



## The Role of Social Media in Spreading Misinformation During the Ramadan War

**Mali Masoudi** , Professor, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Tehran Iran  
Email: [masoudi@soore.ac.ir](mailto:masoudi@soore.ac.ir)

**Khatere Asadi** , PhD Student, Faculty of Culture and Communication, Soore International University, Tehran Iran. (Corresponding Author) Email: [Khatere.asadi@soore.ac.ir](mailto:Khatere.asadi@soore.ac.ir)

### Extended Abstract

**Introduction:** The rapid expansion of social media platforms has fundamentally reshaped the contemporary information environment. While these platforms facilitate the rapid dissemination of information and enhance public engagement, they have also created favorable conditions for the spread of misinformation and fake news. During crises and armed conflicts, the circulation of inaccurate or misleading information can significantly influence public perceptions, decision-making processes, and social stability. The Ramadan War, as a major contemporary crisis, provides a unique context for examining the mechanisms through which misinformation spreads across social media networks. In such situations, users often rely on social media as their primary source of information, increasing their exposure to unverified content and manipulated narratives.

This study aims to examine the role of social media in the dissemination of misinformation during the Ramadan War by investigating the influence of social media characteristics, users' psychological factors, media trust, and media literacy. Furthermore, the study seeks to develop an integrated policy model for managing fake news in crisis situations.

**Methods:** This study adopted an applied research approach and employed a descriptive-correlational design using a quantitative survey method. The statistical population consisted of users of online communication platforms and social media networks who followed news related to the Ramadan War. Data were collected through a structured questionnaire developed based on the research variables and relevant theoretical foundations.

The questionnaire measured social media characteristics, psychological factors, media trust, media literacy, and the spread of misinformation. The validity of the instrument was confirmed through expert evaluation, while its reliability was assessed using Cronbach's alpha coefficients. Data were analyzed using SPSS and SmartPLS software. Descriptive statistics were used to summarize the respondents' characteristics, and structural equation modeling (SEM) was employed to test the proposed conceptual model and research hypotheses.

**Findings:** The findings indicate that social media platforms play a significant role in facilitating the spread of misinformation during crisis situations. Features such

as rapid information sharing, algorithm-driven content distribution, and high levels of user interaction contribute to the accelerated dissemination of misleading information. The results further reveal that psychological factors, including emotional reactions and cognitive biases, significantly increase users' susceptibility to misinformation and their likelihood of sharing unverified content.

In addition, media trust and media literacy emerged as significant determinants of misinformation diffusion. Lower levels of trust in official media sources encourage individuals to rely on informal channels, which are often more susceptible to misinformation. Conversely, higher levels of media literacy enhance users' ability to critically evaluate information and reduce the likelihood of spreading false content. Based on these findings, an integrated policy model was developed. The model incorporates technological, behavioral, and institutional interventions and proposes a multi-level strategy for mitigating misinformation during crises. The framework emphasizes the importance of algorithmic transparency, fact-checking mechanisms, media literacy education, institutional coordination, and effective crisis communication management.

**Conclusion:** The findings suggest that the spread of misinformation during the Ramadan War is not solely the result of technological factors but rather the outcome of a complex interaction among social media structures, users' psychological characteristics, levels of media trust, and media literacy. Social media platforms can amplify the circulation of false information through algorithmic mechanisms and networked communication patterns, particularly during periods of uncertainty and crisis.

The proposed integrated policy model underscores the need to combine technological regulation, educational initiatives, and institutional measures to effectively manage misinformation. Strengthening media literacy, enhancing public trust in credible information sources, improving fact-checking systems, and developing coordinated crisis communication strategies are essential steps toward reducing the societal impact of fake news. The findings offer practical implications for policymakers, media organizations, and communication professionals seeking to strengthen information governance and enhance societal resilience against misinformation during crisis situations.

**Keywords:** Social Media, Misinformation, Fake News, Media Literacy, Media Trust, Crisis Communication, Ramadan War Information Disorder.

## نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات نادرست در جریان جنگ رمضان

امیدعلی مسعودی<sup>۱</sup>، خاطره اسدی<sup>۲</sup>

### چکیده

به گسترش روزافزون رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها در شکل‌دهی به جریان اطلاعات، مسئله انتشار اطلاعات نادرست به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها در ارتباطات اجتماعی تبیین شده است. پژوهش حاضر به هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش اخبار جعلی و تأثیر آن بر مطالعه موردی «جنگ رمضان» انجام شده است. پژوهش به روش هدایت‌شده کاربری و روش ترویج داده‌ها و تحلیل به روش‌های آماری شامل کاربری فاکتور شبکه‌های اجتماعی بود و حجم نمونه به استناد فرمول کوکران برابر با ۳۸۴ نفر تعیین شد. ابزار گردآوری داده پرسش‌نامه محقق‌ساخته بر اساس Zکرت بود که روایی و پایایی آن از طریق ضریب آلفا کرونباخ تعیین شد. داده‌ها به استناد نرم‌افزارهای SPSS و AMOS و به روش آماری شامل همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و مدل معادلات ساختاری تجزیه شدند. نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی عوامل رونق‌بخش کاربری تأیید مثبت و معنادار در گسترش اخبار جعلی دارند. درحالی‌که اعتماد به رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای دارای تأثیر منفی معنادار هستند. همچنین، شولز بحرانی «جنگ رمضان» عنوان‌کننده عامی زنجیره نقش تشدیدکننده روابط متغیرها به‌شمار می‌آید. بر اساس یافته‌ها، چندسطحی شامل مداخلات فناورانه، رفتاری، نهادی و آموزشی انتشار اخبار جعلی را کاهش می‌دهد. بر لزوم رویکردهای یکپارچه برای کنترل اطلاعات در شبکه‌های بحرانی تأکید دارد. نتایج پژوهش می‌تواند به‌عنوان اساس گزارشی برای رسانه‌ها و طراحان راهکارهای مؤثر برای مقابله با اخبار جعلی کمک کند.

### واژگان کلیدی:

رسانه‌های اجتماعی، اخبار جعلی، اطلاعات نادرست، کاربری رسانه‌ها، جنگ رمضان.



## پیشینه پژوهش

[illegible]

در این راستا، پژوهش‌های متعددی در زمینه‌های مختلف انجام شده است. از جمله، بررسی تأثیرات فضای مجازی بر سلامت روان، تغییرات سبک زندگی، و الگوهای مصرف. همچنین، نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به افکار عمومی و رفتارهای اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فضای مجازی به یک پدیده‌ی جدی و تأثیرگذار در جامعه تبدیل شده است.

در ادامه، به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر سبک زندگی و سلامت روان می‌پردازیم. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به کاهش سطح خواب، افزایش اضطراب و افسردگی، و کاهش فعالیت بدنی شود. از سوی دیگر، فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای بهبود سلامت روان و ایجاد ارتباطات اجتماعی مفید نیز عمل کند. بنابراین، استفاده متعادل و آگاهانه از فضای مجازی ضروری است.

در بخش بعدی، به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر سبک زندگی و سلامت روان می‌پردازیم. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به کاهش سطح خواب، افزایش اضطراب و افسردگی، و کاهش فعالیت بدنی شود. از سوی دیگر، فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای بهبود سلامت روان و ایجاد ارتباطات اجتماعی مفید نیز عمل کند. بنابراین، استفاده متعادل و آگاهانه از فضای مجازی ضروری است.

در ادامه، به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر سبک زندگی و سلامت روان می‌پردازیم. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به کاهش سطح خواب، افزایش اضطراب و افسردگی، و کاهش فعالیت بدنی شود. از سوی دیگر، فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای بهبود سلامت روان و ایجاد ارتباطات اجتماعی مفید نیز عمل کند. بنابراین، استفاده متعادل و آگاهانه از فضای مجازی ضروری است.

