

چرا اخبار جعلی را باور می کنیم؟

اخبار جعلی اغلب به گونه ای طراحی می شوند که واقعی جلوه کنند. عموماً این اخبار به صورت تصویری و به طور مداوم از طریق رسانه های مختلف پخش می شوند. از یک طرف کثرت و فراوانی پخش این نوع اخبار، میل به باور کردن آنها را بالا می برد و از طرف دیگر، ذهن ما تمایل به باور کردن دارد مخصوصاً که یک پیام را مکرر دیده باشد. به همین دلیل اغلب بدون هیچ تلاشی برای صحت و اعتبار خبر، آن را می پذیریم.

در حال حاضر، شبکه های اجتماعی دسترسی به اطلاعات را سرعت بخشیده اند، اما عنصری به عنوان «دروازه بانی خبر» در این شبکه ها کمرنگ شده است. در گذشته، اخبار در اتاق های خبر توسط خبرنگاران، دروازه بانی می شدند و درستی و نادرستی آنها شناخته می شد. اما اکنون در شبکه های اجتماعی، هر فردی خود تبدیل به تولید کننده محتوا و خبر شده است. بدین ترتیب نشر مطالبی که دروازه بانی نشده اند، افزایش پیدا می کند.

رسانه های اجتماعی می توانند به انتشار اطلاعات تأیید نشده کمک کنند، مثلاً «لایک» و اشتراک گذاری فراوان می تواند به ادعاهای مشکوک مشروعیت ببخشد و میل به پذیرش اخبار را افزایش دهد. نیک روچلین (۲۰۱۸) حتی از سیستم پرداخت پول بر اساس کلیک به مولفان، به عنوان مسیری بر گسترش اخبار جعلی یاد می کند. منزر (۲۰۱۶) برای بررسی این ایده، یک سایت راه اندازی کرد. تعدادی اخبار جعلی در مورد بازیگران تولید کرد و در آن گذاشت. بعد از یک ماه، چکی که از بابت تبلیغات در سایت دریافت کرد او را شگفت زده کرد! بله! اخبار جعلی او، کلیک ربا بودند و چه چیز بهتر از کلیک بیشتر و دریافت تبلیغات! اگر سایت های کلیک ربا، برای جذب تبلیغات رو به اخبار جعلی می آورند، سایت های فراحزبی با انتشار تئوری های توطئه و شایعات بر افکار عمومی سوار می شوند. فراتر از اینها، ربات هایی در شبکه های اجتماعی برنامه نویسی شده اند که به راحتی حساب های کاربری را جعل کرده و می توانند تاثیر واقعی در شبکه های اجتماعی داشته باشند. گروه تحقیقاتی منزر، رباتی با عنوان botornot نوشتند که می توانست کمپین های جعلی را کشف کند. نتیجه جالب بود! بسیاری از گفتگوهایی که در شبکه های اجتماعی در انتخابات ۲۰۱۶ شکل گرفته بود، توسط ربات ها ایجاد شده بود. و نتایج بعدی در کمپین های متقاعدسازی واکسن هم مشابه بود.