



علیه اخبار جعلی

درس ۱۸



چندی پیش در خبرها آمده بود که آبرعلی حاجوی معروف به ریزعلی خواجوی درگذشته است؛ فردی که داستان تلاشش برای جلوگیری از برخورد قطار با تخته‌سنگ‌های فروافتاده از کوه با عنوان «دهقان فداکار» سال‌ها در کتاب فارسی سوم ابتدایی نقل می‌شد. شهرت وی موجب شد که خبر درگذشتش در رسانه‌ها بازتابی وسیع بیابد. در همان روزها عکسی در رسانه‌های اجتماعی هم‌رسانی (به اشتراک گذاشتن) می‌شد مبنی بر اینکه نشریه‌ای امریکایی تصویر روی جلد خود را به حضور نمادین سوپرمن بر مزار دهقان فداکار اختصاص داده است.



● اگر شما به هنگام وب‌گردی با این خبر و تیتَر «ناراحتی سوپرمن از مرگ ریزعلی خواجوی» مواجه می‌شدید، بر روی آن کلیک می‌کردید؟ چرا؟



● چگونه از اینکه تیتَر مذکور، تله کلیک محسوب می‌شود یا خیر؛ می‌توان مطمئن شد؟

- آیا این خبر را با دوستان خود در فضای سایبری هم‌رسان می‌کردید؟ چرا؟
 - اگر مصمم به هم‌رسانی این خبر بودید، آیا پیش‌تر نسبت به درستی‌سنجی آن اقدام می‌کردید؟
 - آیا شناخت منبع خبر و اطمینان از آن برایتان مهم بود؟
 - واقعی یا جعلی بودن خبر برایتان اهمیت داشت و دارد؟ چرا؟
- آنانی که به درستی‌سنجی خبر مزبور مبادرت ورزیدند دریافتند که این خبر، جعلی و عکس واقعی



مربوط به روی جلد ششمین کتاب از مجموعه کتاب‌های سوپرمن است. بدیهی است که خبر جعلی مذکور یکی از بی‌شمار اخبار جعلی است که در رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های شبکه اجتماعی نشر و بازنشر می‌شوند.

امروزه به سبب تولید و انتشار اخبار جعلی، جوامع با سردرگمی، یأس، بی‌اعتمادی تدریجی یا حتی خطر بی‌تفاوتی مواجه‌اند. اخبار، مبنای آگاهی و شناخت از محیط اطراف محسوب می‌شود؛ بنابراین حق مخاطبان/کاربران است که از اخبار جهان و محیطی که در آن زندگی می‌کنند به درستی آگاه شوند و نیازهای خبری خود را همچون دیگر نیازهای طبیعی از منابع خبری مطمئن و بی‌طرف مطالبه و تأمین کنند.

هر که را افزون خبر، جانش فزون	جان نباشد جز خبر در آزمون
از چه رو؟ چون بیشتر دارد خبر ^۱	جان ما از جان حیوان بیشتر



به عکس ورودی این درس مجدد نگاه کنید:

این عکس واقعی است یا جعلی؟ چرا؟

به نظر شما جعل عمیق (دیپ فیک) چه تأییراتی در عرصه فردی و اجتماعی بر جا می گذارد؟



جعل عمیق یک فناوری مبتنی بر هوش مصنوعی است که برای ساخت تصاویر، اصوات و نوشته های جعلی واقع نمایانه از آن استفاده می شود.

برای شناسایی عکس های ساخته شده با فناوری جعل عمیق می توان موارد زیر را مدنظر قرار داد:

- توجه به دست سوژه (اغلب در تصاویر ساخته شده با هوش مصنوعی، دست ها در ظاهر، تعداد انگشت و... دارای اشکال اند)
- دقت در طراحی گوش ها و دندان ها
- بررسی ضربه های قلم مو به هنگام مواجهه با نقاشی
- پس زمینه تار در عکس
- داشتن ظاهر براق و پلاستیکی شکل سوژه
- بررسی نحوه قرار گرفتن عناصری مانند یقه، گردنبند و... در عکس
- ...



نمونه هایی از محتواهای ساخته شده توسط جعل عمیق را در گروه بررسی و به کلاس ارائه کنید.

از چه فنون دیگری می توان عکس های ساخته شده با فناوری جعل عمیق را شناسایی کرد؟



برای شناسایی فیلم‌ها و اصوات جعل عمیق نیز که البته بسیار دشوارتر از شناسایی عکس‌های جعلی است، می‌توان از فناوری‌هایی مانند Deepware و همچنین نرم‌افزارهای ویرایش ویدئویی برای مشاهده فریم به فریم فیلم‌ها جهت بررسی و تشخیص دقیق چگونگی باز و بسته شدن چشم‌ها، حرکات اطراف دهان و لب، فراز و فرود و لحن صدا، نور و سایه و حرکات طبیعی و غیرطبیعی اندام‌ها استفاده کرد.

