

اینفودمی کرونا در رسانه‌های اجتماعی فارسی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۴

کد مقاله: ۹۴۴۴۹

هادی صفری^{*۱}

چکیده

اینفودمی یا شیوع اطلاعات غلط در زمان مدیریت همه‌گیری بیماری‌های واگیر، پدیده‌ای هزینه‌زا است که با کژکارکردهای رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی تقویت می‌شود. در زمان همه‌گیری جهانی کووید-۱۹ که در ایران به کرونا مشهور است نیز اینفودمی مرتبط با این بیماری در سراسر جهان شایع شد و ایران هم از این موج برکنار نماند. بررسی سازوکار گسترش اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در مقابله مؤثر با آن‌ها مفید واقع شود. در این پژوهش با بررسی نحوه انتشار خبر جعلی «ایران: آلوده‌ترین نقطه به کرونا در جهان» به عنوان نمونه‌ای از اخبار جعلی مرتبط با کرونا که در کانال‌های تلگرامی، توئیتر، اینستاگرام و حتی سایت‌های برخی خبرگزاری‌های معتبر منتشر گردید، پیشنهادهایی برای پیشگیری از گسترش شایعات و اخبار غلط مرتبط با بیماری و مقابله با اینفودمی با توجه به ویژگی‌های فضای رسانه‌های اجتماعی ایران ارائه می‌شود.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

واژگان کلیدی: اینفودمی، اخبار جعلی، کووید-۱۹، کرونا، تلگرام، تحلیل شبکه‌های مجازی

۱- مقدمه

اخبار غلط و اطلاعات جعلی که به عمد یا بدون قصد و غرض منتشر می‌شوند ممکن است با گمراه کردن مردم در مسائل مالی، امور پزشکی یا انتخاب نامزد اصلح در انتخابات هزینه‌های احساسی، مالی یا جانی داشته باشند. وجود اطلاعات گمراه‌کننده پدیده جدیدی نیست. متفکین در جنگ جهانی دوم بارها از کارزارهای اطلاعات گمراه‌کننده برای مخفی کردن اطلاعات حساس نظامی استفاده کردند. در حالی که مراجع اطلاعاتی معتبر کتابخانه‌ها، رسانه‌ها و... سعی می‌کنند تا اطلاعات درست و باکیفیت را در اختیار مردم قرار دهند، با گسترش رسانه‌های نوین و پیشرفت فناوری، اشاعه اخبار دروغ یا گمراه‌کننده تسهیل شده است و این مسئله به مشکلی قابل توجه تبدیل شده است (فاليس، ۲۰۱۵: ص. ۴۰۲).

مقابله با شیوع اخبار غلط یا گمراه‌کننده کاری دشوار است. اخبار غلط در توییتر شش برابر سریع‌تر از اطلاعات درست منتشر می‌شوند (وٹوقی و دیگران، ۲۰۱۸: ص. ۳). مرز بین درست و غلط اغلب مشخص نیست. اخبار جعلی عناوین جذاب‌تری دارند و جوابیه‌ها و شفاف‌سازی‌ها به اندازه خبر اصلی دیده نمی‌شوند. قانع کردن طرفداران نظریه‌های توطئه نیز عملی دشوار است. به همین دلایل مقابله با اخبار جعلی در بسیاری از علوم مورد توجه قرار گرفته است و مجموعه‌ای از روش‌های برآمده از علوم کامپیوتر، علوم ارتباطات و علوم سیاسی برای مقابله با آن‌ها به کار می‌رود.

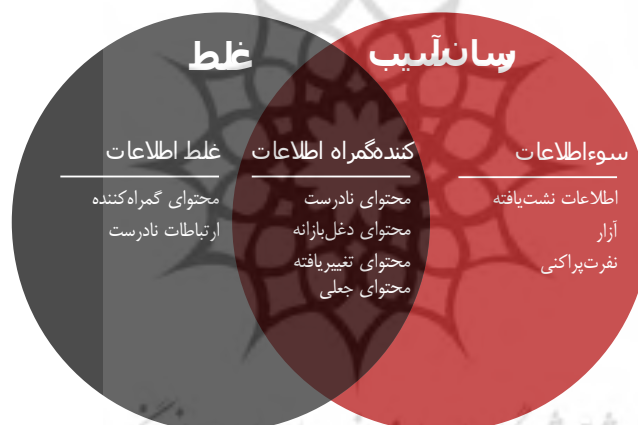
ناهنجاری‌های اطلاعاتی^۱ را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: (وردل و درخشان، ۲۰۱۷: ص. ۲۱)

≠ **اطلاعات گمراه‌کننده**^۲ اطلاعات نادرستی که عمداً با هدف آسیب رساندن به یک شخص یا نهاد تولید شده‌اند

≠ **اطلاعات غلط**^۳ اطلاعات نادرستی که با هدف آسیب رساندن تولید نشده‌اند.

≠ **سوءاطلاعات**^۴ اطلاعات مبتنی بر واقعیات که برای آسیب رساندن به یک شخص یا نهاد مورد استفاده قرار می‌گیرند

شکل ۱ نمونه‌هایی از هر کدام از انواع ناهنجاری‌های اطلاعاتی را نشان می‌دهد.



شکل ۱- انواع ناهنجاری‌های اطلاعاتی (مأخذ: وردل و درخشان، ۲۰۱۷: ص. ۲۱)

با شیوع همه‌گیری جهانی بیماری کرونا، اخبار جعلی مرتبط با بیماری نیز رو به ازدیاد نهاد. اصطلاح *اینفودمی*^۵ برای اشاره به مخاطرات پدیده اطلاعات غلط در زمان مدیریت شیوع بیماری به کار می‌رود؛ چراکه این اخبار نادرست ممکن است از طریق تأثیرگذاری بر مردم و تکه‌تکه کردن پاسخ‌های اجتماعی آن‌ها، همه‌گیری را تسریع کنند (سینلی و دیگران، ۲۰۲۰: ص. ۱). اینفودمی می‌تواند نتایج فاجعه‌باری داشته باشد و مقابله با آن بسیار مهم است. تدریس ادهانوم قیریسوس، دبیر کل سازمان بهداشت جهانی، در اجلاس امنیتی مونیخ در ۲۶ بهمن ۱۳۹۸ گفت: «ما فقط با یک همه‌گیری مبارزه نمی‌کنیم؛ بلکه با یک اینفودمی می‌جنگیم» (زاروکستاس، ۲۰۲۰: ص. ۶۷۶).

هاتفی معتقد است که «اولین تأثیر شایعه این است که نظام حقیقت را با نظام شبهه جایگزین می‌کند [و] باعث می‌شود شیرازه‌های ارتباط نشانه‌ای در وضعیت تعاملی سست شود» و می‌افزاید «در وضعیت تقابل ژرف‌ساختی، شایعه در سوئیچ مرگ قرار می‌گیرد که حیات و زندگی انسان‌ها را به مخاطره انداخته است» (هاتفی، در دست چاپ: ص. ۱۵). به عنوان یک نمونه، شبکه

1 information disorder
2 disinformation
3 misinformation
4 malinformation
5 infodemic

خبری CNN با انتشار خبری درباره احتمال قرنطینه لمباردی در شمال ایتالیا، باعث هجوم مردم به ایستگاه‌های راه‌آهن و هواپیماها شد و امکان عملکرد مناسب را از دولت ایتالیا گرفت (سینلی و دیگران، ۲۰۲۰: ص. ۱).

اخبار جعلی مرتبط به کرونا به ایران نیز رسیده‌اند. مطابق داده‌های تکمیلی پژوهش گلوتی و دیگران (۲۰۲۰) درباره بررسی اعتبار منابع خبری مورد ارجاع در توییت‌های مرتبط با کرونا، استناد به منابع نامعتبر در بین توییت‌های ایرانیان بیش از میانگین جهانی و بسیاری از کشورهای دیگر است. بی‌اعتمادی پیشین مردم به دستگاه‌های حکومتی و سوابق انتشار اخبار دروغ، مصاحبه‌هایی از برخی مسئولین و اعضای کادر درمان که در تضاد با بیانه‌های رسمی دولت بود، بدعهدی‌های متعدد در تولید و توزیع واکسن و تأمین دارو، تصمیم‌هایی درباره قرنطینه، واکسیناسیون و سایر مسائل مرتبط با کنترل همه‌گیری که با تصمیمات بسیاری از کشورهای جهان تفاوت داشت و در نظر بسیاری از مردم غیرمنطقی و غیرقابل اعتماد بود، دیدگاه‌های ضدعلم و توطئه‌محور بخشی از اقصاء جامعه که نمایندگانی نیز در ساختار قدرت دارند، وجود شایعات جهانی مرتبط با کرونا - به‌خصوص اخبار جعلی منتشرشده از طرف گروه‌های افراطی آمریکایی ضدواکسن - و مسائل دیگر باعث شده است تا بسیاری از مردم رسمی حکومت را به دیده شک بنگرند. در چنین فضایی شایعات و اخبار جعلی به سرعت گسترش می‌یابند.

