اند که این ماشین‌ها در حال جمع‌آوری بذر برای مراتع هستند

در جای دیگر کشاورزان با دستگاه‌های مربوطه در حال پاشیدن خاک بر روی زمین‌های کشاورزی خود هستند تا از کودهای شیمیایی کمتری استفاده کنند و محصول ارگانیک تولید کنند

هدف این چرند تخریب روابط بین ایران با کشورهای همسایه و یا دارای منافع مشترک

تفاوت چرند با دروغ

دروغ

- ✓ دروغ‌ها برای دوری از حقیقت طراحی شده‌اند
- ✓ دروغ‌هایی که خوب پرداخته شده باشند قابل قبول خواهند بود

چرند

- ✓ چرندبافی به شدت نسبت به حقیقت بی‌تفاوت است
- ✓ بسیاری از چرندیات در ظاهر هم مضحک‌اند
- ✓ وقتی دروغگو سعی می‌کند با استفاده از ترفندهای کلامی دروغ خود را پنهان کند، آن دروغ تبدیل به چرند می‌شود.

دروغ شیرین



کافی است داستان مطرح شده در تصویر را برای یک حسابدار بخوانید تا او از ته دل بخندد که چطور حسابدار داستان بدون امضای مدیرعامل و مدیر مالی، یک چک حقوقی که طبق داستان مشخصاً مبلغ بالایی دارد چون حقوق چندین ماه کارگران است صادر و پاس شود

اما حقیقت تلخ این داستان تکرار این جمله است که
دروغ شیرین بهتر از حقیقت تلخ است

۱۳ هزار نفر این دروغ شیرین را لایک و ۸۵۰ نفر آن را بازنشر می‌کنند پیام‌های رسانه‌ای زمانی که قلب و ذهن ما را درگیر می‌کنند و احساسات ما را هدف می‌گیرند، قوی‌ترین تاثیر را دارند همین اصل در باور پذیر کردن دروغ‌های شیرین نقش اصلی را به عهده دارد چون با پر رنگ شدن احساسات، عقلانیت و نگاه انتقادی کم رنگ می‌شود

تفاوت شایعه با چرند

شایعه

شایعه، اطلاعات غیر موثق ولی مرتبط و تعیین کننده در رابطه با یک رخداد در حال جریان است که در شرایط پر ابهام، پر خطر و پر از تهدیدات بالقوه ایجاد می‌شود و مردم برای مدیریت خطرات پیرامون خود و فهم صحیح از محیط به آن‌ها روی می آورند

چرند

شایعات دقیقا همان چرند نیستند، اما هردو می‌توانند محصول فریب عامدانه باشند.

به طور خاص، توئیت‌های مربوط به بحران‌ها پیامدهای زیادی دارند تمرکز توجه طی این حوادث، هم انگیزه‌ی ایجاد اطلاعات غلط را فراهم می‌کند و هم نیاز شدیدی به تکذیب آن به وجود می‌آید

باطل پرواز می‌کند و حق لنگ‌لنگان در پی آن می‌آید!



حادثه بمب‌گذاری در ماراتون بوستون به کشته شدن ۳ نفر و مجروح شدن ده‌ها نفر دیگر انجامید ادعا شده بود که این دختربچه یکی از قربانیان حادثه بوده است، مردم هم بدون هرگونه تأمل این عکس را منتشر می‌کردند معلوم نیست که اولین کسی که این عکس را به اشتراک گذاشته بود، چه‌کسی بود، شاید او برای افزودن بر تراژدی حادثه این کار را کرده بود اما با کمی تأمل عکس ربطی به حادثه ندارد، چرا که

- کودکی که در حادثه کشته شد، یک پسربچه بود، نه یک دختربچه
- شماره نصب شده روی پیراهن دختر، شماره ماراتون بوسوتون نیست
- اصولا برای اینکه کسی در یک مسابقه رسمی ماراتون شرکت کند باید ۱۸ سال به بالا داشته باشد



درآمد تبلیغاتی



در پلتفرم شبکه‌های اجتماعی، اولین منبعی که خبر را منتشر کند، حجم زیاد بازدید را به خود اختصاص خواهد داد ناشران در رقابت برای رسیدن به مقام اول، معمولا سعی می‌کنند هر گونه صحت اعتبار سنجی را از فرایند انتشار حذف کنند
اگر وقت‌تان را صرف بررسی دقیق یک داستان کنید، نمی‌توانید رقبای خود را شکست دهید
احتیاط تحسین برانگیز است، اما به فروش تبلیغات کمکی نمی‌کند

راهبرد شلوغ‌بازی کردن

با اینکه فکر می‌کنیم تبلیغات سیاسی برای باور اندن دروغ‌های خلص به مردم طراحی شده‌اند، بسیاری از تبلیغات سیاسی جدید هدف دیگری دارند
راهبرد شلوغ‌بازی به گونه‌ای طراحی شده است که مخاطب را چنان گمراه و ناامید کند که حتی نتواند فرق درست و غلط را تشخیص دهد



رسانه‌های اجتماعی امکان پخش حجم زیادی از
اطلاعات نادرست را با سرعت زیاد و از طریق
مسیرهای ارتباطی مختلف فراهم می‌آورند این
بخشی از راهبرد شلوغ‌بازی است

