




Recognizing the Components of Fake News on the BBC Persian Instagram Network During Iran's Street Protests (September 2021 to March 2022)

Niloufar Hassan , Master's Degree in Culture and Communication, Publicity and Cultural Communication, Soorah International University, Tehran, Iran, Email: niloufarhassan1988@gmail.com

Mohammad Reza Esmaili , Assistant Professor of Media Management, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran, Iran, Email: dr.esmi@soore.ac.ir

Abstract

Introduction: The proliferation of fake news on social media has undermined reliable journalism and trustworthy information. This issue has prompted governments and media organizations to seek effective solutions for detecting and combating fake news. This research addresses the challenge of identifying the components of fake news on social networks, particularly in the context of protest activities. The primary goal is to identify and present the components of fake news disseminated during Iran's 2022 street protests. Sub-goals include understanding the components of fake news across various domains (political, economic, artistic, cultural, and sports) and analyzing their role in spreading protests.

Method: This study examines the components of fake news on the BBC Persian Instagram network during Iran's street protests (September 2021 to March 2022). Using a qualitative approach, the research employs conventional and directed content analysis to analyze 60 Instagram posts. The verification of fake news and its classification were conducted using data from credible sources such as the "Special Line of Fars News Agency," "Fact Nameh," and "Fact Yar."

Findings: The analysis of 60 news contents, using keywords such as "fake news," "protest," and "disturbance," yielded 1,150 data points. Five main categories emerged from the core codes:

1. **News Credibility**(type and source of news),
2. **Creating Doubt**(consequences and spreading uncertainty),
3. **Generating Potential for Protests and Disturbances**(e.g., influencing public opinion),
4. **Fake News Detection**(e.g., information warfare, persuasive techniques), and
5. **Media Literacy**(e.g., verifying videos, timing of fake news dissemination).

The findings reveal that foreign Persian-language media, particularly the BBC Persian network, played a direct and central role in escalating discontent, political activism, and public unrest. These media outlets portrayed the 2022 protests as nationwide, ideological, and purposeful, while also attempting to tarnish the image of the Iranian regime, its officials, and security institutions. However, the leadership and religious authority system in Iran played a crucial role in countering

these efforts. The Supreme Leader's emphasis on national security, independence, and unity, along with support for security and military institutions, helped prevent widespread insecurity and strengthened national cohesion.

Conclusion: This research analyzed over 100 virtual pages of the BBC Persian Instagram network related to the 2022 protests, collecting 1,150 data points. Using MAXQDA 2022 software and thematic coding, the study identified five key components of fake news dissemination: news credibility, fake news detection, creating doubt, media literacy, and generating potential for protests and riots. The findings highlight the role of foreign media as a tool for black propaganda, linking it to concepts such as the post-truth era, information warfare, public opinion deception, and fake news verification.

Keywords: Fake news, Iran 2022 protests, Iran riots, Mahsa Amini, qualitative content analysis.



شناخت مؤلفه‌های اخبار جعلی شبکه اجتماعی اینستاگرام فارسی بی.بی.سی در اعتراض‌های خیابانی ایران (شهریور تا اسفند ۱۴۰۱) نیلوفر حسن^۱، محمدرضا اسماعیلی^۲

چکیده

اخبار جعلی و معضل گسترش نشر آن در رسانه‌های اجتماعی، امروزه روزنامه‌نگاری موثق و اطلاع‌رسانی قابل اعتماد را ضعیف کرده است. ضرورت این موضوع دولت‌ها و اصحاب رسانه را بر آن داشت تا راهکارهای مؤثر در تشخیص اخبار جعلی را بررسی کنند. در این پژوهش به نحوه شناخت مؤلفه‌های اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی بخصوص موارد مرتبط با فعالیت‌های اعتراض‌گونه پاسخ داده می‌شود. در این پژوهش سعی می‌شود مؤلفه‌های اخبار جعلی شبکه اینستاگرامی بی.بی.سی در اعتراض‌های خیابانی ایران (شهریور تا اسفند سال ۱۴۰۱) شناسایی شوند. محتوای خبری ۶۰ پست اینستاگرام بر مبنای رویکرد کیفی با استفاده از روش تحلیل محتوای عرفی و معیار راستی‌آزمایی اخبار جعلی این پژوهش از طریق «خط ویژه خبرگزاری فارس»، سایت‌های «فکت‌نامه»، «فکت‌یار» صورت پذیرفت. پژوهش حاضر از جستجوی موضوعی لغات «خبر جعلی»، «اعتراض»، «مهسا امینی» در بیش از ۱۰۰ صفحه مجازی شبکه اینستاگرامی بی.بی.سی فارسی در ارتباط با ناآرامی‌های سال ۱۴۰۱ صورت گرفت. یافته‌ها و نتایج داده‌های ۱۱۵۰ حاصل با استفاده از نرم‌افزار Maxqda2022 با روش کدگذاری تحلیل شدند. به نظر می‌رسد هنوز ضعف در تشخیص مؤلفه‌های اخبار جعلی وجود دارد و در بسیاری از موارد مواجه با فضای واقعی، خوب عمل نشده است. باین حال شبکه اینستاگرامی بی.بی.سی فارسی در انتشار سریع اخبار جعلی سال ۱۴۰۱ از مؤلفه‌هایی استفاده کرده که در گسترش اعتراضات خیابانی نقش بسیاری ایفا کرده است که می‌توان در ۵ مقوله کلی اعتبار خبر، تشخیص اخبار جعلی، ایجاد تردید، سواد رسانه‌ای، تولید پتانسیل اعتراضات و اغتشاشات طبقه‌بندی کرد. رسانه‌های بیگانه به‌عنوان بازوی پروپاگاندای سیاه، با عصر پساحقیقت، جنگ اطلاعاتی، فریب افکار عمومی، اخبار جعلی و راستی‌آزمایی رابطه مفهومی پیدا می‌کنند.

واژگان کلیدی

اخبار جعلی، اعتراضات ۱۴۰۱ ایران، اغتشاشات ایران، مهسا امینی، تحلیل محتوای کیفی.

مقدمه

خبر گزارشی از رویداد و حوادث واقعی است که یک یا چند ارزش خبری دارد. چگونگی ارائه این گزارش تحت تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی صورت می‌گیرد (بدیعی و قندی، ۱۳۷۸: ۴۳) و در مواقعی که رویدادهای مهم و حساسی رخ می‌دهند، امکان وجود اخبار جعلی و اطلاعات غلط وجود دارد. به نظر می‌رسد که بخش قابل ملاحظه‌ای از اخبار منتشر شده در جریان رویدادهای پس از مرگ مهسا امینی در پاییز ۱۴۰۱ اخبار جعلی و اطلاعات نادرست بوده‌اند. یکی از روش‌های بی.بی.سی فارسی در اعتراضات ۱۴۰۱ از آنجا که خبرنگار و نمایندگی رسمی در ایران ندارد استفاده از فیلم‌ها و گزارش‌ها و اخباری است که در فضای مجازی منتشر می‌شد و بی‌شک این رویه بدون نقص نیست و نمی‌توان به آن استناد کرد، زیرا حجم بالایی از این روایت‌ها نادرست، مغالطه با هدفدار است.

انتشار اخبار جعلی از سوی رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی می‌تواند تأثیرات منفی جامعه‌ها را تشدید کند. این مسئله از جمله مشکلاتی است که در دوران مدرن با پیشرفت فناوری و ارتباطات به شدت برجسته شده است. این امر می‌تواند باعث افزایش گمراه‌کنندگی، افزایش تبعیض و تنش‌های اجتماعی در جامعه شود. همچنین ممکن است تأثیرات سیاسی و اجتماعی و فرهنگی را تشدید کند.

اخبار جعلی یا اطلاعات غیرصحيح معمولاً از ترکیب مؤلفه‌های مختلفی تشکیل شده‌اند. عنوان‌های به شدت جذاب یا ترفندی که حاوی اظهارات شوکه‌آور یا ترس‌انگیز باشند، منبع نامشخص یا مشکوک، استفاده از تصاویر و ویدئوهای ترفندی، شیوه‌های زبانی فریبنده، عدم تأیید اطلاعات، افزایش سرعت پخش اخبار تعدادی از این مؤلفه‌ها هستند که شناخت آن‌ها و توسعه مهارت‌های تفکر انتقادی می‌تواند افراد را در تشخیص اخبار جعلی و اطلاعات غیرصحيح کمک زیادی کند.

در زمانه‌ای زندگی می‌کنیم که مسئله نوجوان و پیوندش با سیاست مهم شده است. اتفاقات مهمی در کشور ما رخ داده و اکثریت تصور می‌کنند یکی از نیروهای پیش‌برنده این اتفاقات آن نسل Y و Z (با مسئله تغییر سبک زندگی) بوده‌اند. جانهایی از دست‌رفته و افرادی به درجات مختلف لطماتی دیده‌اند. جالب است که اکثریت ما در مواجهه با این نسل و اتفاقات سال ۱۴۰۱ دچار نوعی غافلگیری شده‌ایم (شیخ رضایی، ۱۴۰۱). پیش‌بینی می‌شود در پی همین حوادث و ناآرامی‌های سال گذشته که بر بستر مناسب جنگ روانی نیز شکل گرفت، اخبار جعلی دست به دست می‌شدند.

درباره انتشار اخبار جعلی مربوط به اعتراضات سال ۱۴۰۱ توسط رسانه‌های فارسی زبان خارج از کشور، گزارش‌های آماری اندکی منتشر شده است؛ هرچند این گونه رسانه‌ها تاکنون مصداق خبر جعلی و روش مورد استفاده برای تشخیص آن را تأکید نکرده‌اند. با این حال در بررسی و مطالعه صفحات اینستاگرامی شبکه تلویزیونی بی.بی.سی فارسی توسط مرکز افکارسنجی خبرگزاری فارس از ۲۳ شهریور تا ۹ آبان ۱۴۰۱، با مجموع ۶۵ درصد دروغ، بیشترین میزان اخبار خلاف واقع را به نسبت حجم انبار و تولیدات ۴ رسانه خارج کشور (ایران اینترنشنال، صدای آمریکا، رادیو فردا و من‌وتو) داشته است. این‌ها از مهم‌ترین عواملی بود که سبب شد از میان صفحات رسانه‌های اجتماعی، صفحه اینستاگرام بی.بی.سی فارسی و پست‌های منتشرشده، محققان تعداد ۷۰ خبر جعلی را به صورت هدفمند انتخاب کنند.

هدف اصلی پژوهش شناسایی و ارائه مؤلفه‌های اخبار جعلی در گسترش اعتراضات خیابانی ایران سال ۱۴۰۱ خلاصه می‌شود. اهداف فرعی شامل شناخت مؤلفه‌های اخبار جعلی (سیاسی، اقتصادی، هنری، فرهنگی، ورزشی) و نحوه انتشار آن‌ها در گسترش اعتراضات خیابانی ۱۴۰۱ است.

