**خنثی سازی اخبار جعلی و اطلاعات نادرست در بحران های سلامت حیوانات**



ترجمه:

دکتر کامبیز امجدی گلپایگانی

دکتر فاطمه حسین پور

مهرماه 1403

"این ترجمه توسط سازمان جهانی بهداشت حیوانات (WOAH) انجام نشده است و WOAH مسئولیتی در قبال محتوا یا صحت این ترجمه ندارد . نسخه اصلی انگلیسی نسخه معتبر می باشد."

**1. مقدمه**

سرویس­های دامپزشکی از سلامت و رفاه حیوانات و کسانی که از آنها مراقبت می­کنند، محافظت می­کند و همچنین ایمنی محصولات دامی و افرادی که آنها را مصرف می­کنند را فراهم می­سازد. این سرویس­ها مراقب مخاطرات و علائم بیماری های دامی هستند و اقداماتی را برای مهار، کنترل و یا حذف تهدیدات توصیه می­کنند.

امروزه سرویس­های دامپزشکی با یک تهدید جدید و در حال ظهور با عنوان اخبار جعلی و اطلاعات نادرست مواجه شده است. اطلاعات نادرست، یکسری اطلاعات غلط هستند که معمولاً بدون قصد زیان رساندن منتشر می­شوند، لیکن اخبار جعلی، اطلاعات غلط یا گمراه کننده­ای است که عمداً ایجاد و منتشر می­شوند تا به دولت ها، سازمان­ها یا مردم آسیب برساند.

اگر اقدامی انجام نشود، عواقب آن می­تواند قابل توجه باشد و زندگی و معیشت را تهدید کند و منجر به تضعیف اعتماد و از دست رفتن منابع گردد. اطلاعات نادرست و اخبار جعلی می­تواند به سرعت گسترش یابد و باعث سردرگمی و اختلال در اقدمات کنترلی و واکنش سریع شود. آنها خطر ابتلا به بیماری­های حیوانی و مشترک بین انسان و حیوان یا سایر تهدیدات بهداشتی را افزایش می­دهند و سبب آسیب­های اقتصادی و اجتماعی می­شوند. این تهدیدها فقط متوجه سرویس­های دامپزشکی نیست. به ویژه اخبار جعلی می­تواند ماهیت جنایی داشته باشد و بنابراین از نظر سازمان­های امنیتی و انتظامی نیز نگرانی محسوب گردد.

اطلاعات نادرست و اخبار جعلی به خصوص در طول همه­گیری کووید 19 مشاهده شد، در نتیجه آژانس­های بین­المللی، دولت­ها، دانشمندان، گروه­های جامعه مدنی و شهروندان نگران، در حال اقدام برای مشخص کردن چالش ها و همچنین راهنمایی سازمان­ها و افراد در مورد چگونگی پیشگیری و مقابله با این مسائل در هستند. این دستورالعمل برای راهنمایی سرویس­های دامپزشکی و نهادهای امنیتی – انتظامی در مورد این مسائل و معرفی چند استراتژی کلیدی برای مدیریت اطلاعات نادرست و اخبار جعلی، توسط سازمان جهانی بهداشت حیوانات (WOAH) و سازمان بین­المللی پلیس جنایی (اینترپل) تدوین شده­است. نمایندگان سازمان جهانی بهداشت حیوانات (WOAH)، سازمان خواروبار و کشاورزی سازمان ملل متحد (FAO) و اینترپل پروژه ایجاد تاب­آوری در برابر آگروتروریسم و آگروکرایم[[1]](#footnote-1) (جرم های مرتبط با کشاورزی) را با حمایت مالی برنامه کاهش تهدید تسلیهات امور جهانی کانادا ترسیم نمودند.

این دستورالعمل‌ها نقطه شروعی را برای سرویس ها و آژانس‌ها و همچنین سازمان‌هایی که در شرایط اضطراری بهداشت حیوانات کار می‌کنند، فراهم می‌کند تا **برای مقابله با اطلاعات نادرست و اخبار جعلی آماده شوند، آنها را شناسایی نموده و پاسخ دهند**. از آنجایی که این موضوع به سرعت در حال گسترش می­باشد و منابع و اطلاعات زیادی در حال حاضر در دسترس هست، در انتهای این سند منابع بیشتری معرفی شده که با جزئیات در مورد استراتژی­ها و اقدامات خاص اطلاعاتی را ارائه می­دهند.

کادر 1 : اطلاعات نادرست در خصوص یک بیماری ویروسی، زندگی کارگران شاغل در صنایع شیر هندوستان را تهدید می­کند

برنامه اخبار جعلی BBC داستان اکتبر 2022 را نشان داد که چگونه اخبار نادرست شبکه­های اجتماعی در خصوص گسترش و درمان بیماری لمپی اسکین در حال تحریک تئوری­های توطئه است و تلاش برای واکسیناسیون گاوها را تضعیف نموده و نشان می دهد که مصرف شیر خطرناک است .

این داستان با دانش، حقایق و گفتگو کارشناسان از بین می­رود.

منبع : BBC,2022

**2. مفاهیم کلیدی**

**2.1 تعاریف**

**اخبار جعلی[[2]](#footnote-2) :** اطلاعات غلط، فریبنده، گمراه­کننده یا دستکاری شده­است که به قصد فریب، گمراه کردن یا ایجاد آسیب، ایجاد، ارائه و منتشر می­شود. این دسته از اطلاعات عمدتاً توسط افرادی که می­خواهند برنامه های خاصی را پیش ببرند یا افکار عمومی را تحریک کنند، ایجاد و گسترش می­یابد، منتشرکنندگان بعدی ممکن است از مجرمانه بودن یا اثرات مضر آن آگاه نباشند.

**اطلاعات نادرست[[3]](#footnote-3) :** اطلاعات نادرست، فریبنده، گمراه­کننده یا دستکاری شده است که به قصد فریب منتشر نشده­است. اغلب توسط افرادی منتشر می شود که متوجه نادرست بودن آن نمی شوند و قصد آسیب رساندن ندارند.

سایر مفاهیم مرتبط که به صراحت در این دستورالعمل ها به آنها اشاره نشده­است :

**اطلاعات مخرب[[4]](#footnote-4)** - اطلاعات واقعی که بطور اغراق‌آمیزی با هدف گمراه­کردن یا ایجاد آسیب به اشتراک گذاشته یا افشا شده است .