بخش دیگر آن، اجتناب عامدانه از انسجام است
در شلوغ‌بازی‌ها هدف این است که به‌جای انتقال یک داستان
منسجم، مخاطب با تعداد زیادی داستان، کاملا گیج شود

در سال ۲۰۱۶، گری کاسپاروف، استاد بزرگ شطرنج،

این روش را در مطلب توئیتری خود چنین شرح داد:

هدف از تبلیغات سیاسی جدید صرفا اطلاعات غلط یا تحمیل یک موضوع نیست،

هدف این است که تفکر نقادانه شما درمانده شود،

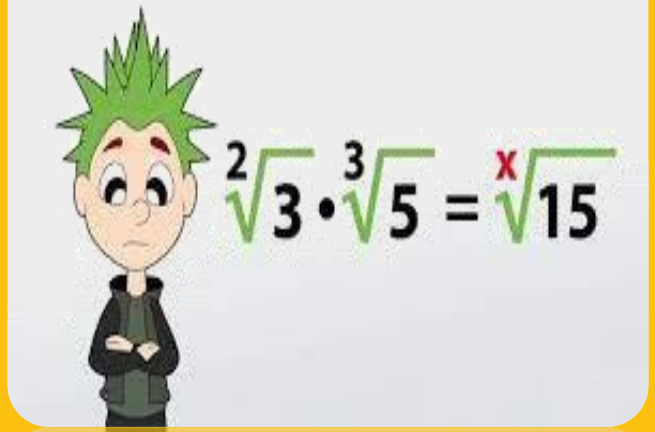
که حقیقت از بین برود.

1 احساسات عمومی

2 شناسایی اختلاف‌ها

3 مدیریت پنهان افکار عمومی

رسانه‌های اجتماعی مهم‌ترین ابزارهای نظارت بر احساسات عمومی مخاطبان، شناسایی اختلافات و مدیریت پنهان افکار عمومی هستند



اعداد و مهمل‌گویی

اعداد و مهمل گویی

شناسایی چرندیات بر اساس داده‌های ورودی مهارتی است ضروری

چند دهه قبل، بیان پر تکلف و جزئیات اضافی می‌توانستند نیازهای فرد چرندباف را

برآورده کنند اما امروز، ما عادت به اطلاعات کمّی داریم، ولی آن‌ها را زیر سوال

نمی‌بریم شواهد کمّی معمولا با اهمیت‌تر از استدلال کیفی در نظر گرفته می‌شوند

در نتیجه، اعداد بزرگترین موج چرندیات را فراهم آوردند

چرندبافی و جعبه سیاه



استعاره «جعبه سیاه» به این معنا که نفوذ خواننده به داخل آن غیر ممکن یا حداقل دشوار است این جعبه‌های سیاه اغلب با استفاده از تجهیزات و روش‌های تخصصی ایجاد می‌شوند که غالبا پرهزینه، وقت‌گیر و خارج از دسترس هستند یا چنان به طور گسترده پذیرفته شده‌اند که زیر سوال بردن آن‌ها نوعی بدعت علمی محسوب می‌شود

تفاوت کلمات واعداد

کلمات

- کلمات به روشنی ساخته‌ی ذهن آدمی‌اند
- انتزاعی‌اند
- بیانگر شهود، احساس و قدرت بیان هستند

اعداد

- اعداد مستقیماً از طبیعت سرچشمه می‌گیرند
- دقت را القا می‌کنند و بر رویکردی علمی دلالت دارند
- اعداد از انسان‌هایی که آنان را گزارش می‌دهند، حیاتی جدا دارند

اعداد محملی ایدئال برای انتشار چرندیات هستند ظاهراً بی‌طرف‌اند اما به راحتی می‌توان آن‌ها را دستکاری کرد تا داستان دلخواه را روایت کند به ما گفته‌اند «داده‌ها هرگز دروغ نمی‌گویند»، اما این دیدگاه می‌تواند خطرناک باشد

درصدهای مهلک



افراد به راحتی محسور اعداد می‌شوند و ده‌ها سال است که تبلیغ کنندگان می‌دانند چگونه از اعداد برای اقناع استفاده کنند

ساگان می‌نویسد

«نیازی نیست چیزی بپرسی فکر نکن بخر »

ریاضی نما

به‌فرمول‌ها و عباراتی گفته می‌شود که ممکن است ریاضی به نظر برسند و درک شوند، اما انسجام منطقی و دقت قاعده‌مند ریاضیات واقعی را ندارند

علی‌رغم آنکه نتایج ما از نظر آماری معنادار نیستند $p=0/13$ ، بر تأثیر قابل توجه روش سرطان درمانی مورد نظر ما تأکید می‌کنند و الگوی درمانی فعلی را به چالش می‌کشند = شانس نسبی بقا در پنج سال

- اگر نتایج از نظر آماری معنادار نیستند، چگونه می‌توانند از نظر بالینی اهمیت داشته باشند؟
- آیا پنج سال زنده‌ماندن معیار مناسبی برای این نوع خاص از سرطان است یا اکثر بیماران ظرف سه سال فوت می‌کنند؟
- این موارد چگونه «الگوی درمانی را به چالش می‌کشند؟»