در ادامه، به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر سبک زندگی و سلامت روان می‌پردازیم. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهد که استفاده بیش از حد از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند منجر به کاهش سطح خواب، افزایش اضطراب و افسردگی، و کاهش فعالیت بدنی شود. از سوی دیگر، فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای بهبود سلامت روان و ایجاد ارتباطات اجتماعی مفید نیز عمل کند. بنابراین، استفاده متعادل و آگاهانه از فضای مجازی ضروری است.

1. Wu, M., Wu, T., & Xiao, Y.
2. Broda, E., & Stromback, J.



مکمل‌های (۲۰۲۴) بر روی نقش‌های رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات و الگوهای رفتاری، به‌ویژه در زمینه‌های سلامت و رفاه، تأثیرات قابل‌توجهی را نشان داده‌اند. این تأثیرات از طریق مکانیسم‌های مختلفی مانند تأثیرات اجتماعی، تأثیرات اطلاعاتی و تأثیرات رفتاری، به‌وجود می‌آید. به‌عنوان مثال، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش آگاهی از مسائل بهداشتی، تغییر در نگرش‌ها و رفتارها، و در نهایت، بهبود نتایج بهداشتی منجر شود. با این حال، استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با چالش‌هایی نیز همراه باشد، از جمله انتشار اطلاعات نادرست، تقلید از رفتارهای مضر و تأخیر در دریافت کمک‌های تخصصی. بنابراین، درک عمیق‌تر از این تأثیرات و مکانیسم‌های آن، برای بهره‌مندی حداکثری از مزایای رسانه‌های اجتماعی و کاهش ریسک‌های احتمالی، ضروری است.

چهارمین فصل (۲۰۲۱) به بررسی تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر رفتارهای بهداشتی و سلامت می‌پردازد. این فصل به‌ویژه بر روی نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و راهکارهای بهبود استفاده از این رسانه‌ها تمرکز دارد. به‌عنوان مثال، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش آگاهی از مسائل بهداشتی، تغییر در نگرش‌ها و رفتارها، و در نهایت، بهبود نتایج بهداشتی منجر شود. با این حال، استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با چالش‌هایی نیز همراه باشد، از جمله انتشار اطلاعات نادرست، تقلید از رفتارهای مضر و تأخیر در دریافت کمک‌های تخصصی. بنابراین، درک عمیق‌تر از این تأثیرات و مکانیسم‌های آن، برای بهره‌مندی حداکثری از مزایای رسانه‌های اجتماعی و کاهش ریسک‌های احتمالی، ضروری است.

فصل پنجم (۲۰۲۰) به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و راهکارهای بهبود استفاده از این رسانه‌ها تمرکز دارد. این فصل به‌ویژه بر روی نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و راهکارهای بهبود استفاده از این رسانه‌ها تمرکز دارد. به‌عنوان مثال، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش آگاهی از مسائل بهداشتی، تغییر در نگرش‌ها و رفتارها، و در نهایت، بهبود نتایج بهداشتی منجر شود. با این حال، استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با چالش‌هایی نیز همراه باشد، از جمله انتشار اطلاعات نادرست، تقلید از رفتارهای مضر و تأخیر در دریافت کمک‌های تخصصی. بنابراین، درک عمیق‌تر از این تأثیرات و مکانیسم‌های آن، برای بهره‌مندی حداکثری از مزایای رسانه‌های اجتماعی و کاهش ریسک‌های احتمالی، ضروری است.

