

Identifying the Themes of Rumors and Fake News on Social Networks Related to Covid 19

Ehsan Rahimzadeh Hanachi: PhD student in Communication Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Unit, Tehran, Iran. **email:** ehsancinema88@gmail.com

Akbar Nasrollahi Kasmani: Associate Professor, Department of Communication, Journalism and Media, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Islamic Azad University, Central Tehran Branch (corresponding author), Tehran, Iran. **email:** akb.nasrollahikasmani@iauctb.ac.ir

Mohammad Soltanifar: Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Unit, Tehran, Iran. **email:** m-soltanifar@srbiau.ac.ir

Afsaneh Mozaffari: Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Unit, Tehran, Iran. **email:** a.mozaffari@srbiau.ac.ir

The purpose of this research, which was carried out using quantitative content and theme analysis, is to identify the overt and covert messages of Corona infodemia (on rumors and fake news) published on social networks (WhatsApp and Telegram) in 1400 in Iran. Based on the findings of this research, five overarching themes have been identified in the Corona infodemic content in these social networks, which are:

1. Seeking national superiority;
2. Media bias against countries;
3. Coronaphobia;
4. Normalizing and injecting hope;
5. Discourses related to religion and tradition. Most of the rumors and fake news (44% of the total sample population) are placed in the "media bias against countries" category, where 72% of the content of this section was against Iran. A total of 225 fake news and rumors have been investigated. In another classification, 43.1% of fake corona news and rumors were political. The experience of the spread of Covid-19 in an era when politics has become a media, showed how political competitions rely on false symbols and meanings and the production and distribution of fake news, are drawn to the arena of social media. Producers of fake news intentionally and distributors participate in this competition willingly or unwillingly.

Keywords: Social Networks, Infodemia, Fake News, Coronaphobia, Rumor, Corona, Corona Vaccine.

How to cite this paper: Rahimzadeh Hanachi, E., Nasrollahi Kasmani, A., Soltanifar, M., & Mozaffari, A. (2024). Identifying the Themes of Rumors and Fake News on Social Networks Related to Covid 19. *Rasaneh*, 35(2), 5-32. [In persian]

شناسایی مضامین شایعه‌ها و اخبار جعلی شبکه‌های اجتماعی با موضوع کووید ۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵

نوشته

احسان رحیم‌زاده حناچی*

اکبر نصرالهی کاسمانی**

محمد سلطانی‌فر***

افسانه مظفری****

چکیده

هدف از این پژوهش که با روش تحلیل مضمون و محتوای کمی انجام شده شناسایی پیام‌های آشکار و پنهان اینفوادمی کرونا (با موضوع شایعه‌ها و اخبار جعلی) منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی (واتس‌آپ و تلگرام) در سال ۱۴۰۰ در ایران است. بر اساس یافته‌های این پژوهش در محتوای اینفوادمی کرونا در این شبکه‌های اجتماعی ایران پنج مضمون فراگیر شناسایی شده که عبارت‌اند از: ۱. برتری جویی ملی؛ ۲. سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها؛ ۳. کروناهراسی؛ ۴. عادی‌انگاری و تزییق امید؛ ۵. گفت‌مان‌های مرتبط با دین و سنت. بیشتر شایعه‌ها و اخبار جعلی (۴۴ درصد کل جامعه نمونه) در دسته "سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها" جای می‌گیرند که ۷۲ درصد از محتوای این بخش علیه کشور ایران بوده است. در مجموع ۲۲۵ خبر جعلی و شایعه مورد بررسی قرار گرفته است. در طبقه‌بندی دیگری به لحاظ موضوعی ۴۳/۱ درصد شایعه‌ها و اخبار جعلی کرونایی سیاسی بوده‌اند. تجربه شیوع کووید ۱۹ در دورانی که سیاست رسانه‌ای شده است، نشان داد که چگونه رقابت‌های سیاسی با تکیه بر نمادسازی‌ها و معنابخشی‌های کاذب و تولید و توزیع خبر جعلی، به عرصه رسانه‌های اجتماعی کشیده می‌شوند. تولیدکنندگان خبر جعلی به صورت عمدی و توزیع‌کنندگان به شکل خواسته یا ناخواسته در این رقابت مشارکت دارند.

کلیدواژه: شبکه‌های اجتماعی، اینفوادمی، اخبار جعلی، کروناهراسی، شایعه، کرونا، واکسن کرونا.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران Ehsancinema88@gmail.com

** دانشیار گروه ارتباطات، روزنامه‌نگاری و رسانه، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی (نویسنده مسئول)، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران akb.nasrollahikasmani@iauctb.ac.ir

*** استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران m-soltanifar@srbiau.ac.ir

**** دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران a.mozaffari@srbiau.ac.ir

نحوه استناد به این مقاله: رحیم‌زاده حناچی، احسان؛ نصرالهی کاسمانی، اکبر، سلطانی‌فر، محمد و مظفری، افسانه (۱۴۰۳). شناسایی مضامین شایعه‌ها و اخبار جعلی شبکه‌های اجتماعی با موضوع کووید ۱۹. رسانه، ۳۵(۲)، ۳۲-۵.

مقدمه و بیان مسئله

جامعه جهانی یکی از بحرانی‌ترین شرایط نامساعد و ناپایدار بهداشتی را، در دهه‌های اخیر، به دلیل پاندمی کووید ۱۹ تجربه کرد که پیامدهای آن بیماری و میرایی میلیون‌ها نفر بود.

از طرف دیگر ظهور و بروز رسانه‌های اجتماعی همچون پیام‌رسان‌های فراگیر موبایلی و شبکه‌های اجتماعی به عنوان رسانه‌های کاربرمحور که محصول فناوری اینترنت هستند و موجب تحول عرصه خبر و خبررسانی شده‌اند قواعد سنتی تولید و انتشار پیام را بر هم زدند و در کنار مزیت‌هایشان بستری برای نشر شایعه‌ها و اخبار کذب فراهم آوردند. تحقیقات نشان داده است که یک چهارم اطلاعات شبکه‌های اجتماعی (برای مثال توئیتر (شبکه ایکس فعلی)، یوتیوب) حاوی اطلاعات نادرست پزشکی و محتوای تأیید نشده مربوط به همه‌گیری کووید ۱۹ بوده است (کوزی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

بر اساس تعریف سازمان بهداشت جهانی "اینفودمی" اطلاعات بیش از حد از جمله اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده در محیط‌های برخط و حضوری هنگام شیوع یک بیماری فراگیر است. این اطلاعات باعث سردرگمی و رفتارهای مخاطره‌آمیز شهروندان می‌شود و به سلامتی آن‌ها آسیب می‌رساند. همچنین بی‌اعتمادی جامعه را به مسئولان بهداشتی افزایش می‌دهد و واکنش بهداشت عمومی را تضعیف می‌کند. این‌که افراد اطمینان ندارند برای محافظت از سلامتی خود و اطرافیان چه کاری انجام دهند، می‌تواند شیوع بیماری را تشدید یا طولانی کند. اخبار جعلی وقتی به سراغ بیماری جهان‌گیر کرونا می‌روند، تهدیدی برای سلامتی شهروندان و امنیت جامعه محسوب می‌شوند. در واقع اینفودمی از ترکیب دو اتفاق جدید یعنی شیوع ویروس کووید ۱۹ و افزایش بهره‌گیری شهروندان از شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده است. بر اساس هشدار سازمان بهداشت جهانی، شهروندان همان‌طور که در برابر ویروس کرونا از خود مراقبت می‌کنند، باید مراقب ویروس شایعه‌ها و محتواهای کذب هم باشند. چون این‌گونه اطلاعات همچون ویروس به جسم و روح و جان مردم لطمه می‌زنند.

محتوای اینفودمی کرونا که در دوران شیوع این بیماری بیشتر در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شد، در هر زمان و مکانی ویژگی‌های خاص خود را دارد. برای شناخت این ویژگی‌ها و شرایطی که منجر به تولید و انتشار اینفودمی شده باید پژوهش‌های عمیق علمی انجام شود.

نخستین گام در راه مقابله با اینفودمی آگاهی از محتوای موضوعی آن است. وقتی مشخص شود که این اطلاعات حول محور چه موضوع‌هایی تولید و منتشر شده، راه مقابله با آن‌ها هموارتر می‌شود. شناخت اولویت‌های موضوعی اینفودمی در شبکه‌های اجتماعی ایران و حجم و میزان خبرهای منتشر شده در هر مقاله‌ای حائز اهمیت است. با دانستن این اطلاعات می‌توان از کارشناسان رشته‌های مختلف برای اطلاع‌رسانی، ابهام‌زدایی و شفاف‌سازی کمک گرفت.

بر این اساس با توجه به این‌که اخبار جعلی و واقعی دربارهٔ بیماری کرونا، هر دو، در بستر شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند، شناخت تفاوت‌های این دو پدیده ضروری است. آشکارسازی ماهیت اینفودمی کرونا در کانال‌ها و گروه‌های تلگرامی و واتس‌آپی ایران می‌تواند تصویری روشن از جزئیات و ویژگی‌های اینفودمی کرونا در ایران ارائه دهد.