سرمایه‌داری لایک‌ها

رسانه‌ها بیش از آنکه التزام به انتشار حقایق داشته باشند، به‌دنبال آن هستند تا با دست‌گذاشتن روی انگاره‌های قبلی مردم و با هیجانی و احساسی کردن فضا، لایک مردم را بدزدند

در سرمایه‌داری مصطلح و مرسوم، سرمایه‌دارها با زرق و برق دادن به کالاها و مصرف‌گرا بار آوردن مردم، به‌دنبال خالی کردن جیب مردم‌اند اما در سرمایه‌داری لایک‌ها،

رسانه‌ها در صددند تا با هیجانی کردن فضا و سطحی بار آوردن مردم، لایک مردم را بگیرند

خبرگزاری دولتی ایرنا، خبری را مبنی بر تغییر خودسرانه جداول بودجه توسط تعدادی از نمایندگان مجلس و زیر سوال بردن اصل شفافیت منتشر کرد



خبری که خبرگزاری ایرنا آن را منتشر و سپس آن را حذف کرد
پس از آن، روزنامه‌ها، چهره‌های سیاسی و فعالان فضای مجازی منتسب به یک جریان سیاسی، بدون شنیدن پاسخ طرف مقابل و تحقیق درباره خبر منتشر شده و بدون محاکمه؛ رقیب سیاسی خود را محکوم کردند.



تیتر یک روزنامه شرق که مدعی فاش شدن تغییر اعداد در بودجه ۱۴۰۰ است



گزیده تغییرات اعمال شده در بودجه توسط کمیسیون تلفیق مجلس

کمیسیون تلفیق بودجه مجلس در اقدامی بی‌سابقه پس از تصویب لایحه بودجه ۱۴۰۰ در مجلس و قبل از ابلاغ به دولت در برخی جدول‌های بودجه تغییراتی شامل حذف یا کاهش در برخی ردیف‌ها و افزایش یا تخصیص بودجه به گروه‌ها و نهادهای مختلف، ایجاد کرده است.

چهره های سیاسی و فعالان فضای مجازی این جریان خاص، علاوه بر ضریب دادن به خبر خبرگزاری ایرنا، فضا را احساسی و هیجانی کرده و برای این فسادی که ایرنا مدعی آن شده روضه‌خوانی کردند





سرمایه‌داری لایک‌ها

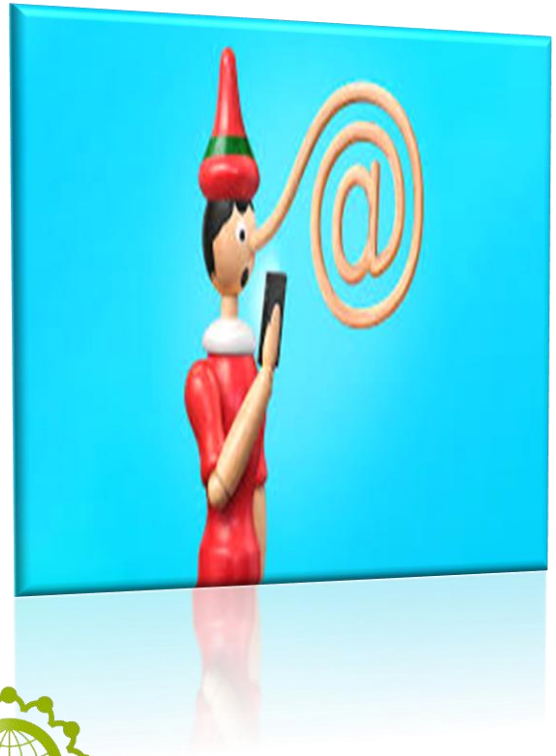
بعد از همه این اظهار نظرها و تخریب‌ها، خبرگزاری خانه ملت، ادعای ایرنا را تکذیب می‌کند و مسئولین مربوطه نیز توضیحات لازم را ارائه می‌دهند
نهایت هم خبرگزاری ایرنا مجبور می‌شود ادعای اولیه خود را تکذیب و از مردم عذرخواهی کند

در توضیحات و اطلاعیه خبرگزاری ایرنا
درباره انتشار جدول اشتباه بودجه آمده است

«به دلیل بی‌دقتی خبرنگار در استفاده از عناوین جدول و نیز طی نشدن مراحل کامل ویراستاری مطلب، درحالی‌که مطابق آیین‌نامه داخلی خبرگزاری جمهوری اسلامی، گزارشی در این سطح از اهمیت، باید حتما به تایید مسوولان ارشد خبری سازمان و همچنین دستگاه تخصصی ذی‌ربط سازمان برنامه و بودجه کشور یا معاونت امور مجلس ریاست جمهوری می‌رسید این فرآیند طی نشده است، ضمن پوزش از مخاطبان ایرنا، مطلب یادشده از کلیه خروجی‌های خبرگزاری حذف می‌شود »

