دانشگاه علوم پزشکی
و خدمات بهداشتی درمانی تهران

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی

مؤسسه ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران
گروه پاسخ به سوالات سلامت عمومی

عنوان:

۷ نشانه که کمک می‌کند خبرهای مشکوک (جعلی، زرد و جنجالی) را تشخیص بدهیم.



نتیجه‌گیری:

امروزه شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها به یکی از مهم‌ترین راه‌های دریافت اخبار تبدیل شده‌اند. انواع مختلفی از اطلاعات نادرست (Misinformation)، اطلاعات گمراه‌کننده (Disinformation) و اطلاعات واقعی مورد استفاده در خارج از زمینه خود به قصد آسیب رساندن (Malinformation) در فضای مجازی منتشر می‌شوند که تشخیص آن‌ها نیازمند سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی است. بنابراین لازم است قبل از باور کردن هر خبر، با نشانه‌هایی آشنا شویم که می‌توانند زنگ خطری برای مشکوک بودن آن باشند و راهنمایی برای جلوگیری از بازنشر غیرمنطقی آنها باشند. مهارت برخورد صحیح با خبر، در خصوص خبرهایی که به بهداشت جامعه و سلامت مردم مرتبطند از اهمیت بالاتری برخوردار است.



متن بررسی:

امروزه شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها به یکی از مهم‌ترین راه‌های دریافت اخبار تبدیل شده‌اند. سرعت انتشار اطلاعات آن‌قدر زیاد است که گاهی یک خبر در عرض چند دقیقه به دست هزاران نفر می‌رسد. اما سرعت زیاد، همیشه به معنای درستی اطلاعات نیست. در حوزه سلامت، انتشار اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده می‌تواند تصمیم‌گیری افراد را تحت تأثیر قرار دهد، موجب رفتارهای پرخطر شود و اعتماد به منابع معتبر سلامت را کاهش دهد.بنابراین پرداختن به این موضوع، آگاهی‌بخشی و توانمند کردن عموم جامعه در حوزه سواد رسانه و تفکر انتقادی ضرورت دارد.

بر اساس گزارش یونسکو، آنچه امروز با آن روبه‌رو هستیم فقط **خبر جعلی** نیست؛ بلکه انواع مختلفی دارد که شامل اطلاعات نادرست (Misinformation)، اطلاعات گمراه‌کننده (Disinformation) و اطلاعات واقعی مورد استفاده در خارج از زمینه خود به قصد آسیب رساندن (Malinformation) است که در فضای مجازی منتشر می‌شوند و تشخیص آن‌ها نیازمند سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی است (۱). بنابراین لازم است قبل از باور کردن هر خبر، با نشانه‌هایی آشنا شویم که می‌توانند زنگ خطری برای مشکوک بودن آن باشند.

در ادامه توضیحی از انواع خبر بیان شده است که می‌تواند در درک انواع خبر کمک‌کننده باشد.

- **خبر جعلی** خبری است که اطلاعات ساختگی یا نادرست را به‌عنوان واقعیت منتشر می‌کند (۲).
- **خبر زرد** خبری است که لزوماً دروغ نیست. ممکن است بخشی از اطلاعات آن درست باشد، اما با استفاده از اغراق، هیجان‌سازی، تیترهای تحریک‌کننده یا تمرکز بر جنبه‌های احساسی، در پی جلب توجه مخاطب هستند (۳). یونسکو نیز تأکید می‌کند که همه محتوای مسئله‌دار را نباید به عنوان **خبر جعلی** نامید و باید میان انواع مختلف اختلالات اطلاعاتی تفاوت قائل شد.
- **خبر جنجالی** خبری است که به دلیل موضوع، شیوه بیان یا نحوه ارائه، واکنش‌های شدید و گسترده‌ای مانند تعجب، خشم، ترس، هیجان یا بحث و اختلاف نظر در میان مخاطبان ایجاد می‌کند. بنابراین، ویژگی اصلی خبر جنجالی برانگیختن واکنش عمومی است، نه لزوماً نادرست بودن آن(۴).