**جوسازی (پروپاگاندا)** - اطلاعات نادرست یا مغرضانه که با هدف دستیابی به اهداف سیاسی یا ایدئولوژیک منتشر می­شوند .

یک اصطلاح پرکاربرد در بخش بهداشت، **اینفودمیک** است که به عنوان «سرریز اطلاعات با کیفیت­های متفاوت در سراسر فضای دیجیتال و محیط­های فیزیکی در طول یک رویداد حاد بهداشت عمومی» توسط سازمان جهانی بهداشت (WHO) تعریف شده­است .

**2.2 انگیزه­های انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی**

دلایل زیادی وجود دارد که چرا مردم دارای انگیزه اشتراک­گذاری اطلاعات نادرست و اخبار جعلی هستند. برخی ممکن است فریب خورده و یا متقاعد شوند که آن­ها در حال انجام خدمتی به دوستان و دیگران هستند. برخی دیگر ممکن است از روی حس شیطنت یا شوخ طبعی پیام ها، میم[[5]](#footnote-5) ها یا تصاویر ویرال را منتشر کنند. گروهی دیگر که در محیط‌های اطلاعاتی بسته یا «حباب‌های اطلاعاتی» زندگی می‌کنند، ممکن است به منابع معتبر بی‌اعتماد باشند و اطلاعات نادرستی که با باورها و ارزش‌های شخصی‌شان سازگار است، به اشتراک بگذارند.

نگرانی اصلی در خصوص اطلاعات نادرست این است که اشتراک­گذاران بدون سوء نیت یا درک کامل از اثرات بالقوه مضر نسبت به انتشار آن اقدام می­نمایند. توجه به این نکته ضروری است که تفاوت­هایی در میزان حساسیت گروه­های اجتماعی و جمعیت­های که در معرض اطلاعات نادرست و اخبار جعلی وجود دارد که این قضیه بر میزان و سرعت پخش اطلاعات توسط آنها تاثیرگذار است .



سازندگان و تا حدی اشتراک گذارندگان اخبار جعلی بیشتر انگیزه های غیرقانونی و مجرمانه دارند، این انگیزه ها شامل منافع مالی، سیاسی یا سایر مزایای انتشار اطلاعات جعلی می­باشد. آن­ها ممکن است دیگران را وادار به گرفتن مواضع یا انجام یکسری اقدامات نمایند، اغلب این افراد بدون آگاهی و به طور ناخواسته اطلاعات مضری را منتشر می­کنند که به نفع دیگران است.



**گسترش اطلاعات نادرست و اخبار جعلی توسط دو ویژگی دنیای دیجیتال امروز تسهیل می شود** .

اول : افراد تمایل به زندگی دیجیتال "echo chamber"[[6]](#footnote-6) و "filter bubbles"[[7]](#footnote-7) دارند و لذا در معرض اطلاعات شبکه ها و الگوریتم هایی هستند که برای مردم انتخاب شده اند. این تاثیرات ممکن است به آسانی آشکار نشود چرا که افراد اغلب سواد دیجیتال محدودی دارند و از تهدیدات اخبار جعلی که در معرض آن هستند به قدر کافی آگاهی ندارند. درست همانطور که افراد در چنین اتاق ها و حباب های آنلاین تعامل دارند سازمان ها نیز تمایل دارند در فضای شناخته شده خود با مخاطبان شناخته شده تعامل و ارتباط برقرار کنند، بنابراین می توانند بحث های انتقادی را از دست بدهند یا توان مداخله فراتر از کانال های عادی خود را نداشته باشند.

دوم : راههای مختلفی وجود دارد که افراد و اینفلوئنسرهای سازمان یافته پیام ها و تصاویر مورد علاقه و هدفمند را به منظور جلب توجه ایجاد، دستکاری و به اشتراک گذارند از جمله از طریق ابزارهای دیجیتال و ارتباطی هوشمند و پیچیده که اغلب هم به راحتی در دسترس عموم قرار دارند. گستره احتمالات از طریق عواملی مانند «کلیک بیت[[8]](#footnote-8)» (عناوین که به اطلاعات اغلب گمراه کننده پیوند می خورند)، دیپ فیک[[9]](#footnote-9) (صدا، تصاویر و ویدیوهای تغییر داده شده یا دستکاری شده دیجیتالی که برای معرفی نادرست شخصی استفاده می شود)، ترول[[10]](#footnote-10) ها (افرادی که از شبکه های اجتماعی برای حمله و تضعیف اعتبار ایده های که دوست ندارند، استفاده می کنند) و ربات[[11]](#footnote-11) ها (برنامه های رایانه ای که به طور خودکار اخبار جعلی را در رسانه های اجتماعی منتشر می کنند)

کادر 2 : انگیزه های پشت پرده انتشار اطلاعات نادرست و غلط پراکنی

ابزار مقابله با اخبار جعلی «RESIST2» نوع شناسی مفیدی از انگیزه های انتشار این نوع اطلاعات ارائه می دهد.

گاهی افراد اطلاعات گمراه کننده یا دستکاری شده را منتشر می کنند زیرا صادقانه به چیزی باور دارند، می خواهند دیگران را متقاعد کنند یا می خواهند این اطلاعات حقیقت داشته باشد.

1-گروهها و افراد گاهی اوقات از تاکتیک های ارتباطی مشکوک استفاده می کنند زیرا معتقدند این بهترین راه برای شنیده شدن صدای آنها است.

2- گاهی افراد از ناشناس بودن آنلاین برای انجام کارهایی استفاده می کنند که هرگز در زندگی واقعی انجام نمی دهند. این امر می تواند در یک جامعه آنلاین سلسله مراتبی به آنها جایگاه دهد.

3- اغلب افراد اطلاعات گمراه کننده ای منتشر می کنند که هدف آن تاثیر منفی بر اعتبار، اعتماد و شهرت یک شخص یا سازمان است.

4- گاهی هدف، کمک به تشدید تنش های موجود و در نتیجه از بین بردن میانه روی است.

5- گاهی اوقات افراد بدلیل اینکه می توانند از اطلاعات گمراه کننده یا دستکاری شده کسب درآمد کنند آنها را منتشر می کنند.

6- گاهی اوقات کنشگران غیر دولتی اقدام به جاسوسی با هدف تضعیف رفاه و امنیت یک کشور می کنند.

منبع : سرویس ارتباطات دولت بریتانیا، 2021

**3- مقابله با تهدیدات اخبار جعلی و اطلاعات نادرست**

در اینجا سه اقدام کلیدی **آماده­سازی، شناسایی و پاسخ** بعنوان برخی از استراتژی­های محوری مورد استفاده در دامپزشکی و دستگاه­های امنیتی – انتظامی که بایستی در هنگام مقابله با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست در نظر گرفته شود، ارائه می­گردد.

