

- سه‌شنبه ۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۴**
- سال هفدهم - شماره ۳۱۱۶**

سپهرغرب، گروه تیک – سمیرا گمار؛ دبیرکل

باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران، با اشاره به اهمیت بالای سواد رسانه‌ای در عصر دیجیتال گفت: رسانه‌ها دیگر تنها ابزار خبری نیستند بلکه به‌عنوان عامل اصلی هدایت افکار عمومی، نقش تعیین‌کننده‌ای در انتخاب‌های اجتماعی و سیاسی دارند؛ بنابراین تنها از طریق تقویت سواد رسانه‌ای می‌توانیم در برابر اخبار جعلی، دوگانگی‌ها و دستکاری‌های اطلاعاتی مقاومت و مسیر آینده را آگاهانه‌تر در این فضا طی کنیم.

در دنیای امروز، رسانه‌ها تنها ابزار اطلاع‌رسانی نیستند؛ بلکه به بازیگران اصلی عرصه سیاست، فرهنگ و حتی سبک زندگی افراد تبدیل شده‌اند. در این میان، مخاطبی که از دانش و مهارت کافی برای درک و تحلیل محتوای رسانه‌ای برخوردار نباشد، به‌راحتی تحت تأثیر موج‌های خبری، شایعات و جریان‌سازی‌های هدفمند قرار می‌گیرد. اینجاست که اهمیت سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از حیاتی‌ترین مؤلفه‌های زیست اجتماعی و سیاسی در قرن ۲۱، بیش از پیش نمایان می‌شود.

سواد رسانه‌ای تنها به معنای فهم محتوا نیست؛ بلکه توانایی تحلیل انتقادی، تشخیص جهت‌گیری‌ها، شناسایی فنون اقناع و در نهایت انتخاب آگاهانه در میان انبوه اطلاعات است. نقش این سواد، به‌ویژه در انتخاب‌های سیاسی، ارتباطات، تصمیم‌گیری‌های جمعی و واکنش به رخدادهای اجتماعی، تعیین‌کننده است. جامعه‌ای که در آن سواد رسانه‌ای نهادینه نشده باشد، در بزنگاه‌های سیاسی و اجتماعی به خطر انفعال یا فریب جمعی مواجه خواهد شد.

برای آواکوی دقیق‌تر این موضوع، به سراغ یکی از متخصصان برجسته این حوزه رفته‌ایم. دکتر محصومه نصیری، روزنامه‌نگار، مدرس و پژوهشگر سواد رسانه و دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران، سال‌هاست در حوزه آموزش و توسعه سواد رسانه‌ای فعالیت دارد.

در گفت‌وگوی پیش‌رو، با وی درباره نسبت میان سواد رسانه‌ای و انتخاب‌های اجتماعی و سیاسی، چالش‌ها، فرصت‌ها و راهکارهای عملی برای ارتقای این نوع سواد در جامعه ایرانی به گفت‌وگو نشستیم.

■ نقش سواد رسانه‌ای در انتخاب‌های اجتماعی و سیاسی

دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران، در پاسخ به پرسش نخست درباره نقش سواد رسانه‌ای در شکل‌گیری انتخاب‌های اجتماعی و سیاسی گفت: برای بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای، پیش از هر چیز باید به نقش رسانه در شکل‌گیری این نوع انتخاب‌ها اشاره کنیم چراکه امروزه به یکی از ارکان اصلی به هدایت و جهت‌دهی تصمیم‌های اجتماعی و سیاسی جوامع تبدیل شده‌اند. آن‌ها می‌توانند این انتخاب‌ها را تقویت یا جایگزین کرده و حتی با ایجاد دست‌کاری‌های ادراکی و شناختی، افراد را به سمتی سوق دهند که تصمیم‌های‌شان دستخوش تغییر شود.

نصیری افزود: در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. این سواد به ما می‌آموزد که چگونه نقش دروازه‌بانی اطلاعات را ایفا کنیم، یعنی در برابر گزاره‌ها و محتواهایی که رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر انتخاب‌های ما طراحی می‌کنند، پایش و تحلیل داشته باشیم. رسانه‌ها ممکن است در تلاش باشند سبک زندگی یا حتی جهت‌گیری‌های سیاسی ما را تغییر دهند، اما با داشتن سواد رسانه‌ای می‌توانیم این روند را کنترل کنیم.