به عنوان نمونه، در این پژوهش نحوه انتشار خبری جعلی با عنوان «ایران آلوده‌ترین نقطه جهان به کرونا» که به سازمان بهداشت جهانی منتسب شده بود بررسی می‌گردد. این خبر که ناشی از تفسیر به رأی یکی از گزارش‌های سازمان بهداشت جهانی بود، به صفحات مجازی برخی اینفلوئنسرها و سیاسیون مشهور و نیز سایت‌های برخی خبرگزاری‌های معتبر کشور نیز راه پیدا کرد. با توجه به تأثیرات مخرب انتشار اخبار جعلی در کنترل همه‌گیری و نظر به ویژگی‌های خاص فضای رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی ایران، بررسی نحوه پیدایش و انتشار اخبار جعلی مرتبط با کرونا در بین فعالان شبکه‌های اجتماعی ایران، دلایل اقبال جامعه به این اخبار و ارائه راهکارهایی برای اعتمادزایی مراجع رسمی و جلوگیری از گسترش اخبار جعلی ضروری به نظر می‌رسد. نوشته حاضر بر آن است تا برخی از اولین حلقه‌های این زنجیره را تشکیل دهد.

۲- پیشینه پژوهش

بررسی گمراه‌سازی و اشاعه اخبار در رسانه‌های اجتماعی جعلی سابقه‌ای طولانی در پژوهش‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی دارد. پژوهش مفصل وردل و درخشان (۲۰۱۷) چهارچوبی برای بررسی انواع ناهنجاری‌های اطلاعاتی ارائه می‌دهد. آن‌ها از جمله میان اطلاعات گمراه‌کننده، اطلاعات غلط و سوءاطلاعات تمایز قائل شده‌اند. لیزر و دیگران (۲۰۱۸) بر اهمیت پژوهش درباره اخبار جعلی و لزوم استفاده از روش‌های تحقیقاتی میان‌رشته‌ای تأکید کرده‌اند. مقاله وثوقی و دیگران (۲۰۱۸) تحقیقی کلاسیک است که با بررسی بیش از ۴٫۵ میلیون توییت نشان داده است مردم در مقایسه با اخبار درست، تمایل بیشتری به بازنشر اخبار غلط دارند؛ در نتیجه، اخبار غلط شش برابر سریع‌تر در شبکه پخش می‌شوند. شائو و دیگران (۲۰۱۷) نقش ربات‌های توییتی را در اشاعه اخبار جعلی بررسی کرده‌اند. ربات‌ها در اولین مراحل پخش شدن اخبار جعلی نقش مهمی دارند. آن‌ها همچنین با پاسخ^۱ و یاد کردن^۲ سعی می‌کند تا کاربران مؤثر را تحت تأثیر قرار دهند. آن‌ها همچنین مشاهده کرده‌اند ربات‌ها موقعیت جغرافیایی خود را جعل می‌کنند. مراجع موفق تولید اخبار جعلی در هر دو انتهای طیف سیاسی آمریکا از ربات‌های توییتی استفاده کرده‌اند.

بسیاری از تحقیقات در حوزه ترویج اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی بر موضوع پخش اخبار جعلی مرتبط با انتخابات متمرکز بوده‌اند. فریس و دیگران (۲۰۱۷) در تحقیقی بسیار مفصل به انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا و اخبار جعلی مؤثر بر آن پرداخته‌اند. گریبگ و دیگران (۲۰۱۹) اخبار جعلی پخش‌شده در توییت درباره انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا را بررسی کرده‌اند. آن‌ها حضور همزمان ربات‌های توییت و سایبورگ‌ها را در بین پخش‌کنندگان اخبار جعلی گزارش داده‌اند. آن‌ها همچنین مشاهده کرده‌اند از بین گروه‌های سیاسی متفاوت، راست‌های افراطی بیشترین نقش را در گسترش اخبار جعلی داشته‌اند. بوت و مکسی (۲۰۱۹) با بررسی بیش از ۱۷۱ میلیون توییت درباره انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا، قطبیت نحوه پخش اخبار را در بین طرفداران ترامپ و کلینتون مشاهده کرده‌اند. علاوه بر این، آن‌ها دریافته‌اند که پخش‌کنندگان اخبار چپ افراطی بیش از آن که جریان‌ساز باشند خودشان از طرفداران کلینتون تأثیر پذیرفته‌اند. مشاهدات آن‌ها حاکی از آن بوده است که توزیع‌کنندگان اخبار جعلی و راست افراطی شبکه‌هایی نسبتاً متراکم می‌سازند که اخبار را به شکل درون‌شبکه‌ای پخش می‌کنند. پیری و دیگران (۲۰۲۰) اخبار جعلی ایتالیا را که با انتخابات سال ۲۰۱۹ اتحادیه اروپا مرتبط بوده‌اند در توییت بررسی کرده‌اند. آن‌ها با کمک تحلیل شبکه‌ای و استفاده از تشخیص اجتماعات و سنجه‌های مرکزیت، دریافته‌اند بیشتر این اخبار جعلی از طرفداران جناح‌های راست افراطی سرچشمه می‌گیرد که با هسته‌های پخش اطلاعات گمراه‌کننده در سایر اروپا مرتبطند. کلر و دیگران (۲۰۲۰) کارزارهای توییتی پخش‌کننده اخبار گمراه‌کننده را در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۲ کره جنوبی بررسی کرده‌اند. آن‌ها از تحلیل

1 reply
2 mention

شبکه‌های شبکه‌های مختلف استفاده کرده‌اند و تحلیل شبکه‌های شبکه‌های هم‌توییتهای^۱ (توییتهای با محتوای یکسان) و هم‌ریتوییتهای^۲ (ریتوییتهای یک پیام یکسان) را در تشخیص کاربران تأثیرگذار در پخش اخبار جعلی مؤثر یافته‌اند.

