

فناوری و رسانه

گزارش دوا فشاگری در توئیتر

احساس مسئولیت توئیتر با حذف کاربران جعلی
برای کاهش تنش در فرانسه و اسرائیل

چرا برج آزادی رسانه است؟

ونوس بهنود

دبیر تحریریه
vbehnood@gmail.com



همه طبقاتی که روی هم تلنبار شده و جایی برای تنفس شهر باقی نمانده است. نگذاشته است. پدیده‌ای است که این روزها در گوشه به گوشه شهرها شکل گرفته و در حال تبدیل شدن به یک تصویر ثابت است. معماری ناهمگون شهرسازی که بناهای تاریخی آن لکه‌های باقی مانده از اصالت، اندیشه و انعکاس هویت فرهنگی است، موجب شده که تنها چهره شهر مخدوش شده بلکه معضلات متعددی در شهر بروز و ظهور پیدا کند. از ترافیک در خیابان‌ها تا محو شدن خط آسمان در کنار کاهش امنیت ساختمان‌ها و از بین رفتن حریم خصوصی در طبقات، همگی مشکلاتی است که این روزها معماری بی‌برنامه موجب آن شده است.

تمامی این زخم‌ها به جان شهر در وضعیت است که شهرها جاندار بوده و در طول حیات خود شبیه به اندیشه سازندگان‌شان می‌شوند و به فراخور نیز فضایی متناسب با اندیشه آنها برای سکونت فراهم می‌سازند. در این میان تک بناها نقش کلیدی در انعکاس هویت شهری ایفا می‌کنند. در واقع تعریف بناها به عنوان الگو و نشانه‌ای از یک شهر یا یک کشور در تمامی مناطق دنیا دیده می‌شود و کلانشهرها نیز از این قاعده مستثنی نیستند. در تهران، پایتخت ایران، برج آزادی حامل این پیام از هویت بصری و فرهنگی بوده است. حتی بعد از احداث برج میلاد، در رویدادهای نقش محوری را ایفا می‌کرد و به عنوان یک عنصر زنده و پویا در اتفاقات مختلف نمودی از این

خطر حکمرانی رسانه و اختلاط آن با بازی سیاسی ابرقدرت‌ها زمانی قابل توجه است که برخی کشورها حذف مخالف را حق خود و ناحق کشور دیگر می‌دانند.

به گزارش ایران جمعه، رویکرد کشورها در مقابل رسانه با پیچیدگی‌ها و بازی‌های متعدد به حدی گره خورده است که می‌توان گفت جنگ واقعی اندیشه‌ها، سیاست‌ها و قدرت‌ها در فضای رسانه شکل می‌گیرد. از زمانی که رسانه‌های نوین کاربر-محور فعال شدند و هر شهروند توانست خود نسبت به تولید محتوا اقدام کند، بازی در فضای رسانه‌ای پیچیده‌تر هم شد. اکانت‌های جعلی به نام افراد با هویت معلوم یا مجهول ساخته و در ادامه از طریق این اکانت‌ها موج‌های رسانه‌ای و خبری ایجاد می‌شد. در اقیانوس متلاطم اخبار و اطلاعات رصد خبر صحیح گاهی در حد ناممکن نیز پیش می‌رود.

اما هر قدر زیر و روی اظهار نظر صاحبان قدرت در مقابل رسانه متفاوت باشد در نهایت رویکردها عیان می‌شود و اگر گروهی یا کشوری نیز اندیشه‌های را از سمت و سوی خود ترویج داده یا تزییق کرده، به مصداق «ماه پشت ابر نمی‌ماند» در نهایت نیت پنهان آن عیان می‌شود. بر آن شدیم در وضعیتی که اخبار جعلی و باری به هر جهت در شبکه‌های اجتماعی بسدت رویه افزایش است و هر برخوردی با آن محکوم می‌شود، دو گزارش از یکی از رسانه‌های صهیونیستی را بررسی و داوری را به مخاطبان واگذار کنیم.

پنجم آوریل ۲۰۲۰ گزارشی در این رسانه منتشر شده با این

این



شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر برای مهار اخبار جعلی روی پلتفرم‌های خود، از جمله در همه‌گیری سراسری کووید ۱۹، که شاهد انتشار اطلاعات نادرست در فضای آنلاین بوده است، تحت فشار زیادی قرار گرفته‌اند.

همه‌گیری ویروس کرونا برای تقویت موقعیت خود استفاده کرد، به عنوان مثال، با تشدید انتقادات از واکنش قطر به شیوع ویروس. در ادامه آمده است: «یک گروه مستقر در مصر به نام شبکه ال فگر از ۲۵۴۱ حساب کاربری جعلی برای انتقاد از ایران، قطر و ترکیه استفاده کرد. توئیتر گفت که این شبکه مستقیماً توسط دولت مصر هدایت می‌شود. ال فگر یک روزنامه مصری است که ظاهراً با کمپین رسانه‌های اجتماعی مرتبط بوده است.»

