



«متا»، شرکت

مادر فیس بوک

سیاستمداران را

از قوانین بررسی

حقایق معاف

می‌کند. آنها

همچنین برخلاف

توییتر یا تیک تاک

تبلیغات سیاسی را

ممنوع نمی‌کنند



ناموفق بوده‌است. به عنوان مثال، کری لیک، نامزد فرمانداری آریزونا، از دنبال کنندگان خود در توییتر پرسید آیا مایل به نظارت بر نظرسنجی‌ها برای موارد تقلب در رأی‌دهندگان هستند که باعث شد حامیان حقوق مدنی نسبت به ایجاد ترس و وحشت احتمالی در مراکز رأی‌گیری هشدار دهند.

تیک‌تاک اجازه تبلیغات سیاسی را نمی‌دهد، که باعث می‌شود هدف‌گیری خرد از اطلاعات نادرست مربوط به انتخابات در این پلتفرم مشکل‌ساز نباشد. بسیاری از محققان بر فقدان شفافیت تیک‌تاک تاکید کرده‌اند، برخلاف پلتفرم‌هایی مانند توییتر و فیس‌بوک که بیشتر در معرض تلاش‌های محققان از جمله اشتراک‌گذاری داده‌ها بوده‌اند. رویکرد تعدیل محتوای اعلام شده تیک‌تاک این بوده که «محتوای مشکوک» از طریق توصیه‌ها تقویت نمی‌شود. با این حال، تعدیل محتوای ویدئویی و صوتی ممکن است سخت‌تر از محتوای متنی باشد.

خطری که در پلتفرم‌هایی مانند تیک‌تاک وجود دارد این است که به محض حذف یک ویدئوی گمراه‌کننده توسط این پلتفرم، نسخه دستکاری شده و بازنشر شده آن می‌تواند به راحتی در پلتفرم پخش شود. برای مثال، فیس‌بوک از روش‌هایی با کمک هوش مصنوعی برای شناسایی آنچه «تقریباً تکرار اطلاعات نادرست شناخته‌شده در مقیاس» می‌نامد، استفاده می‌کند. تیک‌تاک جزئیاتی درباره نحوه رسیدگی به اطلاعات غلط مرتبط با انتخابات منتشر نکرده‌است. در سطح بین‌المللی، تیک‌تاک به دلیل ناتوانی خود در از بین بردن اطلاعات نادرست مربوط به انتخابات با انتقادهای زیادی مواجه شده‌است. حساب‌های تیک‌تاک جعل شخصیت‌های سیاسی برجسته در آخرین انتخابات ملی آلمان بودند.

خط‌مشی یوتیوب حذف روایت‌های «تخلف‌آمیز» و پایان دادن به کانال‌هایی است که در یک دوره ۹۰ روزه سه اخطار دریافت می‌کنند. اگرچه این ممکن است در کنترل برخی از انواع اطلاعات نادرست مؤثر باشد، یوتیوب در برابر محتوای نسبتاً موزیانه مرتبط با انتخابات، از جمله اطلاعات نادرست در مورد قاچاق اوراق رأی، آسیب‌پذیر بوده‌است. یک فیلم اطلاعات نادرست با عنوان «۲۰۰۰ قاطر» هنوز در حال پخش است.

ناظران یوتیوب را به خاطر انجام ندادن کافی در سطح بین‌المللی برای رسیدگی به اطلاعات نادرست مربوط به انتخابات مقصر دانسته‌اند. به عنوان مثال، در برزیل، اشتراک‌گذاری ویدئوهای یوتیوب در اپلیکیشن پیام‌رسان تلگرام به روشی محبوب برای انتشار اطلاعات نادرست مربوط به انتخابات تبدیل شده‌است. این نشان می‌دهد یوتیوب ممکن است در برابر اطلاعات نادرست سازمان‌یافته مرتبط با انتخابات در ایالات متحده نیز آسیب‌پذیر باشد.

اسکات شکلفورد، پروفیسور حقوق و اخلاق تجارت، دانشگاه ایندیانا معتقد است بسیاری از تهدیدات دموکراسی آمریکا ناشی از اختلافات داخلی ناشی از نابرابری، بی‌عدالتی و نژادپرستی است. این شکاف‌ها گاهی به‌طور هدفمند

دروغ به دست آوردند. ادعایی مبنی بر این‌که تقلب گسترده در انتخابات در انتخابات ۲۰۲۰ صورت گرفته‌است. واشنگتن پست تحلیلی را در ۲۰ سپتامبر ۲۰۲۲ منتشر کرد که نشان داد اکثر ۷۷ حساب کاربری که این روزنامه به عنوان بزرگ‌ترین پخش‌کننده اطلاعات نادرست در مورد انتخابات ۲۰۲۰ معرفی کرده بود، همچنان در هر چهار پلتفرم رسانه اجتماعی فعال هستند. به طور کلی، هیچ یک از پلتفرم‌ها به طور مؤثر به این مسائل رسیدگی نکرده‌اند.

«متا»، شرکت مادر فیس‌بوک، سیاستمداران را از قوانین بررسی حقایق معاف می‌کند. آنها همچنین برخلاف توییتر یا تیک‌تاک تبلیغات سیاسی را ممنوع نمی‌کنند. متا هیچ سیاستی را به طور علنی در مورد این‌که چگونه قوانین خود به طور خاص در برابر اطلاعات نادرست محافظت می‌کند، منتشر نکرده‌است که باعث شده ناظران آمادگی خود را برای مقابله با اطلاعات نادرست در طول دوره میاندوره‌ای زیر سؤال ببرند.