سابقه پژوهش‌ها درباره اینفودمی به پیش از کرونا باز می‌گردد؛ برای مثال، چندلر و دیگران (۲۰۱۵) مسئله اخبار جعلی مرتبط با ابولا را بررسی کرده‌اند. با ظهور کرونا، ازدیاد اخباری جعلی مرتبط با بیماری باعث شد تا تحقیقات بیشتری درباره این مسئله صورت گیرد. سازمان بهداشت جهانی برای مقابله با اینفودمی تمهیداتی اندیشید (زاروکستاس، ۲۰۲۰). سینلی و دیگران (۲۰۲۰) گسترش اخبار و شایعات مرتبط با کرونا را در توییت، اینستاگرام، یوتیوب و شبکه‌های اجتماعی کم‌طرفدارتر گب و ردیت بررسی کرده‌اند. آن‌ها از دسته‌بندی خودکار محتوا با ابزارهای تحلیل متن و مدل‌های ریاضیاتی همه‌گیری برای بررسی نحوه گسترش شایعات در این شبکه‌ها استفاده کرده‌اند. آن‌ها سپس با بررسی اعتبار منابع (لینک‌های موجود در پست‌ها) به این نتیجه رسیده‌اند که در شبکه‌های اجتماعی جریان اصلی و ردیت، بخش کوچکی از پست‌ها متکی به منابع نامعتبر بوده‌اند؛ اما در گب - که یک شبکه اجتماعی با کاربران راست افراطی است - نزدیک به سه چهارم پست‌های منبع‌دار به منابع نامعتبر یا مشکوک استناد کرده‌اند. پنیوک و دیگران (۲۰۲۰) با پرسشنامه دلایل کاربران برای بازنشر اخبار نامعتبر مرتبط با کرونا و نحوه رفتار آن‌ها را بررسی کرده‌اند. برن و دیگران (۲۰۲۰) به دسته‌بندی یک نمونه ۲۵۵ تایی از اخبار جعلی مرتبط با کرونا از مجموعه داده پروژه واقعیت‌سنجی اولین پیش‌نویس خبر^۳ (شامل نمونه‌هایی از توییت، فیسبوک و منابع دیگر) پرداخته‌اند. آن‌ها دریافته‌اند که اخبار جعلی مورد بررسی به ندرت کاملاً ساختگی هستند و معمولاً با پیچیده کردن، جابه‌جایی زمینه، تقطیع و تغییر اخبار واقعی شکل می‌گیرند. ترکیب گزاره‌های صحیح و جعلی و نیز استفاده از یک عکس یا فیلم به همراه توضیح یا عنوان بی‌ارتباط به عکس واقعی از فنون رایج در تهیه اخبار جعلی مورد بررسی آن‌ها بوده است. برن و دیگران معتقدند با آن که سیاستمداران و شخصیت‌های مشهور بخش نسبتاً کوچکی از اخبار غلط را تولید می‌کنند، اخبار غلطی که آن‌ها می‌سازند مخاطبان فراوانی دارد. عمده‌ترین موضوع ادعایی در اخبار جعلی بررسی‌شده، اخبار جعلی مرتبط با اقدامات دولت و نهادهای عمومی بوده است. کوزی و دیگران (۲۰۲۰) نیز اخبار جعلی مرتبط با کرونا را در توییت بررسی کرده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها حاکی از آن است که از نظر تعداد لایک و ریتوییتهای تفاوت معنی‌داری میان توییتهای حاوی اخبار جعلی و واقعی وجود ندارد. همچنین، حساب‌های کاربری تأییدشده و حساب‌های مرتبط با نهادهای سلامت عمومی توییتهای کمتری با اخبار جعلی داشته‌اند. کاربران پرفالور اخبار جعلی کمتری منتشر کرده‌اند؛ اما از نظر انتشار اطلاعات غیرقابل‌ارزیابی تفاوت معنی‌داری با دیگر کاربران ندارند. فرا (۲۰۲۰) نقش ربات‌ها را بررسی کرده است. لی و دیگران (۲۰۲۰) تعدادی از ویدیوهای یوتیوب را بررسی کرده‌اند. حدود یک‌سوم این ویدیوها حاوی اخبار جعلی بوده‌اند. گوتی و دیگران (۲۰۲۰) با بررسی منابع (لینک‌ها) توییتهای مرتبط با کرونا در سطح جهان، نسبت منابع نامعتبر به معتبر را سنجیده‌اند. آن‌ها منابع را به سه نوع قابل‌اتکا (شامل منابع علمی و رسانه‌های جریان اصلی)، غیرقابل‌اتکا (شامل منابع هجوآمیز، طعمه کلیک، منابع جعلی یا حقه‌باز و منابع مروج نظریه‌های توطئه و علم جعلی) و نامعلوم (منابع میزبان انواع محتوا مانند یوتیوب و منابع میانی مانند کوتاه‌کننده‌های لینک) تقسیم کرده‌اند تا سهم منابع نامعتبر را محاسبه کنند. گوتی و دیگران همچنین با معرفی شاخص خطر اینفودمی^۴ (IRI) میزان اینفودمی را که هر شخص در یک کشور با آن روبه‌رو است ارزیابی کرده‌اند. مطابق این معیار، ایران در قیاس با سایر کشورها وضع نامناسبی دارد؛ هرچند بررسی‌های اولیه نگارنده اثر حاضر نشان می‌دهد با در نظر گرفتن منابع فارسی و اعتبارسنجی آن‌ها، اوضاع کمی بهتر می‌شود.

بیشتر تحقیقات درباره اینفودمی مرتبط با کرونا درباره زبان انگلیسی بوده است؛ اما پژوهش‌هایی نیز وجود دارد که زبان‌های دیگر را بررسی کرده‌اند. موکدرسنیت و موکدرسنیت (۲۰۲۱) روشی برای تشخیص خودکار اخبار جعلی مرتبط با کرونا در زبان تایلندی ارائه داده‌اند. روتا و بهاگاواتولا (۲۰۲۰) اخبار جعلی مرتبط با کرونا را در ایتالیا با استفاده از گوگل ترندز بررسی کرده‌اند. بال‌اوگلو (۲۰۲۱) با بررسی اخبار جعلی مرتبط با کرونا در شبکه‌های تلویزیونی ترکیه، آن‌ها را - در هر دو سمت طرفداران و مخالفین دولت - مطابق اهداف سیاسی توصیف کرده است. القرشی و دیگران (۲۰۲۰) مجموعه داده‌ای از توییتهای عربی مرتبط با کرونا ارائه کرده‌اند. حورایی و دیگران (۲۰۲۰) مجموعه داده دیگری از توییتهای عربی مرتبط با کرونا و شبکه ریتوییتهای آن‌ها تهیه کرده‌اند. مبارک و حسان (۲۰۲۰) بیش از هشت‌هزار توییت عربی مرتبط با کرونا منتشر شده در اولین روزهای بیماری را از نظر موضوعی به شکل خودکار دسته‌بندی کرده‌اند. الحداد و دیگران (۲۰۲۱) نیز یک مجموعه داده دوزبانه انگلیسی-عربی از توییتهای حاوی اخبار جعلی مرتبط با کرونا ارائه داده‌اند. این مجموعه داده به روش خودکار برچسب خورده است. محمد و فراریس (۲۰۲۱) برخی عوامل شخصیتی و رفتاری مؤثر بر رفتار کاربران در توییت را با تأکید بر توییتهای مرتبط با کرونا منتشر شده در عربستان سعودی بررسی کرده‌اند.

¹ co-tweets

² co-retweets

³ First Draft News

⁴ Infodemic Risk Index (IRI)

درباره زبان فارسی مطالعات اندکی منتشر شده است. باستانی و بهرامی (۲۰۲۰) به تحلیل گفتمان پیام‌های محتوای مرتبط با کرونایی پرداخته‌اند که در گروه‌های واتس‌اپی و تلگرامی مشهور اعضای هیأت علمی علوم پزشکی ایران منتشر شده است. آن‌ها دریافته‌اند مهم‌ترین موضوعات اخبار غلط منتشرشده در این گروه‌ها شامل آمار بیماری، روش‌های درمان، واکسیناسیون و داروها، روش‌های پیشگیری و محافظت، پیشنهادها مرتبط با رژیم غذایی و روش‌های انتقال بیماری بوده است. هاتفی (در دست چاپ) نیز به تحلیل گفتمان شایعات مرتبط با کرونای منتشرشده در برخی صفحات تلگرامی پرداخته است. او معتقد است هرچه اعتبار منابع اعتبارسنجی در نظر مخاطبان کمتر شود، شایعات بیشتر گسترش می‌یابند و نظام حقیقت با نظام شبهه جایگزین می‌شود. وقتی منابع اعتبارسنجی اخباری متناقض با یکدیگر تولید کنند بحران گفتمانی به اوج می‌رسد.

۳- شیوه پژوهش

از بین اخبار جعلی فراوان مرتبط با کرونا در فضای رسانه‌ای ایران، خبر «ایران آلوده‌ترین نقطه جهان به کرونا» به این دلیل که برخلاف بسیاری از اخبار جعلی دیگر بی‌اعتباری آن برای مخاطبان تحصیل کرده و مطلع نیز دشوار بود و به حساب‌های شخصیت‌های مشهور سیاسی در شبکه‌های اجتماعی و صفحات اینترنتی خبرگزاری‌ها نیز راه پیدا کرد مورد توجه نگارنده قرار گرفت. برای جمع‌آوری توییت‌های شامل این خبر، در قدم اول با استفاده از قابلیت جست‌وجوی توییت و نیز سایت‌های تأمین‌کننده داده، تمام توییت‌های حاوی تمام کلمات عبارت «ایران آلوده‌ترین نقطه دنیا به کرونا» یا صوت‌های نوشتاری دیگر آن جمع‌آوری شد. پس از تحلیل‌های اولیه مطابق روش‌هایی که در ادامه توضیح داده خواهد شد، مشخص گردید که احتمالاً گسترش شایعه در رسانه‌هایی خارج از توییت نیز صورت گرفته است و تحلیل توییت به‌تنهایی نمی‌تواند روند انتشار شایعه را مشخص نماید. به همین دلیل، با استفاده از سایت‌های تأمین‌کننده داده پست‌های کانال‌های عمومی تلگرامی شامل کلمات عبارت «ایران آلوده‌ترین نقطه دنیا به کرونا» یا صورت‌های نوشتاری دیگر آن نیز جمع‌آوری شد. تلاش‌هایی برای جمع‌آوری داده‌های مرتبط از اینستاگرام نیز صورت گرفت؛ اما این تلاش‌ها به دلیل محدودیت‌های کار با اینستاگرام ناموفق بود. به دلیل مشابه، سایت‌های تأمین‌کننده داده نیز مجموعه داده‌های ناقصی از اینستاگرام داشتند. در نهایت، تنها چند پست پرطرفدار اینستاگرامی که نویسندگان موفق به یافتن آن‌ها شده بودند در برخی تحلیل‌های مفهومی مورد استفاده قرار گرفت. همچنین، با جست‌وجوی دستی برخی پست‌های مرتبط منتشرشده در سایت‌های خبری و رسانه‌های اجتماعی دیگر نیز جمع‌آوری شد.