وی تأکید کرد: از این منظر، سواد رسانه‌ای نوعی مهارت یا دانش ضروری است که کمک می‌کند افراد در برابر برنامه‌ریزی‌های رسانه‌ای، واکنش آگاهانه و انتخاب‌های کم‌سویه‌تر و غیرمعمولی‌تری داشته باشند. آن‌چه را که مبتنی از میان محتوای رسانه‌ای، آن چه را که مبتنی بر واقعیت و نه القای هدفمند است، انتخاب کرده و مبنای عمل خود قرار دهیم.

■ آگاهی عمومی نسبت به اثرگذاری رسانه، سطحی و ناکافی است

این روزنامه‌نگار در ادامه گفت‌وگو، به میزان آگاهی عمومی نسبت به تأثیرگذاری رسانه‌ها اشاره کرد و توضیح داد: در بسیاری از کارگاه‌هایی که برگزار می‌شود، مشاهده می‌کنیم که شرکت‌کنندگان نسبت به اصل اثرگذاری رسانه‌ها بر شئون مختلف زندگی و تصمیم‌گیری‌هایشان آگاه هستند. یعنی به‌طور کلی می‌دانند که رسانه در حال تأثیرگذاری است و نقش آن را انکار نمی‌کنند؛ اما نکته اساسی این است که این آگاهی، بیشتر در سطح است و کمتر وارد لایه‌های تصمیم‌سازی و فنون به‌کاررفته در محتواها می‌شود.

نصیری سپس افزود: بسیاری از مردم از چگونگی تأثیرگذاری رسانه بی‌اطلاع‌اند. برای مثال، نمی‌دانند که در حوزه سرگرمی، فیلم و سریال، چه فنون و ترفندهایی به‌کار می‌رود تا احساسات یا نگرش‌هایشان شکل بگیرد. در حوزه خبر نیز اغلب از روش‌های سوگیری یا القای هدفمند اطلاع کافی ندارند؛ همین‌طور در حوزه‌هایی مانند موسیقی، تبلیغات یا حتی روایات‌های مستند.

وی در ادامه سخنان خود در این بخش تصریح کرد: همین ناآگاهی نسبت به شیوه‌های اثرگذاری، باعث می‌شود افراد در مواجهه با رسانه‌ها گاه تصمیم‌هایی بگیرند یا رفتارهایی داشته باشند که تحت تأثیر جریان‌های رسانه‌ای است. بی‌آنکه از منطق و سازوکار آن آگاه باشند. این خلأ، نیازمند توجه جدی و آموزش‌های تخصصی در حوزه سواد رسانه‌ای است.

ضعف در آموزش و نبود انسجام بحرانی به‌وضوح نشان می‌دهد. به‌عنوان مثال، در مسائلی مانند مذاکرات بین‌المللی، بحران‌های منطقه‌ای نظیر موضوع بندرعباس یا حتی مسائل مربوط به رژیم صهیونیستی، می‌بینیم که مخاطب ما متأسفانه سواد رسانه‌ای لازم را نداشته. چرا؟ به‌خاطر مشکلات در آموزش و نبود همگرایی در نهادهای فرهنگی و آموزشی که مسئولیت توسعه سواد رسانه‌ای را بر عهده دارند.

■ فقدان سواد رسانه‌ای، زمینه‌ساز پذیرش دوقطبی‌های هدفمند در جامعه است

این مدرس سواد رسانه‌ای در پاسخ به پرسشی درباره ارتباط میان ضعف سواد رسانه‌ای و شکل‌گیری یا پذیرش دوقطبی‌های اجتماعی و سیاسی، اظهار کرد: واقعیت این است که ضعف سواد رسانه‌ای تأثیر بسیاری در پذیرش دوقطبی‌هایی دارد که در جامعه شکل می‌گیرند. معمولاً ایجادکنندگان دوقطبی‌ها مشخص هستند و هدف‌گذاری روشنی دارند؛ اما آن‌چه اهمیت بیشتری دارد، واکنش مخاطب به این فضاهاست. اینجاست که نبود سواد رسانه‌ای به‌وضوح خود را نشان می‌دهد.