رژیم توجه

مهم‌ترین چالشی که ما امروزه، در مقام انسان با آن روبه‌رو هستیم، این است که یاد بگیریم چگونه توجهمان را مدیریت کنیم و مراقب خودمان باشیم باید سلامتی امور مرتبط به توجهمان را هم مثل مراقبت از بدنمان جدی بگیریم یا که نه توجه به این موضوع اهمیت دارد، چون در عصر سیاست‌گذاری‌های توییتری، تقریبا همه‌چیز به نحوی طراحی‌شده که توجه ما را به خود جلب کند، و باعث تحریک رفتارهای وسواسی و تکراری در مصرف‌کننده‌شود



یک قاعده رسانه‌ای

هیچگاه تکذیب یک دروغ رسانه‌ای نمی‌تواند آثار آن دروغ را از اذهان مردم پاک کند همه‌کسانی‌که بافوروارد کردن یک پیام دروغ، موجبات بدنام‌کردن عده‌ای از مسئولین و نظام را فراهم کردند؛ باید پاسخگوی این عمل خود باشند

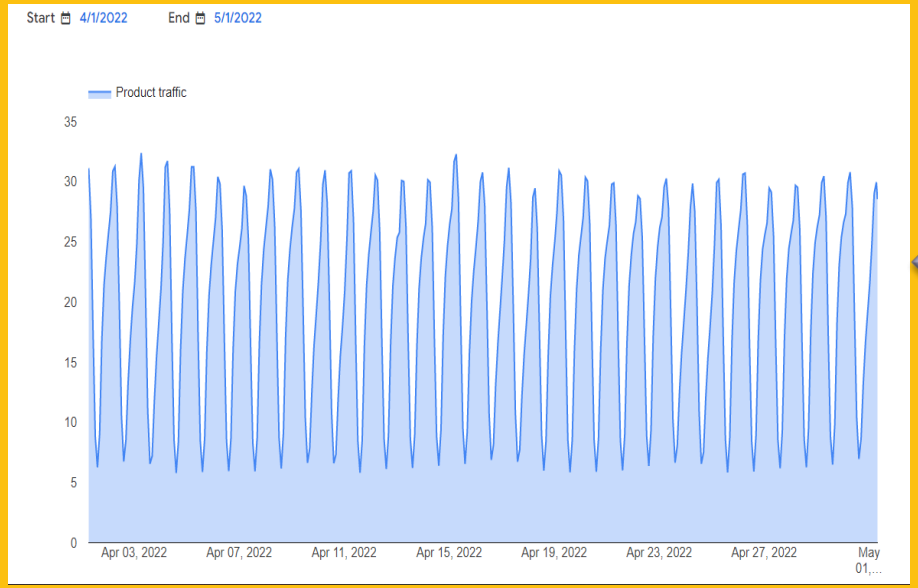


الگوی جعلی

نمودار وضعیت پهنای باند بین‌الملل کشور «جعلی» است

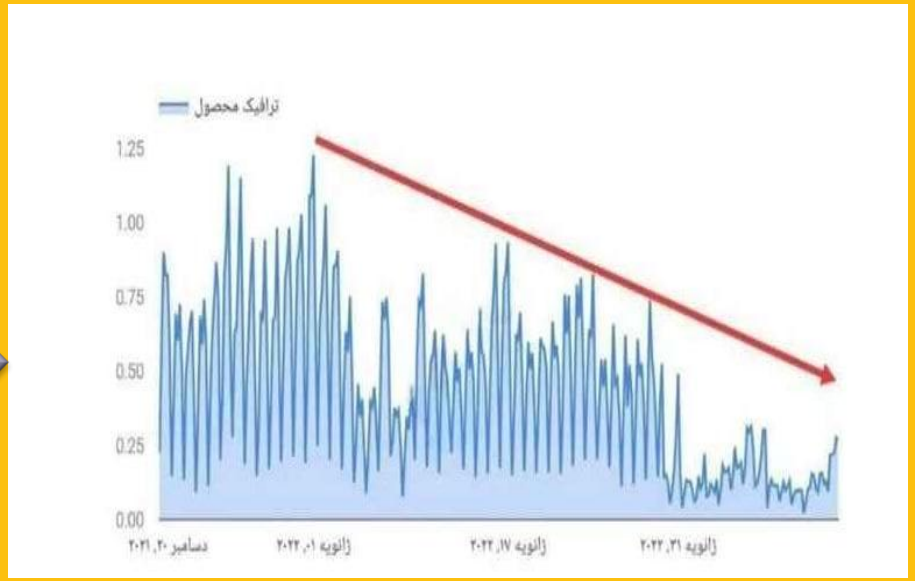
عیسی زارع‌پور وزیر ارتباطات در صفحه شخصی خود با انتشار دو نمودار از کیفیت ترافیک اینترنت کشور نوشت

خبرهای جعلی گاهی آن‌قدر باورپذیر آماده می‌شوند که ممکن است طیف بزرگی از جامعه باور و بر اساس آن قضاوت کنند یا تصمیم بگیرند



نمودار واقعی ترافیک یکی از سرویس‌های پرکاربرد گوگل یعنی «جستجوی گوگل» در همان بازه زمانی است که اگر سایر سرویس‌ها را هم انتخاب و بررسی کنید، نمودار آن مشابه همین بوده و در طول این دو ماه اخیر هیچ تغییری نکرده است