می‌توان این سؤال را بیان کرد که انگیزه اصلی بی.بی.سی در انتشار اخبار جعلی، شکل‌دهی افکار عمومی ایران از اعتراضات مسالمت‌آمیز و هدایت آن به سمت و سویی بود که با سیاست‌های استعماری انگلیس همخوانی دارد. انحراف مطالبات مردم به سمت آشوب، تجزیه‌طلبی و ناامن کردن ایران و تفرقه بین مردم و القای انسداد سیاسی، راهی است که این رسانه بیگانه در پیش گرفته تا به هدف اصلی خود که تغییر نظام و تضعیف ایران است برسد. این موارد، کم‌وبیش با روش‌های بی‌بی‌سی فارسی عنوان شده در تشخیص مؤلفه‌های اخبار جعلی مقاله «از گفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری» همخوانی دارد.

این فرصت مهیا شد که با پیدا کردن مؤلفه‌های چندین اخبار جعلی مربوط به اعتراضات خیابانی سال ۱۴۰۱، گامی در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران و نحوه انتشار اخبار جعلی آن دوره زمانی برداریم. بهتر آن است که شهروندان با آگاهی از نحوه نشر اخبار جعلی و مسئولیت اجتماعی خود در فضای مجازی، از باز نشر این نوع اخبار نیز خودداری کنند.

معضل نشر اطلاعات غلط و اطلاعات گمراه‌کننده که روزنامه‌نگاری موثق و معتبر و اطلاع‌رسانی قابل اعتماد را ضعیف می‌کند، در عصر رسانه‌های اجتماعی به شدت گسترش یافته است. به دلیل شیوع و گسترش خبرهای جعلی و غیرواقعی از سوی

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، همچنین اثرات سو انتشار این گونه خبرها در مخاطب و حتی بی‌اعتمادی به رسانه‌های رسمی، شناخت اخبار جعلی مهم است. در برخی موارد روزنامه‌نگاران هدف اقداماتی مانند آستروتورفینگ^۱ یا کمپین‌های ساختگی عمومی و اوباشی‌گری اینترنتی (تلورینگ^۲) قرار می‌گیرند؛ یعنی تلاش‌های عمدی برای گمراه کردن، اطلاع‌رسانی غلط و گیج کردن یا به خطر انداختن روزنامه‌نگاران یا به اشتراک‌گذاران اطلاعاتی که با هدف منحرف ساختن و بی‌اعتبار کردن آن‌ها یا منابع احتمالی آن‌ها صورت می‌گیرد. به عبارت دیگر می‌کوشند خبرنگاران را فریب دهند و آنان را وادار کنند اطلاعات غلطی را که برداشتی جعلی و نادرست از موضوعات خبری را القا می‌کنند، به اشتراک بگذارند تا وقتی جعلی بودن این اطلاعات افشا شد اعتبار آنان به‌عنوان خبرنگار و نیز سازمان خبری که آن‌ها برایشان کار می‌کنند از بین برود و محدود شود. در موارد دیگر آن‌ها با تهدیدات دیجیتال مواجه می‌شوند تا منابع خود را فاش کنند یا قوانین مربوط به رعایت حریم خصوصی را بشکنند و منابع را در معرض خطر قرار دهند یا به اطلاعات منتشر نشده آن‌ها دست پیدا کنند. (ایرتون و پوزتی، ۱۳۹۹: ۲۳).

همان‌طور که ملاعباسی و جعفری (۱۴۰۱) در پژوهش خود به عناصر قطبی‌کننده و تغییر ماهیت خبررسانی صفحه اینستاگرام فارسی بی‌بی‌سی فارسی پی بردند، در این پژوهش ماهیت اصلی خبرهای جعلی و ضرورت شناخت این نوع خبرها و اکاوی شد و به نظر می‌رسد نتایج این تحقیق می‌تواند به احیای اعتماد مخاطبان به خبرهای موثق و هوشیاری در برابر شناخت خبرهای جعلی و رسانه‌های منتشرکننده منجر شود. این نتایج برای خبرنگاران و رسانه‌های داخلی که روزانه با حجمی از خبرهای جعلی مواجه‌اند نیز مفید و قابل استفاده است.

این تحقیق به سؤالات «اخبار جعلی در اعتراضات پاییز ۱۴۰۱ با چه مؤلفه‌هایی ارائه شدند؟» و «مؤلفه‌های اخبار جعلی (سیاسی، اقتصادی، هنری، فرهنگی، ورزشی)

۱. آستروتورفینگ (Astroturfing) در حقیقت یک عمل فریبنده است که در آن کمپین‌های سازماندهی شده با هدف ایجاد توهم رفتار خودجوش و مردمی اجرایی می‌شوند. هدف آستروتورفینگ تحت تاثیر قرار دادن افکار عمومی یا تأثیرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های کلان یا حتی اجتماعی از طریق عظیم و گسترده‌تر جلوه دادن یک جنبش یا دستور کار از آنچه هست، است. اغلب شامل هویت‌ها و پیام‌های جعلی است.

۲. ترولینگ (Trolling) ترولرها کاربران واقعی هستند که با انجام ترولینگ و باهدف ایجاد اختلال در جوامع آنلاین فعالیت می‌کنند و کاربران را به یک پاسخ عاطفی و به دور از عقلانیت و منطق تحریک می‌کنند. این موضوع باعث شک و تردید کاربر می‌شود. هنگامی که یک کاربر دچار شک و تردید و بی‌اعتمادی شود، نمی‌داند چه چیزی را باور یا رد کند، این امر نهایتاً منجر به عبور از حقیقت و پذیرش دروغ توسط کاربر می‌شود

در گسترش اعتراضات خیابانی پاییز ۱۴۰۱ چه بوده است؟» پاسخ می‌دهد.

پیشینه پژوهش

مهدی‌زاده طالشی و سعادت سیرت (۱۴۰۲) در «رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر پساحقیقت» یا «اخبار جعلی و نگرانی‌های واقعی» دریافته‌اند مهم‌ترین مضامین سازمان‌یافته در تفاوت اخبار جعلی با اطلاعات واقعی (وسعت پوشش، فاقد اثر سازنده، مغرضانه بودن، شبیه‌سازی‌شده، ایجاد جنگ روانی و اعتبار منبع)؛ در تشابه اخبار جعلی با اطلاعات واقعی (کارایی مشابه، ارزش خبری، سبک خبری و ثبات زمانی) در اهداف اشاعه اخبار جعلی، ایجاد جنبش اجتماعی، فریب اذهان عمومی، تنش رسانه‌ای، جهت‌دهی افکار عمومی، فضای هیبریدی و گسترش ابهام و در پیامدهای مصرف اخبار جعلی، ایجاد حس بدبینی، بی‌اعتباری نهادهای دولتی، اعتباریابی سلبریتی‌ها، حذف نخبگان مدیریتی تلقین‌پذیری، یأس اجتماعی و تصمیم‌گیری شتاب‌زده بوده است. ما در این پژوهش در فصل ۴ ام (یافته‌های پژوهش)، تک تک موارد را در ۶۰ خبر جعلی جستجو کردیم.

سروستانی و همکاران (۱۴۰۲)؛ در مقاله خود با عنوان «نقش رسانه فارسی‌زبان خارجی ای‌ران‌ای نترنشنال در اعتراضات شهری ور ۱۴۰۱ از منظر نظری ه برجسته‌سازی» دریافته‌اند فعالیت و تحریکات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، بخصوص شبکه ایران اینترنشنال، نقش مستقیم و محوری در تشدید نارضایتی‌ها، کشمگری سیاسی، گسترش ویروس، تجمعات، امنیت زدایی ذهنی افکار عمومی، خرابکاری‌ها، خدشه‌دار نمودن وجهه نظام و مسئولین و سازمان‌های امنیتی و نظامی داشت.

امامی رودسری، حسین (۱۴۰۲)؛ در پژوهش «روش‌ها و ترفندهای مقابله با اخبار جعلی» خود یافت هیچ منبعی مانند منابع مستقل و آزاد یا مرجعیت غیردولتی بی‌طرف نمی‌تواند راستی آزمایی اخبار را به‌خوبی انجام دهد؛ زیرا این مجموعه‌ها می‌توانند با وابسته نبودنشان اعتماد مردم را به خود جلب کنند.

شیرزادی و همکاران (۱۴۰۲) با مقاله بازتاب و پیامدهای خبر جعلی در رسانه‌های اجتماعی در عصر «پساحقیقت» پی بردند با ظهور زیرساخت‌های ارتباطی جدید نظیر سکوهای شبکه‌های اجتماعی و پیام رسانه‌ای اجتماعی مسیر ارتباط‌گیری با افکار عمومی و شکل‌گیری آن نسبت به گذشته دگرگون شده است.

یافته‌های تحقیق مهتاب خانی و محمدصالح بهشتی‌نژاد (۱۴۰۲) حاکی از آن است

که شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات عصر حاضر هستند و اثرات آن‌ها در ایجاد تغییرات اجتماعی و دخل و تصرف آن‌ها در فضای ارتباطی کشور، به‌طور کامل مشهود و ملموس است و خود را در موارد و رخداد‌های متفاوتی چون اعتراضات اخیر ایران و به‌ویژه اعتراضات شهریورماه ۱۴۰۱ نشان داده است. این اعتراضات در بستر نارضایتی‌های موجود و با شعار «زن زندگی آزادی» شکل گرفت و با کمک شبکه‌های مجازی در ابعاد مختلف محلی و جهانی گسترش یافت. این نتایج در مقاله تحلیل اعتراضات خیابانی سال ۱۴۰۱ در ایران با کاربست تئوری جامعه شبکه‌ای کاستلز به چاپ رسیده است.

کریم شعبانی و همکاران (۱۴۰۱) عوامل تشخیص اخبار جعلی در رسانه‌های نوین به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی را در ۵ تم اصلی «شاکله محتوایی»، «عامل نشر»، «منبع خبر»، «قوانین» و «الگوریتم‌های ماشینی» را در نظر گرفته‌اند که در میان پژوهش نیز ما در قسمت یافته‌ها از آن‌ها بهره بردیم.

بیش از ۴۱ درصد از کل اخباری که بی‌بی‌سی فارسی در این مدت درباره ایران منتشر کرده است، حاوی عناصری قطبی‌کننده است. رسانه‌های خبری در عصر شبکه‌های اجتماعی: قطبی‌شدگی و تغییر ماهیت خبررسانی تحلیل نشانه‌شناختی صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی عنوان مقاله‌ای است که ملاعباسی و جعفری به این نتیجه رسیدند.