گزارش سازمان بهداشت جهانی که مورد ادعای پست‌های اشاعه‌دهنده خبر جعلی بود با مقایسه زمان انتشار گزارش‌های سازمان بهداشت جهانی و زمان انتشار اولین پست‌ها شناسایی شد. با توجه به آن که عکس موجود در پست‌های حاوی اخبار جعلی نسخه تقطیع‌شده یکی از تصاویر گزارش هفتگی یافت‌شده بود، می‌توان اطمینان داشت نویسندگان خبر جعلی به همین گزارش استناد کرده‌اند و به تحلیل فرایند تولید خبر جعلی از روی خبر واقعی پرداخت.

در مرحله بعد، شبکه‌های بازنشرکنندگان توییت‌ها با استفاده از داده‌های رابط برنامه‌نویسی کاربردی^۱ (API) توییت تشکیل شد. این شبکه با استفاده از مدل ریاضی گراف مدل‌سازی شد؛ در این گراف هر گره (موجودیت) نماینده یک کاربر توییت است که یکی از توییت‌های مجموعه داده مورد بررسی را نوشته یا بازنشر کرده است. وجود یال (رابطه) جهت‌دار از گره A به گره B با وزن w نشانگر آن است که فرد A ، تعداد w توییت فرد B را بازنشر کرده است. برای هر گره و هر یال، زمان ظهور در نظر گرفته شد که اولین زمانی است که موجودیت یا رابطه، مطابق تعاریف ارائه‌شده، وارد شبکه شده است. زمان ظهور این امکان را فراهم آورد تا بتوان شبکه‌ها را در مقاطع زمانی مختلف بررسی کرد و روند گسترش شایعه را در طول زمان تحلیل نمود. گراف مشابهی بر اساس روابط دنبال کردن کاربران نویسنده یا بازنشرکننده توییت‌های مرتبط تشکیل شد.

در واپسین مرحله پردازش داده‌های خام، شبکه بازنشرهای کانال‌های تلگرامی تشکیل شد. در بازنشر مستقیم، یک متن عیناً به کانال‌های دیگر ارسال می‌گردد. در چنین شرایطی می‌توان با بررسی مشخصه‌های پیام و نیز بررسی زمان ارسال پیام در کانال‌های مختلف، کانال مرجع را تشخیص داد. در بازنشر غیرمستقیم، از یک پست از یک کانال در کانال دیگری نسخه‌برداری می‌شود. ضمن عمل نسخه‌برداری ممکن است برخی کلمات پیام عوض شوند. این شیوه در بین کانال‌های تلگرامی فارسی بسیار رایج است و معمولاً شخص رونوشت‌بردار نام و آدرس کانال مقصد را به پیام اضافه می‌کند و در بسیاری از موارد نام و آدرس کانال مبدأ را از آن حذف می‌نماید. برای تشخیص روابط بازنشر غیرمستقیم، از مجموعه‌ای از شیوه‌های ابتکاری^۲ استفاده شد؛ ابتدا با پیش‌پردازش پست‌ها و حذف برخی هشتک‌ها و عبارات خاص سعی شد تا محتوای اصلی بازیابی شود و سپس پست‌های مشابه در یک دسته قرار داده شدند. در بین پست‌های هر دسته، اولین پست منتشرشده بر اساس زمان انتشار به عنوان پست مرجع در نظر گرفته شد. این شبکه نیز با استفاده از مدل ریاضی گراف مدل‌سازی شد؛ در این گراف هر گره (موجودیت) نماینده یک کانال تلگرامی است که یکی از پست‌های

¹ Application Programming Interface (API)

² heuristic techniques

مجموعه داده مورد بررسی را نوشته یا بازنشر کرده است. وجود یال (رابطه) جهت‌دار از گره A به گره B با وزن w نشانگر آن است که کانال متناظر با گره A ، تعداد w پست کانال متناظر با گره B را به شکل مستقیم یا غیرمستقیم بازنشر کرده است. همانند گراف بازنشرهای توپیت‌ها، برای هر گره و هر یال این گراف نیز، زمان ظهور در نظر گرفته شد که اولین زمانی است که موجودیت یا رابطه، مطابق تعاریف ارائه شده، وارد شبکه شده است تا تحلیل‌های زمانی امکان‌پذیر شود.

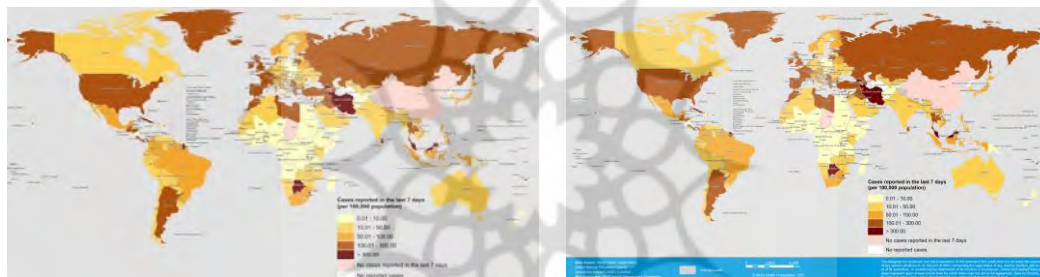
در ادامه ویژگی‌های ساختاری این شبکه‌ها بررسی شد و با سنجۀ مرکزیت پیچ‌رنک^۱ (پیچ و دیگران، ۱۹۹۹) مهم‌ترین گره‌های شبکه مشخص شدند. برای چینش گره‌ها در مصورسازی‌ها از الگوریتم فورس‌اتلس^۲ (جاکومی و دیگران، ۲۰۱۴) استفاده شد. خوشه‌بندی خودکار گره‌ها نیز با استفاده از روش لووین^۳ (بلوندل و دیگران، ۲۰۰۸) صورت گرفت.

۴- بررسی داده‌ها

۴-۱- پیدایش خبر جعلی

در واپسین روزهای مرداد ۱۴۰۰ خبری با عنوان «بر اساس گزارش سازمان بهداشت جهانی، ایران آلوده‌ترین نقطه جهان به کرونا» در شبکه‌های مجازی فارسی دست‌به‌دست شد. به همراه این خبر نقشه‌ای از جهان منتشر می‌شد که در آن میانگین تعداد روزانه مبتلایان جدید کرونا به ازای هر صد هزار نفر جمعیت در هر کشور مشخص شده بود. در این نقشه ایران و چند کشور دیگر به رنگ قهوه‌ای تیره که نمایانگر «بیش از سیصد نفر» بود رنگ‌آمیزی شده بود.

مرجع ادعایی این اخبار جعلی ویرایش ۵۳م گزارش هفتگی گروه سازمان بهداشت جهانی (۲۰۲۱) منتشر شده در ۲۶ مرداد بود. شکل ۲ یکی از نقشه‌های موجود در گزارش گروه سازمان بهداشت جهانی و شکل ۳ تصویر مورد استفاده در اخبار جعلی را نشان می‌دهد.



شکل ۲- نقشه سرنه مبتلایان جدید کرونا (مأخذ: گروه سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۱، ص. ۳)

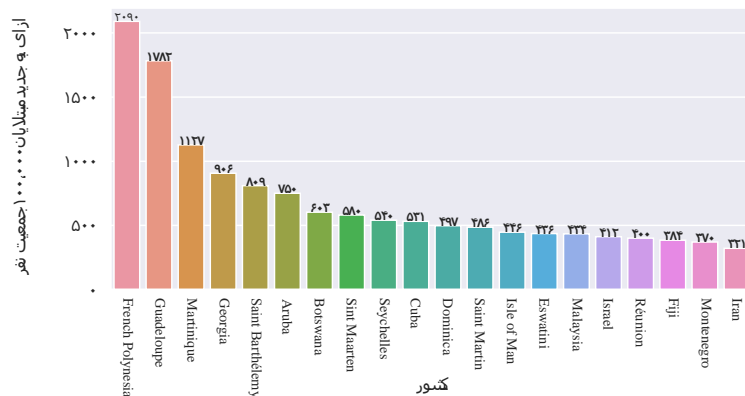
شکل ۳- تصویر موجود در اخبار جعلی

در گزارش گروه سازمان بهداشت جهانی نام ایران در دو بخش دیده می‌شود. بار اول اشاره شده است که ایران با ۲۶۹,۹۷۵ مبتلای جدید (۹٪ افزایش) در هفته منتهی به انتشار گزارش (۱۸ تا ۲۴ مرداد ۱۴۰۰)، پس از آمریکا رتبه دوم را از نظر تعداد خام مبتلایان جدید در سطح کشوری داشته است (گروه سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۱: ص. ۲). بار دوم در بررسی وضعیت منطقه شرق مدیترانه به ایران پرداخته شده است. ایران در کنار مراکش، پاکستان، جمهوری عربی سوریه و یمن شاهد افزایش مرگومیر بوده است. ایران در این منطقه با ۲۶۹,۹۷۵ مبتلای جدید، معادل ۳۲۱,۴ مبتلای جدید در هر صد هزار نفر جمعیت، با ۹٪ افزایش بیشترین مبتلایان جدید را داشته است. همچنین، با ۳۷۳۵ کشته جدید، معادل ۴,۴ کشته در هر صد هزار نفر جمعیت، با ۳۱٪ افزایش بیشترین آمار مرگومیر منطقه نیز به ایران تعلق دارد (گروه سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۱: ص. ۱۰).