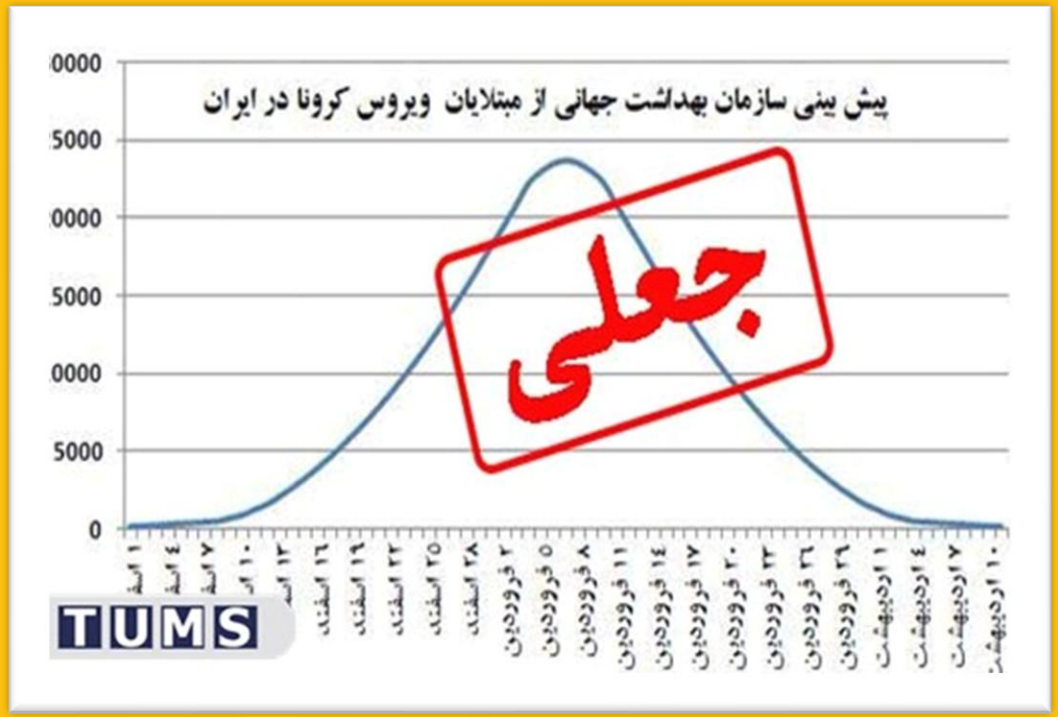
نمودار اصلی



نمودار جعلی

«نمودار ترافیک سایت‌ساز گوگل است که در دو هفته گذشته افت کرده و به هیچ وجه نشان‌دهنده ترافیک کل گوگل نیست» و برای حقیقت نشان دادن یک دروغ، از آن به عنوان «نمودار ترافیک کل سرویس‌های گوگل در ایران» و حتی به عنوان «وضعیت پهنای باند بین الملل کشور» استفاده شده است

مردود اعلام شدن نمودار جعلی پیش بینی ابتلا به کرونا توسط موسسه ملی تحقیقات سلامت



تاریخ انتشار

موسسه ملی تحقیقات سلامت، این نمودار را
به دلیل فاقد اعتبار دانست

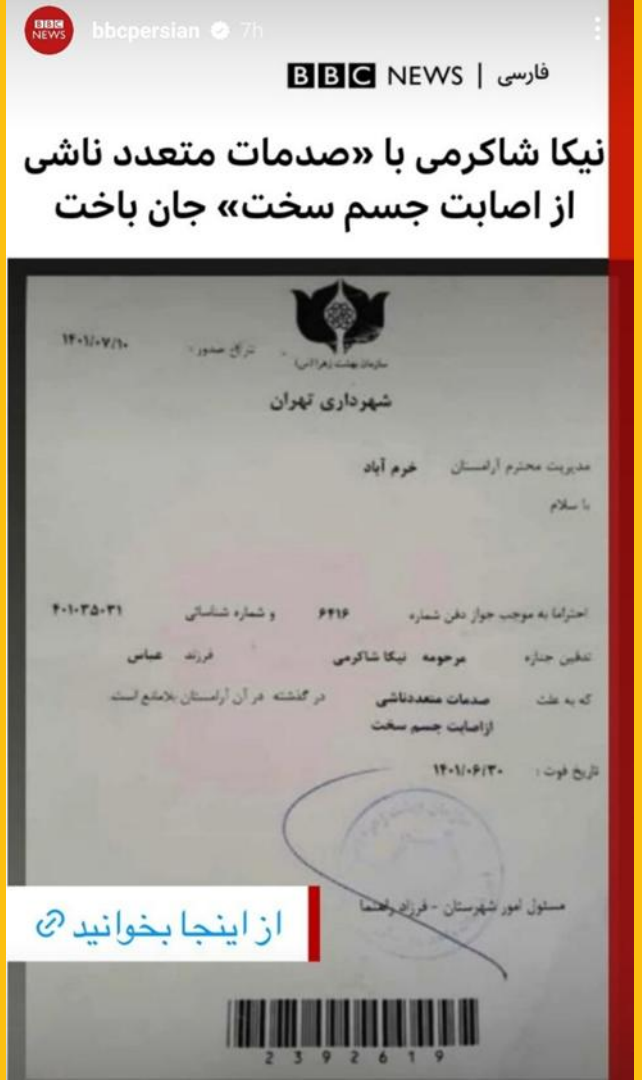
۱. بی‌نام و نشان است و مرجعی با آن نیست

۲. نمودار مثل نقاشی است حتی نمودارهای بر مبنای مدل سازی هم اینچنین شسته رفته نمی‌شود