نصیری توضیح داد: افرادی که از سواد رسانه‌ای برخوردار نیستند، به‌راحتی تحت تأثیر این دوقطبی‌ها قرار می‌گیرند و حتی بر مبنای آن‌ها تصمیم‌گیری و کنش اجتماعی یا سیاسی انجام می‌دهند، اما سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش سپر ایفا کرده، مخاطب را به تفکر انتقادی مجهز و مهارت‌های شناختی و تحلیلی او را تقویت کند و توانایی تشخیص سوگیری رسانه‌ای را در وی افزایش دهد.

وی ادامه داد: فردی که به این نوع از آگاهی مجهز باشد، متوجه است که دوقطبی‌ها چگونه

ساخته و با چه هدفی طراحی می‌شوند و چه واژه‌هایی برای تحریک احساسات مخاطب به‌کار می‌برند. رسانه اغلب با برانگیختگی هیجانی، تلاش می‌کند مخاطب را به واکنش وادارند اما سواد رسانه‌ای این امکان را فراهم می‌کند که مخاطب بتواند در برابر چنین ترفندهایی مقاومت کند و قربانی بازی‌های رسانه‌ای نشود.

■ سکوها ابزار مهندسی و هدایت افکار عمومی هستند

وی در ادامه با اشاره به نقش بنیادین رسانه‌ها و سکوها (پلتفرم‌ها) در دنیای امروز، اعلام کرد: ما با رسانه‌ها و سکوهایی مواجه هستیم که کار ویژه و اصلی‌شان هدایت افکار عمومی است. امروز، رسانه‌ها در قالب‌ها و بسترهای متنوع، به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که بتوانند افکار عمومی را در مسیر مشخصی سوق دهند.

وی افزود: سکوها به‌صورت نقطه‌زن، دقیق و بر اساس سازوکارهای شناختی عمل می‌کنند. یعنی آن‌ها نه‌تنها محتوا تولید می‌کنند، بلکه به شکل کاملاً مهندسی‌شده، نحوه درک، تفسیر و قضاوت مخاطب را نیز هدف قرار می‌دهند. نقش آن‌ها تا جایی پررنگ است که می‌توانند افکار عمومی را به سمتی بیرنگ آن چه را می‌بینند، انکار کرده و آن چه را نمی‌بینند، باور کنند.

دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران، تأکید کرد: اهمیت این موضوع در آن است که سکوها با طراحی شکل و محتوای هدفمند، عملاً به ابزارهای جهت‌دهی و مهندسی ذهن جمعی تبدیل شده‌اند؛ بنابراین شناخت کارکرد آن‌ها، بخشی جدانشدنی از سواد رسانه‌ای به‌ویژه در عصر دیجیتال است.

■ سواد رسانه‌ای سپری در برابر اخبار جعلی و اطلاعات نادرست است

نصیری سپس با اشاره به نقش سواد رسانه‌ای در مقابله با اخبار جعلی تأکید کرد: این خبرها با هدف کاشت داده‌های نادرست و اطلاعات ساختگی در ذهن مخاطب تولید می‌شوند، این نوع محتواها به‌جای آنکه بر لایه منطقی ذهن اثر بگذارند، احساسات و هیجانات را هدف قرار می‌دهند. از این رو، یکی از مهم‌ترین چالش‌های امروز جامعه ما، توانایی تشخیص و مقابله با این جریان‌هاست و اینکه به فرد بتواند از زمین بازی تولیدکننده خبر جعلی خارج شود، مستلزم داشتن نگاه تحلیلی و انتقادی است.

وی خاطرنشان کرد: یکی از مهم‌ترین ضعف‌های مخاطب در عصر رسانه، زودباوری است اما کسی که به سواد رسانه‌ای مجهز باشد، اصل را بر شک می‌گذارد تا زمانی که راستی‌آزمایی انجام دهد. این راستی‌آزمایی شامل بررسی مرجعیت رسانه، هدف محتوا و تعهد آن به بهداشت روانی مخاطب است. تنها در این صورت است که می‌توان یک محتوای رسانه‌ای را پذیرفت و بر اساس آن عمل کرد.

