

مایه‌کوبی در برابر اخبار جعلی: بازی اخبار بد

مبانی نظری

گسترش اخبار جعلی چالشی فوری برای جوامع ایجاد می‌کند. اخبار جعلی که به عنوان اطلاعات ساختگی عمدی برای گمراه کردن تعریف می‌شوند، بر اساس جذابیت‌های هیجانی و سوگیری‌های شناختی رشد می‌کنند (وئوکی، روی، و آرال، ۲۰۱۸). رسانه‌های اجتماعی دسترسی خود را تقویت می‌کنند و «اتاقهای پژواک» ایجاد می‌کنند که از این طریق باورهای نادرست را تقویت می‌کنند (پنی‌کوک و راند، ۲۰۱۸). روش‌های سنتی دبان‌کینگ^۲، اگرچه ارزشمند هستند، اما اغلب در مقابله با اثرات روانشناختی اخبار جعلی ناکام هستند.

نظریه مایه‌کوبی^۴ که در ابتدا توسط مک‌گوایر^۵ (۱۹۶۴) توسعه یافت، یک رویکرد فعالانه برای مبارزه با اخبار جعلی ارائه می‌دهد. همانند نحوه عملکرد واکسن‌ها که افراد را در معرض اشکال ضعیف ویروس قرار می‌دهند، مایه‌کوبی علیه اخبار جعلی نیز شامل قرار دادن افراد در معرض اطلاعات غلط رقیق شده برای ایجاد مصونیت ذهنی است. نظریه مایه‌کوبی ظهور کرد تا توضیح دهد که چگونه مردم می‌توانند در برابر متقاعد شدن مقاومت کنند. مک‌گوایر (۱۹۶۴) اظهار داشت که قرار دادن افراد در معرض استدلال‌های مغایر^۶، دفاع ذهنی ایجاد می‌کند. مکانیسم‌های کلیدی مایه‌کوبی در برابر اخبار جعلی شامل ارزیابی تهدید (تشخیص خطر همراه شدن) و برهان خلف پیشگیرانه^۷ (یادگیری استدلال‌های متقابل در برابر اطلاعات نادرست) است.

مطالعات تجربی

مایه‌کوبی در برابر اخبار جعلی شامل ارائه مثالهایی از اخبار جعلی «ضعیف» و ابطال آنها قبل از مواجهه با اطلاعات غلط واقعی است. به عنوان مثال بازی‌هایی مانند اخبار بد^۸، ایجاد اخبار جعلی را شبیه‌سازی می‌کنند تا به کاربران آموزش دهند تا راهبردهای دستکاری را تشخیص دهند (روزنیک و وندرلیندن، ۲۰۱۹). روزنیک و وندرلیندن (۲۰۱۹) بازی Bad News را مورد بررسی قرار دادند و دریافته‌اند شرکت‌کنندگانی که در معرض این بازی قرار می‌گیرند ۲۱ درصد بیشتر احتمال دارد اخبار جعلی را شناسایی کنند. روزنیک، وندرلیندن و نایگرن^۹ (۲۰۲۰) در پژوهشی دیگر نشان دادند که اثر "مایه‌کوبی در برابر اخبار جعلی" طولانی‌مدت است و در جمعیت‌های مختلف اثربخش است. این پژوهشگران استدلال کردند که این روش می‌تواند ابزاری مقیاس‌پذیر برای مبارزه با اطلاعات غلط باشد.

منابع

- McGuire, W. J. (1964). Inducing resistance to persuasion: Some contemporary approaches. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1, 191–229. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60052-0](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60052-0)
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). The Implied Truth Effect: Attaching warnings to a subset of fake news stories increases perceived accuracy of stories without warnings. *Management Science*, 66(11), 4944–4957. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2019.3478>
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., & Nygren, T. (2020). "Susceptibility to misinformation is greatly reduced by a psychological vaccine." *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(41), 25458–25465. DOI: 10.1073/pnas.2004975117
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

¹ Vosoughi, Roy & Aral

² Pennycook & Rand

³ debunking

⁴ Inoculation theory

⁵ McGuire

⁶ counterarguments

⁷ Refutability prevention

⁸ Bad News

⁹ Roozenbeek & van der Linden

¹⁰ Roozenbeek, van der Linden & Nygren