- بر اساس توصیه‌های سازمان جهانی بهداشت (WHO)، یونسکو (UNESCO)، چارچوب SIFT و راهنماهای بین‌المللی راستی‌آزمایی ۷ نشانه‌ی زیر می‌توانند زنگ خطری برای مشکوک بودن یک خبر باشند(۱و۵و۶و۷).

این نشانه‌ها عبارتند از:

۱) بیش از حد هیجان‌انگیز است. تیترهای احساسی و اغراق‌آمیز معمولاً برای دریافت توجه و بازنشر طراحی می‌شوند. بهتر است فقط به تیتر اکتفا نکنید و متن کامل خبر را بخوانید. اگر با تیترهایی مانند این روبه‌رو شدید، کمی بیشتر دقت کنید:

- "باورنکردنی! "
- "همه شوکه شدند!"
- "رسانه‌ها این حقیقت را پنهان کرده‌اند! "
- "راز بزرگی که هیچ‌کس به شما نمی‌گوید!"

۲) منبع خبر مشخص نیست. از خودتان بپرسید این خبر را چه کسی منتشر کرده است؟ و آیا نویسنده یا رسانه و منبع اصلی خبر مشخص است؟ جمله‌هایی مانند موارد زیر بدون ذکر نام پژوهش، دانشگاه یا سازمان، قابل اعتماد نیستند.

- "دانشمندان گفته‌اند... "
- "تحقیقات نشان داده است..."

۳) هیچ مدرک یا شاهدی ارائه نمی‌کند. یک خبر معتبر معمولاً به شواهد، گزارش، پژوهش یا منبع رسمی استناد می‌کند. اگر فقط یک ادعای بزرگ مطرح شده اما هیچ مدرکی برای آن وجود ندارد، باید با احتیاط بیشتری برخورد کرد.

۴) خبری که احساسات شما را به‌شدت تحریک می‌کند. یکی از ویژگی‌های بسیاری از خبرهای گمراه‌کننده، تحریک احساساتی مانند ترس، خشم، نفرت یا هیجان شدید است. سازمان جهانی بهداشت نیز در توصیه‌های خود درباره مقابله با اطلاعات نادرست، تأکید می‌کند که هنگام مواجهه با محتوایی که واکنش احساسی شدیدی ایجاد می‌کند، بهتر است قبل از بازنشر، آن را بررسی کنیم.

۵) عکس یا ویدئو لزوماً حقیقت را ثابت نمی‌کند. وجود وجود عکس یا ویدئو، به‌تنهایی صحت خبر را ثابت نمی‌کند؛ تصویر ممکن است قدیمی، متعلق به مکان یا رویدادی دیگر، یا همراه با توضیحی نادرست منتشر شده باشد.به همین دلیل، همیشه از خود بپرسید:

- "آیا این تصویر واقعاً مربوط به همین خبر است؟"

۶) خبر فقط در یک صفحه یا کانال منتشر شده است. اگر خبری واقعاً مهم باشد، احتمال زیادی وجود دارد که رسانه‌های معتبر و مستقل نیز آن را پوشش دهند. اگر یک ادعای بزرگ فقط در یک کانال ناشناس یا یک صفحه بدون سابقه منتشر شده باشد، بهتر است نسبت به آن محتاط باشیم.

۷) خبر در محتوای خود از شما می‌خواهد فوراً آن را منتشر کنید. یک خبر معتبر معمولاً نیازی ندارد با ایجاد فشار روانی، مخاطب را به انتشار فوری تشویق کند. عبارت‌هایی مانند موارد زیر بیشتر برای تحریک مخاطب به بازنشر سریع استفاده می‌شوند.

- "حتماً برای همه بفرستید".
- "قبل از اینکه حذف شود منتشر کنید".
- "اگر برای خانواده‌ات اهمیت قائل هستی، همین حالا ارسال کن"(۱و۵ و۶).