در این پژوهش شایعه‌ها و اخبار جعلی منتشرشده در سال ۱۴۰۰ در ایران بررسی شده است. با توجه به این‌که در این سال بحران کرونا همچنان ادامه داشته، عملکرد شبکه‌های اجتماعی در حین بحران (با توجه به دسته‌بندی سه‌گانهٔ پیش از بحران، حین بحران و پس از بحران) مورد مطالعه قرار گرفته است. در این مرحله رسانه‌ها و وظیفه دارند اطلاع‌رسانی به‌هنگام و دقیقی از وضعیت موجود و اقدام‌های اساسی ستاد بحران داشته و دربارهٔ احتمال وقوع بحران‌های بعدی هشدار دهند.

اهداف تحقیق

۱. شناسایی پیام‌های آشکار و پنهان اینفودمی کرونا (با موضوع شایعه‌ها و اخبار جعلی) در شبکه‌های اجتماعی واتس‌آپ و تلگرام مورد استفاده در ایران و ابعاد و ویژگی‌های آن؛
۲. شناخت مضامین اخبار و قلمروی موضوعی آن‌ها (سیاسی، اجتماعی، علمی، مذهبی و ...).

سؤال‌های تحقیق

۱. شایعه‌ها و اخبار جعلی کرونایی در کدام حوزه‌های موضوعی تولید و منتشر شده‌اند؟
۲. کدام مضامین بیشترین فراوانی را در میان شایعه‌ها و اخبار جعلی کرونایی داشته‌اند؟
۳. با توجه به مضامین شناسایی‌شده برای مقابله با شایعه‌ها و اخبار جعلی کرونایی باید از دانش و مهارت کارشناسان کدام حوزه‌ها بهره گرفت؟
۴. چه باورها و سوگیری‌هایی در میان افکار عمومی راجع به کرونا و ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی آن در جامعه وجود دارد؟

مبانی نظری

تعریف مفاهیم

الف) اینفودمی. گسترش جهانی کروناویروس جدید تحت تأثیر انتشار اطلاعات نادرست مرتبط با کرونا به اصطلاح اینفودمی نامیده می‌شود.

بنابه اعلام سازمان بهداشت جهانی^۱، در تارنمای رسمی آن، اینفودمی^۲ به معنای اطلاعات

1. World Health Organization
2. Infodemic

بیش از حد از جمله اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده در محیط‌های دیجیتال و فیزیکی در طول شیوع بیماری است. اینفودمی باعث سردرگمی و رفتارهای مخاطره‌آمیز می‌شود که می‌تواند به سلامتی آسیب برساند. همچنین منجر به بی‌اعتمادی شهروندان به مقامات بهداشتی می‌شود و پاسخ بهداشت عمومی را تضعیف می‌کند. هنگامی که افراد در مورد آنچه باید برای محافظت از سلامت خود و اطرافیان‌شان انجام دهند، مطمئن نباشند، یک اینفودمی می‌تواند شیوع بیماری را تشدید یا طولانی کند. با روند روبه‌رشد دیجیتالی شدن و گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی و اینترنت، اطلاعات می‌تواند با سرعت بیشتری گسترش یابد. این موضوع می‌تواند به پرکردن سریع تر خلأهای اطلاعاتی کمک کند، اما همچنین می‌تواند پیام‌های مضر را تقویت کند (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰).

ب) اخبار جعلی. اخبار جعلی یک عبارت عجیب است که به ظاهر دو ایده مرتبط اما متفاوت را نشان می‌دهد. یکی از آن‌ها مشابه با شبه‌داستان است. داستان‌هایی که در عمل ارزش خبری ندارند، اما با این حال ارزشمند ارائه می‌شوند. تعداد زیادی از شایعه‌های مربوط به سلبریتی‌ها در این دسته جای می‌گیرند. مفهوم دیگری از اخبار جعلی این‌گونه است که نادرست‌ها با عنوان حقایق واقعی ارائه شوند.

مفهوم اخبار جعلی جدید نیست، اما تکنیک‌های کنونی آن به‌روز شده است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، دروغ‌گفتن و ترویج آن را بسیار ساده کرده‌اند. اگرچه از منظر تئوریک همین روش‌ها هستند که باعث پیروزی نهایی حقیقت و راستی می‌شوند، اما در عمل نشان داده شده که این‌گونه نیست. دانشمندان علوم سیاسی دریافته‌اند زمانی که افراد در معرض دروغ یا حقیقت قرار می‌گیرند، اغلب دروغ را با شدت بیشتری باور می‌کنند (بارتلت^۱، ۱۴۰۱، ۹۱-۹۳).

۲. ادبیات نظری تحقیق

الف) رسانه‌ای شدن سیاست

اصطلاح "رسانه‌ای شدن" اشاره به نفوذ فزاینده رسانه‌ها در تمام ابعاد زندگی و اهمیت و تأثیرگذاری روزافزون آن‌ها دارد. "رسانه‌ای شدن سیاست" ناظر بر وضعیتی است که رسانه‌ها در کنش‌های سیاسی مشارکت دارند و بر جامعه به شیوه‌ای سیاسی اثر می‌گذارند. همچنین روزنامه‌نگاران و کاربرانی که در رسانه‌های اجتماعی برخط فعال هستند بدل به بازیگران سیاسی می‌شوند.

برخی پژوهشگران از جمله اریک لو^۲ رسانه‌ای‌سازی را ورود ناخوانده جنجال کنترل شده و افکارسازی شده به درون جریان سیاسی می‌دانند. رسانه‌ای‌سازی در اصل کار سیاست‌مداران

1. Bartlett

2. Eric Louw

است که در سیستمی که سعی در هدایت عامه مردم دارد، در منافع مشترکی با متخصصان روابط عمومی سهیم هستند.

از این رو، نخبگان، به عمد و ساختارمند از رسانه‌ها برای ایجاد مشروعیت و تولید رضایت توده بهره می‌برند و از طریق ارتباطات، توده‌ها را به‌کار گرفته، کنترل کرده و آن‌ها را در دسترس تشکیلات سیاست نگه می‌دارند. برای انجام این کار لازم است که توده مردم از طریق صنعت چرخش افکار، مدیریت نفوذ، به صف آوردن چهره‌های سیاسی و فروش سیاست و شومنگری گیج و منحرف شوند. آن‌ها سعی می‌کنند که برای هدایت و رهبری روزنامه‌نگاران سراغ تکنیک‌های روابط عمومی بروند. به عبارتی رسانه‌ها را در تشکیلات پریشان‌سازی و منحرف‌سازی به‌کار می‌برند (آذری و دینانی، ۱۳۹۱: ۱۵۶).

نتیجه اصلی رسانه‌ای شدن سیاست تبدیل شدن رسانه‌ها به صنعت افکارسازی است. این بدان معناست که مداخله رسانه‌ها در شکل‌دهی به افکار عمومی به‌عنوان ویژگی دائمی سیاست مدرن نهادینه می‌شود و رسانه‌ها دیگر تنها به انعکاس سیاست نمی‌پردازند؛ بلکه به‌طور کامل درگیر تولید سیاست می‌شوند. چون رسانه‌ها بخشی از دستورکارهای عمومی را کنترل می‌کنند و در ایجاد رضایت‌همگانی در مورد تصمیم‌ها و اقدام‌های سیاسی نقش دارند؛ برای ذی‌نفعان سیاسی اهمیت دارد که از منابع خود برای تأثیرگذاری بر رسانه‌ها استفاده کنند (هاروارد، ۱۳۹۹: ۱۰۶).

پیشینه پژوهش

بررسی گمراه‌سازی و اشاعه اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی سابقه‌ای طولانی در پژوهش‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی دارد.

مطالعه‌ای با عنوان "مضامین و سیر تکاملی اطلاعات نادرست در طول مراحل اولیه شیوع کووید ۱۹ در چین - کاربرد مدل از تباطی بحران و خطر اضطراری" با تکیه بر ۴۷۰ اطلاعات نادرست که توسط سه پلتفرم راستی‌آزمایی چینی بین ۱ ژانویه تا ۳ فوریه ۲۰۲۰ شناسایی شده‌اند، پنج موضوع اصلی اطلاعات نادرست را در مورد کووید ۱۹ نشان داده است. موضوع "پیشگیری و درمان" با زیرمجموعه‌هایی همچون طب سنتی و ماسک زدن ۳۱/۶ درصد از کل اطلاعات نادرست شبکه‌های اجتماعی در چین را تشکیل می‌دهد. "توصیف به‌روزشده وضعیت بحران" سهم ۲۷/۹ درصد را نشان می‌دهد که این موضوع شامل زیرمجموعه‌هایی همچون فساد محلی، اتفاق‌های خارجی، اتفاق‌های داخلی، ابتلا و فوت بر اثر ویروس می‌شود. "اقدام‌ها و سیاست‌های حاکمیتی" شامل جداسازی و مدیریت تدارکات پزشکی به‌عنوان نوع دیگری از اطلاعات نادرست ظاهر شد و سهم آن ۲۳/۵ درصد بود. چهارمین موضوع "اطلاعات درباره بیماری" (۱۴/۷ درصد) بود که شامل زمان کشف ویروس، راه‌های انتقال آن

و ... می‌شود. موضوع توطئه (۲/۳ درصد) که به ساخت و ویروس در آزمایشگاه اشاره داشت در جایگاه پنجم قرار گرفته است. (لو، ۲۰۲۰)

در پژوهشی که با عنوان "شناسایی چارچوب‌های اینفودمیک کووید ۱۹: تحلیل موضوعی اطلاعات نادرست در سراسر رسانه‌ها" انجام شده، محققان ۴ موضوع اصلی را از میان ۱۲۷ خبر نادرست در مقطع زمانی بین ژانویه ۲۰۲۰ و مارس ۲۰۲۰ شناسایی کردند که عبارت‌اند از: اسناد (منشأ و منبع، شبه‌علم، تاریخچه پیدایش و ...) تأثیرات کووید ۱۹ (آمار جعلی، مسائل نژادپرستانه، هزینه‌های سلامت و ...)، روش‌های حفاظت و راه‌حل‌ها (محدودیت سفر، قرنطینه، درمان‌های خانگی، طب سنتی و ...) و سیاست (دولت‌ها، احزاب، نیروهای نظامی و ...) در ضمن، درون این ۴ مضمون، ۱۹ موضوع فرعی نیز پدیدار شد.