نگرانی ویژه سیاستمدارانی است که از هدف‌گذاری خرد - هدف قرار دادن جمعیت‌های محدود - از طریق اطلاعات غلط انتخاباتی سود می‌برند، مانند یک نامزد کنگره که یک کمپین تبلیغاتی در فیس‌بوک با ادعای سرپوش گذاشتن بر آرای انتخاباتی در طول انتخابات ۲۰۲۰ انجام داد. اطلاعات نادرست انتخاباتی که جوامع اقلیت، به ویژه جوامع اسپانیایی و لاتین‌تبار را هدف قرار می‌دهد، در برنامه‌های پیام‌رسانی مانند واتس‌آپ، یکی دیگر از چالش‌های اجرایی اصلی برای متاست.

به عقیده یک استاد دانشگاه میشیگان، توییتر اجازه تبلیغات سیاسی را نمی‌دهد و برای کاهش اطلاعات نادرست مربوط به انتخابات بیشترین تلاش را کرده‌است. توییتر استفاده خود از فرایند آموزش مردم در مورد تاکتیک‌های اطلاعات نادرست را به عنوان یک روش مؤثر برای کاهش انتشار اطلاعات نادرست برجسته کرده‌است. با این حال، توییتر نیز در اجرای سیاست‌های خود

گسترده و عمیق‌تر شده‌است. ظهور فضای مجازی، روند انتشار اطلاعات نادرست را بیش از حد تحت فشار قرار داده‌است، که هم سرعت انتشار و پیروسی داستان‌ها در مرزها و پلتفرم‌های ملی را افزایش می‌دهد و هم باعث گسترش انواع رسانه‌های سنتی و اجتماعی شده‌است که مایل به اجرای داستان‌های جعلی هستند. برخی شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی در این لحظه توانایی بیشتری نسبت به دیگران نشان داده‌اند.

او معتقد است به رغم اقداماتی که برای محدود کردن گسترش تبلیغات در فیس‌بوک انجام می‌شود، به نظر می‌رسد یک اجماع دو حزبی وجود دارد که فیس‌بوک از چرخه انتخابات ۲۰۱۶ درس نگرفته‌است. در واقع، همچنان اجازه تبلیغات سیاسی را می‌دهد، از جمله یکی از نامزدهای جمهوریخواه کنگره، جو کنت که ادعا می‌کند «تقلب گسترده رأی‌دهندگان» در انتخابات ۲۰۲۰ رخ داده‌است. اگرچه گام‌هایی در جهت شفافیت برداشته‌است اما راه درازی برای جلب اعتماد مصرف‌کننده و حفظ مسئولیت اجتماعی خود در پیش دارد.

شاکلفورد می‌گوید توییتر قبل از دیگر شرکت‌های پیشرو رسانه‌های اجتماعی در ممنوعیت تبلیغات سیاسی در پلتفرم خود ظاهر شد، اگرچه به دلیل اجرای متناقض با انتقاداتی مواجه شد. به عنوان مثال، رصدخانه دانشگاه ایندیانا در رسانه‌های اجتماعی، ابزاری به نام Hoaxy دارد که امکان جست‌وجوی بلادرنگ برای طیف گسترده‌ای از اطلاعات نادرست را فراهم می‌کند. برای این درجه در نگرانی از تلاش‌های آینده توییتر برای مبارزه با اطلاعات نادرست، با توجه به خرید احتمالی آن توسط ایلان ماسک، که در مورد تمایل خود برای اجازه دادن به سخنرانی آزادانه صحبت کرده‌است، نگرانی‌های زیادی وجود دارد.

او می‌گوید این واقعیت که تیک‌تاک به تبلیغات سیاسی در سطح اجازه نمی‌دهد، توانایی آن در ریشه‌کنی اطلاعات نادرست را به خوبی نشان می‌دهد، اما آشکار است که توانایی آن برای انجام این کار در عمل بسیار محدود است. به طور خاص جعل‌های عمیق با قابلیت هوش مصنوعی یک مشکل رو به رشد در تیک‌تاک هستند، چیزی که سایر شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند با تأثیر بیشتری بر آن نظارت کنند. تلاش‌های آن برای برپایی یک مرکز انتخاباتی، ممنوعیت تقلب‌های بزرگ و انتشار اطلاعات نادرست پرچم مورد استقبال قرار می‌گیرد، اما واکنش خیلی دیر انجام می‌شود و رای‌گیری در برخی ایالت‌ها در حال انجام است که تازه به حذف آن اطلاعات نادرست دست می‌زنند.

به عقیده او گوگل گام‌های جدیدی را برای سرکوب اطلاعات نادرست در سراسر پلتفرم‌های خود، از جمله یوتیوب، مانند برجسته کردن روزنامه‌نگاری محلی و منطقه‌ای اعلام کرده‌است اما همان‌طور که در روایت «سرقت دزدی» از انتخابات برزیل مشاهده می‌کنیم، تا کنون روند اطلاعات نادرست همچنان ادامه دارد.



در حالی که از سال ۲۰۱۶ تاکنون توییتر به عنوان بزرگ‌ترین عامل انتشار اطلاعات نادرست شناخته نمی‌شود در واقع، سهم اطلاعات نادرست در توییتر از حدود سه میلیون در ماه در طول انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ به حدود پنج میلیون در ماه جولای ۲۰۱۸ افزایش یافت