هرسیچ و ربیعی‌نیا (۱۴۰۲) در «مقاله الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی»، پی بردند شبکه‌های اجتماعی در قالب سه مضمون کلی «هنجارسازی»، «بسیج و سازمان‌دهی» و «واکنش میدانی» بر جنبش‌های اعتراضی تأثیر می‌گذارد. مضامین اخبار جعلی، نفرت پراکنی، کنشگری نخبگان سیاسی و اجتماعی، کنشگری سلبریتی‌ها و سوپربلاگرها، برجسته‌سازی حوادث یافت شد. همچنین در بخش بسیج و سازمان‌دهی از مقولات ناشناس بودن، واکنش سریع، شهروند خبرنگار استفاده شد.

ارکمی و برزگر (۱۴۰۰) در مقاله «تحلیل محتوای صفحات شبکه اجتماعی اینستاگرام فارسی بی‌بی‌سی خود به تحلیل پست‌های شبکه خبری بی‌بی‌سی در اینستاگرام فارسی» پی بردند محتوای اکثر پست‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، دارای وجه منفی و ویژگی‌هایی است که برای حوزه نظم و امنیت تهدیدآمیز است و تحلیل مستمر محتوای این شبکه‌ها در حوزه‌های

مختلف الزامی است تا مانع از غافلگیری در رویدادهای اجتماعی و سیاسی تهدیدکننده نظم و امنیت شود.

فرقانی و تقی‌پور (۱۳۹۸) در «از گفتمان سازی تا جریان سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری» به این نتیجه رسیدند تکنیک‌های «اهریمن‌سازی»، «استفاده از ارزش‌ها برای تأثیرگذاری بر نگرش‌ها»، «پاره حقیقت‌گویی»، «شهادت دادن» و «اغراق و بزرگسازی»، «تفرقه‌افکنی»، همچنین تکنیک‌های «برجسته‌سازی اظهارات نامتعارف»، «افزایش اعتبار منابع همسو»، «راوی هم‌جنس»، «برجسب‌های اقتضایی»، «اسطوره‌سازی» و «طرح ادعای بدون پشتوانه» برخی تکنیک‌های بی‌بی‌سی فارسی عنوان شده در تشخیص مؤلفه‌های اخبار جعلی است.

سردارنیا (۱۳۸۸) در مقاله «اینترنت، جنبش‌های اجتماعی جدید و بسیج اعتراض‌ها» به این نتیجه رسیدند شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل هویت ناشناس کاربران، امکان مقابله با معترضان را کاهش می‌دهد و این برخلاف جنبش‌های کلاسیک است که افراد جنبش را از طریق تبلیغات چهره به چهره و میدانی تکثیر می‌کردند و هویتشان آشکار و شناسایی شدنی بود.

اندروپیک (۲۰۱۷) در اخبار جعلی: تعاریف و رویکردها پی برد شکل‌دهی به اخبار جعلی از طریق فزونی سازی، زمانی روی می‌دهد که رویدادهایی در مقیاس کوچک، از طریق اقدامات هماهنگ و هم‌رسانی کاربران عادی، باعث می‌شوند تا دروازه‌بانان الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی تقویت شوند و گسترش یابند. مونتسی، فراسکا، اینارد، مانیون و برونشتین (۲۰۱۹) در مقاله تشخیص خبرهای جعلی در رسانه‌های اجتماعی با استفاده از یادگیری عمیق هندسی پی بردند ساختار شبکه‌های اجتماعی و الگوهای انتشار ویژگی‌های مهمی هستند که امکان تشخیص دقیق را بر اساس مدل آن‌ها فراهم می‌آورند.

جمع‌بندی و نوآوری

پژوهش حاضر شباهت‌هایی از منظر گونه‌شناسی یا شاخص‌های اخبار جعلی با مقالات داشت مانند شناسایی گونه‌های مشابه با خبر جعلی و تبیین شاخصه‌های تفاوت بین آن‌ها اما با مرور پژوهش‌های انجام گرفته می‌توان به این حقیقت پی برد که پژوهشگران بیشتر با تکیه بر روش تحلیل محتوای کیفی، عمدتاً برای فهم چرایی انتشار رو به گسترش اخبار جعلی راهکار ارائه دادند که تفاوت آن با پژوهش حاضر در این است که محقق ابتدا

با مراجعه به منابع مختلف، ارزیابی و شیوه‌های صحت‌سنجی اخبار جعلی، باید اخبار مدنظر خود را برای تحلیل انتخاب می‌کرد. به بیان واقعی؛ تحلیل رسانه‌ای ماجرای فوت مهسا امینی، از دریچه دوران پساحقیقت نیازمند کشف و شناسایی پرسش‌ها و مسئله‌های گوناگون در ارتباط با ناآرامی‌های ۱۴۰۱ ایران است. کلیات تشخیص خبر جعلی با تأکید بر مهارت‌های سواد رسانه‌ای که در مقالات پیشین به نگارش درآمده، در راستای مهم‌ترین هدف این پژوهش «کشف مؤلفه‌های انتشار اخبار جعلی در گسترش اعتراضات خیابانی» کمک شایانی کرده است.

ادبیات پژوهش

تعریف اخبار جعلی

دیکشنری آکسفورد (۲۰۲۰) گزارش‌های نادرست وبسایت‌ها از رویدادها را خبر جعلی می‌نامد. همچنین توضیح می‌دهد که اخبار جعلی باعث ایجاد سردرگمی عمومی در مورد رویدادهای جاری می‌شود. این دیکشنری، پیشنهاد ارجاع از خبر جعلی به واژه «پساحقیقت»^۱ را می‌دهد که نشانگر نزدیکی این دو واژه به یکدیگر است. در بعداً به این مفهوم می‌پردازیم.

می‌توان گفت که خبر جعلی، خبری است که در ماهیت خود دچار تحریف شده و از بستر اصلی خود جدا افتاده و لذا نامعتبر است؛ و یا خبر جعلی، پیام رسانه‌ای نادرستی است که به عمد قصد گمراه کردن مخاطبان را دارد (افقهی، ۱۴۰۲: ۱۷). نقش فریب در تعریف خبر جعلی کلیدی است که محققان زیادی نیز به آن توجه داشته‌اند. برای مثال، در یکی از تحقیقات اشاره شده است که آنچه اخبار جعلی را از گزارش‌های خبری صرفاً دروغ جدا می‌کند قصد فریب است. اکنون ربات‌های اجتماعی می‌توانند بدون کمترین یا حتی بدون دخالت و راهنمایی آدم‌ها محتوا تولید کنند (Greifender, 2022, 18). البته بسیاری از این محتواهای رباتیک جعلی و غلط است.

انواع اخبار جعلی

آلکوت^۲ و گنتزکف^۳ (۲۰۱۷) اخبار جعلی را به شش دسته‌اشتباهات غیرعمدی

1. Post-truth
2. Allcot
3. Gentzkow

گزارش^۱، شایعاتی که منبع خبری خاصی ندارند^۲، تئوری‌های توطئه^۳، طنزی که بعید به نظر می‌رسد به اشتباه به‌عنوان واقعی تعبیر شود^۴، اظهارات نادرست سیاستمداران^۵ و گزارش‌های کج یا گمراه‌کننده که کاملاً نادرست نیستند^۶.

بارسلی^۷ (۲۰۱۸) نیز دسته‌بندی سه‌گانه اخبار جعلی قابل فروش^۸، اخبار جعلی دارای دستور کار^۹ و اخبار جعلی هجویه^{۱۰} ارائه کرده است.

مجدلی‌زاده و موسوی (۱۳۹۹) نیز در تحقیق خود علاوه بر اینکه اخبار جعلی را به دو دسته هدفمند و غیر هدفمند تقسیم کردند، از طریق بررسی‌هایی که انجام دادند در یافته‌ها اخبار جعلی را از لحاظ محتوا در هفت گروه هجو و تقلید، محتوای گمراه‌کننده، محتوای وانمودکننده، محتوای ساختگی، ربط دروغین، زمینه نادرست و محتوای دستکاری شده قرار دادند.

حباب فیلتر^{۱۱}

با توجه به ظهور الگوریتم‌ها در شبکه‌های اجتماعی، برخی از پژوهش‌گران، برخلاف نظر گروهی که معتقد به افزایش تنوع اطلاعاتی در عصر اینترنت و رسانه‌های اجتماعی هستند، معتقدند رسانه‌های مبتنی بر اینترنت منجر به اثری به‌نام «حباب فیلتر» شده‌اند؛ به این معنا که الگوریتم‌های شخصی‌سازی در فضای اینترنت باعث می‌شوند تا کاربران تنها، اطلاعات و محتواهای خاصی را که مورد پسندشان است مشاهده کنند (Pariser, 2011) و در یک فضای اطلاعاتی محدودی محصور شوند. از این‌رو تنوع اطلاعات قابل مشاهده برای کاربران محدود می‌شود (Leese, 2014). پدیده‌ای که منجر به کاهش و حتی به صفر رسیدن مواجهه کاربران با ایده‌ها، اندیشه‌ها و افکار متفاوت و متضاد با آن‌ها شده و کم‌کم زمینه حصر کاربر را در دنیای خودساخته فراهم می‌آورد؛ چیزی که کاربر را از دنیای واقعی و مقتضیات و الزام‌های آن جدا کرده و در یک دنیای مجازی گرفتار می‌کند که در آن فقط نظرهای کاربر تأیید می‌شود امری که تا به امروز

1. Unintentional reporting mistakes
2. rumors that do not originate from a particular news article
3. Conspiracy theories
4. satire that is unlikely to be misconstrued as factual
5. false statements by politicians
6. reports that are slanted or misleading but not outright false
7. Barclay
8. Mercenary Fake News
9. Fake News with an Agenda
10. Satirical Fake News
11. Filter bubble

برای بشر سابقه نداشته است. البته عموم کاربران متوجه این موضوع نیستند از این رو، اقدامی برای مقابله با حساب‌های فیلتر و برون رفت از آن‌ها انجام نمی‌دهند (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰: ۵۳). حساب فیلتر یک سوگیری الگوریتمی است که میزان اطلاعاتی را که یک کاربر در اینترنت می‌بیند محدود می‌کند. این امر ناشی از الگوریتم‌های وزن‌دار مورد استفاده توسط موتورهای جستجو، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و بازاریابان برای شخصی‌سازی تجربه کاربری است. این الگوریتم‌ها محتوایی را اولویت‌بندی می‌کنند که با علایق قبلی کاربر، سابقه جستجو و انتخاب‌های مرور هماهنگ باشد؛ در واقع آن‌ها را از دیدگاه‌های متنوع جدا کرده و ممکن است باورهای موجود آن‌ها را تقویت کند (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰: ۵۳).

حساب فیلتر با این ویژگی‌هایی که دارد می‌تواند باعث تشدید دوقطبی‌سازی جوامع و افزایش مصرف اخبار جعلی شود. رابطه بین حساب‌های فیلتر و اخبار جعلی این است که الگوریتم‌های مورد استفاده توسط موتورهای جستجو و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای شخصی‌سازی تجربیات کاربر می‌توانند به‌طور غیر عمد انزوای فکری ایجاد کنند، جایی که کاربران فقط اطلاعاتی را می‌بینند که با باورها و سوگیری‌های موجود آن‌ها هماهنگ است. این انزوا می‌تواند به قرارگیری در معرض اخبار جعلی منجر شود، زیرا الگوریتم‌ها اغلب نسبت به کیفیت یا صحت محتوا بی‌طرف هستند و ممکن است به محتوای التهاب‌آور یا حساس که درگیری بیشتری ایجاد می‌کند اولویت دهند (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰: ۵۳).

در واقع حساب فیلتر با توجه به اطلاعاتی که پلتفرم مورد نظر مثلاً صفحه اینستاگرام بی.بی.سی. فیلتری را برای حذف اخبار دیگر مورد نیاز کاربر ایجاد می‌کند. کاربر نیز خواسته یا ناخواسته به همان اخبار و مطالبی سوق داده می‌شود که صفحه اینستاگرامی می‌خواهد.

«از آنجاکه خیر جعلی، به لحاظ ساختاری و محتوایی، تصویری غلط و اشتباه از جهان اطراف را برای کاربران پدید می‌آورد، اگر این کاربر، منابع رسانه‌ای خود را خواسته یا ناخواسته شخصی‌سازی کرده و در حساب فیلتر گیر افتاده باشد، تأثیر عمیقی بر فکر و ذهن و باورهایش در زندگی فردی و اجتماعی ایجاد خواهد شد. در واقع این شخص، در دنیایی از اطلاعات غلط از اطلاعات غلط زندانی می‌شود، بدون آنکه از این موضوع مطلع باشد. پس نظریه حساب فیلتر، به سبب ارتباطی که با شیوه مصرف و دریافت اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی دارد، می‌تواند ما را در دستیابی به راه‌کارهایی دقیق‌تر

برای مقابله با اخبار جعلی یاری کند» (ساعی و آزادی، ۱۴۰۰: ۵۳).

اتاق پژواک

اتاق پژواک^۱، محیطی است که در آن شخص تنها با اطلاعات یا عقایدی مواجه می‌شود که باورهای خود را منعکس و تقویت می‌کنند. این وضعیت، جایی است که باورها توسط ارتباطات و تکرار در سیستم بسته تقویت می‌شوند و از پاسخ یا دیدگاه‌های مخالف جدا شده‌اند. نخستین بار سانستین^۲ اتاق پژواک را مطرح کرد. به عقیده وی، با گسترش اینترنت و فناوری‌های جدید، افراد خود را در پیله‌های اطلاعاتی حبس می‌کنند و در آن فقط، آنچه را که ما می‌گوییم و چیزهایی که ما را آرام و خوشحال می‌کند، می‌شنویم. سانستین استدلال کرد که به دلیل در دسترس بودن فیلترهای دستی در اینترنت و امکان برقراری ارتباط تنها با افراد همفکر، قطبش گروهی شکل می‌گیرد و مردم دچار وضعیت‌های افراطی می‌شوند. سانستین از اصطلاح اتاق‌های پژواک برای مفهوم‌سازی این قطبش استفاده کرد (آزادی و نیک‌گو، ۱۳۹۸: ۱۱۵).

همانند حباب فیلتر رابطه بین اتاق پژواک و اخبار جعلی یک رابطه تأییدکننده است. اخبار جعلی می‌توانند به تشکیل و تقویت اتاق پژواک کمک کنند که در نهایت می‌تواند پراکندگی اخبار جعلی را بیشتر کند و قطبی‌سازی اجتماعی و سیاسی را افزایش دهد. کاربران در چنین وضعیتی نمی‌توانند قدرت انتخاب داشته باشند؛ اما هنگام اعتراض طلب آزادی و قدرت انتخاب را از حکمرانی دارند!

نظریه قاب‌بندی یا چارچوب‌سازی

در قلمرو مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، چارچوب‌سازی به این معناست که رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. بلکه زمینه‌سازی می‌کنند تا آنچه را که می‌خواهند و درجه‌ن منافعشان می‌باشد به مخاطبان برسانند. چارچوب‌سازی به رابطه میان متن و اطلاعات به گونه‌ای که معنای خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد، اشاره دارد. بر پایه این نظریه، رسانه‌ها توجه خود را بر بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند. مانند برجسته کردن خبر در قالب تیتراژ روزنامه‌ها (برجسته‌سازی) و سپس آن‌ها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند. به عبارت دیگر، منظور از چارچوب‌سازی در رسانه‌ها این است که رسانه‌ها حوادث را در یک زمینه معنایی ارائه می‌دهند. در حقیقت رسانه‌ها به حوادث و موضوعات شکل

1. Echo chamber
2. Sunstein

و چارچوب می‌دهند همان‌طور که یک عکاس فریم‌های عکس را کنار هم قرار می‌دهد، قطعه‌های جالب را انتخاب می‌کند و سایر قطعه‌ها را کنار می‌گذارد. فرایند چارچوب‌سازی رسانه‌ها شبیه ساخت یک چارچوب برای خانه است که متناسب با چیزهایی که در آن قرار خواهد گرفت برای آن چارچوبی تهیه می‌گردد. ارتباط‌گر نیز متناسب با محتوای پیام خود، قالب و ساختاری را برای آن انتخاب می‌کند (زابلی‌زاده، ۱۳۹۴).

عصر پس‌حقیقت

اخبار جعلی و فریب افکار عمومی ما را به دورانی کشیده است که نمی‌توانیم به اخبار رسانه‌ها اعتماد داشته باشیم. در اعتراضات خیابانی شهریور تا اسفند ۱۴۰۱ آنچه موتور محرک معترضان بود دستکاری اخبار و جعل واقعیت‌ها در رسانه‌هایی چون بی.بی.سی. فارسی بود. این جعل اخبار دامنه‌اش به بیشتر تلویزیون‌های ماهواره‌ای مخالف جمهوری اسلامی نیز کشانده شد و حقیقت در پس پرده دروغ‌ها و تحلیل‌های فریبنده پنهان ماند.

عصر پس‌حقیقت به دوره‌ای اشاره دارد که در آن تأثیر فزاینده استناد به احساسات و باورهای شخصی در شکل‌دهی به افکار عمومی با کاهش تأثیر حقایق عینی همراه است. این پدیده با رویدادهای مختلفی از جمله انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۱۶ و همه‌پرسی برگزیت، اپیدمی کوئید ۱۹ و اخیراً هوش مصنوعی مرتبط شده است. عصر پس‌حقیقت به دوره‌ای اشاره دارد که در آن تأثیر فزاینده استناد به احساسات و باورهای شخصی در شکل‌دهی به افکار عمومی با کاهش تأثیر حقایق عینی همراه است. این پدیده با رویدادهای مختلفی از جمله انتخابات ریاست جمهوری ایالات متحده در سال ۲۰۱۶ و همه‌پرسی برگزیت، اپیدمی کوئید ۱۹ و اخیراً هوش مصنوعی مرتبط شده است. اساس پس‌حقیقت، مبتنی بر شکاکیت مطلق ناشی از فلسفه، اندیشه پست مدرن و اضمحلال عقلانیت انتقادی ناشی از آن است که اصول اساسی و تاریخی هم زیستی انسان‌ها، همچون صداقت و راست‌گویی را از اساس تغییر داده و مفهوم حقیقت را تحریف و شرایطی ایجاد می‌کند که طی آن افراد مغرض، با ساخت حقیقت‌های مجازی و موازی، در سطح و با شیوه‌هایی که در طول تاریخ دیده نشده، بتوانند از مسیر تولید انبوه اطلاعات جعلی، منافع و اغراض شخصی و گروهی‌شان را دنبال کنند. بنابراین، پس‌حقیقت به عنوان یک صفت به فراتر از اهمیت «حقیقت» یا جایگزینی برای آن اشاره دارد. این مفهوم، چیزی شبیه و به نوعی تکامل یافته اصطلاح «هایپر رئالیستی» یا همان «حاد واقعیت» است که بودریار ذیل اندیشه پست مدرن خود برای

توصیف وضعیت رسانه‌های دنیای امروز مطرح می‌کند. به عبارتی واقعیت‌های حاد، نسخه‌های رسانه‌ای و بدلی (غیرقابل‌بازشناسی از نسخه‌های اصلی و واقعی) هستند که در یک فرایند اجتماعی فناورانه آن قدر برای کاربران رسانه به اصل خود شبیه هستند که «اصل» در برابر آن‌ها بی‌اهمیت می‌شود یا اهمیت خود را به کل از دست می‌دهد (دهقان و چاووشی، ۱۳۹۰).

بارسلی^۱ (۲۰۱۸) نیز دسته‌بندی سه‌گانه اخبار جعلی قابل فروش^۲، اخبار جعلی دارای دستورکار^۳ و اخبار جعلی هجویه^۴ ارائه کرده است.

مجدلی‌زاده و موسوی (۱۳۹۹) نیز در تحقیق خود علاوه بر اینکه اخبار جعلی را به دو دسته هدفمند و غیرهدفمند تقسیم کردند، از طریق بررسی‌هایی که انجام دادند در یافته‌ها اخبار جعلی را از لحاظ محتوا در هفت گروه هجو و تقلید، محتوای گمراه‌کننده، محتوای وانمودکننده، محتوای ساختگی، ربط دروغین، زمینه نادرست و محتوای دستکاری شده قرار دادند.

شبکه‌های اجتماعی مجازی

در تعاریف موجود از شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر بر سه عنصر «تولید و انتشار محتوا»، «اشتراک‌گذاری» و «تعامل» تأکید می‌شود. شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه یک دسته ابزارهای اینترنتی هستند که بر بنیان ایدئولوژیکی و فناورانه استوار می‌شوند و به کاربران امکان تولید محتوا و مبادله آن را می‌دهند. بارزترین ویژگی این شبکه‌ها، عنصر «هویت» است؛ به این معنا که هویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی به سمت هرچه واقعی‌تر شدن پیش می‌رود. برخی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی عبارت‌اند از: اشتراک‌گذاری ایده‌ها، بسیج‌کنندگی و سازمان‌دهی، دوستی، اعتماد، حلقه‌های مخاطبان، استناد و تعمیم، چندرسانه‌ای بودن، گفتگو، دنبال کردن و دنبال شدن، پرستیژ، بازنشر، خردجمعی، جهانی بودن، ساختاردموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرک اجتماعی و ابتکار و خلاقیت (هرسیج و ربیعی‌نیا، ۱۴۰۲: ۷).

شبکه اجتماعی اینستاگرام

اینستاگرام برنامه‌ای رایگان است که به کاربران خود امکان می‌دهد تا برخی فیلترهای خاص را اعمال کنند و عکس‌های خود را در تعداد زیادی از سایت‌های شبکه اجتماعی

به اشتراک گذارند. واقعیت این است که شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام، تنها سکوهاى صحنه‌هایی هستند که محتوای تعاملات انسانی، ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی آن‌ها توسط مخاطبان آماتور و بیشتر بر اساس ارزش‌های فردی، تولید، مستقر و با هنجار تبدیل می‌شوند؛ برخلاف رسانه‌های جمعی سنتی، همانند تلویزیون که تولی د محتوا به عهده تعداد معدودی از افراد حرفه‌ای و تحت هدایت هنجارها و قواعد رسانه‌ای است (حسینی، ۱۳۹۸: ۱۰۸).