در این مطالعه اطلاعات نادرست از بین محتوایی که توسط وب‌گاه‌های حقیقت‌سنجی گزارش شده بودند انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. "سازمان‌های دولتی" و "مدیران و سیاست‌مداران" دو موضوع با بیشترین فراوانی در نتایج بوده‌اند. این مجموعه‌ها اهداف آسانی هستند که می‌توان آن‌ها را به خاطر تصمیم‌گیری ضعیف و ناتوانی در مقابله با بحران سرزنش کرد. سومین موضوع فرعی پرتکرار "منشأ و منبع" و ویروس است. "درمان‌های خانگی" و "آمار جعلی" در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. (محمدی و همکاران، ۲۰۲۲)

در پژوهش دیگری با عنوان "انواع، منابع، و ادعاهای اطلاعات نادرست کووید ۱۹" ۲۲۵ قطعه اطلاعات نادرست به زبان انگلیسی بین ژانویه تا پایان مارس ۲۰۲۰ تجزیه و تحلیل شده است. نتایج نشان می‌دهد در سراسر نمونه، بیشترین ادعاها (۳۹ درصد) در اطلاعات نادرست مربوط به اقدام‌های اجرایی یا سیاست‌هایی است که مقام‌های دولتی یا بین‌المللی (دولت‌های ملی، منطقه‌ای، محلی، مقامات بهداشتی، یا نهادهای بین‌المللی مانند سازمان بهداشت جهانی یا سازمان ملل) برای مقابله با کووید ۱۹ اتخاذ می‌کنند (برنن^۱ و همکاران، ۲۰۲۰).

پژوهش "راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سازمان‌های خبری و رسانه‌ای ایران" توسط محمدحسین ساعی و محمدحسین آزادی (۱۴۰۰) انجام شده و در فصلنامه رسانه به چاپ رسیده است.

یافته‌ها نشان می‌دهد از جمله ویژگی‌های خبر جعلی تولید و انتشار آن بر بستر رسانه‌های اجتماعی است. این رسانه‌ها به دلیل ویژگی‌هایی همچون سرعت بالای چرخش اطلاعات، اجتماعی بودن ساختار آن و مطرح نبودن مؤلفه‌های مهمی چون منبع خبر، مستعد تولید صدها خبر مشکوک، بی‌پایه و اساس و جعلی در روز هستند. از این رو رصد و پایش روزانه این فضا از طریق داده‌کاوی و ماینورینگ برای اشراف اطلاعاتی بر آن، که به زیست‌بوم شهروندان زیادی تبدیل شده است، ضروری به نظر می‌رسد و می‌تواند به مراحل بعدی مقابله کمک شایانی کند.

در پژوهشی که در اسپانیا با عنوان "درک اخبار جعلی در طول بحران سلامت کووید ۱۹ از منظر رفتار اطلاعاتی: مورد اسپانیا" انجام گرفته ۲۴۲ خبر جعلی در اسپانیا در طی بحران سلامت کووید ۱۹ تحلیل محتوا شده است.

این پژوهش نتیجه‌گیری می‌کند که موضوع غالب اخبار جعلی اجتماعی (۴۳/۱ درصد) و پس از آن سیاسی (۲۶/۴ درصد) و علوم پزشکی (۲۳/۶ درصد) است. به نظر می‌رسد که اخبار جعلی، در بیشتر موارد، هیچ خطری برای سلامتی یا ایمنی افراد ایجاد نمی‌کند، بلکه آسیبی که ایجاد می‌کند غیر قابل لمس و اخلاقی است.

فقط ۱۷ مورد از ۲۱۴ خبر طبقه‌بندی شده (۷ درصد) انواع خاصی از خطر را برای امنیت عمومی و یا سلامت مردم نشان می‌دهد. در میان مواردی که به‌عنوان بالقوه خطرناک برای سلامتی طبقه‌بندی شده‌اند، می‌توان به مطلب احتمال آسیب‌پذیری جزئی سیگاری‌ها در برابر کووید ۱۹ اشاره کرد (من تسی، ۲۰۲۱).

"انواع مختلف اطلاعات نادرست کووید ۱۹ در توئیتر دارای ظرفیت احساسی متفاوتی هستند" عنوان مقاله‌ای است که در آن مارینا چارکو-بالستر^۱ و همکاران (۲۰۲۱) بروز احساسی اطلاعات غلط مربوط به کرونا در توئیتر و این‌که آیا ظرفیت احساسی بر اساس نوع اطلاعات غلط تفاوت می‌کند یا خیر را بررسی کرده‌اند.

این تحقیق نشان می‌دهد اطلاعات غلط منفی سریع‌تر و بیشتر منتشر می‌شوند. فیلترکردن اطلاعات غلط مؤثر است و تمرکز بر موضوع‌های "ویروس" و "تئوری توطئه" می‌تواند یک راهبرد مناسب درباره‌ی این نوع اطلاعات باشد.

زمینه‌های احساسی در انتشار اطلاعات غلط تأثیر دارد. دانستن درباره‌ی ظرفیت احساسی^۳ انواع متفاوت اطلاعات غلط به ما در درک بهتر انتشار و تبعات اطلاعات غلط کمک می‌کند. بیش از ۱۷ هزار توئیت انگلیسی با ۷۶ هشتگ مرتبط با کرونا در مارس ۲۰۲۰ جمع‌آوری شده است. با استفاده از ابزار گوگل فکت‌چک^۴ این نتیجه حاصل شده که ۲۲۶ داستان غلط منحصربه‌فرد درباره‌ی کرونا وجود داشته است. این توئیت‌ها در ۶ حوزه درمان، ویروس، واکسن، سیاست، تئوری توطئه و غیره دسته‌بندی شده است.

مقایسه‌های ظرفیت عاطفی برای انواع مختلف اطلاعات نادرست نشان داد که اطلاعات نادرست مربوط به "ویروس" و "توطئه" دارای ظرفیت منفی‌تر از "درمان"، "واکسن"، "سیاست" و "سایر" است.

با وجود این، احساسات مرتبط با درمان‌ها و واکسن‌های بالقوه کووید ۱۹ دارای ظرفیت

1. Montesi
2. Marina Charquero-Ballester
3. Emotional valence
4. Google fact check

کلی مثبت بود. توییت‌های با ظرفیت مثبت حاوی کلمات مرتبط با امید (مانند کمک، درمان، پیشرفت) بودند. حتی اگر این نوع اطلاعات نادرست احساسات مثبتی را بیان کند، تأثیر آن بر جامعه به ضرورت مثبت و سازنده نیست؛ بلکه چه بسا منفی و مخرب باشد؛ زیرا این اطلاعات نادرست می‌تواند انتقال بیماری را افزایش دهد (چارکوئرو^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

پژوهش "تحلیل نقش وابستگی سیاسی رسانه‌های ایرانی بر بازنمایی عملکرد آن‌ها در شرایط آغازین شیوع ویروس کرونا" توسط سیده زهرا اجاق (۱۴۰۲) انجام و در فصلنامه رسانه منتشر شده است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهند که در خیز اول ویروس کرونا، همه خبرگزاری‌ها مبتنی بر مدل هژمونیک عمل کرده‌اند و روی موضوع‌های مهمی چون مدیریت‌پذیر بودن ویروس کرونا و شرایط ناشی از همه‌گیری آن با هم توافق داشته‌اند. اما طی خیز دوم، شاهد عدم توافق بین خبرگزاری‌ها هستیم. آن‌ها موضع انتقادی خود را با دولت آشکار می‌سازند و تحلیل انتقادی نسبت به تصمیم‌های دولت دارند.

در این شرایط نمی‌توان شاهد اثر جمع‌شدن دور پرچم در شرایط بحرانی بود. زیرا شیوه غالب خبرگزاری‌ها که منبع اخبار سایر رسانه‌ها هستند چندان مبتنی بر حمایت از دولت نیست.

روش‌شناسی

این پژوهش بر اساس روش تحلیل محتوای ترکیبی که بر ترکیب دو روش تحلیل مضمون و تحلیل محتوای کمی تأکید دارد انجام شده است. در تحلیل محتوای ترکیبی داده‌ها هم به صورت کلامی (معنایی) و هم به صورت عددی جمع‌آوری و آماده تحلیل می‌شوند.

در این پژوهش داده‌ها ابتدا به روش تحلیل مضمون کدگذاری شده و مضامین به دست آمده زیرمقوله‌ها و متغیرهای تحلیل محتوای کمی را شکل داده‌اند. در واقع با شمارش فراوانی این مضامین و مقوله‌ها و زیرمقوله‌ها میزان حضور آن‌ها در متن مشخص شده است.

با روش تحیل مضمون بر اساس الگوی آتراید - استیرلینگ و شبکه مضامینی که معرفی کرده‌اند، کدهای پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر استخراج شدند. مضامین مختلف بر اساس جایگاه آن‌ها در شبکه مضامین از منظر آتراید - استیرلینگ به سه دسته پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر تقسیم می‌شوند (آتراید - استیرلینگ^۲، ۲۰۰۱، ۳۳۸ - ۳۳۹).