■ آغاز آموزش سواد رسانه‌ای باید از سنین پیش‌دبستانی باشد

این مدرس سواد رسانه در ادامه گفت‌وگو، به

تیک

دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران مطرح کرد:

سواد رسانه‌ای؛ سپری در برابر بحران‌های اطلاعاتی و تغییرات اجتماعی

مخاطب باید رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم کند تا دچار آشفته‌گی ذهنی نشود

لزوم آموزش سواد رسانه‌ای از سنین پایین اشاره کرد و گفت: این مسئله یکی از بنیادی‌ترین مسائل در حوزه توسعه سواد رسانه‌ای به‌شمار می‌رود و بی‌تردید یکی از دلایل عقب‌ماندگی ما در این حوزه، بی‌توجهی به همین نکته است. در بسیاری از کشورهای دنیا، آموزش مهارت‌های فلسفی و تفکر انتقادی از سنین پیش‌دبستانی آغاز می‌شود و حتی در سال‌های اخیر، این آموزش‌ها به سنین پایین‌تری نیز گسترش یافته‌اند.

نصیری ادامه داد: در جوامع پیش‌رو، تلاش می‌شود که از همان کودکی، برخی از رفتارها و عادت‌هایی که می‌تواند افراد را در مواجهه با رسانه‌ها به مخاطبانی ساده‌لوح یا منفعل تبدیل کند، اصلاح و هدایت شود. این آموزش‌ها بر مبنای تقویت مهارت‌های تفکری و تحلیل محتوا شکل می‌گیرد و به کودکان می‌آموزد که در برابر هر پیام رسانه‌ای، واکنش فوری و احساسی نشان ندهند، بلکه با پرسشگری، جست‌وجو و تحلیل مواجه شوند.

وی افزود: وقتی آموزش از سنین پایین و با تکیه بر مهارت‌های فلسفی آغاز می‌شود، کودک می‌آموزد که به‌راحتی هر چیزی را نپذیرد، به‌دنبال منبع محتوا برود، حتی تأمین‌کننده مالی پیام را شناسایی کند. این فرایند به کمک ابزارهایی مانند کتاب‌خوانی و گفت‌وگوی تعاملی در سنین نوجوانی نیز تقویت و باعث می‌شود نوجوان ما بدون آگاهی و بدون سلاح در میدان رسانه‌ای رها نشود.

دبیرکل باشگاه مدیریت رسانه و توسعه سواد رسانه‌ای یونسکو – ایران یادآوری کرد: بر همین اساس، ضروری است که ما نیز در کشور خود، آموزش سواد رسانه‌ای را از پایه و بر اساس ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه‌مان طراحی و از سنین کودکی آغاز کنیم.

■ چالش تعدد نهادهای آموزشی و فرهنگی در حوزه سواد رسانه‌ای

نصیری سپس به مشکلات موجود در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای اشاره و اعلام کرد: یکی از چالش‌های اصلی در حوزه سواد رسانه‌ای، تعدد نهادهای آموزشی و فرهنگی است که هرکدام به‌نوعی تلاش کرده‌اند گامی در این مسیر بردارند اما آنچه که مهم است، عدم همگرایی میان این نهاده‌ها و جزیر‌های عمل کردن آن‌ها است. به عبارت دیگر، هر نهاد به‌طور جداگانه به این مسئله پرداخته و رویکردهای مختلفی اتخاذ کرده‌اند. برخی به رسانه‌شناسی پرداخته‌اند و برخی دیگر از زاویه رسانه‌هراسی وارد شده‌اند.

وی اضافه کرد: این پراکندگی و نبود هماهنگی باعث شده که نتوانیم یک رویکرد جامع و واحد در حوزه سواد رسانه‌ای داشته باشیم. هیچ وحدت آموزشی در این زمینه وجود ندارد، این موضوع باعث شده که بسیاری از برنامه‌ها و تلاش‌ها به‌طور کامل موفق نباشند، هرچند که تعدد نهادها و برنامه‌ها وجود دارد.