راستی آزمایی

راستی آزمایی یکی از بهترین روش‌ها و تکنیک‌های مقابله با خبرهای مشکوک به جعلی است. با استفاده از داده‌ها و آمار و اطلاعات معتبر فرآیند می‌توان صحت اخبار و گفته‌ها را راستی آزمایی کرد که در سالیان اخیر در قالب وب‌سایت‌هایی در نظر گرفته شده است. وب‌سایت‌های «فکت چک» و «پولیتی فکت» اصل خبر جعلی یا اظهار نظر سیاستمداران را پس از انتشار بر اساس مستندات و داده‌های واقعی، نقد می‌کند (آزادی، ۱۳۹۹).

با تعامل دوسویه با سردبیران سرویس‌ها، خبرنگاران، روابط عمومی و مسئولان مربوطه، گفتگو با کارشناسان و سایر سرویس‌های خبری، (بررسی سابقه و پیشینه خبر مشکوک) از طریق منابع اوسینت^۱، مقایسه خبر مشکوک با رویدادهای مشابه، ابزارهای سنجش محتوا نظیر موقعیت‌یابی جغرافیایی، بررسی اطلاعات مربوط به عکس یا ویدئو برای تشخیص موقعیت، استفاده از عکس‌های مشابه یا ترفندهای عکاسی راستی آزمایی صورت می‌گیرد.

کاربران رسانه‌های اجتماعی در مواجهه با خبر جعلی

کاربران رسانه‌های اجتماعی در مواجهه با خبر جعلی، چهار دسته هستند (شو و همکاران) یک دسته دیگر به نام کاربر مقاوم هم به این دسته‌بندی افزوده شده است (آزادی و نیک گو، ۱۳۹۸: ۶۳). الف. کاربران متقاعدکننده؛ انتشار هدفمند خبر جعلی برای ترغیب و اثرگذاری بر دیگران ب. کاربران زودباور؛ به راحتی متقاعد می‌شوند و خبر جعلی را باور کنند. ج. کاربران مقاوم؛ کمتر تحت تأثیر خبر جعلی ولی کارکرد روشنگری برای دیگران را ندارند و صرفاً برای خودشان مؤثر هستند. کاربران روشنگر؛ که دیرباورند و دیدگاه‌های مقاوم و شکاکانه‌ای در برابر خبر جعلی دارند. علاوه بر تأثیر نپذیرفتن از خبر جعلی، سایرین را نیز نسبت به جعلی بودن یک خبر آگاه می‌سازند.

1. Open-Source Intelligence Technology (OSINT)

روش پژوهش

پژوهش موردنظر، اکتشافی مبتنی بر مطالعات کیفی با استفاده از تحلیل محتوای کیفی عرفی و جهت دار و فرایند کدگذاری سه مرحله‌ای است. گردآوری مبنای نظری از دو شیوه مطالعات کتابخانه‌ای و اسنادی بهره‌برداری شده است. در پژوهش حاضر جمع‌آوری و تحلیل طی چندگام انجام شد؛ نخست کلیه پست‌های بارگذاری شده از صفحه اینستاگرام فارسی بی.بی.سی فارسی در طول ۷ ماه (شهریورتا اسفند ۱۴۰۱) در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی مرتبط با اعتراضات سال ۱۴۰۱ به صورت متن و تصویر استخراج و طبقه‌بندی شد. معیار راستی آزمایی اخبار جعلی این پژوهش و طبقه‌بندی درست آن‌ها، از طریق «خط ویژه خبرگزاری فارس»، سایت‌های «فکت‌نامه»، «فکت‌یار» صورت گرفت و برای نزدیک شدن به سؤالات پژوهش خود، اخباری با مضامین (سیاسی، ورزشی، اقتصادی، هنری) را بیشتر جایگزین کردیم. نمونه‌گیری در این تحقیق به صورت هدفمند (نمونه‌گیری غیراحتمالی) بود. در نهایت ۶۰ متن خبری، یک عکس و دو فایل ویدئویی گردآوری و کدگذاری شدند. در پژوهش حاضر ابتدا تمام عوامل استخراج شده از فایل‌های پست‌های اینستاگرام به تعداد ۶۰ پست اینستاگرامی به عنوان در نظر گرفته شد. با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از آن‌ها در یک مفهوم مشابه دسته‌بندی شده‌اند. به این ترتیب مفاهیم یا تم‌های پژوهش شکل داده شد. در نرم‌افزار مکس کیودا ۴ پنجره اصلی وجود دارد که عبارتند از سیستم سند مرورگر، سیستم کدگذاری و بازیابی بخش‌ها. پنجره سیستم سند محلی برای فراخوانی فایل متن نوشتاری بوده و این پنجره معروف به کدگذاری باز است. پنجره مرورگر سیستم محلی برای مشاهده محتوا و کدهای محوریست. پنجره سیستم کدگذاری محلی برای سازماندهی و مدیریت کدهای استخراج شده بود و معروف به کدگذاری انتخابی است در نهایت پنجره بازیابی بخش‌ها کارایی چندان ندارد و مربوط به پنجره بازیابی است.

داده‌های حاصل از تجزیه و تحلیل ۶۰ محتوای خبری با کلیدواژه «اخبار جعلی»، «اعتراض»، «اغتشاش»؛ با ۱۱۵۰ عنوان منبع داده پیرامون سؤال اصلی و فرعی تحلیل شدند، محتوای کلیدی استخراج شده و بر مبنای روش تحلیل محتوای کیفی عرفی و جهت‌دار، شاخص‌های جمع‌آوری شده، به صورت فهرست‌وار برای تأیید فرآی‌ند کدگذاری، به اساتید بازگشت داده شده و روای ی و پای ای ی آن تأیید شد که در نهایت می‌توان محتواها را در ۵ مقوله کلی و تعدادی (۱۱) زیر مقوله به شرح زیر طبقه‌بندی کرد:

جدول ۱. تم‌های اصلی، تم‌های فرعی و کدهای عوامل تشخیص اخبار جعلی در شبکه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی با تمرکز بر بروز اعتراضات و اغتشاشات سراسری ۱۴۰۱

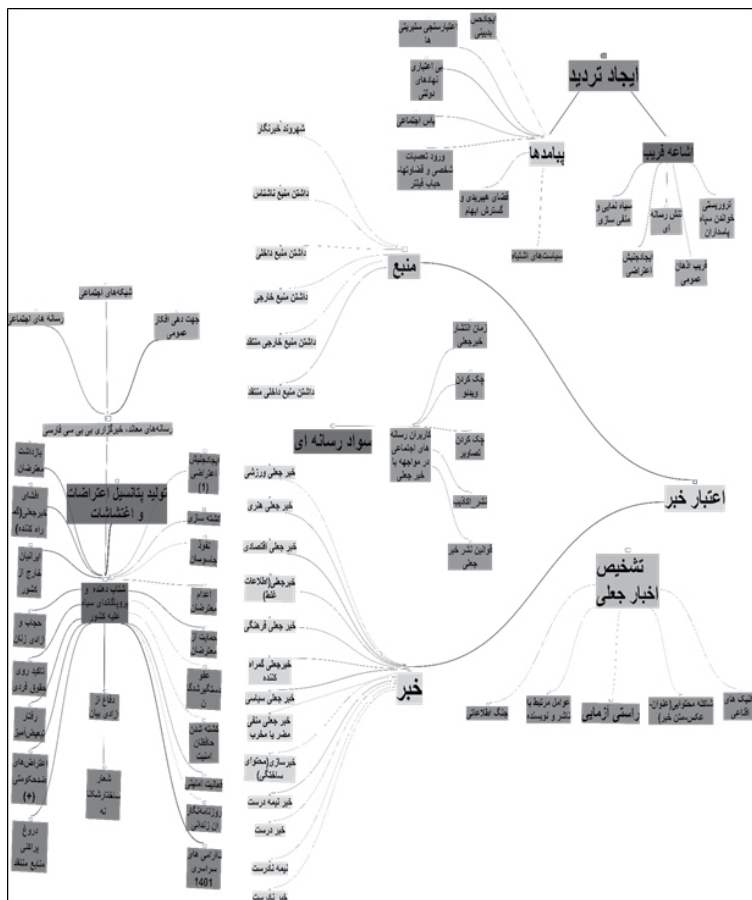
مفاهیم (کدگذاری بار)		مقوله‌های فرعی (کدگذاری محوری)	مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)
خبرسازی	موضوع خبر (سیاسی فرهنگی، اقتصادی هنری، ورزشی)	خبر درست	خبر
	خبر جعلی گمراه‌کننده	خبر نیمه درست	
	خبر جعلی (اطلاعات غلط)	خبر نادرست	
داشتن منبع ناشناس	منبع خارجی	منبع داخلی	منبع
	شهروند خبرنگار	منبع داخلی منتقد	
تصمیم‌گیری شتابزده و قضاوت‌ها - حباب فیلتر	فضای هیبریدی و گسترش ابهام	اعتبارسنجی سلبریتی‌ها	ایجاد تردید
	سیاست‌های اشتباه	ایجاد حس بدبینی	
	ورود تعصبات شخصی	بی‌اعتباری نهادهای دولتی	
تشش رسانه‌ای	ایجاد جنبش اعتراضی	سیاه‌نمایی و منفی‌سازی	اشاعه فریب
	تروریستی خواندن سیاه‌پاسداران	فریب اذهان عمومی	
اصلاح اشتباهات	ادعای بدون مدرک	ارائه آمار و مستندات	راستی آزمایی
	تأیید گفته‌ها با شواهد	خنثی کردن دروغ‌پراکنی	
		رصد خبر مشکوک	
اطلاعات گمراه‌کننده منبع داخلی منتقد	اطلاعات گمراه‌کننده منابع خارجی منتقد	برخورددج‌دی نهاد دولتی	جنگ اطلاعاتی
	عصر پس‌حقیقت	حادثه مرگ مهسا امینی	