مضامین، خصوصیات تکرارشونده و متمایزکننده واحدهای شمرده شده‌اند؛ خصوصیات منحصر به فرد درک‌شده و مجربی که پژوهشگر درباره مسئله تحقیق مشاهده می‌کند (کینگ و هوروکس^۳، ۲۰۱۰: ۱۵۰).

1. Charquero
2. Attride-Stirling
3. King & Horrocks

در پژوهش حاضر برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و دسته‌بندی و تلخیص داده‌ها از فرایند کدگذاری استفاده شده است.

پیش از شروع مرحله کدگذاری، همه اخبار به شکل متن مکتوب درآمدند. با بازخوانی متن اخبار، برای هر خبر، نکات مستقل در قالب مضامین پایه، شناسایی و به هرکدام یک کد اختصاص داده شد. داده‌ها بر اساس معنای کلی و درونی آن‌ها و بدون توجه به ارتباطی که با یکدیگر دارند برچسب‌زنی شدند تا مضامین پایه به دست بیاید. مضامین پایه شامل خردترین کدها و نکات کلیدی متن است. در مرحله بعد مضامین پایه مرتب شده و آن‌هایی که حول یک محور و مفهوم مشخص بودند، در زیرمجموعه مضامین سازمان‌دهنده طبقه‌بندی شدند. گاهی تمایز و اختلاف در برخی مضامین پایه با یکدیگر قابل مشاهده بود. این مضامین قابل جمع شدن در یک دسته نبودند و این موقعیت منجر به خلق یک مضمون سازمان‌دهنده جدید می‌شد. در این مرحله در مجموع ۲۰ مضمون سازمان‌دهنده به دست آمد. در نهایت مضامین فراگیر انتخاب شدند که شامل مضامین عالی دربرگیرنده حاکم بر کل متن هستند و نسبت به دو مرحله قبل درجه انتزاع بالاتری دارند. در این پژوهش ۵ مضمون فراگیر حاصل و در نهایت شبکه مضامین، ترسیم و تحلیل شبکه انجام شد.

برای دسته‌بندی و ترسیم شبکه مضامین از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شده است.

جدول ۱. نمونه کدگذاری

متن شایعه و خبر جعلی	مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
۱. خطر ابتلا به کرونا در افرادی که واکسن زده‌اند بیشتر است. ۲. واکسن‌های کرونا باعث ناباروری می‌شوند. ۳. واکسن باعث رویش ریش بر صورت زن‌ها می‌شود.	واکسن‌هراسی مبتنی بر آسیب بر بدن	واکسن‌هراسی	کرونا‌هراسی
۱. کرونا از طریق مگس انتقال پیدا می‌کند. ۲. باد کولر ماشین و جاروبرقی موجب انتقال کرونا می‌شود.	ترس از روش‌های انتقال	ترس از ابتلا به کرونا	
۱. کرونا ی انگلیسی مرگ‌ومیر بالاتری دارد. ۲. واکسن روی کرونا ی انگلیسی تأثیری ندارد.	ترس از سویه‌های قوی‌تر کرونا		

جامعه آماری

جامعه آماری شامل مجموعه تمام افراد، گروه‌ها، اشیا و یا رویدادهایی می‌شود که دارای یک یا چند ویژگی مشترک باشند. تعداد اعضای جامعه حجم یا اندازه جامعه نامید می‌شود.

در عنوان پژوهش عبارت اینفودمی در شبکه‌های اجتماعی آمده که از همان ابتدا دو پلتفرم تلگرام و واتس‌اپ مدنظر بوده است. تمامی مطالب کذب و شایعه‌های منتشر شده (مرتبط با بیماری کرونا) در گروه‌های تلگرامی و واتس‌اپی فارسی‌زبان در سال ۱۴۰۰ جامعه آماری این گزارش هستند.

داده‌ها به شیوه غیر تصادفی آسان‌یاب (در دسترس) جمع‌آوری شده‌اند. برای این منظور تعدادی گروه خانوادگی و دوستانه در واتس‌اپ و تلگرام انتخاب و شایعه‌های آن‌ها در طول یک سال استخراج شده است. شایعه‌ها و اخبار جعلی به روش تمام‌شماری شناسایی شد و این فرایند تا جایی ادامه پیدا کرد که اشباع حاصل شود.

زمان متوقف کردن نمونه‌برداری زمانی است که اشباع حاصل شود. به عبارت دیگر نمونه‌برداری تا زمانی که نمونه بعدی، مطالب مکملی به اجزای تشکیل دهنده نمونه بیفزایند ادامه دارد.

در نهایت تعداد ۲۵۲ شایعه و خبر جعلی منحصر به فرد درباره بیماری کرونا در سال ۱۴۰۰ استخراج شده است. روش تعیین کفایت نمونه اشباع نظری است.

علت آن‌که کانال‌های مشهور انتخاب نشدند این است که حجم شایعه‌ها و مطالب در گروه‌های تلگرامی گمنام با محتوای عامه‌پسند در مقایسه با کانال‌های پرمخاطب بیشتر است. ضمن این‌که شایعه‌ها به‌طور معمول در کانال‌های تلگرامی و واتس‌اپی غیررسمی با ممبرهای (اعضای) کمتر منتشر می‌شوند. کانال‌های رسمی (وابسته به مراکز دارای مجوز) که ممبرهای میلیونی دارند نسبت به صحت و سقم مطالب دقت بیشتری دارند. ضمن این‌که وقتی متوجه کذب بودن مطالبی بشوند، آن را حذف می‌کنند.

معیار کذب بودن مطالب رجوع به تارنماهای درستی‌سنجی (فکت‌چکینگ) و همچنین خبرگزاری‌های رسمی (ایرنا، فارس، مهر و ایسنا) بوده است. تارنماهای فکت‌چکینگ فارسی که درستی اخبار بر اساس آن‌ها سنجش شده‌اند تارنماهای فکت‌نامه، ویکی‌هواکس و فکت‌یار هستند.

تحلیل داده‌ها

بر اساس یافته‌های این پژوهش در جدول ۲ در محتوای اینفودمی کرونا در شبکه‌های اجتماعی ایران (با موضوع شایعه‌ها و اخبار جعلی) پنج مضمون فراگیر شناسایی شده که عبارت‌اند از:
 ۱. برتری جویی ملی؛ ۲. سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها؛ ۳. کروناهراسی؛ ۴. عادی‌انگاری و تزییق امید؛ ۵. گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت.

جدول ۲. مضامین اینفودمی کرونا در شبکه‌های اجتماعی (واتس‌آپ و تلگرام) در ایران

درصد	فراوانی	مضامین اینفودمی کرونا در شبکه‌های اجتماعی (واتس‌آپ و تلگرام) در ایران (با موضوع شایعه‌ها و اخبار جعلی)	
۴۴	۹۸	سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها	۱
۳۰	۶۸	کروناهراسی	۲
۱۴	۳۱	گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت	۳
۷	۱۶	برتری‌جویی ملی	۴
۵	۱۲	عادی‌انگاری و تزریق امید	۵



شکل ۱. الگوی استخراج‌شده از اینفودمی کووید ۱۹ در این پژوهش

برتری‌جویی ملی

در بین ۵ مضمون مورد اشاره، ۷ درصد شایعه‌ها و اخبار جعلی مربوط به مضمون برتری‌جویی ملی هستند. در این بخش می‌توان به ۳ مضمون فرعی اقتدار علمی و موفقیت نظام سلامت ایران، کشف داروی کرونا (توسط روسیه) و انسان‌دوستی مردم آمریکا اشاره کرد.

شایعه‌ها گاه مربوط به دستاوردهای حاکمیتی (مثل تولید واکسن، پایان کرونا، آمارهای برتر در زمینه مقابله با کرونا و ...) می‌شوند و گاه به رفتار پسندیده ملت‌ها (انسان‌دوستی مردم آمریکا) اشاره دارند.

در بخش برتری‌جویی ملی فراوانی اخبار مربوط به مضمون سازمان‌دهنده اقتدار علمی و موفقیت نظام سلامت ایران بیشتر است. این موضوع شامل این موارد می‌شود: امکانات بهداشتی و درمانی، آمارهای برتر ایران در سطح جهان، تهیه واکسن در ایران (در زمان کمبود)، پایان کرونا در ایران، حمایت مالی دولت ایران از رانندگان قانون‌مدار و رعایت پروتکل‌های بهداشتی در زندان‌های ایران.

بیشتر این اخبار بر رتبه‌های علمی و بهداشتی ایران در سطح جهان تأکید دارند که البته واقعی نیستند. برای مثال ادعا شده که ایران یکی از شش کشور تولیدکننده واکسن کرونا و همچنین جزو ۱۰ کشور برتر در مبارزه با ویروس کووید ۱۹ است.