فصل ششم (۲۰۲۰) به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و راهکارهای بهبود استفاده از این رسانه‌ها تمرکز دارد. این فصل به‌ویژه بر روی نقش شبکه‌های اجتماعی در تغییر نگرش‌ها و رفتارها، تأثیرات مثبت و منفی استفاده از رسانه‌های اجتماعی، و راهکارهای بهبود استفاده از این رسانه‌ها تمرکز دارد. به‌عنوان مثال، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش آگاهی از مسائل بهداشتی، تغییر در نگرش‌ها و رفتارها، و در نهایت، بهبود نتایج بهداشتی منجر شود. با این حال، استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند با چالش‌هایی نیز همراه باشد، از جمله انتشار اطلاعات نادرست، تقلید از رفتارهای مضر و تأخیر در دریافت کمک‌های تخصصی. بنابراین، درک عمیق‌تر از این تأثیرات و مکانیسم‌های آن، برای بهره‌مندی حداکثری از مزایای رسانه‌های اجتماعی و کاهش ریسک‌های احتمالی، ضروری است.

1. McLaughlin
2. Brady
3. Apuke, O. D., & Omar, B
4. Chadwick, A., Kaiser, J., Vaccari, C., et al
5. Pennycook, G., & Rand, D. G
6. Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., et al.
7. Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., et al
8. Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & Lopez Segui, F.

[illegible][illegible][illegible]

جمع بنده برر ز پڑھنے پڑوہن نشا ز دھن ۽ مطالعات داخہ ۽ خارجہ نقش  
رسدہ اجتماعہ ۽ عنوہ ز مہم تری بسترہ انتشا اطلاعات نادر سے ۽ اخبار  
جمعہ کر انہ ز پڑوہن ۽ برر عوامہ همچو ز رسدہ اجتماعہ  
عوامی روشناخہ ۽ شناخہ کاربران سولہ رسدہ ز آمدہ انتشا اطلاعات نادر سے  
پرداخہ اندہ بل حالہ اغلب پڑوہن ز پڑوہن ۽ بخہ ز عوامی متمرک بوہ  
۽ کمو مطالعہ ۽ ہمزما نقش ز رسدہ اجتماعہ عوامی روشناخہ  
اعتمہ ۽ رسدہ ۽ سولہ رسدہ ۽ گسترش اطلاعات نادر سے پرداخہ اسے همچو  
بخشہ عملہ مطالعات موجود ۽ سے ہ ز کوہ ۹۱ دہ انتخابہ ۽ سز زدادہ

1. Tasnim, S., Hossain, M. M., & Mazumder, H.
2. Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., et al
3. Naeem, S. B., & Bhatti, R
4. Brennan, J. S., Simon, F., Howard, P. N., & Nielsen, R. K.
5. Vosoughi



اجتماع انجام شده سازوکار انتشار اطلاعات نادرست در شبکه جنگی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از طرف دیگر، اصل ادوات پژوهشی در نتایج فقدان مدل جامع و آزموده شده برای عوامل مؤثر بر گسترش اطلاعات نادرست در شبکه جنگی و بحران دانست در هنجارهای پژوهشی حاضر و تمرکز بر جنگ رمضان ضمنی نادرست، مزه رسد و روش شناختی شناختی قالب در مدل مفهومی واحد و آزموده تجزیه روابط در نتایج متغیر سازوکار گسترش اطلاعات نادرست در شبکه اجتماعی بر داند.

## تبیین مفاهیم پایه و چارچوب نظری

## رسانه‌های اجتماعی

[illegible]

## اطلاعات نادرست و اخبار جعلی

[illegible]

نادر. در این زمینه، اجتماعی‌سازی و گسترش آن در شبکه‌های اجتماعی (مطالعه‌ای در مورد ۱۴۰۲).