شناخت مؤلفه‌های اخبار جعلی شبکه اجتماعی [...] |

مفاهیم (کدگذاری بار)		مقوله‌های فرعی (کدگذاری محوری)	مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)
گفتگو با معترضان	گواهی دادن	کلمات اغراق‌آمیز	تکنیک‌های اقناعی
بزرگ‌نمایی آشوبگران	ترس و نگرانی	طنز یا جدی بودن خبر	
مقایسه	ترین‌ها	برجسته‌سازی	
	تداعی معانی	همراهی با اجماعت	
عدم صراحت پیام متن و دوپهلوی نگاری	بازی با احساسات خواننده	تولید جنجال در خبر	شاکله محتوایی (عنوان-عکس-متن خبر)
		جذابیت بیش از اندازه عنوان خبر	
	سرعت واکنش به اخبار در کامنت‌ها و نظرات	عدم تأیید حساب کاربری	عوامل مرتبط با ناشر و نویسنده
قوانین نشر خبر جعلی	قوانین نشر خبر جعلی	چک کردن ویدئو-تصویر	کاربران رسانه‌های اجتماعی در مواجهه با خبر جعلی
	زمان انتشار خبر جعلی	نشر اکاذیب	
شعار ساختار شکنانه	کشته سازی	حمایت از معترضان	تولید پتانسیل اعتراضات و اغتشاشات
دروغ پراکنی منابع منتقد	اعتراض‌های ضد حکومتی	ایجاد جنبش اعتراضی	
بازداشت معترضان	حجاب و آزادی زنان	دفاع از آزادی بیان	
افشای خبر جعلی (گمراه کننده)	نفوذ جاسوسان	تأکید روی حقوق فردی	
عفو دستگیر شدگان	روزنامه‌نگاران زندانی	رفتار تبعیض‌آمیز	

پژوهش‌های علمی و پژوهشی در زمینه‌های مختلف

مفاهیم (کدگذاری بار)		مقوله‌های فرعی (کدگذاری محوری)	مقوله اصلی (کدگذاری انتخابی)
کشته شدن حافظان امنیت	اعتراض‌های ضدحکومتی	بازداشت یا اعدام معترضان	تولید پتانسیل اعتراضات و اغتشاشات
نآرامی‌های سراسری ۱۴۰۱	ایرانیان خارج از کشور	فعالیت امنیتی	
	جهت‌دهی افکار عمومی	رسانه‌های معاند، خبرگزاری بی‌بی‌سی فارسی	
	رسانه‌های اجتماعی		



شکل ۱. خروجی داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیو دی

یافته‌های پژوهش

داده‌های حاصل از تجزیه و تحلیل حدود ۶۰ محتوای خبری با کلیدواژه «اخبار جعلی»، «اعتراض»، «اغتشاش»؛ با ۱۱۵۰ عنوان منبع داده پیرامون سؤال اصلی و فرعی تحلیل شدند. در نهایت، می‌توان محتوای را در ۵ مقوله کلی و تعدادی (۱۱) زیر مقوله به شرح زیر در جدول ۱ طبقه‌بندی کرد.

مقوله‌های اصلی (کدهای انتخابی) حاصل از کدهای محوری که در جدول ۱ و شکل ۱ مشاهده می‌شوند ۵ مقوله اصلی حاصل از مفاهیم (کدهای محوری) مشاهده می‌شوند:

۱. اعتبار خبر (نوع خبر منبع)؛
۲. ایجاد تردید (پیامدها اشاعه تردید)؛
۳. تولید پتانسیل اعتراضات و اغتشاشات (جهت‌دهی افکار عمومی و...) که اثرات منفی بر جامعه می‌گذارد و مقوله‌های اصلی که می‌توانند در اشاعه اخبار جعلی مقابله کنند؛
۴. تشخیص اخبار جعلی (جنگ اطلاعاتی، تکنیک‌های اقناعی و...)
۵. سواد رسانه‌ای (چک کردن ویدئو، زمان انتشار خبر جعلی و...).

نتیجه‌گیری

با گسترش فضای مجازی و نقش حائز اهمیت آن در اعتراضات خیابانی سال ۱۴۰۱، همان‌طور که مهتاب خانی و محمدصالح بهشتی‌نژاد (۱۴۰۱) در مقاله «تحلیل اعتراضات خیابانی سال ۱۴۰۱ در ایران با کاربست تئوری جامعه شبکه‌ای کاستلز» بیان نموده‌اند می‌توان به این نتیجه رسید حتی شهروندان عادی هم به افراد فعال در حوزه سیاست تبدیل شدند و غالباً هم مخاطب و هم دریافت‌کننده پیام بودند.

درباره نقش اخبار جعلی و انتشار اطلاعات نادرست در گسترش اعتراضات ۱۴۰۱ و روش‌های شناسایی آن‌ها می‌توان گفت؛ اخبار جعلی یکی از مشکلات جدی در جریان اعتراضات ۱۴۰۱ بود که به طرق مختلف بر شکل‌گیری و پوشش خبری و گسترش رویدادهای مرتبط با مهسا امینی تأثیر گذاشت. این اخبار به دلایل مختلفی از جمله تحریک احساسات، ایجاد تفرقه و عدم فرار گرفتن در معرض دیدگاه‌های مختلف، قطبی‌سازی، سوگیری تأییدی و توجیه اعمال خشونت منتشر می‌شدند که همگی این موارد جزو عواقب و پیامدهای اتاق پژواک هستند.

ما در عصر پسا حقیقت به سر می‌بریم، عصری که تکثر مبادی اخبار و اطلاعات و توانایی

افراد در تولید خبر باعث شده مرزی بین حقیقت و دروغ وجود نداشته باشد. مطابق تعاریف محققان در پژوهش‌های پیشین، احساسات مردم نسبت به واقعیت‌های عینی در اولویت قرار می‌گیرد که به‌درستی در رویدادهای سال ۱۴۰۱ می‌بینیم. تا جایی که هرچقدر میزان احساسی بودن خبر بیشتر باشد، میزان مصرف آن افزایش می‌یابد. به نظر می‌رسد، رسانه‌های خارجی با استفاده از همین حربه، احساسات عمومی را برانگیخت و دیگر حقیقت دیده نشد. پس از درگذشت مهسا امینی، حجم عظیمی از اطلاعات و اخبار از طریق رسانه‌های مختلف منتشر شد که برخی از آن‌ها صحت نداشتند. این اخبار جعلی در جهت‌های مختلفی مورد استفاده قرار گرفت:

تشدید اعتراضات و تنش‌ها: برخی اخبار جعلی با هدف تشدید تنش‌ها و ایجاد اعتراضات و درگیری‌های بیشتر منتشر می‌شدند.

تخریب وجهه معترضان: برخی اخبار جعلی برای تخریب وجهه معترضان و نشان دادن آن‌ها به‌عنوان افراد اغتشاشگر و آشوبگر منتشر می‌شد.

توجیه اقدامات حکومت: برخی اخبار جعلی برای توجیه اقدامات خشونت‌آمیز نیروهای امنیتی و سرکوب اعتراضات منتشر می‌شد. همان‌طور که برزگر و ارکمی (۱۴۰۰) در مقاله خود اشاره داشتند که محتوای اکثر پست‌های خبری بی‌بی‌سی فارسی دارای ویژگی‌هایی است که برای حوزه نظم و امنیت تهدیدآمیز است.

ترویج نظریه‌های توطئه: برخی اخبار جعلی برای ترویج نظریه‌های توطئه و ایجاد سردرگمی در افکار عمومی منتشر می‌شد. این مورد با عصر پساحقیقت و مقاله شیرزادی و همکاران (۱۴۰۲) قرابت موضوعی داشت.

برای پاسخ به چرا اخبار جعلی در این بازه زمانی گسترش یافت؟ می‌توان سرعت بالای انتشار اخبار در فضای مجازی، هدف‌گیری عاطفی مخاطبان، همچنین وجود انگیزه‌های سیاسی، ایدئولوژیک یا اقتصادی می‌توان نام برد؛ بنابراین برای مقابله با تأثیرات مخرب اخبار جعلی، باید به‌صورت انتقادی به اطلاعاتی که دریافت می‌کنیم نگاه کنیم و سواد رسانه‌ای داشته باشیم و قبل از بازنشر آن‌ها، صحت آن‌ها را بررسی کنیم.

مؤلفه‌های اصلی اخبار جعلی در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و هنری در این بازه زمانی را می‌توان موارد زیر عنوان کرد:

بزرگنمایی و اغراق: اخبار جعلی اغلب رویدادها را بزرگنمایی کرده و ابعاد آن را فراتر از واقعیت نشان می‌دادند. به‌عنوان مثال، تعداد شرکت‌کنندگان در تظاهرات را بیشتر از آنچه بود نشان می‌دادند یا شدت درگیری‌ها را اغراق‌آمیز جلوه می‌دادند.

همان‌طور که فرقانی و تقی پور (۱۳۹۸) نیز به برخی تکنیک‌های بی‌بی‌سی فارسی عنوان‌شده در تشخیص مؤلفه‌های اخبار جعلی پی برده بودند.

اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده: این اخبار اغلب حاوی اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده در مورد تاریخ، مکان و افراد مرتبط با رویدادها بودند. به‌طور مثال، ممکن بود تصاویر قدیمی را به‌عنوان تصاویر جدید از اعتراضات منتشر کنند.

ترویج نظریه‌های توطئه: اخبار جعلی اغلب نظریه‌های توطئه را ترویج می‌دادند و دلایل پیچیده و غیرواقعی برای وقوع رویدادها ارائه می‌دادند.

تحریک احساسات و نفرت: این اخبار با استفاده از زبان تحریک‌آمیز و تصاویر تکان‌دهنده، سعی در تحریک احساسات و ایجاد نفرت بین گروه‌های مختلف داشتند. این موضوع در مقاله هرسیچ و ربیعی (۱۴۰۲) از مضامین اخبار جعلی به‌شمار می‌رفت. انتساب اظهارات دروغین به افراد و گروه‌ها: اخبار جعلی اغلب اظهارات دروغین را به افراد یا گروه‌های خاص نسبت می‌دادند تا اعتبار آن‌ها را زیر سؤال ببرند.

برای روش‌های شناسایی اخبار جعلی به چند مورد مهم اشاره می‌کنیم: بررسی منبع خبر: به منبعی که خبر را منتشر کرده است دقت کنید. آیا منبع معتبر و قابل‌اعتمادی است؟ آیا سابقه انتشار اخبار دقیق دارد؟ تأیید اطلاعات از منابع مختلف: بکوشید اطلاعات را از چندین منبع مختلف تأیید کنید. اگر خبری در چندین منبع معتبر منتشر شده باشد، احتمال صحت آن بیشتر است. مقایسه با اخبار دیگر: اخبار مرتبط را با هم مقایسه کنید تا ببینید آیا تناقضی بین آن‌ها وجود دارد یا خیر؟ زبان خبر: آیا زبان خبر تحریک‌آمیز و احساسی است؟ بررسی تصاویر و ویدئوها: به دقت تصاویر و ویدئوهایی که در کنار خبر منتشر شده‌اند را بررسی کنید. آیا این تصاویر و ویدئوها دستکاری شده‌اند یا از منابع معتبر گرفته شده‌اند؟ استفاده از ابزارهای تشخیص اخبار جعلی: برخی ابزارهای آنلاین وجود دارند که می‌توانند به شما در تشخیص اخبار جعلی کمک کنند. راستی‌آزمایی و بررسی شواهد: آیا خبر بر اساس شواهد و مدارک مستند ارائه شده است؟ نظر کارشناسان: آیا نظر کارشناسان و تحلیلگران مستقل در مورد خبر چه چیزی است؟ این مطلب از آن جهت مهم است که امامی رودسری، حسین (۱۴۰۲): اظهار داشته هیچ منبعی مانند منابع مستقل و آزاد یا مرجعیت غیردولتی بی‌طرف نمی‌تواند راستی‌آزمایی اخبار را به‌خوبی انجام دهد؛ بنابراین این نتایج با نظریه اعتبار منبع هم قابل‌تحلیل و بررسی است.