- گاهی بهترین تصمیم برای برخورد با خبرها این است که بگوییم: "اطلاعات کافی ندارم؛ بنابراین فعلاً این خبر را بازنشر نمی‌کنم." همین تصمیم ساده می‌تواند از انتشار گسترده اطلاعات نادرست جلوگیری کند. به یاد داشته باشیم که هر خبری ارزش بازنشر ندارد؛ اما هر خبری ارزش بررسی دارد.
- همه خبرهای هیجان‌انگیز جعلی نیستند و همه خبرهای جعلی هم ظاهر عجیبی ندارند. اما اگر خبری، ویژگی‌های زیر را داشت بهتر است قبل از باور کردن، چند دقیقه برای بررسی آن وقت بگذارید.:

- تیتر اغراق‌آمیز دارد،
- منبع مشخصی ندارد،
- مدرکی ارائه نمی‌کند،
- احساسات شما را به‌شدت تحریک می‌کند،
- فقط در یک کانال ناشناس منتشر شده است،
- یا از شما می‌خواهد فوراً آن را منتشر کنید.





در پایان لازم به ذکر است که هیچ‌یک از این نشانه‌ها به‌تنهایی جعلی بودن یک خبر را ثابت نمی‌کند؛ اما مشاهده چند نشانه باید ما را به بررسی بیشتر وادارد. پیش از بازنشر، منبع اصلی، تاریخ، شواهد، تصاویر و پوشش خبر در منابع معتبر را بررسی کنید. در خبرهای مرتبط با سلامت، اطلاعات را با منابع رسمی و علمی معتبر تطبیق دهید. اگر از صحت یک خبر مطمئن نیستید، بازنشر نکردن آن انتخاب مسئولانه‌تری است.

منابع:

1. Ireton, C., & Posetti, J. (Eds.). (2018). Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training. UNESCO.
2. Journalism, Fake News & Disinformation.
3. Mencher, M. (2011). News Reporting and Writing.
4. The Psychology of Journalism.
5. https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1
6. https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve
7. https://guides.lib.uchicago.edu/c.php?g=1241077&p=9082322

گزاره‌برگ‌های حاضر توسط مؤسسهٔ ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران تهیه شده و کلیه حقوق معنوی آن محفوظ است.

مؤسسهٔ ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران، سازمانی است که برای دیده‌بانی وضعیت سلامت، تولید و ترویج به‌کارگیری شواهد علمی مورد نیاز برنامه‌ریزان و سیاستگذاران سلامت و جامعه در سطح ملی ایجاد شده است.

مؤسسهٔ ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران در تلاش است با عمل به رسالت خود به‌عنوان دیده‌بان سلامت کشور با استفاده از همه توان دانشی داخل کشور و به‌کارگیری ظرفیت‌های بین‌المللی، ضمن پیش‌بینی روندها و رصد شاخص‌های نظام سلامت؛ با استفاده از تجربیات سایرنظام‌های سلامت، مداخلات مؤثر برای اصلاحات در نظام سلامت را طراحی و توصیه کند و در صورت اجرای آنها به ارزیابی و پایش مداخلات بپردازد. از سویی به‌عنوان مرجع و مشاور تأمین شواهد علمی تصمیم‌گیران سلامت در کشور و دیده‌بانی منطقه شناخته شده و از این طریق مجریان و متولیان حوزه سلامت را در دستیابی به جامعهٔ سالم یاری می‌کند.

این مؤسسه در راستای انجام وظایف سازمانی و همچنین مسئولیت اجتماعی خود با رصد مداوم اخبار و اطلاعات نامعتبر حوزه سلامت در سطح جامعه و شناسایی نیازهای آموزشی مردم، با بهره‌گیری از ظرفیت علمی خود در زمینه مرور آخرین شواهد علمی، اقدام به تهیه گزاره‌برگ‌های پاسخ به سوالات سلامت عمومی نموده است. هدف از تهیه این گزاره‌برگ‌ها ارتقا سطح سواد سلامت مردم و در نتیجه آن بهبود سلامت جامعه می‌باشد.

مؤسسه ملی تحقیقات سلامت جمهوری اسلامی ایران

تهران، بلوار کشاورز، خیابان وصال شیرازی، خیابان بزرگمهر شرقی، پلاک ۷۰

محتوای الکترونیک گزاره برگ‌ها در وبسایت موسسه، به آدرس www.nihr.tums.ac.ir قابل دستیابی است.

در صورت هرگونه ابهام و یا سوالات مرتبط با سلامتی با آدرس ایمیل **گروه پاسخ به سوالات سلامت عمومی** موسسه nihr-info@sina.tums.ac.ir در تماس باشید.