جدول ۳. زیرمجموعه‌های مضمون فراگیر برتری‌جویی ملی

مضمون پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضمون فراگیر
امکانات بهداشتی و درمانی آمارهای برتر ایران در سطح جهان تهیه واکسن در ایران (در زمان کمبود) پایان کرونا در ایران رعایت پروتکل‌های بهداشتی در زندان‌های ایران	اقتدار علمی و موفقیت نظام سلامت ایران	برتری‌جویی ملی
کشف داروی کرونا توسط روسیه و پایان کرونا	اقتدار علمی روسیه	
انسان‌دوستی و بخشندگی شهروندان آمریکایی	برتری فرهنگی آمریکا	

سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها

بیشتر شایعه‌ها و اخبار جعلی (۴۴ درصد کل جامعه نمونه) در این دسته جای می‌گیرند. در این دسته سه مضمون سازمان‌دهنده مشاهده شده است: سوگیری رسانه‌ای علیه ایران یا ایران‌هراسی (۷۳/۴ درصد)، سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای غربی (۱۱/۲ درصد) و سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای آسیایی به جز ایران (۱۵/۳ درصد). این آمار نشان از هجمنه رسانه‌ای بیشتر (در مقایسه با کشورهای غربی و آسیایی) علیه کشور ایران به بهانه شیوع کرونا دارد.

جدول ۴. فراوانی مضامین زیرمجموعه سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها

درصد	فراوانی	مضامین زیرمجموعه سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها
۷۳/۴	۷۲	سوگیری رسانه‌ای علیه ایران (ایران‌هراسی)
۱۱/۲	۱۱	سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای غربی
۱۵/۳	۱۵	سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای آسیایی (به جز ایران)

الف) سوگیری رسانه‌ای علیه ایران (ایران‌هراسی)

شایعه‌ها و اخبار بخش سوگیری رسانه‌ای علیه ایران (ایران‌هراسی) حول محور ریزمضامین تبعیض و بی‌عدالتی، ناکارآمدی نظام سلامت در ایران، ضعف ایران در تولید و تأمین واکسن و رفتار ناپسند مردم شکل گرفته است.

تبعیض و بی‌عدالتی را در زیرمجموعه‌هایی همچون بی‌عدالتی بر اساس ملیت، بی‌عدالتی سیاسی، بی‌عدالتی صنفی (پاکبانان، مدیران، طلاب)، بی‌عدالتی جنسیتی (زنان ایرانی) و بی‌عدالتی اجتماعی (واکسن پولی در ایران) می‌توان طبقه‌بندی کرد.

ناکارآمدی نظام سلامت در ایران شامل این ریزمضامین می‌شود: گسترش نگران‌کننده شیوع ویروس کرونا در ایران، درگیری کودکان ایرانی با کرونا، دریافت هزینه از بیماران کرونایی، کمبود امکانات پزشکی و کالاهای درمانی کرونا در ایران و رعایت نکردن پروتکل‌های بهداشتی در ایران.

گسترش نگران‌کننده شیوع ویروس کرونا در ایران نیز این ریزمضامین را در برمی‌گیرد: انتقال ویروس کرونا از روسیه به ایران، ترس از شیوع انواع جدید کرونا در ایران (آفریقایی و هندی) و تعطیلی ناشی از گسترش کرونا در ایران.

اخبار جعلی مربوط به زیرمجموعه "ضعف ایران در تولید و تأمین واکسن" در دو بخش تولید واکسن و تأمین واکسن خارجی بررسی شده است.

"ضعف ایران در تولید واکسن" شامل این ریزمضامین می‌شود: بی‌تأثیر بودن واکسن برکت، سودجویی واکسن برکت (فعالیت‌های اقتصادی)، ناتمام ماندن روند تولید واکسن برکت و بی‌اعتمادی تولیدکنندگان به محصولات خودشان.

"ضعف ایران در تأمین واکسن خارجی و توزیع آن" نیز این ریزمضامین را در بر می‌گیرد: ناتوانی و عدم تمایل حاکمیت در موضوع تهیه واکسن خارجی، ناتوانی حاکمیت ایران در نگهداری واکسن‌ها (گم‌شدن واکسن) و قاچاق واکسن ممنوع به ایران.

کمبود امکانات پزشکی و کالاهای درمانی در ایران، رعایت نکردن پروتکل‌های بهداشتی

در ایران، تعطیلی دوهفته‌ای کشور در پی شیوع آمیکرون، اعمال محدودیت‌های کرونایی در استان تهران، خوابیدن بیماران بر کف زمین بیمارستان، بستری دو بیمار کرونایی روی یک تخت و آغاز موج ششم کرونا در کشور از جمله اخبار جعلی مربوط به ناکارآمدی نظام سلامت ایران هستند.

ب) سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای غربی

سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای غربی در دو کشور انگلیس و آمریکا قابل بررسی است. درباره انگلستان این خبر منتشر شد که دکل‌های فایوجی در انگلستان منشأ کرونا هستند. مضمون "سوگیری رسانه‌ای علیه آمریکا" شامل مضامین پایه زیر سؤال بردن آمریکا در زمینه کنترل کرونا، منشأ کرونا (توطئه آمریکا)، تولید واکسن‌های آلوده و کشنده، مصرف ناعادلانه واکسن، تحریم‌های ظالمانه آمریکا عامل کشته‌های کرونایی (ایران) اشاره کرد.

ج) سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای آسیایی (به جز ایران)

سوگیری رسانه‌ای علیه کشورهای آسیایی (به جز ایران) شامل دو زیرمجموعه چین و دیگر کشورها می‌شود.



جدول ۵. زیرمجموعه‌های مضمون فراگیر سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها

مضمین فراگیر	مضمین سازمان‌دهنده اولیه	مضمین سازمان‌دهنده ثانویه	مضمین پایه	
سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها	سوگیری رسانه‌ای علیه ایران	ناکارآمدی نظام سلامت در ایران	بی‌عدالتی بر اساس ملیت، بی‌عدالتی سیاسی، بی‌عدالتی صنعتی (پاکبانان، مدیران، طلاب)، بی‌عدالتی جنسیتی (زنان ایرانی)، بی‌عدالتی اجتماعی (واکسن پولی در ایران)	
			درگیری کودکان ایرانی با کرونا، گسترش نگران‌کننده شیوع ویروس کرونا در ایران، انتقال ویروس کرونا از روسیه به ایران، ترس از انواع جدید کرونا در ایران (آفریقای و هندی)، تعطیلی ناشی از گسترش کرونا در ایران، بحرانی شدن اوضاع کرونا در ایران، دریافت هزینه از بیماران کرونایی در ایران، رتبه آخر ایران در کنترل کرونا، کمبود امکانات پزشکی در ایران، کمبود کالاهای درمانی کرونا در ایران، بی‌اعتمادی به آمار تلفات کرونا در ایران، رعایت نکردن پروتکل‌های بهداشتی در ایران	
			بی‌تأثیر بودن واکسن برکت، سودجویی واکسن برکت (فعالیت‌های اقتصادی)، ناتمام ماندن روند تولید واکسن برکت، بی‌اعتمادی تولیدکنندگان واکسن برکت به محصولات خودشان (تزریق سینوفارم)، ناتوانی و تمایل نداشتن حاکمیت در موضوع تهیه واکسن خارجی، ناتوانی حاکمیت ایران در نگهداری واکسن‌ها (گم شدن واکسن)، قاچاق واکسن ممنوع به ایران، ناتوانی ایران در نگهداری واکسن‌ها (نامنی)	
	سوگیری رسانه‌ای علیه انگلستان	سوگیری رسانه‌ای علیه آمریکا	رفتار نادرست مردم ایران	خشونت ایرانیان، قانون‌گریزی ایرانیان
			سوگیری رسانه‌ای علیه انگلستان	منشأ کرونا در انگلستان (دکل‌های فایوجی)
	سوگیری رسانه‌ای علیه آسیای (به جز ایران)	سوگیری رسانه‌ای علیه چین، کره جنوبی، هند، عربستان، روسیه و اسرائیل	سوگیری رسانه‌ای علیه آمریکا	زیر سؤال بردن آمریکا در زمینه کنترل کرونا، منشأ کرونا (توطئه آمریکا)، تولید واکسن‌های آلوده و کشنده، مصرف ناعادلانه واکسن، تحریم‌های ظالمانه آمریکا عامل کشته‌های کرونایی (ایران).
		سوگیری رسانه‌ای علیه آسیای (به جز ایران)	سوگیری رسانه‌ای علیه روسیه و اسرائیل	زیر سؤال بردن کشورهای شرقی در زمینه واکسیناسیون، وضعیت بحرانی کرونا در هند و اسرائیل، منشأ کرونا (توطئه چین)، کشنده بودن واکسن فایزر در اسرائیل، خطرناک بودن واکسن روسی، ارتباط سعودی‌ها با کرونای بایدن

کروناهراسی

بر اساس یافته‌های پژوهش ۳۰ درصد کل شایعه‌ها و اخبار جعلی بررسی شده مضمون کروناهراسی داشته‌اند. بی‌فایده‌بودن وسایل پیشگیری، ترس از ابتلا به کرونا، ماسک‌هراسی و واکسن‌هراسی از جمله مضامین فرعی این بخش هستند.

ترس از ابتلا به کرونا شامل مواردی چون ترس از روش‌های انتقال، هراس از سویه‌های قوی‌تر کرونا و تشبیه کرونا به ابزار جنگی دولت‌ها می‌شود.

در مضمون سازمان‌دهنده واکسن‌هراسی نیز سازندگان اخبار جعلی تلاش داشته‌اند واکسن را عامل اعتیاد به خود واکسن، عامل کرونا، ابزار نفوذ نظامی غرب، آسیب‌زننده به بدن و جنین و عامل مرگ معرفی کنند.

مضمون سازمان‌دهنده بی‌فایده‌بودن وسایل پیشگیری شامل اخبار جعلی می‌شود که اثر ماسک و واکسن را زیر سؤال برده‌اند.