تبیین ابعاد، سازوکارهای انتشار و پیامدهای اخبار جعلی در رسانه‌های اجتماعی  
در جریان جنگ رمضان

در این مقاله، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در انتشار اخبار جعلی در جریان جنگ رمضان پرداخته می‌شود. ابتدا به تعاریف و مفاهیم اساسی در زمینه اخبار جعلی و شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. سپس، به بررسی ابعاد و سازوکارهای انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. در ادامه، به بررسی پیامدهای اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. در نهایت، به ارائه پیشنهاداتی برای کاهش انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. این مقاله بر اساس روش‌های کیفی و کمی انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در انتشار اخبار جعلی دارند. همچنین، این مطالعه نشان می‌دهد که اخبار جعلی می‌تواند به ایجاد تنش و ناآرامی در جامعه منجر شود. بنابراین، لازم است که اقداماتی برای کاهش انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی انجام شود. (Vosoughi et al., 2018) و (Pennycook & Rand, 2019) از جمله منابعی هستند که به بررسی این موضوع پرداخته‌اند. همچنین، (Wu & Xiao, 2025) نیز به بررسی این موضوع پرداخته‌اند.

در این مقاله، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در انتشار اخبار جعلی در جریان جنگ رمضان پرداخته می‌شود. ابتدا به تعاریف و مفاهیم اساسی در زمینه اخبار جعلی و شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. سپس، به بررسی ابعاد و سازوکارهای انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. در ادامه، به بررسی پیامدهای اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. در نهایت، به ارائه پیشنهاداتی برای کاهش انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی پرداخته می‌شود. این مقاله بر اساس روش‌های کیفی و کمی انجام شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در انتشار اخبار جعلی دارند. همچنین، این مطالعه نشان می‌دهد که اخبار جعلی می‌تواند به ایجاد تنش و ناآرامی در جامعه منجر شود. بنابراین، لازم است که اقداماتی برای کاهش انتشار اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی انجام شود. (Wu & Xiao, 2025) و (Pennycook & Rand, 2019) از جمله منابعی هستند که به بررسی این موضوع پرداخته‌اند. همچنین، (Vosoughi et al., 2018) نیز به بررسی این موضوع پرداخته‌اند.

[illegible][illegible][illegible]

## چارچوب‌های نظری

نظریه انتشار نوآوری (Rogers, 2003) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

نظریه انتشار نوآوری (Rogers, 2003) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

نظریه برجسته‌سازی (McCombs & Shaw, 1972) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

نظریه استفاده و رضامندی (Katz et al., 1973) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

نظریه اتاق پژواک (Katz et al., 1973) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

نظریه وابستگی به رسانه‌ها (Katz et al., 1973) یکی از مدل‌های اصلی در توضیح چگونگی پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین است. این نظریه بر این اساس استوار است که افراد در طول زمان، از طریق فرآیندهای اجتماعی، با یکدیگر در تماس قرار می‌گیرند و این امر منجر به انتقال اطلاعات و تغییر نگرش‌ها می‌گردد. در این مدل، عوامل مختلفی مانند ویژگی‌های فردی، اجتماعی و فرهنگی در فرآیند انتشار نوآوری نقش دارند.

1. Diffusion of Innovation
2. Agenda Setting Theory
3. Uses and Gratifications Theory
4. Media Dependency Theory

[illegible]

## روش پژوهش

[illegible]

در این پژوهش، داده‌ها از طریق پرسشنامه‌ها گردآوری شد و با استفاده از نرم‌افزار SPSS و AMOS، مدل‌های آماری مورد بررسی قرار گرفت. برای سنجش مدل، شاخص‌های مختلفی مانند R-squared، CFI، RMSEA و GFI مورد استفاده قرار گرفت. نتایج نشان داد که مدل پیشنهادی با داده‌ها همخوانی خوبی دارد و فرضیه‌های پژوهش در سطح معنی‌داری ۰/۰۵ تایید شد. همچنین، برای سنجش پایایی پرسشنامه، ضرایب آلفای کرونباخ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی مناسب پرسشنامه است. در نهایت، نتایج پژوهش می‌تواند به مدیران و پژوهشگران در زمینه مدیریت فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی کمک کند.