در هیچ‌کجای گزارش گروه سازمان بهداشت جهانی ایران آلوده‌ترین نقطه جهان نامیده نشده است. به نظر می‌رسد سازندگان خبر جعلی، با مشاهده نقشه سرنه مبتلایان جدید موجود در گزارش (گروه سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۱: ص. ۳) که ایران را همراه چندین کشور دیگر به رنگ قهوه‌ای نمایش داده است، گزاره جعلی «ایران آلوده‌ترین نقطه دنیا است» را ساخته‌اند. احتمالاً انتخاب این عکس به آن دلیل بوده است که کشورهای هم‌رنگ ایران (مانند اندونزی و کوبا) مساحت کمی دارند و چندان در نقشه به چشم نمی‌آیند. در نقشه سرنه مرگومیر (گروه سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۱: ص. ۴) چند کشور با وضع بدتر از ایران وجود دارند و کشورهای وسیعی (مانند روسیه و آرژانتین) هم‌رنگ ایرانند.

1 PageRank
2 ForceAtlas
3 Louvain method

شکل ۴ تعداد مبتلایان جدید بازه زمانی مورد بررسی در گزارش گروه سازمان بهداشت جهانی (۱۸ تا ۲۴ مرداد ۱۴۰۰) را به ازای هر ۱۰۰,۰۰۰ نفر جمعیت نشان می‌دهد. این مقدار، همان مقداری است که در نقشه شکل ۲ نمایش داده شده است. ایران در جایگاه بیستم و پس از کشورهای نظیر گرجستان، کوبا، استونی، مالزی و اسرائیل قرار دارد.



شکل ۴- تعداد مبتلایان جدید در بازه زمانی ۱۸ تا ۲۴ مرداد ۱۴۰۰ به ازای هر ۱۰۰,۰۰۰ نفر جمعیت (بر اساس اطلاعات: سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰)

برن و دیگران (۲۰۲۰) رایج‌ترین نوع اخبار جعلی مرتبط با کرونا را محتوای غلط‌اندازی یافته‌اند که شامل برخی اطلاعات درست است، اما جزئیات به گونه‌ای انتخاب یا بازنویسی شده‌اند که غلط یا گمراه‌کننده باشند. دومین قابل رایج اطلاعات مرتبط با کرونا تصاویر یا ویدیوهایی بوده‌اند که به عنوان چیزی جز ماهیت واقعی‌شان توصیف شده‌اند برن و دیگران (۲۰۲۰). خبر جعلی مورد بررسی را می‌توان نمونه‌ای از نوع اول و با اغماض نوع دوم دانست.

۴-۱- انتشار خبر جعلی

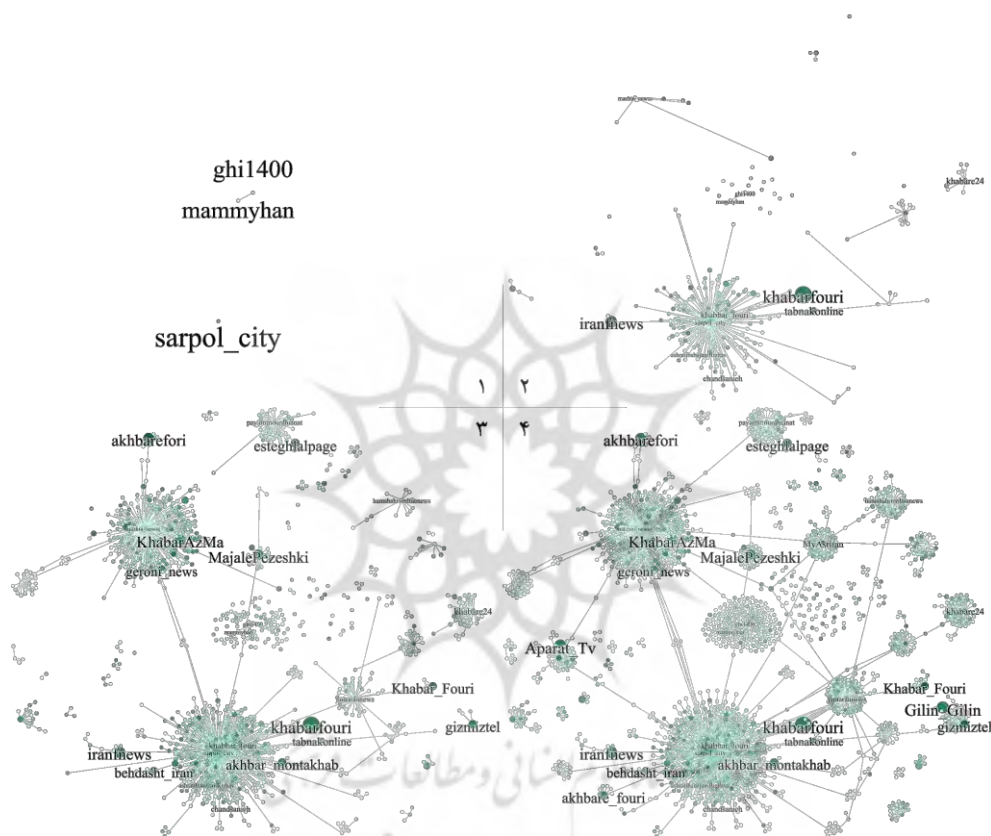
۴-۱-۱- تلگرام

به نظر می‌رسد اولین بار کانال برانداز قیام ۱۴۰۰ (Ghi1400) در ساعت ۲۳:۴۵ روز ۲۷ مرداد خبری منتشر کرده است. شکل ۵ این پست را نشان می‌دهد. پست‌های یافت‌شده بعدی به روز بعد بازمی‌گردند. جز چند کانال بسیار کم‌مخاطب، کانال تلگرامی سرپل‌سیتی (sarpol_city) در ساعت ۱۳:۴۳ روز ۲۸ مرداد پستی شامل همین عکس و عنوان منتشر می‌کند. این خبر به سرعت در کانال‌های تلگرامی دیگری از جمله چندثانیه (chandsanieh) (۱۴:۰۰)، خبر فوری (khabarfouri) (۱۴:۰۱)، تابناک آن‌لاین (tabnakonline) (۱۴:۰۱)، آخرین اخبار (irantopnews) (۱۴:۰۶)، ایران نیوز (IranNews_400) (۱۴:۰۶)، اخبار روز ایران (irannews) (۱۴:۰۷)، تحلیل طلا و دلار بازار ایران (Goldn_newss) (۱۴:۰۸)، آخرین خبر تهران (Tehran_today) (۱۴:۰۸)، شبکه‌ی راوی (raavionline1) (۱۴:۰۹)، فارس نیوز (Fars_news1) (تشابه اسمی) (۱۴:۰۹)، خبر ۲۴ (khabare24) (۱۴:۱۰)، خبر فوری (khabar_For1) (۱۴:۱۱) (تشابه اسمی) و اصلاحات نیوز (Eslahatnews) (۱۴:۱۲) باز نشر می‌یابد.



شکل ۵- اولین پست تلگرامی یافت‌شده

در ساعات بعد کانال‌های پرمخاطب دیگری نیز این خبر را منتشر کردند. شکل ۶ انتشار پست‌ها را در طول زمان نشان می‌دهد. اصلاحات پرس (eslahaat_press) (ساعت ۱۵:۰۲ روز ۲۸ مرداد)، خبر فوری (اخبار فوری) (akhbarefori) (ساعت ۱۵:۲۴)، پارسینه (parsinehnews) (ساعت ۱۵:۲۹)، روزآروز (roozArooz_media) (ساعت ۱۷:۰۶)، مجله پزشکی (MajalePezeshki) (ساعت ۱۷:۱۵)، راز سلامتی (salamati_tv) (ساعت ۱۷:۳۸)، خبرهای فوری/مهم (Khabar_Fouri) (ساعت ۱۷:۴۸)، مرکز بهداشت کشوری (behdasht_iran) (ساعت ۱۷:۵۶)، گیزمیز (gizmitzel) (ساعت ۱۹:۰۶)، گیلین گیلین (Gilin_Gilin) (ساعت ۲۰:۱۸)، من و تو تی وی (Mnototv) (ساعت ۲۰:۵۳) (تشابه اسمی)، اعتماد آنلاین (EtemadOnline) (ساعت ۲۱:۰۲)، آسیا ایران (asianewsiran) (ساعت ۲۲:۲۴)، اخبار فوری/مهم (akhbare_fouri) (ساعت ۲۲:۲۶)، کاف (کافی‌ها) (kafiha) (ساعت ۰۰:۵۰ روز ۲۹ مرداد)، آپارات (Aparat_Tv) (ساعت ۰۱:۲۲) و انجمن پزشکان عمومی ایران (isgp_ir) (ساعت ۱۶:۱۰) برخی از کانال‌های پرمخاطب جالب توجهی‌اند که این خبر جعلی را منتشر کرده‌اند. کانال خبر فوری (khabarfouri) حتی در ساعت ۰۷:۲۱ روز ۲۹ مرداد پست دومی شامل این خبر منتشر کرد.