**1.3 آماده­سازی**

حتی بدون داشتن اطلاعات دقیق از پتانسیل اخبار جعلی و اطلاعات نادرست برای ایجاد آسیب و سردرگمی، بایستی آژانس های بهداشت حیوانات، ذینفعان و شرکای آنها برای اقدام آماده باشند. برخی از استراتژی­ها و اقدامات در اینجا ارائه شده­است.

**افزایش آگاهی از این پدیده و تاثیرات آن در بین سرویس­های دامپزشکی و سازمان­های امنیتی – انتظامی و افرادی که با آنها کار می­کنند.**

مدیران بایستی برای اقدامات به موقع، همکاری­های بین بخشی و بین المللی آموزش ببینند و برنامه­های قوی و سریع العمل، رویه­ها و ظرفیت­ها را نهادینه و اعمال نمایند. یک عنصر مهم در این امر برای سازمان­ها این است که تدابیر حفاظتی خود را در برابر انتشار غیرعمدی اطلاعات نادرست یا غلط تقویت کنند.

**مخاطبان خود را بشناسید و برای آماده­سازی و مدیریت تهدیدات، «تاب­آوری شناختی» را در افراد و سازمان­ها ایجاد کنید.** همانطور که انسان­ها و حیوانات در برابر بیماری­ها واکسینه می­شوند، می­توان در برابر اطلاعات نادرست، ظرفیت­ها و سواد افراد و سازمان­ها را تقویت کرد تا بتوانند تهدیدها را درک و تشخیص دهند و اقدامات مناسب را انجام دهند. آمادگی و واکنش برای برخورد با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را می­توان در برنامه­های اضطراری و رویه­های عملیاتی استاندارد توسعه یافته ادغام کرد.

**برای تقویت اطلاعات و آمادگی برای اقدام، قبل از وقوع بحران، اعتماد و ارتباط با ذینفعان را ایجاد کنید.** ایجاد روابط در شرایط اضطراری خیلی دیر است. این خیلی مهم است که به جای ایجاد ساختارهای موازی، ساختارها و همکاری­های موجود تقویت شوند. بایستی منابع اطلاعاتی معتبر ایجاد شود که بتواند بعنوان بررسی­کننده واقعیت برای ذینفعان و عموم مردم عمل کند.

**از آموزش، بازی و تمرینات برای کمک به فهم افراد، سازمان­ها و آژانس­ها و آمادگی آنها برای مقابله با تهدیداتی مانند دورغ پراکنی و اطلاعات نادرست استفاده کنید.** چنین تمرین­هایی[[12]](#footnote-12) به ارزیابی آمادگی، شناسایی کاستی­ها، روشن کردن نقش­ها و مسئولیت­ها، بهبود هماهنگی، افزایش آگاهی و درک مخاطرات و تاثیرات آنها در مواقع اضطراری کمک می­کند.

**بهبود، گسترش و دسترسی وسیع سازمان یافته به شبکه­های اجتماعی در جوامع و جاهای دیگر برای شناسایی خطرات و درگیر نمودن گروه­های مختلف برای تاثیرگذاری حداکثری.** شامل ایجاد ارتباط با رسانه ها و سایر تاثیرگذاران (اینفلوئنسرها) است که ممکن است مردم به طور موثرتری به حقایق دسترسی پیدا کنند.

**هماهنگی نظارت و اقدامات مربوط به اخبار جعلی و اطلاعات نادرست در سراسر شبکه آژانس های مدیریت اضطراری.** شامل سرویس­های دامپزشکی، وزارت بهداشت، سازمان حفاظت محیط زیست و سازمان امنیتی – انتظامی می­شود. بایستی از مهارت­های تخصصی استفاده کرد مثلاً از طریق متخصصان ارتباطات/دست اندرکاران اطلاع رسانی عمومی. حتی با وجود بکارگیری تلاش های پیشگیرانه و کاهنده، احتمالاً اخبار جعلی و اطلاعات نادرست اتفاق می­افتد، اما نکته کلیدی این است که اثر آنها با تاثیرگذاری تلاش­های صورت گرفته، محدود می­شود.

**ایجاد حلقه­های بازخورد سازمانی و یادگیری.** این به گروه­ها اجازه می­دهد که آشنایی پیدا کنند، برای موارد اورژانسی بعدی بهتر آماده شوند و به شناسایی بهترین شیوه­ها برای استفاده گسترده­تر کمک می­کند. 

کادر 3 : شبیه­سازی تهدیدات اطلاعات نادرست

در نیومکزیکو مرکز اورژانس آمادگی و حفاظت غذا، تمرین رومیزی سناریوهای اطلاعات نادرست در خصوص طیف وسیعی از بیماری های حیوانی را برگزار نمود . هدف توسعه و تسهیل آمادگی اقدامات در حوزه­های مختلف قضایی و کشورها (هر دو کشور ایالات متحده آمریکا و مکزیک) بود. درس­های آموخته شده شامل نیاز به منابع معتبر، پیام­رسانی مداوم، مشارکت همه آحاد جامعه و نه فقط کارکنان روابط عمومی بوده­است.

**2.3 شناسایی**

رکن حیاتی آماده­سازی و واکنش، توانایی شناسایی و ارزیابی خطرات بالقوه رویدادهای اخبار جعلی و اطلاعات نادرست است. همانطور که آگاهی در آماده­سازی بسیار مهم است، سیستم­های شناسایی هم با مردم و سازمان­هایی که توانایی دیدن و فهم تهدیدات و خطرات موجود را دارند، آغاز می­شوند.

**اهمیت تهدیدات را درک کنید –** اغلب تشخیص اینکه آیا یک پیام یا پست نادرست است یا خیر، اینکه آیا آسیب زننده است و اگر این چنین است آیا فقط همین یک بار بوده یا بخشی از یک تلاش سیستماتیک است، دشوار می­باشد. ابزار مقابله با اخبار جعلی RESIST2 مراحلی را مشخص می­کند که می تواند کمک کننده باشد: پیام ها را بررسی کنید، پشت پرده آنها را عیان کنید، هویت یا برند افرادی که پیام ها را منتشر می­کنند را ارزیابی کنید، قصد یا انگیزه­های کسانی که پیام­ها را منتشر می­کنند را بررسی کنید و در صورت موفقیت، تاثیرات احتمالی را شناسایی کنید. هنگام شناسایی تهدیدات، نوع شناسی اهداف (که در کادر 2 خلاصه سازی شده است) برای کمک به درک اینکه چرا یک رویداد اطلاعات نادرست یا اخبار جعلی رخ می­دهد، یک ابزار مفید است.