این متخصص رسانه ادامه داد: این ضعف در آموزش و نبود انسجام در رویکردها، خود را در مواقع بحرانی به‌وضوح نشان می‌دهد. به‌عنوان

مثال، در مسائلی مانند مذاکرات بین‌المللی، بحران‌های منطقه‌ای نظیر موضوع بندرعباس یا حتی مسائل مربوط به رژیم صهیونیستی، می‌بینیم که مخاطب ما متأسفانه سواد رسانه‌ای لازم را نداشته. چرا؟ به‌خاطر همان نکاتی که ذکر کردم؛ مشکلات در آموزش و نبود همگرایی در نهادهای فرهنگی و آموزشی که مسئولیت توسعه سواد رسانه‌ای را بر عهده دارند.

■ ضرر شلوغی ذهنی ناشی از مصرف مداوم اخبار و اطلاعات

نصیری سپس به بیان نکته مهمی درباره تأثیرات منفی مواجهه مداوم با اخبار و اطلاعات پرداخت و گفت: نکته‌ای که باید به آن توجه کرد این است که وقتی ما در معرض حجم زیادی از اخبار قرار می‌گیریم، حتی اگر این اخبار مثبت باشند، شلوغی ذهنی زیادی ایجاد می‌شود.

در واقع، مصرف فراوان اخبار، به‌ویژه از منابع مختلف، به‌نوعی مانند مصرف شکر برای بدن است. یعنی برای ذهن ما ضرر داشته و باعث می‌شود که نتوانیم به‌طور مؤثر اطلاعات را پردازش کنیم.

وقتی ما در معرض حجم زیادی از اخبار قرار می‌گیریم، حتی اگر این اخبار مثبت باشند، شلوغی ذهنی زیادی ایجاد می‌شود. در واقع، مصرف فراوان اخبار، به‌ویژه از منابع مختلف، به‌نوعی مانند مصرف شکر برای بدن است. یعنی ذهن ما را دچار ضرر می‌کند و باعث می‌شود اطلاعات را پردازش کنیم.

وی ادامه داد: این شلوغی ذهنی می‌تواند موجب سردرگمی و گیجی فرد در مواجهه با اخبار و اطلاعات متنوع و هدفمند شود. رسانه‌ها، خواه مثبت و خواه منفی، همگی به‌نوعی تحت تأثیر ایدئولوژی و اقتصاد خود عمل می‌کنند، بنابراین، همه این اخبار دارای هدف خاصی هستند که معمولاً به سمت هدایت یا تحت تأثیر قرار دادن مخاطب پیش می‌روند.

این پژوهشگر سواد رسانه بیان کرد: اینکه هر فرد هر خبری را از هر صفحه و هر کانالی می‌خواند و به‌راحتی آن را می‌پذیرد، منطقی نیست. در نهایت، این انبوه اخبار و اطلاعات می‌تواند فرد را در یک پیچ و خم رسانه‌ای گم کند و از درک صحیح اطلاعات بازدارد. حتی ممکن است لذت استفاده از رسانه‌ها در ابعاد مثبت آن نیز برای او کاهش یابد.

نصیری همچنین تأکید کرد: به‌جای مصرف بی‌رویه اخبار، مخاطب باید رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم کرده و به‌ویژه در حوزه خبری، تنها به منابع معتبر و مورد اعتماد مراجعه کند تا دچار آشفته‌گی ذهنی نشود و از مصرف بی‌رویه اخبار جلوگیری کند.

■ آینده سواد رسانه‌ای؛ نیازمند عزم ملی و آموزش همگانی

وی، به تبیین چشم‌انداز سواد رسانه‌ای نیز اشاره کرد و گفت: آینده سواد رسانه‌ای، اگر با پیش‌فرض عزم ملی و رویکردی جدی شکل بگیرد، می‌تواند بسیار مثبت باشد. من بر این باورم که برای تحقق این امر، نیاز داریم تا مانند نهضت سوادآموزی که در گذشته در کشور رخ داد، آموزش سواد رسانه‌ای به‌طور گسترده و فراگیر در سطح کشور اجرایی شود. به عبارت دیگر، نباید شرایطی پیش آید که افرادی حتی واژه «سواد رسانه‌ای» را نشنیده باشند.



این مدرس سواد رسانه عنوان کرد: امروزه حتی در روستاها، افراد به ماهواره، اینترنت و انواع شبکه‌های اجتماعی دسترسی دارند و به‌عرض انبوهی از اطلاعات رسانه‌ای قرار می‌گیرند. به همین دلیل، سواد رسانه‌ای باید خانه به خانه، شهر به شهر، روستا به روستا و فرد به فرد توسعه یابد چراکه نیاز اساسی به آموزش و آگاهی در سطحی گسترده دارد.