حذف اکانت مبلغ رئیس جمهور

در این گزارش همچنین اشاره شده است که: «رصدخانه اینترنتی استفورد گفته که شبکه مصری نزدیک به ۸ میلیون توئیتر منتشر کرده است که عمدتاً محتوای رسانه‌های خبری واقعی و جعلی را منتشر کرده است.

توئیتر ۳۱۰۴ حساب کاربری را که توسط یک کارمند دولتی در هندوراس برای تبلیغ رئیس جمهور این کشور ایجاد شده بود، ۷۹۵ حساب جعلی در اندونزی در حمله به جنبش استقلال‌طلبی پاپوآ غربی و ۸۵۵۸ حساب تبلیغاتی حزب حاکم و رهبر صربستان را حذف کرد. یوئل رات، رئیس یکبارگی سایت شرکت رسانه‌های اجتماعی، گفت که این تلاش بخشی از «کار توئیتر برای شناسایی و بررسی عملیات اطلاعاتی تحت حمایت دولت» است. در دسامبر ۲۰۱۹، توئیتر ۵۹۲۹ حساب کاربری را که به گفته آن بخشی از تلاش هماهنگ دولت سعودی برای پیشبرد منافع ژئوپلیتیکی این کشور بود، حذف کرد. شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر برای مهار اخبار جعلی روی پلتفرم‌های خود، از جمله در همه‌گیری سراسری کووید ۱۹، که شاهد انتشار اطلاعات نادرست در فضای آنلاین بوده است، تحت فشار زیادی قرار گرفته‌اند.»

در ادامه آمده است: «توئیتر شبکه‌ای متشکل از ۵۳۵۰ حساب کاربری مرتبط با دولت عربستان را متوقف کرد. این صفحات در خارج از کشورهایی از جمله عربستان سعودی، مصر و امارات فعالیت می‌کردند و محتوایی را منتشر می‌کردند که در آن از رهبری عربستان سعودی ستایش می‌شد و از قطر و ترکیه انتقاد می‌کرد.

رصدخانه اینترنتی استفورد، یک مرکز سیاست‌سازیری که به توئیتر در این اقدام کمک کرد، گفت که این شبکه حامی سعودی، بیش از ۳۶ میلیون توئیتر منتشر کرده است. این حساب‌ها مقالاتی را از گروهی از سایت‌های خبری جعلی که همگی در یک روز ایجاد شده بودند، ارسال کردند. همچنین این شبکه از

عنوان که «توئیتر بیش از ۸۰۰۰ حساب جعلی مرتبط با دولت‌های عربستان و مصر را حذف کرد». در این گزارش خبری، دلیل حذف اکانت‌های توئیتر این‌طور عنوان شده که «شرکت رسانه‌های اجتماعی می‌گوید صفحات مرتبط با کشور ریاض را ارتقا داده و با بیش از ۳۶ میلیون توئیتر از قطر و ترکیه انتقاد کرده‌اند. به عنوان بخشی از همین تلاش، این شرکت رسانه‌های اجتماعی ۱۲۰۰۰ حساب جعلی مرتبط با دولت‌های اندونزی، هندوراس و صربستان را حذف کرد. توئیتر اعلام کرد که این حساب‌ها خط‌مشی‌های آن را نقض می‌کنند و «تلاشی هدفمند برای تضعیف گفت‌وگوی عمومی» هستند، بخشی از کمپین‌های متمایز با هدف تقویت مواضع دولتی کشورهای درگیر بودند.»



ماهگیری قدرت طلب‌ها در موج‌های رسانه‌ای

تنش‌زدایی و مقابله با اخبار تنش‌زا در بستر رسانه‌های نوین از جمله توئیتر که به عنوان «پیامک اینترنتی» شناخته می‌شود، اقدام کشورهایی است که به قدرت رسانه‌ها واقفانند اما در مقابل ایجاد تنش و طرفداری از آن و ماهگیری از آب گل آلود در اتفاقات ایران به کرات دیده می‌شود. اگر بنابه مخالفت و حذف اکانت‌های جعلی تنش‌زا است، چرا اقدام مشابهی برای افرادی که در حال حاضر توئیترهای این چنینی بر خلاف ایران منتشر می‌کنند نمی‌شود؟ برخی شهروندان می‌گویند بدون اینکه خبر داشته باشند نامشان در توئیتر یا اینستاگرام است و برخی می‌گویند نمی‌دانند برخی اخبار منتشر شده درست است یا نه. رویکرد منفعت‌طلبانه کشورها در فضای مجازی با ضعف اطلاع‌رسانی داخلی تشدید نیز می‌شود. تمامی پلتفرم‌های کاربر-محور مدعی هستند که با اکانت‌های جعلی و اخبار دروغ برخورد می‌کنند اما گاهی برای یک اتفاق کوچک به حدی اخبار متنوع رد و بدل می‌شود که مخاطب را نه تنها سردرگم، بلکه بدبین می‌سازد. کشورهای قدرت‌طلب بارها در موج‌های رسانه‌ای ماهی خود را صید کرده‌اند و سر بزنگاه پرچم رفاقت و حمایت خود را پایین کشیده‌اند. در چنین شرایطی آیا تجهیز به ابزار دانش و آگاهی و سواد رسانه‌ای ضروری نیست؟