### متغیرهای پژوهش و نحوه سنجش آن‌ها

در این پژوهش، متغیرهای اصلی عبارتند از: اعتماد، تاب‌آوری، و سرمایه اجتماعی. هر یک از این متغیرها با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد و معتبر سنجش شد. به عنوان مثال، اعتماد با استفاده از پرسشنامه‌های Allcott & Gentzkow (2017) سنجش شد.

در ادامه، متغیرهای دیگر مانند تاب‌آوری و سرمایه اجتماعی نیز با استفاده از پرسشنامه‌های استاندارد سنجش شدند. نتایج نشان داد که تاب‌آوری و سرمایه اجتماعی در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در اعتماد دارند.

در نهایت، نتایج پژوهش نشان داد که تاب‌آوری و سرمایه اجتماعی در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در اعتماد دارند. این نتایج می‌تواند به مدیران و پژوهشگران در زمینه مدیریت فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی کمک کند. همچنین، نتایج پژوهش می‌تواند به پژوهشگران در زمینه تاب‌آوری و سرمایه اجتماعی در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی کمک کند.



## فرضیه‌های پژوهش

۱. فرضیه اول: مؤثرترین عوامل اجتماعی در گسترش اطلاعات عبارتند از: دسترسی به اینترنت، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، و دسترسی به منابع اطلاعاتی. فرضیه دوم: استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، تأثیر مثبتی بر گسترش اطلاعات دارد.

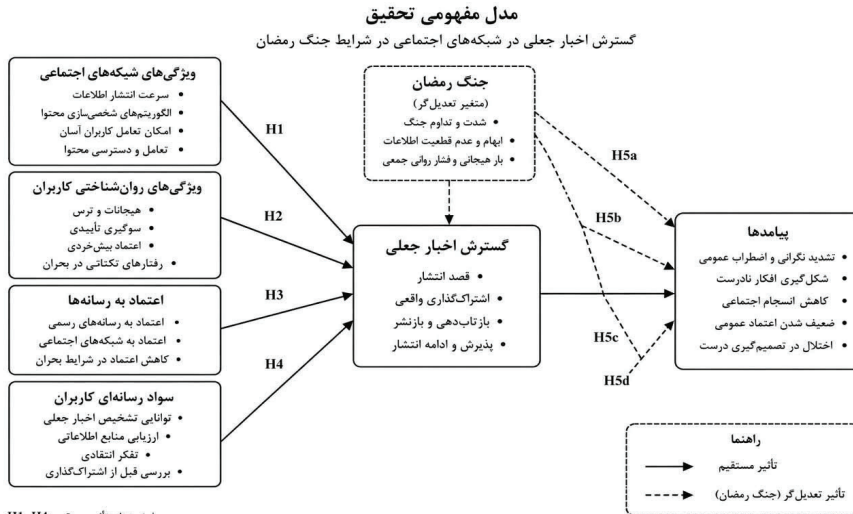
۲. فرضیه دوم: استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، تأثیر مثبتی بر گسترش اطلاعات دارد. این فرضیه بر این اساس استوار است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا اطلاعات بیشتری را در دسترس خود داشته باشند.

۳. فرضیه سوم: استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، تأثیر مثبتی بر گسترش اطلاعات دارد. این فرضیه بر این اساس استوار است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا اطلاعات بیشتری را در دسترس خود داشته باشند. این فرضیه همچنین بر این اساس استوار است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا اطلاعات بیشتری را در دسترس خود داشته باشند.

۴. فرضیه چهارم: استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، تأثیر مثبتی بر گسترش اطلاعات دارد. این فرضیه بر این اساس استوار است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا اطلاعات بیشتری را در دسترس خود داشته باشند. این فرضیه همچنین بر این اساس استوار است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دسترسی به منابع اطلاعاتی، می‌تواند به افراد کمک کند تا اطلاعات بیشتری را در دسترس خود داشته باشند.