جدول ۶. زیرمجموعه‌های مضمون فراگیر کروناهراسی

مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
زیر سؤال‌بردن اثر درمانی واکسن، بی‌فایده‌بودن ماسک	بی‌فایده‌بودن وسایل پیشگیری	کروناهراسی
جدول ظهور واریانت‌های جدید، ابتلای چهره‌های سیاسی به کرونا، ترس از روش‌های انتقال، ترس از سویه‌های قوی‌تر کرونا، تشبیه کرونا به ابزار جنگی دولت‌ها	ترس از ابتلا به کرونا	
امکان خفگی بر اثر کمبود اکسیژن، وجود مواد خطرناک در ماسک	ماسک‌هراسی	
عامل اعتیاد به واکسن، عامل کرونا، نفوذ نظامی غرب، مبتنی بر آسیب بر بدن، تأثیر منفی بر جنین، عامل مرگ	واکسن‌هراسی	

عادی‌انگاری کرونا و تزریق امید

پنج درصد اخبار جعلی در این مجموعه قرار می‌گیرند. مضامین سازمان‌دهنده مضمون فراگیر "عادی‌انگاری و تزریق امید" عبارت‌اند از: اتمام کرونا، فریب‌بودن کرونا و وجود نداشتن آن، تجویز مدرن غیرعلمی (قرص‌های شیمیایی)، اطلاعات امیدبخش درباره پیشگیری و درمان و تشخیص کرونا.

در این میان فراوانی مضمون سازمان‌دهنده "اطلاعات امیدبخش درباره پیشگیری و درمان و تشخیص کرونا" از بقیه زیرمجموعه‌ها بیشتر است.

جدول ۷. زیر مجموعه‌های مضمون فراگیر عادی‌انگاری و تزریق امید

مضمون فراگیر	مضمین سازمان‌دهنده	مضمین پایه
عادی‌انگاری و تزریق امید	فرب‌بودن کرونا و وجود نداشتن آن	کرونا ابزار رهبران سیاسی است. کرونا توهمی با هدف تجارت است
	تجویز مدرن غیر علمی (قرص‌های شیمیایی)	مصرف ویتامین دی، ویتامین سی و قرص زینک برای درمان کرونا
	اطلاعات امیدبخش درباره پیشگیری و درمان و تشخیص کرونا	واکسینه شدن طبیعی پس از ابتلا، بی‌نیازی به ماسک پس از واکسیناسیون، کشف راز مرگبار بودن کرونا، نشانه‌های ظاهری منفی بودن کرونا
	اتمام کرونا	برگزاری جشن پایان کرونا، پایان ابتلا، پایان مرگ ناشی از کرونا در نقاط مختلف جهان

گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت

تعداد ۱۴ درصد شایعه‌ها و اخبار جعلی بررسی شده در این گروه قرار می‌گیرند. وجه مشترک این محتواها پیوندشان با دو موضوع دین و سنت است. شایعه‌ها و اخبار سنت‌گرایی شامل توصیه‌ها و تجویزهای سنتی برای مقابله با کرونا هستند. بقیه شایعه‌ها حکایت از دین‌گرایی و دین‌گریزی شایعه‌سازان دارند.

اخبار جعلی که در دسته دین‌گرایی جای گرفته‌اند سعی دارند از کرونا به‌عنوان ابزاری برای معنویت‌بخشی بیشتر به مذهب شیعه بهره‌برند. در این رابطه می‌توان به خبر ذیل اشاره کرد. تعداد مبتلایان به کرونا در کربلا به صفر رسیده و در عزاداری هیچ کرونایی گزارش نشده است.

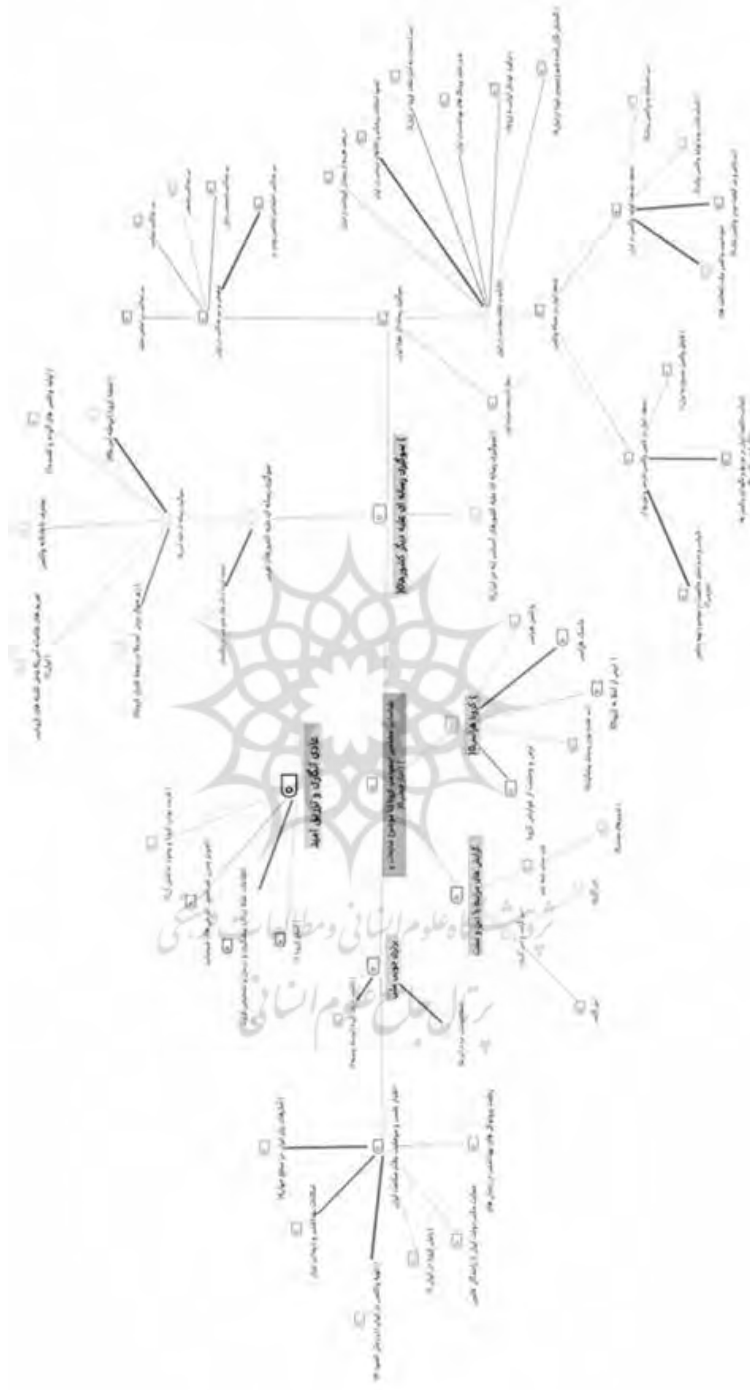
اخبار مضمون دین‌گریزی با تکیه بر سوژه شیوع کرونا، نقش و جایگاه و کارکرد دین و مذهب دین‌داران را زیر سؤال برده‌اند. بی‌اهمیت جلوه‌دادن ماه رمضان در کشورهای مسلمان، القای بدبینی علمای شیعه نسبت به اهل سنت، نابودی مسلمانان با واکسن، ممنوعیت و حرمت برگزاری عزاداری ماه محرم و مذهب‌زدگی در ایتالیا و هندوستان از جمله این اخبار جعلی هستند.

جدول ۸. زیر مجموعه‌های مضمون گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت	گفتمان‌های مرتبط با دین شامل دین‌گرایی و دین‌گریزی	مذهب‌دوستی (تشیع)، بی‌اهمیت جلوه‌دادن ماه رمضان (کشورهای مسلمان)، بدینی علمای شیعه نسبت به اهل سنت، مذهب‌زدگی (ایتالیا)، مذهب‌زدگی (هندوستان)، پرهیز از عزاداری ماه محرم، نابودی مسلمانان با واکنس
	طب سنتی شبه‌علم (تجویزهای سنتی)	تجویز سنتی با هدف درمان مبتنی بر لمس بدن، تجویز سنتی مبتنی بر حیوانات، تجویز سنتی با هدف درمان مبتنی بر مواد خوراکی، تجویز سنتی برای درمان عوارض واکنس کرونا، تجویز سنتی با هدف پیشگیری مبتنی بر مواد خوراکی، تجویز سنتی با هدف درمان (استنشاق)، نرفتن به بیمارستان، تجویز سنتی با هدف درمان کرونا (مواد مخدر)



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۱. شبکه مضامین ایفودمی کرونا در شبکه‌های اجتماعی ایران

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش که از نوع توصیفی بوده تصویری از مضامین موجود در پیام‌های اینفودمی کرونا در شبکه‌های اجتماعی ایران را ارائه می‌دهد. تمامی شایعه‌ها و اخبار جعلی را می‌توان در ۵ مضمون اصلی دسته‌بندی کرد که این ۵ مضمون عبارت‌اند از: ۱. برتری جویی ملی؛ ۲. سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها؛ ۳. کروناهراسی؛ ۴. عادی‌انگاری و تزییق امید؛ ۵. گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت.