اینستاگرام به‌عنوان یکی از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی در ایران، نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری، گسترش و سازمان‌دهی اعتراضات پس از درگذشت مهسا امینی ایفا

کرد. این پلتفرم به دلایل زیر به کانون توجه معترضان تبدیل شد و البته این مطلب در حالی اهمیت پیدا می‌کند که سردارنیا (۱۳۹۸) در مقاله خود اذعان داشت شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل هویت ناشناس کاربران، امکان مقابله با معترضان را نیز کاهش می‌دهد. ابزار ارتباطی سریع و گسترده: اینستاگرام امکان اشتراک‌گذاری سریع تصاویر، ویدئوها و اطلاعات را به صورت گسترده فراهم می‌کند. این ویژگی باعث شد تا اخبار و رویدادهای مرتبط با اعتراضات به سرعت در سراسر کشور و حتی جهان پخش شوند. بستر سازماندهی اعتراضات: فعالان و معترضان از اینستاگرام برای هماهنگی تظاهرات، اعلام زمان و مکان تجمعات و اطلاع‌رسانی در مورد مسیرهای امن استفاده کردند. هشتگ‌های خاص و چالش‌های آنلاین نیز نقش مهمی در سازماندهی اعتراضات ایفا کردند. این مورد نیز با مقاله هرسیچ و بدیهی (۱۴۰۲) الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی همخوانی داشت. مستندسازی اعتراضات: اینستاگرام به عنوان یک آرشیو تصویری و ویدئویی از اعتراضات عمل کرد. هزاران تصویر و ویدئو از اعتراضات در این پلتفرم منتشر شد که به عنوان مدرک برای ثبت رویدادها و نقض حقوق بشر مورد استفاده قرار گرفت. ابزار همبستگی و حمایت: کاربران اینستاگرام از سراسر جهان با استفاده از هشتگ‌ها و فیلترهای خاص، همبستگی خود را با مردم ایران و معترضان اعلام کردند. این امر به افزایش فشار بر حکومت ایران و حمایت بین‌المللی از اعتراضات کمک کرد. دور زدن سانسور: با وجود تلاش‌های حکومت برای فیلتر کردن اینترنت و محدود کردن دسترسی به شبکه‌های اجتماعی، کاربران ایرانی با استفاده از فیلترشکن‌ها و روش‌های مختلف به اینستاگرام دسترسی پیدا کردند و به انتشار اخبار و اطلاعات ادامه دادند. اما اینستاگرام تنها یک پلتفرم ارتباطی نبود، بلکه به یک میدان نبرد مجازی نیز تبدیل شد: پخش اخبار جعلی: در کنار اخبار واقعی، اخبار جعلی و اطلاعات نادرست نیز در اینستاگرام منتشر شد که به تشدید تنش‌ها و ایجاد سردرگمی کمک کرد. جاسوسی و شناسایی معترضان: نیروهای امنیتی با استفاده از هوش مصنوعی و ابزارهای تحلیل داده، به شناسایی کاربران فعال در اینستاگرام و پیگیری فعالیت‌های آن‌ها پرداختند. خدشه‌دار نمودن وجهه نظام و مسئولین و سازمان‌های امنیتی و نظامی یکی از فعالیت و تحریکات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی که سروستانی و همکاران (۱۴۰۲)، در مقاله خود به آن پرداختند.

و در نهایت یافته‌ها نشان داد فعالیت و تحریکات رسانه‌های فارسی‌زبان خارجی، بخصوص

شبکه بی.بی.سی، نقش مستقیم و محوری در تشدید نارضایتی‌ها، کنشگری سیاسی، گسترش ویروس تجمعات، امنیت زدایی ذهنی افکار عمومی، خرابکاری‌ها، خدشه‌دار نمودن وجهه نظام و مسئولین و سازمان‌های امنیتی و نظامی داشت. این شبکه اعتراضات ۱۴۰۱ را اعتراضاتی سراسری، دارای ایدئولوژی و هدفمند بازنمایی کرد. باین وجود، نقش محوری رهبری و نظام ولایت فقیه در مواقع بحرانی، موجب شد که دشمنان در نیل به اهداف خود ناکام بمانند، زیرا رهبر معظم انقلاب از طریق موضع‌گیری و هدایت افکار عمومی، تأکید بر امنیت ملی و استقلال کشور، حمایت از نهادهای امنیتی و نظامی، تأکید بر وحدت ملی و اصلاحات درون‌زا نقش کلیدی در جلوگیری از ایجاد ناامنی و افزایش وحدت ملی ایفا نمایند.

پیشنهاد‌های پژوهش

- در کشف و بررسی مؤلفه‌های اخبار جعلی، ارتقای سواد رسانه‌ای: آموزش مردم برای تشخیص اخبار جعلی و ارزیابی صحت اطلاعات، شفافیت بیشتر دولت‌ها: ارائه اطلاعات دقیق و به‌موقع به مردم، تقویت همکاری بین‌المللی: همکاری بین‌المللی برای مقابله با تولید و انتشار اخبار جعلی، تنظیم مقررات سخت‌گیرانه‌تر برای شبکه‌های اجتماعی: الزام شبکه‌های اجتماعی به حذف اخبار جعلی و مقابله با انتشار اطلاعات غلط از نکات ضروری هستند که می‌توان با آن‌ها از بروز هرگونه انحراف افکار عمومی در جامعه جلوگیری کرد.
- از آنجاکه اخبار ابزارهای ارتباطی نظیر تلگرام، توئیتر و اینستاگرام از ضریب نفوذ بالایی در میان مخاطبان برخوردار است، این امر نیاز به برخورد احتیاط‌آمیز و اخبار پلتفرمی دارد؛ چون به ابعاد ماجرا یا وقایع، عناصر و ارزش‌های خبری پرداخته نمی‌شد و همین موضوع سوءاستفاده و خطرات ورود رسانه‌های بیگانه به افکار عمومی مردم را با انتشار اخبار جعلی بیشتر می‌کند؛ بنابراین باید رسانه‌های داخلی ضمن پرهیز از تفرقه، آمادگی افشای اخبار جعلی رسانه‌های بیگانه را داشته باشند.
- این پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی صورت گرفت؛ لذا شایسته است با استفاده از یافته‌های آن، در تحلیل‌های کمی با موضوعات مرتبط بهره جست.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

- آزادی، محمدحسین (۱۳۹۹). رویکردها و چالش‌های مقابله با اخبار جعلی در جهان. *آینده‌پژوهی رسانه*، ۱(۱)، ۳۳-۶۴.
- آزادی، محمدحسین، نیک‌گو، سعید (۱۳۹۸). حباب فیلتر و شخصی‌سازی اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی، *رسانه*، ۳۰(۴)، ۱۰۹-۱۲۸.
- امامی رودسری، حسین (۱۴۰۲). روش‌ها و ترفندهای مقابله با اخبار جعلی. *پژوهش‌های رسانه و ارتباطات*، ۱(۱)، ۹-۳۴. <https://doi.org/10.22034/mcr.2023.181955>
- ارکمی، احمد و محمدی برزگر جعفر (۱۴۰۰). تحلیل محتوای صفحات شبکه اجتماعی اینستاگرام فارسی بی‌بی‌سی، پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، ۱۶(۲)، ۱۸۶-۲۰۹. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17359367.1400.16.63.8.0>
- افقهی، اسماعیل (۱۴۰۲). بررسی نحوه تولید و انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی و ارائه راه‌حل پیشنهادی برای مواجهه با آن: مطالعه موردی حوادث پاییز ۱۴۰۱، طرح پژوهشی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و رسانه، ناظر امیدعلی مسعودی [در دست انتشار]
- ایرتون، چریلین و پوزتی، جولی (۱۳۹۹). خبرنگاری، اخبار جعلی و اطلاعات غلط دستنامه‌ای برای آموزش روزنامه‌نگاری، تهران: نشر علم.
- باستانی، قادر، نصراللهی، اکبر و سعدی پور، اسماعیل (۱۴۰۰). سندرم رسانه‌های پرمخاطب کم اعتبار بررسی اعتبار منبع در کانال‌های خبری پربازدید تلگرام. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۸(۱)، ۶۷-۹۱. [10.22082/CR.2020.110535.1873](https://doi.org/10.22082/CR.2020.110535.1873)
- بدیعی، نعیم و حسین قندی (۱۳۷۸). *روزنامه‌نگاری نوین*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- خانی، مهتاب و بهشتی‌نژاد، محمدصالح (۱۴۰۲). تحلیل اعتراضات خیابانی سال ۱۴۰۱ در ایران با کاربری تئوری جامعه شبکه‌ای کاستلز، هشتمین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1747837>
- خانی، مهتاب، بهشتی‌نژاد، محمدصالح (۱۴۰۱). تحلیل اعتراضات خیابانی سال ۱۰۴۱ در ایران با کاربری تئوری جامعه شبکه‌ای کاستلز، نشریه علمی مطالعات نوین علوم انسانی در جهان، ۱(۴)، ۱۳۱-۱۳۶.
- زابلی‌زاده، اردشیر (۱۳۹۴). چارچوب بندی، خبر و رسانه‌ها، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- ساعی، حسین و آزادی، محمدحسین (۱۴۰۰). راهکارهای مقابله با اخبار جعلی در سازمان‌های خبری و رسانه‌های ایران. *رسانه*، ۳۲(۲)، ۳۵-۷۸. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.136841>
- سردارنیا، خلیل‌الله (۱۳۸۸). اینترنت، جنبش‌های اجتماعی جدید و بسیج اعتراض‌ها (بررسی نظری و مصداقی چند جنبش اجتماعی)، پژوهش‌های ارتباطی، ۱۶(۶۰)، ۱۵۱-۱۷۶. <https://doi.org/10.22082/cr.2009.23876>

شناخت مؤلفه‌های اخبار جعلی شبکه اجتماعی [...] |

سروستانی، علیرضا و نویدی‌نیا، فرزاد و اکبرزاده، فریدون (۱۴۰۲). نقش رسانه فارسی زبان خارجی ایران اینترنشنال در اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ از منظر نظریه برجسته سازی. <https://civilica.com/doc/2113831>

شعبانی، کریم، گرانمایه‌پور، علی، هاشمی، شهناز (۱۴۰۱). عوامل تشخیص اخبار جعلی در رسانه‌های نوین به خصوص شبکه‌های اجتماعی، فصلنامه علمی مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۳۰)، ۲۰۷-۲۳۳.