۳. از منظر اپیدمیولوژی این نمودار شبیه منحنی اپیدمی‌های باتک منبعی common source است مثلا یک مسمومیت غذایی که در یک نقطه زمان رخ می‌دهد و به یک اوج می‌رسد و در نهایت هم به صفر می‌رسد در صورتی که اپیدمی ویروس کرونای یک اپیدمی پیشرونده propagated چنین شکلی ندارد و در موارد محدود شونده نیز که اپیدمی کنترل می‌شود منحنی غیر قرینه است

۴. اعداد و ارقام معلوم نیست بر مبنای چه مفروضاتی شکل گرفته است و توجه باید کرد که در آمار چین هم در اوج آن به عدد هزار در روز نرسید و تاکنون در کل جهان به عدد قریب هزار رسیده است و ادعای دیدن تا هزار مورد در فروردین نیاز به ادله جدی دارد از آن مهمتر اینکه حتی اگر رسیدن به عدد هزار مورد در روز در فروردین تحقق پیدا کند دیگر به قطعیت می‌شود گفت که تا اردیبهشت به صفر نخواهد رسید

۵. از نظر زمانبندی و شیب منحنی نیز غیر منطقی است و در منحنی‌های اپیدمی‌های پیش رونده نیز سمت افزاینده منحنی شیب متناسب با توزیع نرمال ندارد



یه نامه جعلی تمیز درست کنید که حداقل ارزش تکذیب داشته باشه؟!

سازمان بهشت زهرا س اساسا معاونت امور شهرستان نداره چون آرامستان هر شهر زیر مجموعه شهرداری همون شهره و نه بهشت زهرا
۲ حداقل یه شماره نامه می‌ذاشتید باور پذیرتر بشه
۳ علت فوت رو هم که به سازمان بهشت زهرا س ربطی نداره و مرجع تشخیصش پزشکی قانونیه رو تو یه خط می‌نوشتید
۴ توی لوگو هم شهرداری تهران بالای اسم سازمان نوشته میشه



تشخیص چرندبافی

تشخیص چرندیات آنلاین

اطلاعات پشتیبان تهیه کنید و جنبه‌های مختلف را بسنجید

به منبع اطلاعات توجه کنید

اگر تکه‌ای شکلات در خیابان پیدا کنید، آن را نمی‌خورید یا با دوستانتان تقسیم نمی‌کنید

آن‌قدر عمیق شوید تا به خبر اصلی برسید

از ابزارهای جستجو معکوس استفاده کنید

از سازمان‌هایی بهره بگیرید که واقعیت را بررسی می‌کنند

تشخیص چرندیات آنلاین

حواستان به ویدئوهای جعلی ابزارهای یادگیری عمیق و دیگر رسانه‌های مصنوعی باشد

مطمئن شوید می‌دانید با چه کسانی طرفید

سابقه وب سایت‌ها را در نظر بگیرید

حواستان به تأثیر حقیقت توهمی باشد هرچه بیشتر چیزی را ببینید، احتمال اینکه باورش کنید بیشتر است
مانند مطالعه اخبار جعلی و نظریه‌های توطئه

حجم اطلاعات دریافتی خود را کاهش دهید

شعار استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در گذشته، سانسور از طریق مسدود کردن جریان اطلاعات به اجرا در می‌آمد در قرن بیست‌ویکم، از طریق غوطه‌ور کردن انسان‌ها در سیلاب اطلاعات بی‌اهمیت و نامربوط عملی می‌شود انسان‌ها واقعا نمی‌دانند به چه چیزی توجه نشان دهند، و اغلب، وقت خود را صرف بحث و بررسی درباره‌ی موضوعات فرعی می‌کنند در زمان‌های دور، قدرت داشتن به معنی دسترسی به اطلاعات بود

اکنون قدرت یعنی آگاهی بر اینکه از چه چیز باید چشم پوشید

«بیشتر بیندیش، کمتر به اشتراک بگذار»

به‌عنوان یک شهروند مسئول، باید یاد بگیریم محیط اطلاعاتی خود را تا جای ممکن تمیز نگهداریم

در سال گذشته مردم یادگرفته‌اند در حاشیه اتوبان‌های بین‌شهری آشغال نریزند، باید همین کار را در مورد بزرگراه اطلاعات هم انجام دهیم

در حالت آنلاین هم نباید زباله‌های خود را از پنجره‌ی ماشین بیرون بیندازیم و به راهمان ادامه دهیم



راهکار

چگونه می‌توان فریب چرندبافی را نخورد؟



پرورش عادات ذهنی خوب ضروری است
عادات ذهنی ما هر روز ما را ایمن نگه می‌دارند
هنگام رانندگی، حواسمان به راننده‌ای است که
شاید از چراغ قرمز بگذرد، گرچه لزوماً به آن فکر
نمی‌کنیم هنگامی که شب به تنهایی پیاده روی
می‌کنیم، نسبت به محیط اطرافمان هوشیار
هستیم و حواسمان به علائم هشدار دهنده‌ی
خطر است