**خطرات و تهدیدات اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را رصد کنید .** چارچوبی برای کمک به درک، راه اندازی و هدایت اقدامات در مورد خطرات را بوسیله شنود اجتماعی (که در زیر توضیح داده شده است) و دیگر راهبردهای شناسایی آنچه که مردم نگران آن هستند، ایجاد نمایید. اهداف در اینجا برای کاهش آسیب­پذیری، برنامه­ریزی برای خطر و محافظت از اولویت­های سلامت حیوانات می­باشند. هر چارچوبی بایستی در موارد ظهور اخبار جعلی یا اطلاعات نادرست در حوزه سیاست اولویت­دار بهداشت حیوانات یا در میان فعالان و مخاطبان کلیدی، هشدارهای زودهنگام ارائه نماید. این باید به ایجاد درک بهتری از گفتمان دیجیتال در مورد اولویت­های بهداشت حیوانات، دیدگاه فعالان و مخاطبان کلیدی در خصوص مسائل مرتبط با بهداشت حیوانات، نحوه تعامل فعالان و مخاطبان با مسائل بهداشتی حیوانات و سازمان­ها و هر گونه تغییر در گرایشات در طول زمان، کمک کند. چنین چارچوبی باید تفاوت­های جنسیتی، اجتماعی – اقتصادی و آموزشی که می­تواند نحوه و مکان ظهور و انتشار اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را شکل دهد، در نظر بگیرد.

**نظارت را به بصیرت تبدیل کنید.** این یک شکل از تحلیل است که اطلاعات جالب را به داده­های علمی تبدیل می­کند. معمولاً بصیرت از طریق گزارشات، سامانه­ها، هشدارها یا روش های دیگر حاصل می­گردد که گزارشات نوظهور را شناسایی می­کند، هشدار اولیه را ارائه می­دهد، و درک چگونگی انتشار اخبار جعلی و اطلاعات نادرست، اقدامات توصیه شده و حمایت از مداخلات پاسخ، حاصل می­گردد.

فراتر از بحث نظارت و بصیرت، این مهم است که هر گونه تاثیرات احتمالی تهدیدات بر جوامع گسترده تر، دولت و دیگر حامیان ارزیابی شود و چگونگی تاثیرات آنها که ممکن است بر اهداف سازمانی، اعتبار و شهرت آن تاثیر بگذارد، درک شود تا به پاسخ­ها و دیگر اولویت­ها کمک شود.

کادر 4 : هوش اپیدمیک[[13]](#footnote-13) از منابع آزاد[[14]](#footnote-14)

هوش اپیدمیک از منابع آزاد (EIOS) ابتکار سازمان­های متولی بهداشت عمومی از جمله سازمان جهانی بهداشت حیوانات بوده که در آن با استفاده از اطلاعات در دسترس عموم، تشخیص زودهنگام، تایید، ارزیابی و ارتباط با تهدیدات بهداشت عمومی را تسهیل می­کند. این ابتکار صدها هزار مقاله را از رسانه­های آنلاین و اجتماعی، منابع رسانه­ای، وب سایت­ها، گردآورندگان اخبار، وبلاگ­ها و گروه­های کارشناسی جمع آوری کرده، آنها را از طریق متن کاوی و مدل های تحلیلی مدیریت می­کند و بر اساس آن عمل می­شود.

منبع : WHO,2024

یک رویکرد شناسایی خاص و رو به رشد « شنود اجتماعی[[15]](#footnote-15)» است که برای مشخص کردن نگرانی­ها، تهدیدات و خطرات می­باشد تا بتوان با آنها مقابله نمود. به جای نظارت بر رفتار فعالان خاص، شنود اجتماعی به دنبال ایجاد بصیرت در مورد گرایشات، برداشت­های نادرست یا روایات غالب در حال گردش در شبکه­های اجتماعی و سایر انجمن­های آنلاین است تا اقدامات مناسب اتخاذ گردد.

کادر 5 : سامانه شنود اجتماعی با اطلاعات نادرست در باره واکسن مقابله می­کند

سامانه رصد تقاضای واکسن (VDO) که توسط یونیسف راه اندازی شده است، اطلاعات مربوط به شایعات و اخبار نادرست درباره واکسن را از منابع جهانی و محلی جمع آوری می­کند. این سامانه همچنین شامل بررسی واقعیت و تحلیل رسانه­هاست. کارکنان از آن برای شناسایی شایعات و پاسخگویی با روش­های ارتباطی علمی و دقیق استفاده می­کنند.

منبع : VDO,2022

کادر6 : ارتباطات خطر

ارزیابی خطر یک روش کلی مفید برای توانایی سازمان جهت ایجاد آمادگی و واکسینه نمودن آن در برابر اطلاعات نادرست است. که به طور کلی شامل:

1- ارتباطات خطر – برقراری ارتباط با جوامع، تقویت مهارت شنیداری و جلب اعتماد.

2- ارزیابی خطر – تعریف مخاطرات و محرک­ها برای اقدام، شناسایی مسیرهای مخاطرات و نقاط کنترل بحرانی برای انتشار اطلاعات نادرست/اخبار جعلی و ارزیابی پیامدهای خطر.

3- مدیریت خطر – پایش و مراقبت فعال (ردیابی)، افزایش حساسیت سیستم برای تشخیص اطلاعات نادرست/اخبار جعلی، افزایش پخش اطلاعات صحیح و کاهش پخش اطلاعات غلط (تشخیص و حذف)

کلید این رویکرد سازگاری پیام است. معمولاً پیام­های متعدد و ثابت از پیام­های تک یا پیام­های متناقض موثرتر هستند. صحت پیام­ها بسیار مهم است زیرا اشتباهات در هشدارهای گذشته منجر به عدم پاسخگویی افراد به هشدارهای بعدی شده­است. پیام­ها بایستی حاوی دستورالعمل­هایی در مورد اقدامات مناسب یا توصیه شده خاص باشند، آن­ها بایستی جزئیات دقیقی در مورد «چه، چه زمانی، چگونه و برای چه مدتی » را ارائه نمایند. پیام­ها و رویکردهای خطر باید برای انواع مختلف مخاطبان، با در نظر گرفتن تاثیرات مختلف اجتماعی، فرهنگی و سوابق گروه­های جمعیتی و ظرفیت­های مختلف برای اقدام و دسترسی منابع تنظیم شوند.