<https://doi.org/10.22054/nms.2022.60020.1178>

شمس، مرتضی، فرقانی، میرزاحمد مهدی (۱۳۹۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی و تولید شایعات در انتخابات سیاسی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی اینستاگرام)، نشریه علمی رسانه‌های دیداری شنیداری، ۱۲(۲۸)، ۹۵-۱۲۰.

<https://doi.org/10.22085/javm.2019.83881>

B2n.ir/m56024 شیخ رضایی، حسین (۱۴۰۱). نسل Z چگونه فکر می‌کند؟

شیرزادی، فرشته (۱۴۰۱). بازتاب و پیامدهای خبر جعلی در رسانه‌های در عصر پساحقیقت، ششمین کنفرانس بین‌المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق، ۱۱-۱۵. شناسه ملی مقاله IICMOCONF ۱۷۸

صفایی، سیدحسین، محقق داماد، سیدمصطفی و درویش‌زاده محمد (۱۴۰۱). مسئله‌یابی حقوقی در نآرامی‌های ۱۴۰۱ ایران، فصلنامه علمی تخصصی دانشنامه‌های حقوقی، ۵(۱۶)، ۷-۶۵.

<https://doi.org/10.22034/law.2023.702162>

فرقانی، میرزاحمد مهدی، تقوی‌پور، محمدرضا (۱۳۹۸). ازگفتمان‌سازی تا جریان‌سازی بی‌بی‌سی فارسی بر محور پرونده‌های حقوق بشری، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی / ۲۶(۱)، ۷۷-۱۱۰.

<https://doi.org/10.22082/cr.2019.97990.1733>

کوثری، مسعود (۱۴۰۱). چهارمین همایش ملی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، قابل بازیابی از

<https://milconf.ir/fa/news.php?rid=>

گریفندر، راینر و دیگران (۱۴۰۲). روان‌شناسی اخبار جعلی پذیرش، به اشتراک‌گذاری و اصلاح اطلاعات غلط، ترجمه سعیده خزاعی، تهران: نشر سروش.

مجدی‌زاده، زهرا، موسوی‌حق‌شناس، میلاد (۱۳۹۹). چپستی و چرایی اخبار جعلی در عصر دیجیتال: فراتحلیل کیفی. مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۳(۱)، ۹۳-۱۲۴.

<https://doi.org/10.22034/jiscm.2020.222901.1099>

ملاعباسی، محمد، جعفری‌کافی‌آبادی، صابر (۱۴۰۱). رسانه‌های خبری در عصر شبکه‌های اجتماعی: قطبی‌شدگی و تغییر ماهیت خبررسانی (تحلیل نشانه‌شناختی صفحه اینستاگرام بی‌بی‌سی فارسی). مطالعات جامعه‌شناسی،

<https://doi.org/10.22059/jsr.2022.88956>

۲۹(۱)، ۴۱-۷۶.

مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد، سیرت، ناهید (۱۴۰۲). رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر پساحقیقت،

۳۰(۱۱۳)، ۹-۳۵.

مهدی‌زاده طالشی، سیدمحمد، سیرت، ناهید (۱۴۰۲). رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر پساحقیقت، پژوهش‌های ارتباطی، ۳۰ (۱۱۳)، ۹-۳۵. <https://www.doi.org/10.22082/cr.2022.560392.2398>

هرسیچ، حسین و ربیعی‌نیا، بهمن (۱۴۰۲). الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی، جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۴ (۳)، ۱-۲۲. <https://doi.org/10.22108/jas.2023.136185.2367>

Arkami, Ahmad and Jafar Mohammadi Barzegar (1400). *Content analysis of BBC Persian Instagram social network pages*. Fall Intelligence and Criminal Research, 16(2), 186-209. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.17359367.1400.16.63.8.0> [In Persian]

Azadi, Mohammad Hossein (2010). *Approaches and challenges of dealing with fake news in the world*. Media Future, 1(1): 33-64. [In Persian]. Azadi, Mohammad Hossein, Nikgo, Saeed (2019).

Allcott, H., & Gentzkow, M (2017). *Social media and fake news in the 2016 election*.

Journal of economic perspectives, 31 (2), 211-36.

Andropek, H. (2017). *Social Media and Fake News in the 2016 Election*. Journal of Economic Perspectives, 236-211, (2)31.

Barclay, D. A. (2018). *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies*. Rowman & Littlefield Publishers.

Filter bubble and information personalization in social media. Media, 30(4): 109-128. [In Persian]

Emami Rudsari, Hossein (2013). *Methods and tricks of dealing with fake news*. Media and Communication Research, 1(1), 10-34, <https://civilica.com/doc/1821908> [In Persian]

Afghahi, Ismail (2013). Investigating the way fake news is produced and disseminated on social networks and presenting a proposed solution to deal with it: a study Case Study of the Fall 1401 Incidents, Research Project of the *Institute of Culture, Media*, Supervisor Omidali Masoudi. [In Persian]

Ayrton, Cheryl and Pozzetti, Julie (2010). *Journalism, Fake News and Misinformation: A Handbook for Journalism Education*, Tehran: Alam Publishing. [In Persian]

Bastani, Ghader, Nasrollahi, Akbar and Saadipour, Esmail (2011). The Syndrome of Low-Reliability Popular Media: Examining Source Credibility in Popular Telegram News Channels. *Journal of Communication Studies*, 28(1), 67-91. 10.22082/CR.2020.110535.1873. [In Persian]

Badiei, Naeem and Hossein Ghandi (1999). *Modern Journalism*, Tehran: Allameh Taba Tabaei University Press. [In Persian]

Khani, Mahtab and Beheshtinejad, Mohammad Saleh, (1999). Analysis of the 1401 Street Protests in Iran with the Application of Castells' Network Society Theory, The Eighth National Conference on *Modern Research in the Humanities and Social Studies of Iran*, Tehran, <https://civilica.com/doc/1747837>. [In Persian].

Khani, Mahtab, Beheshtinejad, Mohammad Saleh (1999). Analysis of the 1041 Street Protests in Iran with the Application of Castells' Network Society Theory, *Scientific Journal of Modern Studies in the Humanities in the World*, 1(4), 131-136. [In Persian]

Leese, M.(2018). "The new profiling: Algorithms, black boxes, and the failure of anti Monti, F., Frasca,

F., Eynard, D., Mannion, D., & Bronstein, M. M (2019) Fake News Detection on Social Media using Geometric Deep Learning. arXiv preprint arXiv:1902. 06673.

Oxford Learner's Dictionaries (2020). Fake news. *Oxford University Press*. Retrieved by <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fake-news>. October 23th 2023.

Pariser, E.(2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin UK.

safeguards in the European Union". *Security Dialogue*, 45(5): 494 - 511.

Zabolzadeh, Ardeshir (2015). Book of Framing, News and Media, Tehran: *Research Institute of Culture, Art and Communication*. [In Persian]

Saei, Hossein and Azadi, Mohammad Hossein (2011). Strategies for Countering Fake News in Iranian News Organizations and Media. *Media*, 32(2): 35-78. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2021.136841> [In Persian]

Sardarnia, Khalilollah (2009). *Internet, New Social Movements and Mobilization of Protests* (Theoretical and Case Study of Several Social Movements), *Communication Research*, 16(60), 151-176. <https://doi.org/10.22082/cr.2009.23876>

Sarvastani, Alireza and Navidini, Farzad and Akbarzadeh, Fereydoun, (2013), *The Role of Foreign Persian-Language Media Iran International in the Shahrivar 1401 Protests from the Perspective of Salientization Theory*, <https://civilica.com/doc/2113831>. [In Persian]

Shaabani, Karim, Garanmayehpour, A. Hashemi, Sh. (2022). "Factors for detecting fake news in new media, especially social networks", *Quarterly Journal of New Media Studies*, Volume 8, Issue 30: 207-233 <https://doi.org/10.22054/nms.2022.60020.1178>. [In Persian].

Shams, Morteza, Forghani, Mirza Mohammad Mehdi (2018). Virtual social networks and the production of rumors in political elections (Case study: Instagram social network). *Scientific Journal of Audiovisual Media*.12(28), 120-95. <https://doi.org/10.22085/javm.2019.83881> [In Persian]

Sheikh Rezaei, Hossein (1401). *How does Generation Z think?* B2n.ir/m56024. [In Persian]

Shirzadi, Fereshteh (1401). Reflection and consequences of fake news in the media in the post-truth era, 6th International and National Conference on Management, *Accounting and Law Studies*, 11-15. *IICMOCONF06_178* [In Persian]

Safaei, H. Mohaghegh Damad, M. Mohammad Darvishzadeh, M. (2022). Legal problem-solving in the unrest of 1401 Iran. *Specialized Scientific Quarterly of Legal Encyclopedias*. 5(16), 7-65. <https://doi.org/10.22034/law.2023.702162> [In Persian]

Mehdzadeh Taleshi, Seyed Mohammad, Sirat, Nahid, (2023) *Social Media and Fake News in the Post-Truth Era*, *Communication Research*, 30(113), 9-35. [In Persian]

Forghani, Mirza Mohammad Mehdi, Taghavipour, Mohammad Reza (2019). From Discourse-Making to Trend-Making of BBC Persian on Human Rights Cases. *Quarterly of Communication Research*/ 26(1), 11077 77-110. <https://doi.org/10.22082/cr.2019.97990.1733>. [In Persian]

Kowsari, Masoud (1401). *Fourth National Conference on Media and Information Literacy*, Retrieved from <https://milconf.ir/fa/news.php?rid>. [In Persian].

Griffin, Rainer et al. (1402). *The Psychology of Fake News: Acceptance, Sharing and Correction of Misinformation*, Translated by Saeideh Khazaei, Tehran: Soroush Publishing. [In Persian]

Majdzadeh, Zahra; Mousavi Haghshenas, Milad (2019). What and Why Fake News in the Digital Age: A Qualitative Meta-Analysis. *Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 3(1): 93-124. <https://doi.org/10.22034/jiscm.2020.222901.1099> [In Persian]

1401, A <https://irna.ir/xjLfqr>. [In Persian]. Molla Abbasi, Mohammad, Jafari Kafiabadi, Saber (2022). News Media in the Age of Social Networks: Polarization and the Changing Nature of News Reporting (Semiotic Analysis of BBC Persian Instagram Page). *Sociological Studies*, 29(1), 41-76.

<https://doi.org/10.22059/jsr.2022.88956>

Mehdzadeh Taleshi, Seyed Mohammad, Sirat, Nahid, (2023) *Social Media and Fake News in the Post-Truth Era*, (30)113, 9-35.

Hersij, Hossein and Rabiei Nia, Bahman (2023). The Pattern of Formation of Protest Movements with Emphasis on the Role of Virtual Social Networks, *Journal of Applied Sociology*, 34(3), 1-20. <https://doi.org/10.22108/jas.2023.136185.2367> [In Persian]



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.