با توجه به نظریه "سیاست رسانه‌ای‌شده" و یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت بازیگران سیاسی می‌خواهند با نمادسازی و نمادپردازی از اتفاق‌ها و رویدادهای مرتبط با کووید ۱۹ معانی مورد علاقه خود را بازتولید کنند. آن‌ها با تکیه بر صنعت چرخش افکار و تولید و توزیع شایعه می‌کشند بر رقبای خود پیروز شوند و رضایت افکار عمومی را جلب کنند. "برتری جویی ملی" معنایی سیاسی است که با تأکید بر چندین نماد مرتبط با شیوع کووید ۱۹ حاصل شده است. در نقطه مقابل این مضمون "سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها" قرار می‌گیرد که حکایت از کشاکشی سیاسی در یک فضای دوقطبی دارد. دو مضمون کروناهراسی و عادی‌انگاری و تزییق امید نیز از دیگر دوقطبی‌های این پژوهش هستند. بازیگران سیاسی برای کنترل فضای جامعه و بر اساس میزان شیوع کرونا گاه با بزرگ‌نمایی کرونا ایجاد هراس کرده و گاه با کوچک‌نمایی آن در پی عادی‌انگاری و تزییق آرامش بوده‌اند. در مضمون "گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت" نیز می‌توان دوقطبی‌هایی با موضوع موافقان و مخالفان طب سنتی و دین‌داری و دین‌گریزی را مشاهده کرد. جریان‌های سیاسی دیدگاه‌های متنوعی دربارهٔ دو مسئله "طب سنتی" و "دین" دارند و ظهور چنین کشمکش‌هایی با تکیه بر ابزار شایعه و خبر جعلی قابل انتظار است.

تجربه شیوع کووید ۱۹ در دورانی که سیاست رسانه‌ای شده است، نشان داد که چگونه رقابت‌های سیاسی با تکیه بر نمادسازی‌ها و معنابخشی‌های کاذب و تولید و توزیع خبر جعلی به عرصه شبکه‌های اجتماعی کشیده می‌شود. تولیدکنندگان خبر جعلی به صورت خواسته و توزیع‌کنندگان به شکل خواسته یا ناخواسته در این رقابت مشارکت دارند. افزایش تعداد مفسران و بازیگران سیاسی ناشی از استفاده روزافزون شهروندان از شبکه‌های اجتماعی و پدیده "سیاست رسانه‌ای‌شده" است. در این رقابت مفاهیم و موضوع‌های علمی، اجتماعی، فرهنگی و ... تبدیل به نمادهای سیاسی می‌شوند.

بیشتر شایعه‌ها و اخبار جعلی در دسته "سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها" جای می‌گیرند که ماهیتی سیاسی دارد. علاوه بر این رد پای سیاست را می‌توان در مضمون برتری جویی ملی هم مشاهده کرد.

تبعیض و بی‌عدالتی، ناکارآمدی نظام سلامت در ایران، ضعف ایران در تولید و تأمین واکسن، خطرناک بودن واکسن کرونا و اعتماد نداشتن به آن و گسترش نگران‌کننده کرونا در

ایران مضامین پرتکرار این پژوهش هستند. می‌توان گفت شایعه‌ها و اخبار جعلی مربوط به این مضامین بر بستر باورها و نگرش‌های شهروندان جامعه ایران شکل گرفته‌اند. به تعبیر دیگر این فرضیه‌ها در بین افکار عمومی مطرح بوده و همین مسئله باعث شده که شایعه‌های از این جنس تولید، منتشر و اغلب پذیرفته شود؛ بنابراین برای مقابله با اخبار جعلی در حوزه ناکارآمدی نظام سلامت ایران یا ضعف ایران در تولید و تأمین واکسن، تمهیدها و اقدام‌هایی فراتر از دایره رسانه‌ها (در سطح جامعه و نظام سیاسی) ضروری به نظر می‌رسد. ترمیم شکاف ایجادشده بین دولت و ملت و تقویت اعتماد عمومی به حاکمیت یکی از راهکارهایی است که می‌تواند شایعه‌های مذکور را کاهش دهد.

مقایسه نتایج تحقیق با نتایج تحقیق‌های مشابه در دیگر کشورها نیز حکایت از حجم بالای اخبار جعلی سیاسی اینفودمی کرونا در ایران دارد. به لحاظ موضوعی ۴۳/۱ درصد شایعه‌ها و اخبار جعلی کرونایی سیاسی بوده و غلبه با اخبار این حوزه است. در حالی که تحقیقی مشابه در کشور اسپانیا نشان می‌دهد که موضوع غالب اخبار جعلی کرونایی، اجتماعی (۴۳/۱ درصد) و پس از آن سیاسی (۲۶/۴ درصد) است (من‌تسی، ۲۰۲۱).

مقایسه نتایج این مطالعه با دیگر پژوهش‌های خارجی که مضامین اینفودمی کرونا را در دیگر نقاط دنیا استخراج کرده‌اند، حاوی این نکته است که انتقاد از تصمیم‌ها و اقدام‌های "سازمان‌های دولتی" و مدیران و سیاست‌مداران داخلی و خارجی یکی از مضامین موضوع‌های ثابت و تکراری است.

در هر سه پژوهش "مضامین و سیر تکاملی اطلاعات نادرست در طول مراحل اولیه شیوع کووید ۱۹ در چین - کاربرد مدل ارتباطی بحران و خطر اضطرابی"، "شناسایی چارچوب‌های اینفودمیک کووید ۱۹: تحلیل موضوعی اطلاعات نادرست در سراسر رسانه‌ها" و "انواع، منابع، و ادعاهای اطلاعات نادرست کووید ۱۹" به مضمون انتقاد از تصمیم‌ها و اقدام‌های حاکمیتی و دولتی در بین مضامین اشاره شده است (لو، ۲۰۲۰؛ محمدی و همکاران، ۲۰۲۲؛ برنن و همکاران، ۲۰۲۰). اما مضمون "برتری جویی ملی" که در این مطالعه به دست آمده، مضمونی جدید است که در پژوهش‌های پیشین یافت نمی‌شود. می‌توان گفت از آنجا که ایران در معرض یک "جنگ رسانه‌ای" قرار گرفته، بازیگران سیاسی در داخل کشور برای مقابله با هجوم‌ها، به محتوای نادرست به مضمون "برتری جویی ملی" متوسل شده‌اند. همچنین مضمون "سوگیری رسانه‌ای علیه کشورها" به ویژه علیه کشور "ایران" در محتوای شبکه‌های اجتماعی کشورمان در مقایسه با مضمون انتقاد از مدیران و سیاست‌مداران داخلی و خارجی در پژوهش‌های خارجی فراوانی بیشتری (۴۴ درصد) داشته است. در محتوای بررسی شده بیشتر انتقادها متوجه ناکارآمدی مدیریت سلامت در ایران بوده است. به عبارت دیگر سازندگان اخبار جعلی در ایران، بیشتر از سایر نقاط دنیا توانسته‌اند بر موج نارضایتی شهروندان سوار شوند.

نتایج تحقیق همچنین با پژوهشی که توسط مارینا چارکور - بالستر و همکاران (۲۰۲۱) درباره اطلاعات جعلی کرونا انجام شده همخوان است. چراکه نشان می‌دهد زمینه‌های احساسی در انتشار اطلاعات غلط تأثیر دارد و اطلاعات غلط منفی سریع‌تر و بیشتر منتشر می‌شوند. در این پژوهش نیز حجم اخبار جعلی منفی (مثل کروناهراسی و ناکارآمدی نظام سلامت ایران) در مقایسه با مضامین مثبت (تزریق امید و عادی‌انگاری و برتری‌جویی ملی) بیشتر است. بر اساس شناسایی مضمون "برتری‌جویی علمی" می‌توان گفت دولتمردان در ایران و کشورهای دیگر می‌کوشند با ارائه اقدام‌هایی که در حوزه مقابله با کرونا داشته‌اند، اقتدار خود را به رخ جهانیان بکشند. گاه بیان اغراق‌آمیز دستاوردها منجر به خلق شایعه و خبر جعلی می‌شود. در این رابطه می‌توان به ادعای اختراع ویروس‌یاب مستعان در کشورمان اشاره کرد که بعدها مشخص شد کارکرد خاصی در حوزه ویروس‌یابی ندارد. البته چون این ادعا پیش از سال ۱۴۰۰ مطرح شده، در این تحقیق مورد بررسی قرار نگرفته است. در بین شایعه‌ها مضمون فرعی "سوگیری رسانه‌ای علیه ایران"، چندین اظهار نظر علمی از سوی مقام‌های سیاسی دیده می‌شود. برخی اظهار نظرهای نیز در محافل سیاسی مطرح شده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی گاه با بزرگ‌نمایی ضعف‌ها و قوت‌های نظام سلامت ایران و گاه با کوچک‌نمایی آن، تصویری ناقص و غیرواقعی از امکانات و توانمندی‌های کشور ارائه کرده‌اند. اخبار جعلی که به مضمون ایران‌هراسی و سوگیری رسانه‌ای علیه ایران مربوط می‌شود بر بستر ابهام و سکوت رسانه‌ای شکل گرفته و رشد کرده و فرصتی را برای بهره‌برداری سیاسی مخالفان حاکمیت فراهم کرده‌اند. اطلاع‌رسانی شفاف و به‌موقع درباره ابهام‌ها، ضعف‌ها و شبهه‌های نظام سلامت ایران و میزان کارآمدی آن و همچنین روند تولید واکسن و حاشیه‌هایش می‌توانست در راستای مقابله با انتشار این‌گونه اخبار مؤثر باشد.