شکل ۶- شبکه‌ی باز نشرهای پست‌های تلگرامی بررسی شده در طول زمان
رنگ گره‌ها نمایانگر تعداد بازدیدهای پست‌ها و اندازه گره‌ها متناظر با تعداد اعضای کانال‌هاست.

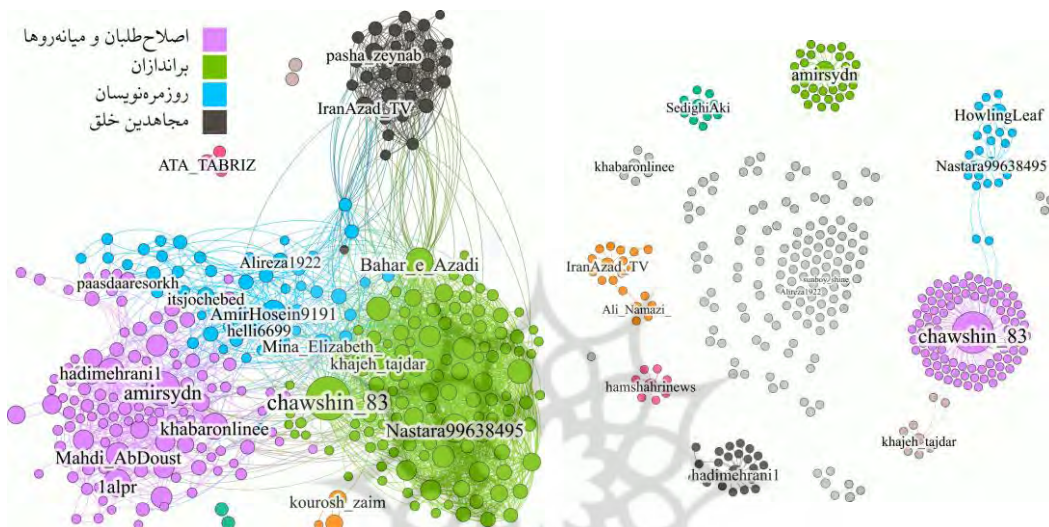
در مجموع ۲۰۳۸ پست تلگرامی مرتبط با این خبر از ۱۹۶۳ کانال تلگرامی یافت شد. از این میان، ۲۶۷ کانال محتوای نسبتاً جدیدی خلق کرده بودند. این پست‌های در مجموع بیش از ۵,۷۴۸,۵۰۱ بار دیده شده‌اند. خبر فوری (بیش از ۳,۵ میلیون عضو)، گیلین گیلین (بیش از ۲ میلیون عضو)، آپارات (بیش از ۲ میلیون عضو)، خبر فوری (اخبار فوری) (بیش از ۲ میلیون عضو) و اخبار روز ایران (بیش از ۲ میلیون عضو) پرمخاطب‌ترین کانال‌هایی بوده‌اند که این خبر جعلی را منتشر کرده‌اند. خبرهای منتشر شده در گیزمیز (بیش از ۲۲۰ هزار مشاهده)، خبر فوری (بیش از ۲۲۰ هزار مشاهده در هر یک از دو خبر منتشر شده)، خبر فوری (اخبار فوری) (نزدیک به ۱۹۰ هزار مشاهده)، آپارات (بیش از ۱۸۵ هزار مشاهده) و خبرهای فوری/مهم (بیش از ۱۷۰ هزار مشاهده) پربازدیدترین پست‌های مرتبط با این خبر جعلی را منتشر کرده‌اند.

شکل ۷ شبکه‌ی باز نشرهای مستقیم و غیرمستقیم این پست‌ها را نشان می‌دهد. با در نظر گرفتن باز نشرهای غیرمستقیم، سرپل سیتی (۰,۱۴۲)، ماژین نیوز (۰,۰۹۲)، جماران نیوز (۰,۰۲۲)، پیام اورامانات (۰,۰۱۷)، همشهری آنلاین (۰,۰۱۴)، خبر (۰,۰۱۳)، عصر ایران (۰,۰۱۳) و کاف (کافی‌ها) (۰,۰۱۰) مؤثرترین کانال‌ها با سنجه مرکزیت پیچ‌رنگ بوده‌اند.

توییت چشم‌آبی در بین براندازان بسیار مورد توجه واقع شده است. توییت امیر سیدین و نیز توییت هادی مهرانی (منتشر شده در ساعت ۲۲:۵۷ روز ۲۸ مرداد) نیز توجه اصلاح‌طلبان و میانه‌روهای توییت را به خود جلب کرده است. توییت روز بعد غوغاگرگ (منتشر شده در ساعت ۰۹:۵۹ روز ۲۹ مرداد) نیز در بین گروه متفاوتی از کاربران مورد توجه بوده است. در مجموع ۱۲۰ توییت از ۱۰۷ کاربر درباره این خبر جعلی یافت شد. بیش از ۳۶۰ کاربر در نشر یا باز نشر توییت‌های مرتبط با این خبر جعلی فعالیت داشته‌اند.

شکل ۸ شبکه‌های باز نشر کنندگان این توییت‌ها را نشان می‌دهد. چشم‌آبی (۰،۱۳۲)، امیر سیدین (۰،۰۴۶) و غوغاگرگ (۰،۰۳۱) مؤثرترین کاربران شبکه باز نشرها با سنجۀ مرکزیت پیچ‌رنک بوده‌اند.

شکل ۹ شبکه دنبال کردن میان کاربران توییتی شرکت‌کننده در انتشار این شایعه را نشان می‌دهد. بر اساس خوشه‌بندی گراف مذکور، براندازان و اصلاح‌طلبان و میانه‌روها، هر یک با حدود ۳۵٪ کاربران بزرگ‌ترین گروه‌هایی بوده‌اند که تحت تأثیر شایعه قرار گرفته‌اند.



شکل ۹- شبکه دنبال کردن باز نشر کنندگان

توییت‌های مورد بررسی

رنگ گره‌ها نمایانگر خوشه آن‌ها و اندازه گره‌ها متناظر با سنجۀ مرکزیت رتبه صفحه آن‌هاست.

شکل ۸- شبکه باز نشر کنندگان

توییت‌های مورد بررسی

۴-۱-۳- سایر رسانه‌ها

از بین سایت‌های خبری، همشهری آنلاین در ساعت ۱۹:۱۶ روز ۲۸ مرداد خبری با عنوان «ایران آلوده‌ترین نقطه دنیا به کرونا در دو هفته گذشته» منتشر کرد.^۱ سایت خبری گروهک مجاهدین خلق همان روز خبر همشهری آنلاین را باز نشر کرد.^۲ این خبر همچنین در برخی نیوز^۳ (ساعت ۱۶:۲۲ همان روز)، برترین‌ها^۴ (ساعت ۱۸:۲۱ همان روز)، راهبرد معاصر^۵ (ساعت ۲۲:۴۰ همان روز) و گروه خبری سیمرغ^۶ (روز بعد) به نقل از همشهری آنلاین باز نشر شد.

در فیسبوک، صفحه یک گروه تجزیه‌طلب به نام جنبش دانشجویی آذربایجان (آذوج) (AZOHqrupu) این خبر جعلی را به نقل از کانال تلگرامی همین گروه منتشر کرده است. پست کانال تلگرامی مذکور در ساعت ۱۶:۲۱ روز ۲۸ مرداد منتشر شده است. در اینستاگرام در روز ۲۸ مرداد پایگاه خبری کلان‌شهر و پایگاه خبری نصر و در روز بعد، حساب مصطفی تاجزاده، سیاستمدار اصلاح‌طلب، از جمله صفحات پربازدید بودند که این خبر جعلی را منتشر کرده بودند. تاجزاده در ادامه پست اینستاگرامی خود تحلیلی از حامد قدوسی، اقتصاددان، را از کانال تلگرامی او (hamedghodusi) درباره کنترل کرونا در ایران نقل کرده بود. مخاطب ممکن بود تصور کند عکس و خبر جعلی نیز از کانال قدوسی نقل شده است، در حالی که این‌گونه نبود.