## مدل مفهومی پژوهش

۱. مدل مفهومی پژوهش شامل چهار متغیر اصلی است: استفاده از شبکه‌های اجتماعی، دسترسی به منابع اطلاعاتی، گسترش اطلاعات، و استفاده از شبکه‌های اجتماعی. این متغیرها به صورت زیر تعریف شده‌اند: استفاده از شبکه‌های اجتماعی: استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به منابع اطلاعاتی. دسترسی به منابع اطلاعاتی: دسترسی به منابع اطلاعاتی از طریق شبکه‌های اجتماعی. گسترش اطلاعات: گسترش اطلاعات از طریق شبکه‌های اجتماعی. استفاده از شبکه‌های اجتماعی: استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای دسترسی به منابع اطلاعاتی.



H1-H4: فرضیه‌های تأثیر مستقیم

H5a-H5d: فرضیه‌های تعدیل‌گری جنگ رمضان بر رابطه متغیرهای مستقل و گسترش اخبار جعلی

## تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش

در این پژوهش، مدل مفهومی زیر را در نظر بگیرید. این مدل شامل چهار متغیر اصلی است: ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، جنگ رمضان، گسترش اخبار جعلی و پیامدها. ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی شامل سرعت انتشار اطلاعات، الگوریتم‌های شخصی‌سازی محتوا، امکان تعامل کاربران آسان و تعامل و دسترسی محتوا می‌باشد. جنگ رمضان شامل شدت و تداوم جنگ، ابهام و عدم قطعیت اطلاعات و بار هیجانی و فشار روانی جمعی می‌باشد. گسترش اخبار جعلی شامل قصد انتشار، اشتراک‌گذاری واقعی، بازتاب‌دهی و بازنشر و پذیرش و ادامه انتشار می‌باشد. پیامدها شامل تشدید نگرانی و اضطراب عمومی، شکل‌گیری افکار نادرست، کاهش انسجام اجتماعی، ضعف شدن اعتماد عمومی و اختلال در تصمیم‌گیری درست می‌باشد. فرضیه‌های تحقیق عبارتند از: H1: ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. H2: ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. H3: اعتماد به رسانه‌ها بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. H4: سواد رسانه‌ای کاربران بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. H5a: جنگ رمضان بر رابطه بین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. H5b: جنگ رمضان بر رابطه بین ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. H5c: جنگ رمضان بر رابطه بین اعتماد به رسانه‌ها و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. H5d: جنگ رمضان بر رابطه بین سواد رسانه‌ای کاربران و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد.

## تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش، نتایج تحلیل داده‌ها را به تفصیل بیان می‌کنیم. ابتدا نتایج آزمون فرضیه‌ها را بررسی می‌کنیم. نتایج آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که فرضیه‌های H1، H2، H3 و H4 به طور کلی تأیید شده‌اند. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H1 نشان می‌دهد که ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H5a تا H5d نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین متغیرهای مستقل و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. در ادامه، نتایج آزمون فرضیه‌ها را به تفصیل بیان می‌کنیم. نتایج آزمون فرضیه H1 نشان می‌دهد که ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H1 نشان می‌دهد که سرعت انتشار اطلاعات بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H2 نشان می‌دهد که ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H2 نشان می‌دهد که هیجانات و ترس بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H3 نشان می‌دهد که اعتماد به رسانه‌ها بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H3 نشان می‌دهد که اعتماد به رسانه‌های رسمی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H4 نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای کاربران بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H4 نشان می‌دهد که توانایی تشخیص اخبار جعلی بر گسترش اخبار جعلی تأثیر مستقیم دارد. در ادامه، نتایج آزمون فرضیه‌ها را به تفصیل بیان می‌کنیم. نتایج آزمون فرضیه H5a تا H5d نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین متغیرهای مستقل و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H5a نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H5b نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین ویژگی‌های روان‌شناختی کاربران و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H5b نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین هیجانات و ترس و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H5c نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین اعتماد به رسانه‌ها و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H5c نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین اعتماد به رسانه‌های رسمی و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. همچنین، نتایج آزمون فرضیه H5d نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین سواد رسانه‌ای کاربران و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد. به عنوان مثال، نتایج آزمون فرضیه H5d نشان می‌دهد که جنگ رمضان بر رابطه بین توانایی تشخیص اخبار جعلی و گسترش اخبار جعلی تأثیر تعدیل‌گر دارد.