نصیری در پایان سخنان خود تأکید کرد: آسیب‌های ناشی از رسانه، به‌ویژه آسیب‌هایی که از فرآیندهای مستمر و درازمدت ناشی می‌شوند، نیاز به رویکردی پیشگیرانه و تدابیر مؤثر دارند. اگر ما در این زمینه اقدام نکنیم، پس از وقوع تغییرات فرهنگی و اجتماعی ناشی از رسانه‌ها، دیگر امکان بازگشت به عقب وجود نخواهد داشت و تحولات به شکلی غیرقابل برگشت اتفاق می‌افتند.

■ سواد رسانه‌ای؛ ضرورت آموزش، چالش‌ها و افق‌های آینده در دنیای دیجیتال

در خاتمه باید گفت؛ با توجه به روند تحولات رسانه‌ای در دهه‌های اخیر و تأثیر گسترده‌ای که رسانه‌ها بر جامعه و فرهنگ عمومی دارند، یکی از مهم‌ترین مسائلی که در تحلیل سواد رسانه‌ای باید به آن توجه کرد، توجه کافی نداشتن به آموزش این مهارت در سیستم آموزشی کشور است. در بسیاری از کشورهای پیشرفته، سواد رسانه‌ای از سنین پایین در مدارس و مراکز آموزش به‌طور جدی تدریس و این آموزش‌ها به‌عنوان یک مهارت ضروری برای زندگی در دنیای دیجیتال تلقی می‌شود اما در کشور ما، هنوز این آموزش‌ها به‌طور گسترده در برنامه‌های درسی مدارس گنجانده نشده و بیشتر تلاش‌ها برانکده و بدون هم‌افزایی بین نهادهای مختلف بوده است.

یکی از نکات مهمی که کمتر در این حوزه به آن توجه شده، تأثیرات منفی مصرف بی‌رویه و بدون آگاهی رسانه‌ها بر سلامت روانی و اجتماعی افراد است. در جهانی که اخبار و اطلاعات به‌طور مداوم از طریق رسانه‌های دیجیتال به ما منتقل می‌شود، افراد بیشتر از آنکه به‌دنبال تحلیل و بررسی محتوا باشند، در معرض انواع تحریف‌ها، شبه‌حقیقت‌ها و حتی اخبار جعلی قرار می‌گیرند. این امر نه‌تنها می‌تواند موجب سردرگمی ذهنی و افکار قه‌ری فراموش می‌کند و به‌جای آنکه زمان اعتماد افراد به رسانه‌ها و منابع معتبر را نیز کاهش می‌دهد.

در این راستا، رسانه‌ها باید خود را نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی‌شان متعهدتر بدانند و از انتشار اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده اجتناب کنند. متأسفانه در برخی مواقع، رسانه‌ها به‌ویژه در مواقع بحران، نقش خود را در هدایت آگاهانه افکار عمومی فراموش می‌کنند و به‌جای آنکه آگاهی‌بخشی کنند، خود تبدیل به ابزارهایی برای تقویت دوگانگی‌ها و حتی بحران‌های اجتماعی می‌شوند.

یکی دیگر از ابعاد کمتر توجه‌شده در سواد رسانه‌ای، نقش فراینده‌ای است که سکوه‌ای اجتماعی در شکل‌دهی افکار عمومی دارند، در حالی که رسانه‌های سنتی همچنان تأثیر زیادی دارند، سکوهایی مانند شبکه‌های اجتماعی، این امکان را به کاربران می‌دهند تا بدون پالایش شدن اخبار و اطلاعات، نظر و دیدگاه‌های خود را به‌طور وسیعی منتشر کنند. این امر در ظاهر باعث مردمی‌تر شدن فضای رسانه‌ای می‌شود، اما در حقیقت گسترش اخبار جعلی، شایعات و حتی نفرت‌پراکنی در سطح جهانی را در پی خواهد داشت.