بیشتر بدانید



اگر تبهکاران دیجیتالی با سوءاستفاده از فناوری جعل عمیق از طریق ساخت تصویری نامناسب قصد آزار رساندن به شما را داشتند؛ هم‌زمان با انجام اقدامات قانونی، می‌توانید با مراجعه به تارنمای www.stopncii.org و بارگذاری تصویر اصلی و جعلی نسبت به حذف تصویر نامناسب از تمامی سکوها (پلتفرم) های برخط اقدام کنید.





با همراهی دبیر محترمتان ضمن بیان نمونه‌هایی از اخبار جعلی منتشرشده در رسانه‌ها و پیامدهای آنها امکان‌هایی را، به غیر از آنچه در جدول زیر آمده جهت شناسایی اخبار جعلی یافته؛ پس از تکمیل جدول به کلاس گزارش دهید:



آیا به جزئیات تصویر توجه کرده‌اید؟ (مواردی چون زاویه تابش نور، ابعاد بدن، لباس، عبادتگاه، شماره پلاک خودرو، سابقه، آبوهوای زمان مورد ادعا ^۱ و...)	آیا منبع خبر را می‌شناسید؟ (مراجعه به تارنماهای whois ^۲ ، ساماندهی ^۳ و شامد ^۴ جهت یافتن مشخصات صاحب منبع)
آیا جست‌وجوی معکوس تصویر به کمک گوگل ایمیج ^۵ ، ایزیترو ^۶ یا تین‌آی ^۷ ثابت می‌کند که آن تصویر مربوط به همان رویداد است؟	آیا درستی خبر را با استفاده از سامانه‌های راستی‌آزما مانند فکت‌یار ^۸ و... سنجیده‌اید؟
آیا بررسی عکس توسط گوگل‌مپ ^۹ ، گوگل‌ارث ^{۱۰} و گوگل‌استریت‌ویو ^{۱۱} ثابت می‌کند که عکس مذکور مربوط به مکان جغرافیایی ذکر شده در خبر است؟	آیا بین تیترو آنچه در متن خبر آمده انطباق وجود دارد؟
آیا از ابزار شناسایی محتواهای تصویری تولید شده به‌وسیله هوش مصنوعی مانند Sensity ^{۱۲} ، Deepware ^{۱۳} و Hive ^{۱۴} برای صحت‌سنجی تصاویر بهره‌برداری شده است؟	آیا تیترو، عواطف و احساسات شما را تحریک می‌کند؟
	آیا خبر، موضع‌گیری متعصبانه‌ای را درباره رنگ پوست، دین، مذهب، ملیت، قومیت و... آشکار می‌کند؟ (مانند کاکاسیاه، مسلمانان افراطی و...)
	آیا متن خبر تبلیغاتی است؟ تبلیغ چه کسی / کسانی؟ افراد حقیقی یا حقوقی و...؟
	آیا در خبر از دیدگاه خاص سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و... حمایت می‌شود؟
	آیا برای هر چه باورپذیرتر شدن خبر از تصویر استفاده شده است؟

اگر از صحت اطلاعات و اخبار مطمئن نیستید، حتماً از همرسانی آن خودداری کنید.

1. www.whois.com
2. <http://samandehi.ir>
3. <http://shamad.saramad.ir/SitePages/index.aspx>
4. www.wunderground.com/history
5. <https://factyar.com>
6. <https://images.google.com>
7. www.izitru.com
8. <https://tineye.com>
9. www.google.com/maps
10. www.google.com/intl/fa/earth
11. www.google.com/streetview
12. <https://sensity.ai>
13. <https://deepware.ai>
14. <https://hivemoderation.com>



۱ فرض کنید مسئولیت یک سازمان مردم‌نهاد رسانه‌ای مانند انجمن صنفی روزنامه‌نگاران استان محل زندگیتان بر عهده شماست. از این جایگاه برای مبارزه با تولید و اشاعه اخبار جعلی چه اقداماتی انجام می‌دهید؟

.....

.....

.....

۲ اگر قرار باشد یک شرکت نوآفرین (استارت‌آپ) جهت مبارزه با اخبار جعلی راه‌اندازی کنید؛ چه ایده‌هایی را برای این کار دنبال می‌کنید؟

.....

.....

.....

۳ امروزه یکی از مشکلات اساسی در رسانه‌های اجتماعی و سایت‌های شبکه اجتماعی را می‌توان بازنشر بیش از حد اطلاعات و اخبار دانست که عناوین کلی برخی از آن موضوعات در جدول صفحه بعد آمده است. پس از مرور عناوین و گفت و شنود با اعضای محترم خانواده، جدول را تکمیل و جمع هر ستون را مشخص کنید:

■ کدام دسته از موضوعات خبری بیشتر هم‌رسانی می‌شوند؟

.....

.....

.....

■ شما کدام موضوعات خبری را بیشتر هم‌رسانی می‌کنید؟

.....

.....

.....

■ آیا واقعی یا جعلی بودن این موضوعات خبری، در بازنشر آنها توسط شما تأثیر دارد؟ چرا؟

.....

.....

.....

ردیف	نام و نام خانوادگی	هشتگ (#)	آموزشی	مذهبی	افراد مشهور	ورزشی	سیاسی	اقتصادی	سلامت	زیست محیطی	سایر
۱											
۲											
۳											
۴											
۵											
جمع											