تشخیص چرندبافی هم به تمرین مداوم نیاز دارد
و با این تمرین در تشخیص استدلال‌ها و
تحلیل‌های گمراه‌کننده مهارت پیدا می‌کنید

1 منبع اطلاعات را بپرسید

به خبرنگاران یاد می‌دهند که این سوالات را در مورد اطلاعاتی که با آن‌ها مواجه می‌شوند بپرسند:

چه کسی

چه کسی این‌ها را به من می‌گوید؟

کجا

این‌ها را از کجا می‌داند؟

چه چیزی

می‌خواهد چه چیزی به من بفروشد؟





منبع اطلاعات را بپرسید

در دنیایی که تحت سلطه‌ی رسانه‌های اجتماعی‌ست و
همه‌ی اطلاعاتی که به ما می‌رسد قبلا
بازنویسی، بازآرایی و بازپردازش
شده‌اند، باید عادت جست‌وجوی منبع را در خود
پرورش دهیم

2 حواستان به مقایسه‌های غیرمنصفانه باشد



انتشار مطالعه‌ای تحقیقاتی در سپتامبر
توسط خبرگزاری‌های مختلف جهان

«سینی‌های امنیتی فرودگاه بیشتر از توالت‌ها میکروب دارند »

این خبر بر ترس همه‌ی کسانی که میکروب هراسی داشتند
و از فرایند بازرسی امنیتی فرودگاه در عذاب بودند صحه
می‌گذاشت

2 حواستان به مقایسه‌های غیرمنصفانه باشد

دانشمندان در این مطالعه فقط ویروس‌های تنفسی را بررسی کردند که هنگام عطسه یا سرفه از طریق هوا یا قطرات روی دست افراد منتقل می‌شوند
مردم معمولا روی صندلی توالت سرفه یا عطسه نمی‌کنند و تمایل ندارند که بهشان دست بزنند صندلی‌های توالت میکروب‌های زیادی دارند، اما صرفا ویروس‌های تنفسی نیستند

شاید سینی‌های خطوط هواپیمایی محمل خوبی برای انتقال آنفولانزا و سرماخوردگی باشند، اما وقتی عناوین خبری پای صندلی توالت را به میان می‌آورند، مقایسه ناعادلانه‌ای برای تحت تأثیر قرار دادن مخاطب انجام می‌دهند

3 مرتبه‌های بزرگی را در نظر بگیرید

جامعه‌ی نشنال جئوگرافیک با ارسال نامه‌ای هشدار داد که زباله‌های پلاستیکی در حال آلوده کردن اقیانوس‌ها هستند

«سالانه میلیارد تن زباله پلاستیکی وارد اقیانوس‌ها می‌شوند »



- کمتر از میلیارد نفر روی کره زمین زندگی می‌کنند
- آیا واقعا هر کس سالانه به طور متوسط یک تن زباله پلاستیکی در اقیانوس می‌ریزد؟
- کل پلاستیک تولید شده طی تاریخ میلیارد تن است و همه آن‌ها کارشان به اقیانوس ختم نمی‌شود
- نشنال جئوگرافیک اخیرا گزارش داده است که سالانه میلیون تن زباله پلاستیکی وارد اقیانوس‌ها می‌شوند احتمال اشتباه تایپی
- هزار برابر کردن مقدار آن به کسی کمک نمی‌کند؛ فقط اعتبار منابع حامی محیط زیست را کم می‌کند

4 از تعصب و پافشاری اجتناب کنید

تعصب و پافشاری به معنای تمایل به دیدن، باور و به اشتراک‌گذاری اطلاعاتی است که با باورهای قبلی ما سازگارند وقتی ادعایی باورهای ما درباره‌ی جهان را تأیید می‌کند، راحت‌تر آن را واقعیت می‌پنداریم و کمتر تمایل داریم آن را به چالش بکشیم که شاید دروغ باشد

آسیب‌پذیری ما در برابر تعصبات و پافشاری را می‌توان زیر چتر این گفته‌ی جامعه‌شناس، نیل پستمن دید
«همیشه منبع اصلی چرندیات، که باید با آن مبارزه کنید، خودتان هستید »

تعصب تأیید نیز سهم قابل توجهی در پخش اطلاعات غلط در اینترنت دارد
چرا باید چیزی را که می‌دانیم واقعیت دارد بررسی کنید؟