1 <https://www.hamshahrionline.ir/news/621481>

2 <https://news.mojahedin.org/id/10acb0c5-d1ac-494c-920a-966831eb59f9>

3 <https://www.barkhat.news/social/162937392225>

4 <https://www.bartarinha.ir/fa/news/1146417>

5 <https://rahbordemoaser.ir/fa/news/99241>

6 <https://seemorgh.com/news/society/459242>

۵- بحث و نتیجه گیری

به نظر می‌رسد این خبر جعلی را اولین بار کانال‌های برانداز در تلگرام منتشر کرده‌اند و سپس با انتشار در کانال‌های تلگرامی پرمخاطب و عام، به رسانه‌های اجتماعی دیگر از جمله توئیتر، اینستاگرام و حتی صفحات خبرگزاری‌ها نیز راه پیدا کرده است. همشهری آنلاین به عنوان یک رسانه خبری معتبر داخلی با انتشار این خبر به عامل بازنشر آن در چندین رسانه خبری سطح پایین‌تر تبدیل شده است. هرچند همشهری آنلاین در انتشار این خبر تنها نبوده و رسانه‌های معتبر داخلی دیگری مانند توئیتر خبر آنلاین و تلگرام/اعتماد آنلاین نیز به انتشار این خبر جعلی پرداختند. لازم به ذکر است که جهت‌گیری سیاسی این کانال‌ها نشانگر بیشتر بودن شایعات در یک گروه سیاسی خاص نیست. بررسی‌های اولیه صفری (۱۴۰۰) نشان داده است تفاوت محسوس بین اعتبار منابع خبری مورد استناد گروه‌های مختلف سیاسی وجود ندارد. انتظار می‌رود بررسی یک خبر جعلی با جهت‌گیری متفاوت (مثلاً درباره بی‌اعتباری واکسن‌های غربی) نشان دهد چنین خبری در بین گروه‌های سیاسی متفاوتی بیشتر پخش شده باشد؛ هرچند اثبات این موضوع نیازمند پژوهش‌های بیشتر است.

یکی از مهم‌ترین عوامل گسترش شایعات در دسترس نبودن اطلاعات درست است. در شرایطی که آمار جزئی ابتلا، تلفات، تست‌ها، رفت‌وآمد و... بسیاری از کشورهای جهان به شکل روزانه منتشر می‌شود، تقریباً هیچ یک از داده‌ها برای ایران در دسترس نیست. آمار استانی ابتلا و مرگ‌ومیر کرونا ماه‌ها منتشر نشد. حتی اطلاعات اقتصادی و دموگرافیک ایران مدت‌هاست در سطح جهانی در دسترس نیست. دیدگاه امنیتی حاکم بر همه امور و توهم توطئه در کنار برخورد حذفی از عوامل این کمبود اطلاعاتند. در چنین شرایطی، نه تنها پژوهش برای محققین مستقل و نیز سیاست‌گذاری علمی ناممکن می‌شود، بلکه معیاری برای رد یا تأیید شایعات وجود ندارد. محمدرضا آذری جهرمی، وزیر وقت ارتباطات ایران، در ۴ اسفند ۱۳۹۸ در برنامه زنده‌باد زندگی شبکه دو سیما گفته بود: «اساساً اگر می‌خواستند این شایعات پخش نشود بهترین راه حل این بود که یک وبسایتی را همان ابتدا طراحی می‌کردند، میزان آلودگی‌ها، مناطق آلودگی‌ها، همه اخبار و دستورالعمل‌ها را روی یک سایت می‌گذاشتند، مردم مراجعه می‌کردند به آن‌جا [...] و این تبدیل می‌شد به مرجع اخبار. وقتی ما فضای مجازی را به رسمیت نمی‌شناسیم، فقط آنتن صداوسیما را به رسمیت می‌شناسیم، پاسخگوی نیاز مردم نیستیم که پخش زیادی از اخبارشان را از فضای مجازی می‌گیرند، طبیعتاً فیک‌نیوز رشد می‌کنند» (آذری جهرمی، ۱۳۹۸). مخاطبین فراوان کانال‌های تلگرامی جعلی که خود را منتسب به منابع خبری داخلی (فارس) و خارجی (منوتو) نشان داده‌اند و خبر جعلی مورد بحث را نیز منتشر کرده‌اند از نتایج بی‌توجهی به فضای مجازی و برخورد حذفی است.

از سوی دیگر، تضاد و تناقض میان ادعاهای نهادهای مرجع در جامعه اعتبار همه آن‌ها را با مشکل روبه‌رو می‌کند. ادعاهای متناقض مسئولین مختلف درباره مسائلی مانند اولین موارد ابتلا در کشور، واردات و فرایند واکسیناسیون، آمار واقعی ابتلا و مرگ‌ومیر و... و نیز برخی اظهارات خلاف دستورالعمل‌های علمی جهانی، اعتبار نهادهای حکومتی را در مسئله کرونا بیش از پیش تضعیف کرده است. هاتفی با اشاره به نمونه‌ای از تعارض میان اظهارات یکی از اعضای ستاد ملی کرونا و سپس تکذیب ادعای وی از سوی وزارت بهداشت می‌افزاید: «در مواقع بحران نباید بین منابع اعتبارسنجی در جامعه پراکنده‌گی آرا وجود داشته باشد؛ وگرنه کل سازوکار اعتبارسنجی از بین می‌رود» (هاتفی، در دست چاپ: ص. ۱۳). این بی‌اعتباری نه تنها به شایعات امکان گسترش می‌دهد، بلکه اخبار واقعی را نیز برای مردم باورناپذیر می‌کند و سیاست‌گذاری سلامت و اجرای سیاست‌های عمومی را ناممکن می‌سازد. چنان که هاتفی گفته است، «فراتر از باور کردن شایعات و جعلیات، سطح بسیار خطرناک‌تر دیگری نیز وجود دارد و آن تلقی جعلی بودن اصل‌ها است؛ یعنی شکل‌گیری فضای شبهه» (هاتفی، در دست چاپ: ص. ۱۱).

با بی‌اعتبار شدن منابع رسمی خبری، منابع غیررسمی و نامعتبر جای آن‌ها را می‌گیرند. مرجعیت خبری کانال‌های تلگرامی مانند خبر فوری که به هیچ خبرگزاری یا مرجع معتبری منتسب نیست و شبکه بهداشت کشوری که نزد بخشی از مردم به عنوان مرجع غیررسمی اخبار غیرعلمی وزارت بهداشت شناخته می‌شود نمونه‌ای از این مراجع غیررسمی‌اند. مرجعیت خبر فوری تا آن حد زیاد شده است که ده‌ها کانال تلگرامی دیگر با انتخاب اسامی مشابه آن به تعداد مخاطبین میلیونی یا چندصدهزار نفری دست پیدا کرده‌اند. روش حذفی رایج در سیاست‌گذاری‌های بالادستی فضای مجازی ایران در این مورد هم کارساز نیست. حتی با حذف کامل ارتباطات مجازی، در فقدان اعتبار مراجع خبری رسمی، شایعات به شکل دهان به دهان منتقل می‌شوند. تنها تفاوت آن خواهد بود که آمایش و سنجش شایعات ناممکن خواهد شد و در نتیجه پاسخگویی به آن‌ها نیز بسیار دشوارتر خواهد گشت.

مسئله بعد تعجیل در انتشار اخبار و ارجحیت سرعت و کمیت بر اعتبار، دقت و کیفیت است. انتشار خبر جعلی مورد بررسی در رسانه‌های معتبر داخلی و کانال‌های منتسب به متخصصین نگرانی‌هایی را درباره کیفیت خبررسانی رسانه‌های داخلی برمی‌انگیزد. خبرگزاری‌ها، شخصیت‌های مشهور سیاسی و اینفلوئنسرها لازم است در انتشار اخبار دقت بیشتری به خرج دهند و پیش از بازنشر یک خبر درباره صحت آن تحقیق کنند و مرجع آن را اعتبارسنجی نمایند.

برای مقابله با گسترش شایعات و اخبار جعلی، پیش از هر چیز باید اعتبار نهادهای رسمی و مراجع خبری بازایی شود. دقت در انتشار اخبار، پرهیز از تضاد، پراکنده‌گویی و دروغ‌گویی به مردم، شفافیت هر چه بیشتر و پرهیز از برخوردهای حذفی می‌توانند در بازایی این اعتبار از دست‌رفته مؤثر باشند. برای اطلاع‌رسانی کافی باید از تمام ظرفیت‌های موجود، از جمله همیاری مراجع خبری غیررسمی‌تر و اینفلوئنسرهای مجازی، استفاده کرد. در قدم باید، باید با آمایش مستمر شایعات در حال پخش دربارهٔ مسائلی مانند همه‌گیری کرونا، در اسرع وقت پاسخ‌های قانع‌کننده به مردم ارائه داد تا جلوی پخش شایعات گرفته شود و مخاطبین اخبار جعلی را باور نکنند.