به عنوان مثال ارتباطات خطر در رخدادهای بیماری دامی و استراتژی برخورد با موارد اورژانسی توسط وزارت کشاورزی، دامداری و آبیاری میانمار تدوین شدهاست.

**3.3 پاسخ**

اساس یک پاسخ مؤثر به اخبار جعلی و اطلاعات نادرست، ارتباطات است که با تمهیدات مناسب، هوشمندی و آنالیز دقیق، روابط و شرکای قدرتمند (از جمله گروه های اجتماعی)، و همچنین فعالیت های اطمینان بخش و اعتمادساز که اعتبار واقعیات و شواهد را تقویت میکند، مستحکم میگردد.

گام عمومی نخست برای عموم و سایر سازمانها، ده اصل عملکردی صحیح برای پاسخ­های ارتباط عمومی نسبت به اخبار جعلی و اطلاعات نادرست، تهیه شده توسط سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) است که در کادر 7 خلاصه شده است.

کادر 7: عملکرد مناسب برای ارتباطات عمومی در رابطه با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست

1. **شفافیت**: به شیوه‌ای صادقانه، شفاف و گشوده ارتباط برقرار کنید و اطلاعات، تصمیمات، فرآیندها و داده‌ها را به‌طور کامل افشا کنید. شفافیت، ازجمله در مورد فرضیات و عدم قطعیت‌ها، می‌تواند دامنه شایعات و نادرستی‌ها را کاهش دهد و امکان نظارت عمومی را فراهم کند.

2. **جامع‌نگری**: هدف این است که همه گروه‌های جامعه را با اطلاعات مرتبط و قابل‌فهم مخاطب قرار دهید و پیام‌ها و کانال‌ها را برای مخاطبان متنوع با احترام به تفاوت‌های فرهنگی و زبانی تنظیم کنید. توجه خاصی به دسترسی به گروه‌های منزوی، آسیب‌پذیر، کم‌نمایش و به‌حاشیه‌رانده‌شده داشته باشید. مداخلات و ارتباطات را بر اساس نیازها و نگرانی‌های شهروندان توسعه دهید. رویکردهای پاسخگو گفتگوهای دوطرفه را تسهیل کرده و امکان مشارکت عمومی در تصمیم‌گیری‌های سیاسی را فراهم می‌کند.

3. **همکاری اجتماعی فراگیر**: تلاش‌ها برای مقابله با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست باید با همکاری همه ذینفعان مرتبط از جمله رسانه‌ها، بخش خصوصی، جامعه مدنی، دانشگاه‌ها و افراد صورت گیرد. این رویکرد به ایجاد اعتماد در جامعه و تقویت تاب‌آوری عمومی در برابر اخبار جعلی و اطلاعات نادرست کمک می‌کند و محیطی مناسب برای تعامل عمومی سازنده فراهم می‌آورد.

4. **مبتنی بر منافع عمومی**: در زمان اجرای مداخلات برای مقابله با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست، تلاش کنید از سیاسی‌کردن موضوع اجتناب کرده و اقدامات را با اطمینان از به کارگیری نوشتاری شفاف، بی‌طرفی، مسئولیت‌پذیری و عینی‌نگری اجرا کنید.

5. **نهادینه‌سازی**: مداخلات را به رویکردهای هماهنگ­شده و منسجم هدایت کنید که توسط سیاست‌ها، استانداردها و دستورالعمل‌های رسمی ارتباطی و داده‌ها راهبری شوند.

6. **مبتنی بر شواهد**: مداخلات را با داده‌های قابل اعتماد و معتبر، آزمایش‌شده و بینش‌های حاصل از آن‌ها طراحی و اجرا کنید و روایات، رفتارها و ویژگی‌های نوظهور را شناسایی کنید.

7. **به‌موقع بودن**: با شناسایی و واکنش سریع به روایت‌های نوظهور اقدام به موقع انجام داده و سرعت انتشار اطلاعات نادرست را در نظر بگیرید. با ایجاد مکانیسم‌های هماهنگی، آمادگی واکنش سریع را برای مداخله فوری با استفاده از محتوای دقیق، مرتبط و جذاب فراهم کنید.

8. **پیشگیری**: پیش از آنکه شایعات، نادرستی‌ها و تئوری‌های توطئه به‌طور گسترده‌ای منتشر شوند، آن‌ها را شناسایی و متوقف کنید. تمرکز بر پیشگیری مستلزم این است که دولت‌ها محتوای مشکل‌ساز و منابع آن را شناسایی، نظارت و پیگیری کنند؛ شکاف‌های اطلاعاتی را شناسایی کرده و به‌طور فعال پر کنند تا از افزایش گمانه‌زنی‌ها و شایعات جلوگیری شود؛ آسیب‌پذیری‌ها، ریسک‌ها و تاکتیک‌های رایج اطلاعات نادرست را شناسایی و پیش‌بینی کنند؛ و پاسخ‌های مناسب مانند «پیش‌دفع» را تعریف کنند.

**9. آینده نگری**: از تحقیقات نوآورانه و پیش‌بینی‌های راهبردی استفاده کنید تا تحول فناوری و اکوسیستم‌های اطلاعاتی را پیش‌بینی کرده و برای تهدیدات احتمالی آماده شوید. مداخلات مقابله با اطلاعات نادرست را به‌گونه‌ای طراحی کنید که گشوده، قابل تطبیق و متناسب با تلاش‌های ظرفیت‌سازی برای پاسخگویی به چالش‌های در حال تکامل باشند.

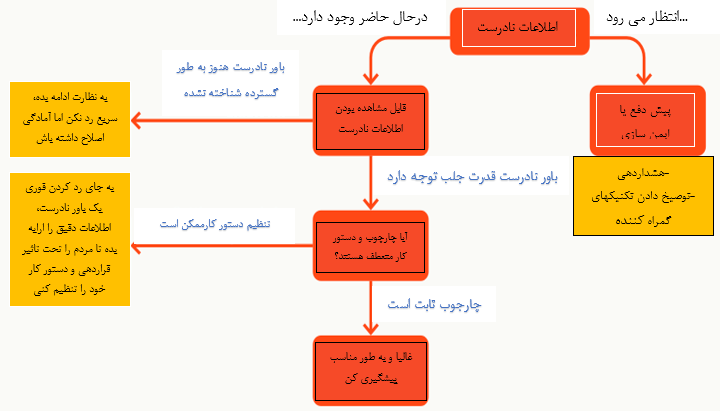
**3.4 استراتژی‌های ارتباطی**

استراتژی‌های ارتباطی راهبردی معمولاً به دو دسته تقسیم می‌شوند که بر اساس داده‌ها و تحلیل‌های به‌دست‌آمده از فعالیت‌های نظارتی هدایت می‌شود: "پیش‌گیرانه"، که پیش از بروز خطر احتمالی اطلاعات نادرست انجام می‌شود، و "واکنشی"، که متعاقب مشاهده خطر اعمال می­گردد. هر دو رویکرد باید برای مخاطبان مختلف تنظیم شوند.