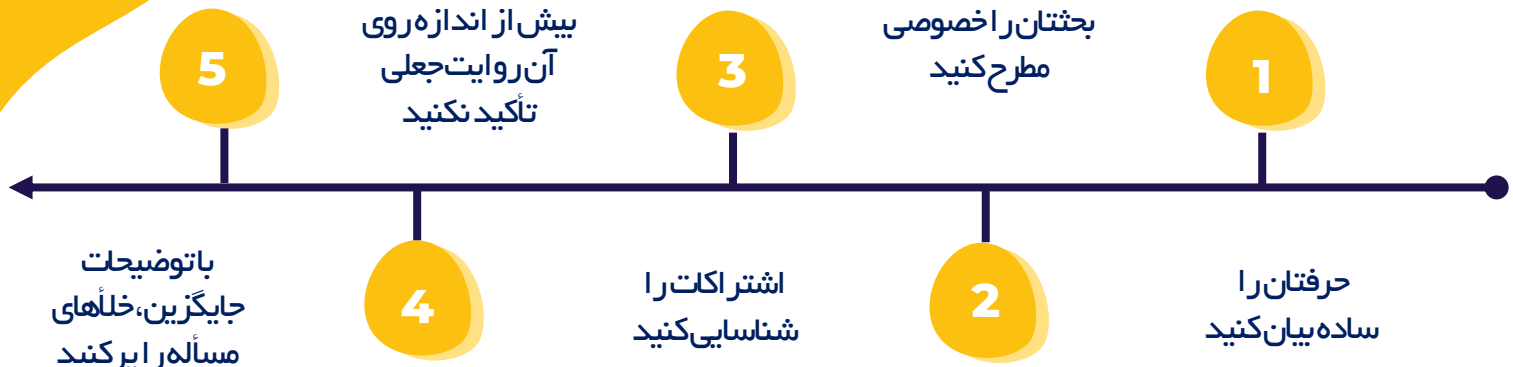


تکذیب چرندبافی

افشای چرندبافی

- ✓ افشای چرندبافی، گفتاری است کنشمند که در آن، شخص چیزی را که امر غیرقابل‌قبول است باطل اعلام می‌کند
- ✓ کنش‌های گفتاری بیشتر گزاره‌های خبری‌اند، نه سؤالی معمولا فاعلشان «من» است و زمانشان حال، نه گذشته یا آینده
- ✓ هدف از افشای چرند بافی متوجه یک باور است نه یک شخص
- ✓ تشخیص چرندبافی اقدامی شخصی است؛ افشای چرندبافی اقدامی عمومی است.
- ✓ اگر بتوانید چرندیات را تشخیص دهید، خودتان را از تأثیرات آن ایمن نگه می‌دارید
- ✓ اگر بتوانید چرندیات را معرفی کنید، می‌توانید از کل جامعه‌تان محافظت کنید
- ✓ افشای سهل انگارانه چرندبافی به سادگی می‌تواند غریبه‌ها را دشمن و دوستان را غریبه کند
- ✓ معرفی چرندبافی باید به شیوه‌ای مسئولانه، مناسب و محترمانه انجام شود
- ✓ برای افشای چرندبافی باید همه‌ی مهارت‌ها و عادات ذهنی را توسعه دهید
- ✓ باید دام‌ها و منابع سردرگمی، سوءاستفاده‌های احتمالی از اعداد و نمودارهای داده و راه‌های نفوذ چرندیات در رسانه‌های عمومی و مهم‌تر از آن، مقالات علمی را بشناسید

ترفندهای رد روایت جعلی



نکته مهم هم باید نوع چرندی را که قصد دارید آن را رد کنید در نظر بگیرید
و هم مخاطبی که می‌خواهید متقاعدش کنید

چند نکته اخلاقی برای رد چرندیات

حرف حق

حرف حق را بزنید

اطمینان یابید که حقایق کافی در دسترس دارید، آن‌ها را دوباره بررسی کنید در تحقیقات اولیه کوتاهی نکنید.

خیرخواه

خیرخواه باشید

یعنی دوستانتان را حفظ کنید و در عین حال برای افشای چرندیات به جای خود فرد تمرکز را روی رد استدلالش بگذارید

شفاف

شفاف باشید

استدلال‌های شما باید شفاف، قابل فهم، متقاعدکننده و ترجیحاً فاقد اصطلاحات تخصصی باشد معمولاً این کار به اندازه تشخیص اولیه چرندبافی یا حتی بیشتر از آن زحمت دارد

چند نکته اخلاقی برای رد چرندیات

پذیرفتن اشتباه

اشتباهاتتان را بپذیرید

تواضع فضیلت است در صورت هر گونه اشتباه با رفتارهای لجوجانه و کودکانه به اعتبارتان لطمه نزنید بلکه سریع و با روی خوش آن را بپذیرید

بی‌ربط حرف نزدن

بی‌ربط حرف نزنید

وقتی چرندی را به‌خوبی افشا می‌کنید، ادعا را به‌شکلی اساسی تضعیف می‌کنید اعتراضاتتان استدلال‌های گوینده را رد می‌کند

نیت گوینده

نیت گوینده را در نظر بگیرید

زیرا ادعای کسی قابل رد و اعتراض است که آگاهانه و در جهت فریب باشد در افشای چرندیات با گفتن حقیقت در برابر قدرت‌ها بایستید.

منابع

کارل‌تی برگستروم و جوین‌وست،
اخبار وسایر چرندیات روکردن‌دست‌مهمل‌باف‌ها،نشرمون

https://www.1pezeshk.com/archives/2013/04/boston-marathon-bombing-hoaxes.html
https://www.barkhat.news/plus/161996262215/capitalism-likes-how-does-fake-news-spread-like-a-virus
https://donya-e-eqtesad.com
https://www.tasnimnews.com/fa/news/1400/12/01/2667382
https://transparencyreport.google.com/traffic/overview?
https://pr.tums.ac.ir/151710
https://tarjomaan.com/neveshtar/10615/