ایجاد ترس و هراس از کرونا (کروناهراسی) ممکن است با انگیزه‌های متنوع مثل جذب کلیک و بالابردن مخاطب در شبکه‌های اجتماعی، اقناع شهروندان و اجبار آن‌ها به رعایت بیشتر پروتکل‌های بهداشتی صورت گیرد.

هراس‌افکنی اگرچه ممکن است مردم را به پیشگیری و درمان جدی‌تر دعوت کند؛ ولی گاه ترس زیاد خود بدل به یک عامل مضر شده و آسیب‌های روحی و روانی را در پی دارد. از طرف دیگر ممکن است فردی که بیش از حد ترسیده، انجام هرگونه اقدامی برای سلامتی خود را بی‌فایده بداند و به یک شهروند بی‌کنش بدل شود.

ناشناخته‌بودن کرونا و جزئیات آن باعث شده که شایعه‌سازان بتوانند در این زمینه فعالیت کنند و کرونا را خطرناک‌تر از آنچه هست جلوه دهند. کروناهراسی و عادی‌انگاری کرونا دوروی یک سکه هستند و به ترتیب افراط و تفریط در رفتار مخاطبان پیام را در پی دارند. کروناهراسی در برخی موارد اگر همراه با ارائه راه‌حل باشد، منجر به رعایت بیشتر پروتکل‌های

بهداشتی می‌شود. اما عادی‌انگاری این تهدید را ایجاد می‌کند که مخاطبان پیام ویروس کووید ۱۹ را جدی نگیرند و به فکر پیشگیری و درمان نباشند. البته واکسن‌هراسی به روند پیشگیری لطمه می‌زند؛ چراکه باعث می‌شود عده‌ای فریب بخوند و واکسن کرونا را تزریق نکنند. واکسن‌هراسی، ترس از ابتلا به کرونا و بی‌فایده‌بودن وسایل پیشگیری مضمون‌های زیرمجموعه این گروه هستند.

پیام آشکار و پنهان شایعه‌ها کرونایی در بخش "عادی‌انگاری و تزریق امید" این است که ویروس کرونا وجود ندارد. اگر هم وجود داشته باشد و کسی را بیمار کند، درمانش بسیار ساده است. وعده اتمام زود هنگام کرونا هم خیال شهروندان را بابت رهایی از بحران راحت می‌کند. اخبار جعلی که به حوزه دین‌داری مربوط می‌شوند گاه تلاش کرده‌اند با کرونا از جایگاه مذهب شیعه دفاع کنند و گاه نقش و کارکرد دین و مذهب دین‌داران را زیر سؤال برده‌اند.

پیشنهاد‌های پژوهشی

این پژوهش بیشتر بر روی بررسی محتوای اخبار جعلی و شایعه‌ها متمرکز بود. پیشنهاد می‌شود که دیگر پژوهشگران درباره ساختار این گونه اخبار مطالعه کنند و درباره مؤلفه‌هایی چون میزان پیچیدگی، دقت، لحن، داشتن منبع، تعداد کلمات و ... تحقیق‌هایی را انجام دهند. این که شایعه‌پردازان از کدام تاکتیک‌های خبری برای فریب مخاطب استفاده کرده‌اند می‌تواند یکی از دیگر سوژه‌های تحقیق باشد. همچنین می‌شود درباره این موضوع مطالعه کرد که شایعه‌ها همراه با فیلم و عکس و متن ارائه شده‌اند یا فاقد یکی یا چند مورد از این عناصر هستند؟

کنشگران برجسته‌شده در اخبار (پزشکان، اعضای دولت، سران کشورهای خارجی، شهروندان، کارشناسان مذهبی و ...) نیز می‌توانند به‌عنوان یکی از سؤال‌های تحقیق مورد بررسی قرار گیرند.

پیشنهاد‌های کاربردی

حضور خبرنگاران تخصصی سلامت در تحریریه رسانه‌ها باعث می‌شود که دروازه‌بانی بهتری صورت گیرد. چراکه آن‌ها خبرهای صحیح و علمی را از منابع دست اول (به صورت ترجمه یا مصاحبه) دریافت می‌کنند و به دست مخاطب می‌رسانند. همچنین خبرنگاران سلامت می‌توانند با راستی‌آزمایی صحت و سقم اخبار حوزه پزشکی را تشخیص دهند.

باتوجه به شناسایی مضمون فرعی ناکارآمدی نظام سلامت ایران می‌توان گفت اطلاع‌رسانی شفاف و به موقع درباره ابهامات، ضعف‌ها و شبهه‌های نظام سلامت ایران و میزان کارآمدی آن و همچنین روند تولید واکسن و حاشیه‌هایش می‌تواند در راستای مقابله با انتشار این گونه اخبار مؤثر باشد.

باتوجه به شناسایی مضمون گفتمان‌های مرتبط با دین و سنت "که در آن مسائل دینی و مذهبی و سنت‌گرایی و تجویزهای سنتی مورد تأکید واقع شده است، ارتباط کارگروه اطلاع‌رسانی کرونا با کارشناسان مسائل دینی و کارشناسان طب سنتی ضروری به نظر می‌رسد. همچنین در این کارگروه باید از دانش و مهارت کارشناسان حوزه‌های پزشکی و سیاسی بهره گرفت.

تجربه کرونا در ایران نشان می‌دهد که باید در بحران‌های مشابه مسئولیت موضع‌گیری‌های علمی را به کارشناسان این حوزه سپرد و از اهالی سیاست و قدرت خواست که دخالت کمتری در این رابطه داشته باشند. سیاست‌زدایی از علم کمک می‌کند که زمینه‌های خلق شایعه در بحران‌هایی مثل بحران کرونا از بین برود.

منابع

- آذری، طاهره و رضوی دینانی، ابتسام (۱۳۹۱). رسانه‌ای شدن سیاست. مطالعات رسانه‌ای، ۷(۲)، ۱۶۳-۱۷۴.
- اجاق، سیده زهرا (۱۴۰۲). تحلیل نقش وابستگی سیاسی رسانه‌های ایرانی بر بازنمایی عملکرد آن‌ها در شرایط آغازین شیوع ویروس کرونا. رسانه، ۳۴(۴)، ۵-۲۸. doi: 10.22034/bmsp.2023.413381.1923
- بارتلت، بروس (۱۴۰۱). حقیقت مهم است. ترجمه سید علی موسوی. تهران: نشر نسل روشن سازمان بهداشت جهانی (۲۰۲۰). موضوعات سلامتی. قابل دسترس در: https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1
- ساعی، محمدحسین و آزادی، محمدحسین (۱۴۰۰). راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سازمان‌های خبری و رسانه‌ای ایران. رسانه، ۳۲(۲)، ۳۵-۷۸. doi: 10.22034/bmsp.2021.136841
- هاروارد، استیگ (۱۳۹۹). رسانه‌ای شدن فرهنگ و جامعه. ترجمه سید محمد مهدی زاده و همکاران، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- Attride-Stirling, J. (2001). Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research. *Qualitative Research*, 1(3).
- Azari, T., & Razavi Dinani, I. (2011). Mediaization of politics. *Media Studies*, 7(2), 163-174. [In persian]
- Bartlett, B. (2022). *The truth is important*. Translation: Seyyed Ali Mousavi. Tehran: Nesl Roshan publication, 91-93. [In persian]
- Brennen, J. S., Simon, F. M., Howard, P. N., & Nielsen, R. K. (2020). *Types, sources, and claims of COVID-19 misinformation*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Charquero-Ballester, M., Walter, J. G., Nissen, I. A., & Bechmann, A. (2021). Different types of COVID-19 misinformation have different emotional valence on Twitter. *Big Data and Society*, 8(2). <https://doi.org/10.1177/20539517211041279>
- Harvard, S. (2020). *Mediaization of culture and society*. Translation: Seyyed Mohammad Mahdizadeh et al., Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication. [In persian]
- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., & Adib, E. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus* 12:e7255. doi: 10.7759/cureus.7255
- Lu, J. (2020). Themes and Evolution of Misinformation During the Early Phases of the COVID-19 Outbreak in China—An Application of the Crisis and Emergency Risk Communication Model. *Front. Commun.* 5, 57. doi: 10.3389/fcomm.2020.00057
- King, N. & Horrocks, C. (2010). *Interviews in Qualitative Research*, London: Sage Publication, 150.

- Mohammadi, E., Tahamtan, I., Mansourian, Y., & Overton, H. (2022). Identifying Frames of the COVID-19 Infodemic: Thematic Analysis of Misinformation Stories Across Media. *JMIR infodemiology*, 2(1), e33827. <https://doi.org/10.2196/33827>
- Montesi, M. (2021). Understanding fake news during the Covid-19 health crisis from the perspective of information behaviour: The case of Spain. *Librarianship and Information Science*, 53(3), 454–465. <https://doi.org/10.1177/0961000620949653>
- Ojaq, S. Z. (2023). Analysis of the role of political affiliation of Iranian media on the representation of their performance in the initial conditions of the spread of the corona virus. *rasaneh*, 34(4), 5-28. [In persian] doi: 10.22034/bmsp.2023.413381.1923
- Sa'i, M., & Azadi, M. (2021). Strategies to deal with fake news in Iran's news and media organizations. *Rasaneh*, 32 (2), 35-78. [In Persian] doi: 10.22034/bmsp.2021.136841
- World Health Organization. (2020). Health issues. Available at: [In persian] https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1.

© Authors, Published by Bureau of Media Studies and Planning. This is an open-access paper distributed under the CC BY (license <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