**استراتژی‌های پیش‌گیرانه** به مقابله با اخبار جعلی و اطلاعات نادرست پیش از گسترش گسترده آن‌ها می‌پردازند و هدفشان "پیش‌دفع"، افزایش آگاهی و شکل‌دادن به محیط اطلاعاتی به منظور کاهش خطرات احتمالی است.

**استراتژی‌های واکنشی** به مقابله با پیام، روایت، فرد یا هدفی که احتمالاً آسیب‌زا است، می‌پردازند و هدفشان افشا، مقابله و بازگرداندن محیط اطلاعاتی به حالت صحیح است.

**کتابچه راهنمای افشا** شامل نمودار مفیدی است که به تعیین زمان و نحوه مقابله با اطلاعات نادرست کمک می‌کند (به شکل ۱ مراجعه کنید)



**شکل 1. فلوچارتی برای تعیین زمان و چگونگی مقابله با اطلاعات نادرست**

کادر ۸: تصحیح اطلاعات غیردقیق درباره بهداشت حیوانات

وزارت محیط زیست، غذا و امور روستایی بریتانیا (DEFRA) یک "وبلاگ رسانه‌ای" را اداره می‌کند. علاوه بر صحبت درباره فعالیت‌های این وزارتخانه، از این وبلاگ برای اصلاح سوابق در مواردی که از یکی از سازمان‌های گروه DEFRA به اشتباه نقل قول شده یا به‌طور نادرست به تصویر کشیده شده، استفاده می‌شود. این روش نشان می‌دهد که چگونه یک آژانس دولتی به طور منظم در مورد مسائل حساس مانند کشتار گورکن‌ها به‌روزرسانی‌هایی از جمله رد و پاسخ به گزارش‌های رسانه‌ای و دیگر پوشش‌ها ارائه می‌دهد.

**3.4.1 ایمن‌سازی و پیش­دفع**

اگر بخواهیم از یک اصطلاح بهداشتی استفاده کنیم، "ایمن‌سازی" یک استراتژی پیشگیرانه است که برای مقابله با پیام‌های نادرست پیش از آنکه به‌طور گسترده منتشر شوند طراحی شده است. این استراتژی معمولاً به پر کردن خلاهای اطلاعاتی خطرناک قبل از توسعه و گسترش اخبار جعلی و اطلاعات نادرست می‌پردازد. این اقدامات، مخاطبان را زودتر آماده می‌کند و با ارائه حقایق و اطلاعات، به آن‌ها کمک می‌کند تا نوعی مقاومت و تاب‌آوری شناختی در برابر پیام‌های مخرب بالقوه ایجاد کنند.

هسته اصلی این رویکرد، پیام‌رسانی شفاف، متعادل و آگاه‌کننده است که از حقایق و شواهد علمی برای توضیح مسائل پیچیده استفاده می‌کند. هدف آن متقاعد کردن یا تأثیرگذاری نیست، بلکه فقط اطلاع‌رسانی و ایجاد اعتماد است و همچنین در مورد عدم قطعیت‌ها، شکاف‌ها و سوالات موجود در شواهد، شفاف می‌باشد.

**3.4.2 افزایش آگاهی و ایجاد کمپین‌ها**

در حالی که ایمن‌سازی و پیش‌دفع به ارائه حقایق و شواهد می‌پردازند، هدف فعالیت‌های افزایش دهنده­ی آگاهی و کمپین‌ها شکل‌دهی به مباحث عمومی درباره مسائلیست که زمینه ایجاد اطلاعات نادرست و اخبار جعلی در رابطه با آن­ها وجود دارد. این کمپین‌ها سعی در ترغیب، تأثیرگذاری و متقاعد کردن گروه‌های هدف برای اتخاذ رفتارهای مطلوب دارند. علاوه بر ارائه اطلاعات، این کمپین‌ها معمولاً هدف‌گرا بوده و شامل ارتباطات برنامه‌ریزی‌شده، تعاملات و روایت‌های قانع کننده هستند تا به یک نتیجه قابل اندازه‌گیری، مانند تغییر رفتار، دست یابند.

**3.4.3 شبکه‌ها و اتحادیه­ها**

در مواردی که بازیگران متعددی درگیر یا تحت تأثیر اطلاعات نادرست هستند، یا تخصص لازم از یک سازمان واحد در دسترس نیست، شبکه‌ها و اتحادیه­هایی می‌توانند ایجاد شوند تا به‌طور مشترک پاسخ‌های مؤثر را ارائه دهند. چنین همکاری‌هایی بین سرویس های دامپزشکی و سازمان‌های مجری قانون و دیگر نهادها اغلب برای مقابله با اخبار جعلی یا اطلاعات نادرست که ممکن است چالش‌های حقوقی و علمی را ایجاد کند، حیاتی است.

اتحادیه­ها و شبکه‌ها فضای همکاری و فضایی ایمن برای سازمان‌ها فراهم می‌کنند تا ابعاد مختلف اطلاعات جعلی را بررسی کنند. این نه تنها در مورد پاسخ‌ها، بلکه در مورد نظارت و آماده‌سازی نیز صدق می‌کند که در آن دسترسی و تخصص متفاوت هر سازمان به کل رویکرد کمک می‌کند.

**3.4.4 مقابله با برندسازی**

در مواردی که منبع و انگیزه‌های انتشار اخبار جعلی یا اطلاعات نادرست شناخته شده باشد، می‌توان آن‌ها را افشا کرده و اعتبار و شهرتشان را تضعیف کرد. هدف این است که مخاطبان را در مورد انگیزه‌ها و منافع افرادی که اطلاعات نادرست را منتشر می‌کنند آگاه سازیم، تا پیام‌هایشان ضعیف شده و برندهایشان زیر سوال برود.