در نهایت، برای پیشرفت در این حوزه، ما نیازمند رویکردی جامع و هماهنگ در سطح ملی هستیم. سواد رسانه‌ای باید به‌طور مستمر و در قالب برنامه‌های آموزشی فراگیر در سطح کشور گنجانده شود. در حالی که اکنون برخی از افراد به‌طور محدود و در قالب کارگاه‌ها یا دوره‌های آموزشی با این مهارت‌ها آشنا می‌شوند، باید تلاش کنیم تا این آموزش‌ها به یک جزء ضروری از آموزش‌های عمومی تبدیل شود تا نسل‌های آینده بتوانند به‌طور مؤثر و آگاهانه در دنیای پیچیده رسانه‌ها زندگی و از آسیب‌های آن جلوگیری کنند.

راهکار تازه برای تولید داده‌های مصنوعی و آموزش یک مدل یادگیری ماشین

هوشمند مانند کشاورزی، لجستیک و حمل‌ونقل نیز کاربرد داشته باشد؛ به‌ویژه در مواردی که داده‌های واقعی به‌دلیل محدودیت‌های حریم خصوصی، امنیتی یا هزینه‌بر بودن، در دسترس نیستند.

وی با بیان اینکه یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این پژوهش، کاهش وابستگی به داده‌های واقعی برچسب‌خورده است، اظهار کرد: «این مزیت نه‌تنها از نظر صرفه‌جویی در منابع و زمان اهمیت دارد، بلکه از نظر یافتن راه حل عملی برای حفظ حریم خصوصی کاربران و شناسایی پروتکل‌های نادر یا جدید مهم است.»

یافته‌های این پژوهش به‌تازگی از سوی الزویر در نشریه Digital Investigation منتشر شده است.

مصنوعی تولید شده. سپس، یک مدل یادگیری ماشین تنها با همین داده‌های مصنوعی آموزش داده شده و عملکرد آن با داده‌های واقعی مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد که مدل آموزش‌دیده، حتی زمانی که داده‌ها دارای نویز هستند، دقت بالایی در شناسایی پروتکل‌ها دارد.

وی گفت: از ویژگی‌های برجسته‌ی این پژوهش، قابلیت تعمیم روش پیشنهادی به سایر حوزه‌های مبتنی بر یادگیری ماشین است.

اگرچه مطالعه‌ی حاضر به‌طور خاص بر شناسایی پروتکل‌های جغرافیایی تمرکز دارد، اما رویکرد ارائه‌شده در تولید داده‌های مصنوعی می‌تواند در حوزه‌هایی مانند تشخیص نفوذ، تحلیل رفتار کاربران، تصویربرداری پزشکی، یا حتی در صنایع

اساسی در کاربردهای عملی یادگیری ماشین، مسئله‌ی تعمیم‌پذیری است، یعنی اینکه یک مدل آموزش‌دیده چقدر می‌تواند در شرایط و داده‌های متفاوت، از داده‌های آموزشی، عملکرد مطلوبی ارائه دهد. این مشکل به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند امنیت شبکه که داده‌های برچسب‌خورده کمیاب و اغلب محرمانه هستند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. تحقیق اخیر برای پاسخ به همین چالش طراحی شده است.

دکتر مهدی تیموری، افزود: در این پژوهش، با تمرکز بر پروتکل‌های جغرافیایی مانند NMEA و KLV، روشی مبتنی بر مهندسی ویژگی‌ها و مدل‌سازی آماری-تحلیلی توزیع ویژگی‌ها معرفی و با استفاده از آن، مجموعه‌داده‌ای

سپهرغرب، گروه تیک؛ پژوهشگران دانشگاه‌های تهران و قم روشی برای تولید داده‌های مصنوعی ارائه کرده‌اند که می‌تواند تحولی در یادگیری ماشین، امنیت سایبری و جرم‌شناسی دیجیتال ایجاد کند.

در پژوهشی که به سرپرستی دکتر مهدی تیموری، دانشیار دانشکده سامانه‌های هوشمند دانشکدان علوم و فناوری‌های میان‌رشته‌ای دانشگاه تهران و پژوهشگرانی از دانشگاه قم انجام شده، راهکار تازه‌ای برای تولید داده‌های مصنوعی و آموزش یک مدل یادگیری ماشین با استفاده از این داده‌ها پیشنهاد شده است.

سرپرست این تیم تحقیقاتی درباره اهمیت این پژوهش گفت: یکی از چالش‌های