تشکر و قدردانی

نگارنده لازم می‌داند مراتب تشکر خود را از آقای محمد رهبری، دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی، اعلام نماید که در جمع‌آوری برخی داده‌های خام مورد نیاز این مقاله با نگارنده همکاری کردند.

منابع

۱. آذری جهرمی، مجمدجواد (۱۳۹۸). زنده باد زندگی. شبکهٔ دو سیمای جمهوری اسلامی ایران. ۴ اسفند ۱۳۹۸. گفت‌وگوی تلویزیونی.
۲. صفری، هادی (۱۴۰۰). نگاهی به اینفودمی کووید-۱۹ در توئیتر فارسی در آغاز شیوع بیماری. انتشار الکترونیکی. قابل دسترسی از <https://vrgl.ir/Wwcq3>. آخرین دسترسی: ۱۸ شهریور ۱۴۰۰.
۳. هاتفی، محمد (زیر چاپ). الگوی گفتمانی مدیریت و پخش شایعه در شرایط همه‌گیری کرونا در شبکه اجتماعی تلگرام. زبان پژوهی. حیدری تفرشی، غلامحسین (۱۳۸۶)، «مبانی سازمان و مدیریت»، چاپ اول، تهران، انتشارات نویسنده
4. Aleta, A. and Y. Moreno (2019). Multilayer networks in a nutshell. *Annual Review of Condensed Matter Physics* 10(1), 45–62.
5. Alqurashi, S., A. Alhindi, and E. Alanazi (2020). Large Arabic Twitter dataset on COVID-19. *arXiv preprint arXiv:2004.04315*.
6. Baloglu, U. (2021). Who is spreading the virus? an analysis of TV news coverage of disinformation about COVID-19 in Turkey. *Estudos em Comunicação* (32).
7. Bastani, P. and M. A. Bahrami (2020). COVID-19 related misinformation on social media: A qualitative study from Iran. *Journal of medical Internet research*.
8. Blondel, V. D., J.-L. Guillaume, R. Lambiotte, and E. Lefebvre (2008). Fast unfolding of communities in large networks. *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment* 2008(10), P10008.
9. Bovet, A. and H. A. Makse (2019). Influence of fake news in twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications* 10(1), 7.
10. Brennen, J. S., F. Simon, P. N. Howard, and R. K. Nielsen (2020). Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation. *Reuters Institute* 7(3), 1.
11. Chandler, C., J. Fairhead, A. Kelly, M. Leach, F. Martineau, E. Mokuwa, M. Parker, P. Richards, and A. Wilkinson (2015). Ebola: limitations of correcting misinformation. *The Lancet* 385(9975), 1275–1277.
12. Cinelli, M., W. Quattrociochi, A. Galeazzi, C. M. Valensise, E. Brugnoli, A. L. Schmidt, P. Zola, F. Zollo, and A. Scala (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports* 10(1), 16598.
13. De Domenico, M., C. Granell, M. A. Porter, and A. Arenas (2016). The physics of spreading processes in multilayer networks. *Nature Physics* 12(10), 901–906.
14. De Domenico, M., A. Solé-Ribalta, E. Cozzo, M. Kivelä, Y. Moreno, M. A. Porter, S. Gómez, and A. Arenas (2013). Mathematical formulation of multilayer networks. *Phys. Rev. X* 3, 041022.
15. Elhadad, M. K., K. F. Li, and F. Gebali (2021). COVID-19-FAKES: A Twitter (Arabic/English) dataset for detecting misleading information on COVID-19. In L. Barolli, K. F. Li, and H. Miwa (Eds.), *Advances in Intelligent Networking and Collaborative Systems*, Cham, pp. 256–268. Springer International Publishing.
16. Fallis, D. (2015). What is disinformation? *Library Trends* 63(3), 401–426. Volume 63, Number 3, Winter 2015.
17. Faris, R., H. Roberts, B. Etling, N. Bourassa, E. Zuckerman, and Y. Benkler (2017). Partisanship, propaganda, and disinformation: Online media and the 2016 US presidential election. *tech. rep.*, Berkman Klein Center Research Publication.

18. Ferrara, E. (2020). What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots? arXiv preprint arXiv:2004.09531.
19. Gallotti, R., F. Valle, N. Castaldo, P. Sacco, and M. De Domenico (2020). Assessing the risks of 'infodemics' in response to covid-19 epidemics. *Nature Human Behaviour* 4(12), 1285–1293.
20. Grinberg, N., K. Joseph, L. Friedland, B. Swire-Thompson, and D. Lazer (2019). Fake news on twitter during the 2016 US presidential election. *Science* 363(6425), 374–378.
21. Haouari, F., M. Hasanain, R. Suwaileh, and T. Elsayed (2020). ArCOV-19: The first Arabic COVID-19 Twitter dataset with propagation networks. arXiv preprint arXiv:2004.05861.
22. Jacomy, M., T. Venturini, S. Heymann, and M. Bastian (2014). ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software. *PloS one* 9(6), e98679–e98679.
23. Keller, F. B., D. Schoch, S. Stier, and J. Yang (2020). Political astroturfing on Twitter: How to coordinate a disinformation campaign. *Political Communication* 37(2), 256–280.
24. Kouzy, R., J. Abi Jaoude, A. Kraitem, M. B. El Alam, B. Karam, E. Adib, J. Zarka, C. Traboulsi, E. W. Akl, and K. Baddour (2020). Coronavirus goes viral: Quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus* 12(3), e7255–e7255. 32292669 [pmid].
25. Lazer, D. M., M. A. Baum, Y. Benkler, A. J. Berinsky, K. M. Greenhill, F. Menczer, M. J. Metzger, B. Nyhan, G. Pennycook, and D. Rothschild (2018). The science of fake news. *Science* 359(6380), 1094–1096.
26. Li, H. O.-Y., A. Bailey, D. Huynh, and J. Chan (2020). YouTube as a source of information on COVID-19: a pandemic of misinformation? *BMJ Global Health* 5(5).
27. Mohammed, A. and A. Ferraris (2021). Factors influencing user participation in social media: Evidence from twitter usage during COVID-19 pandemic in Saudi Arabia. *Technology in Society* 66, 101651.
28. Mookdarsanit, P. and L. Mookdarsanit (2021). The covid-19 fake news detection in thai social texts. *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics* 10(2), 988–998.
29. Mubarak, H. and S. Hassan (2020). ArCorona: Analyzing Arabic tweets in the early days of coronavirus (COVID-19) pandemic. arXiv preprint arXiv:2012.01462.
30. Page, L., S. Brin, R. Motwani, and T. Winograd (1999). The PageRank citation ranking: Bringing order to the web. Technical Report 1999-66, Stanford InfoLab. Previous number = SIDL-WP-1999-0120.
31. Pennycook, G., J. McPhetres, Y. Zhang, J. G. Lu, and D. G. Rand (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy-nudge intervention. *Psychological Science* 31(7), 770–780. PMID: 32603243.
32. Pierri, F., A. Artoni, and S. Ceri (2020). Investigating Italian disinformation spreading on Twitter in the context of 2019 European elections. *PloS one* 15(1), e0227821.
33. Rovetta, A. and A. S. Bhagavathula (2020). COVID-19-related web search behaviors and infodemic attitudes in italy: Infodemiological study. *JMIR public health and surveillance* 6(2), e19374.
34. Salehi, M., R. Sharma, M. Marzolla, M. Magnani, P. Siyari, and D. Montesi (2015). Spreading processes in multilayer networks. *IEEE Transactions on Network Science and Engineering* 2(2), 65–83.
35. Shao, C., G. L. Ciampaglia, O. Varol, A. Flammini, and F. Menczer (2017). The spread of fake news by social bots. arXiv preprint arXiv:1707.07592 96, 104.
36. Vosoughi, S., D. Roy, and S. Aral (2018). The spread of true and false news online. *Science* 359(6380), 1146–1151.
37. Wardle, C. and H. Derakhshan (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. tech. rep., Council of Europe, Brussels.
38. WHO (2020). WHO COVID-19 dashboard. World Health Organization. online. Available at <https://covid19.who.int>. last access: 2021 Sept. 10.
39. WHO Team (2021). Weekly epidemiological update on COVID-19 - 17 August 2021. online. available at <https://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---17-august-2021>. last access: 2021 Sept. 9.

40. Zarocostas, J. (2020). How to fight an infodemic. The lancet 395(10225), 676.



ISSN: 2645-4475

فصلنامه مطالعات کارپردی در
علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی

سال چهارم، شماره ۴ (پیاپی: ۱۷)، پاییز ۱۴۰۰