**تکنیک‌های مقابله با برندسازی** شامل افشا و به‌وضوح برجسته کردن تناقضات موجود در ارزش‌ها، هویت، منافع و رفتار منابع اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده است. آن‌ها از محصولات ارتباطی هوشمند و "قوی" علیه اهداف استفاده می‌کنند و با همکاری و مشارکت شرکا، برای مقابله با این منابع اطلاعاتی نادرست تلاش می‌کنند.

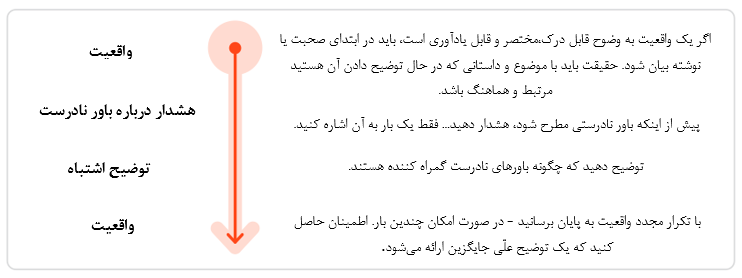
**3.4.5 ایجاد تاب‌آوری**

رویکرد گسترده‌ای که دولت‌ها و دیگر سازمان‌ها استفاده می‌کنند، تقویت ظرفیت‌ و تاب‌آوری افراد و جوامع است تا بتوانند اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را به‌درستی شناسایی کرده و با آن‌ها مقابله کنند. این رویکرد معمولاً ارتباطات هدفمند، آموزش و تربیت را برای رسانه‌ها، دانشمندان، معلمان، کارکنان بهداشتی و حتی شهروندان نگران، توسعه و ترویج می‌کند. هدف این است که افراد آگاهتر و آماده تر شده، با دید انتقادی به اطلاعات اطراف خود نگاه کنند، اطلاعات نادرست را شناسایی کرده و در قبال آنچه به اشتراک می‌گذارند، مسئولیت‌پذیر باشند.

**3.4.6 افشا و بررسی حقایق**

یک رویکرد اصلی برای مقابله با اطلاعات نادرست که در مسائل کلیدی در بخش بهداشت حیوانات منتشر می‌شود و به‌عنوان یک ریسک مهم ارزیابی شده است، به چالش کشیدن و اصلاح اطلاعات نادرست است.

یک رویکرد معمول که در **کتابچه افشا** توصیه شده و در حوزه‌های بهداشتی و تغییرات آب و هوایی و توسط روزنامه‌نگاران استفاده می‌شود، به نام "ساندویچ حقیقت" شناخته می‌شود (به شکل 2 مراجعه کنید).



**شکل 2: رویکرد افشا که به نام "ساندویچ حقیقت" شناخته می‌شود.**

کادر9: بررسی حقایق رسانه‌ای

نمونه‌هایی از داستان‌های اصلاحی منتشر شده توسط AFP و رویترز برای نشان دادن اقدام افشا علیه اخبار جعلی:

- بیل گیتس نگفته که می‌خواهد حیوانات را برای بهبود ژنتیکی آن‌ها واکسینه کند.

- مقامات و صنعت می‌گویند مرگ گاوهای کانزاس در ژوئن 2022 به دلیل دمای شدید بوده است.

-آبله میمون همان بیماری جذام نیست.

-کشاورزان استرالیایی مجبور به تزریق واکسن‌های مرگبار mRNA به دام‌ها نشده‌اند.

پست‌های اشتباه محصول شیری که به ثبت نرسیده را به‌عنوان "درمان طلایی برای بیماری‌های معده" معرفی می‌کنند.

پست‌های تایلندی به‌اشتباه هشدار می‌دهند که بیماری گاو به خوک‌ها سرایت کرده است.

بسیاری از رسانه‌ها از گروه‌های "بررسی حقایق" حمایت می‌کنند و به دنبال "اخبار جعلی" و اطلاعات نادرست هستند و از کانال‌ها و دسترسی خود برای ارائه شواهد و حقایق صحیح استفاده می‌کنند. از جمله این رسانه‌ها، AFP، بی‌بی‌سی، رویترز و بسیاری دیگر هستند.

**4. ابزارها، روش‌ها و استراتژی‌ها برای آماده‌سازی پاسخ‌ها به اخبار جعلی و اطلاعات نادرست**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **آماده‌سازی**  **ابزارها، روش‌ها و استراتژی‌ها برای آماده‌سازی پاسخ‌ها به تهدیدات** | **شناسایی**  **ابزارها، روش‌ها و استراتژی‌ها برای شناسایی، پیش‌بینی و شنیدن تهدیدات** | **پاسخگویی**  **ابزارها، روش‌ها و استراتژی‌ها برای مقابله با تهدیدات** |
| * بهبود مهارت­ها در استراتژی‌های شبکه‌های اجتماعی * ایجاد شبکه‌های ارتباطی * استفاده از تمرین‌های شبیه‌سازی برای یادگیری و آماده‌سازی * افزایش آگاهی درباره تأثیر اخبار جعلی در بهداشت حیوانات * تقویت آگاهی جامعه از منابع معتبر * ارائه آموزش‌های تخصصی برای پوشش شکاف‌های علمی * مشارکت و آموزش افراد تأثیرگذار برای انتقال پیام‌های صحیح * ایجاد همکاری‌های چندرشته‌ای برای انتقال پیام‌های منسجم * ایجاد اعتماد برای ارتباطات مؤثر در مواقع اضطراری * ایجاد روابط و همکاری بین ذینفعان برای مقابله با اطلاعات نادرست و تقویت اعتماد جمعی * اطمینان حاصل کنید که مسئولان از نیاز به واکنش‌های سریع و به‌موقع آگاه هستند * طرح‌ها و رویه‌های عملیاتی استاندارد را آماده داشته باشید * تمرین‌های سناریویی را برای پیام‌رسانی خارجی و آماده‌سازی با رسانه‌ها برگزار کنید | * نظارت بر رسانه‌ها برای شناسایی تهدیدات احتمالی اخبار جعلی و اطلاعات نادرست * نظارت و شنود شبکه‌های اجتماعی برای شناسایی روندها * نظارت بر کانال‌هایی که اخبار جعلی و اطلاعات نادرست در آن‌ها پخش می‌شود (شبکه‌های اجتماعی و دنیای واقعی) * توسعه شاخص‌ها و الگوریتم‌ها برای شناسایی روندها * استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی محرک‌ها و سناریوهای احتمالی اخبار جعلی و اطلاعات نادرست * بازدید از کانال‌های حاشیه‌ای گروه‌های تئوری توطئه یا مخل‌کننده * ایجاد یک سیستم گزارش‌دهی برای رویدادهای بهداشتی غیرعادی یا مشکوک * استفاده از شبکه‌های غیررسمی برای شنیدن نگرانی‌های محلی * درگیر کردن دانشمندان محلی برای گزارش وضعیت در مواقع اضطراری * انعطاف‌پذیر و نوآور باشید - پیش‌بینی دقیق، یک علم دقیق نیست | * پیش‌دفع خطرات احتمالی * به‌سرعت ارتباط برقرار کنید تا از گسترش اخبار جعلی و اطلاعات نادرست جلوگیری شود * ارتباط از طریق وبلاگ‌ها، مصاحبه‌ها و کارگاه‌ها با فعالان بزرگ صنعت، مشاوره‌ها و پیام‌های کوتاه هدفمند * همیشه اطلاعات آماده داشته باشید و کانال‌های ارتباطی را باز نگه دارید * ویدیوهای کوتاه از حقایق (افشای شایعات)، تصاویر و غیره را به اشتراک بگذارید * از رسانه‌های اجتماعی مختلف استفاده کنید که با مخاطبان سازگار باشد * با سرویس های بررسی حقایق معتبر همکاری و از آن­ها حمایت کنید * از رفتار اجتماعی برای دستیابی مؤثرتر به گروه‌های هدف استفاده کنید * علم مبتنی بر شواهد را تمرین و ارتباط برقرار کنید * اطلاعات نادرست را افشا و اصلاح کنید * دامپزشکان خصوصی و دیگر اعضای مورد اعتماد جامعه را درگیر کنید * از افراد تأثیرگذار(influencers) در شبکه‌های اجتماعی برای کمک به انتشار پیام‌ها بهره بگیرید * با افراد تأثیرگذار معتبر برای پخش پیام‌های افشای شایعات همکاری کنید |
| اقدامات مشترک | | |
| * ایجاد روابط پایدار با جامعه مدنی و رهبران جامعه. * ازاینکه تنها در مواقع اضطراری تعامل داشته باشید خودداری کنید. * افراد معتمد جامعه را که می‌توانند شایعات، اخبار جعلی و اطلاعات نادرست را شناسایی و اطلاعات دقیق را به اشتراک بگذارند، وارد عمل کنید. * از یک پاسخ مبتنی بر " سلامت واحد" که بهداشت عمومی، بهداشت محیط، سرویس های دامپزشکی، سرویس های بهداشت حیوانات آبزی و اجرای قانون را برای مقابله با این مسائل یکپارچه می‌کند بهره بگیرید. * به‌طور مداوم موارد را شناسایی و اقدامات بهبود دهنده را اعمال کنید. | | |

منابع بیشتر

• Exercises to evaluate program plans, procedures and capabilities. US Department of Homeland Security [Internet] 2023 September 7. Available at: https://www.ready.gov/exercises (accessed on 12 April 2024).

• How to Counter Disinformation: Communication Strategies, Best Practices, and Pitfalls to Avoid. Union of Concerned Scientists [Video]. 2022 September 23. Available at: https://www.youtube.com/ watch?v=AsEi5hRQ6Vw (accessed on 12 April 2024).

• How to identify misinformation, disinformation, and malinformation. Canadian Centre for Cyber Security. 2022 February. Available at: https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformationdisinformation-and-malinformation-itsap00300 (accessed on 12 April 2024).

• Journalist Field Guide: Navigating Climate Misinformation. Climate Action Against Disinformation [Internet]. 2022 October 26. Available at: https://caad.info/analysis/reports/journalist-field-guidenavigating-climate-misinformation/ (accessed on 12 April 2024).

• Nagar A, Grégoire V. Practical playbook for addressing health misinformation. Baltimore (United States of America): The Johns Hopkins University; 2024. Available from: https://centerforhealthsecurity.org/sites/ default/files/2024-02/24-02-14-cdc-misinfo-playbook\_0.pdf (accessed on 12 April 2024).

• What You Can Do about Disinformation. Union of Concerned Scientists [Internet]. 2022 April 1. Available at: https://www.ucsusa.org/resources/what-you-can-do-about-disinformation (accessed on 12 April 2024).Bottom of Form

1. Agro-terrorism and agro- crime [↑](#footnote-ref-1)
2. disinformation [↑](#footnote-ref-2)
3. misinformation [↑](#footnote-ref-3)
4. malinformation [↑](#footnote-ref-4)
5. meme [↑](#footnote-ref-5)
6. زمانی که شخصی در فضای مجازی تنها افراد و رسانه هایی که با او هم عقیده هستند را دنبال می کند دائماً مخاطب یک نوع تفکر قرار می گیرد به چنین موقعیتی اتاق پژواک رسانه ای می گویند. (مترجم) [↑](#footnote-ref-6)
7. فیلتر بابل به شخصی سازی بیش از حد نتایج جستجو در اینترنت گفته می شود. الگوریتم های موتورهای جستجو و شبکه های اجتماعی، با توجه به تاریخچه جستجو، علایق و تمایلات کاربر، نتایجی را به او نمایش می دهند که با علایق قبلی اش همخوانی دارد. در نتیجه کاربر در یک حباب اطلاعاتی قرار می گیرد که با باورهای او همسو است و کمتر با دیدگاه های مخالف روبرو می شود. (مترجم) [↑](#footnote-ref-7)
8. Clickbait: محتوایی که به طور اغراق آمیز، گمراه کننده یا جذاب نشان داده می شود تا کاربران را به کلیک روی آن ترغیب کند(مترجم) [↑](#footnote-ref-8)
9. Deepfake : ویدیو یا تصاویری که با استفاده از هوش مصنوعی دستکاری شده اند تا فردی را به گونه ای نشان دهند که هرگز اتفاق نیفتاده است(مترجم) [↑](#footnote-ref-9)
10. Troll: فردی که به صورت آنلاین با انتشار نظرات تحریک آمیز، توهین آمیز یا مضحک سعی می کند واکنش های احساسی دیگران را برانگیزد(مترجم) [↑](#footnote-ref-10)
11. bot [↑](#footnote-ref-11)
12. مثال های از این تمرین ها را می توانید در اینجا پیدا کنید https://www.ready.gov/exercise [↑](#footnote-ref-12)
13. Epidemic intelligence [↑](#footnote-ref-13)
14. Open sources: به نرم افزاری گفته می شود که کد منبع آن به صورت آزاد و رایگان در دسترس عموم قرار دارد. [↑](#footnote-ref-14)
15. social listening [↑](#footnote-ref-15)