زبان فارسی، متون، تصاویر، ویدیو، صوت، و غیره.

## آمار توصیفی

در این بخش، آمار توصیفی داده‌های جمع‌آوری‌شده در مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان بررسی می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که بیش از نیمی از دانشجویان (۵۴٪) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین، اکثر دانشجویان (۶۵٪) از شبکه‌های اجتماعی برای دریافت اطلاعات استفاده می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان به‌طور گسترده‌ای استفاده می‌شود و می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مهم برای دریافت اطلاعات در نظر گرفته شود.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

| متغیر   | دسته          | فراوانی | درصد  |
|---------|---------------|---------|-------|
| جنسیت   | مرد           | ۲۱۰     | ۵۴/۷٪ |
|         | زن            | ۱۷۴     | ۴۵/۳٪ |
| سن      | ۲۰ تا ۳۰      | ۱۸۰     | ۴۶/۹٪ |
|         | ۳۱ تا ۴۰      | ۲۰۴     | ۵۳/۱٪ |
| تحصیلات | کارشناسی      | ۱۷۰     | ۴۴/۳٪ |
|         | کارشناسی ارشد | ۲۰۵     | ۵۳/۴٪ |
|         | دکتری         | ۹       | ۲/۳٪  |

مطابق با جدول ۱، بیش از نیمی از دانشجویان (۵۴٪) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین، اکثر دانشجویان (۶۵٪) از شبکه‌های اجتماعی برای دریافت اطلاعات استفاده می‌کنند. این نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان به‌طور گسترده‌ای استفاده می‌شود و می‌تواند به‌عنوان یک ابزار مهم برای دریافت اطلاعات در نظر گرفته شود.

جدول ۲. شاخص‌های توصیفی

| متغیر            | میانگین | انحراف معیار |
|------------------|---------|--------------|
| شبکه‌های اجتماعی | ۳/۹۲    | ۰/۷۱         |
| روانشناسی        | ۳/۷۵    | ۰/۶۸         |
| اعتماد           | ۲/۸۸    | ۰/۸۰         |
| سوی رسد          | ۳/۶۰    | ۰/۶۵         |
| اختر جمع         | ۴/۰۵    | ۰/۷۳         |

در این پژوهش، نرم‌افزار SPSS 26 برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. «کرتیچ» برای بررسی رابطه بین متغیرها و «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها به کار رفت. همچنین، «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها و «تست کای‌سکوار» برای بررسی تفاوت بین گروه‌ها به کار رفت. در نهایت، «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها و «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها به کار رفت. در نهایت، «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها و «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها به کار رفت.

### بررسی پیش فرض‌های آماری

در این پژوهش، برای بررسی پیش فرض‌های آماری، ابتدا نرم‌افزار SPSS 26 برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. «کرتیچ» برای بررسی رابطه بین متغیرها و «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها به کار رفت. همچنین، «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها و «تست کای‌سکوار» برای بررسی تفاوت بین گروه‌ها به کار رفت. در نهایت، «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها و «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها به کار رفت.

جدول ۳. آزمون نرمال بودن

| متغیر        | Sig   |
|--------------|-------|
| شبکه اجتماعی | ۰/۰۸۲ |
| روز          | ۰/۰۹۱ |
| اعتماد       | ۰/۰۷۴ |
| سواد         | ۰/۰۸۸ |
| اخلاق جمع    | ۰/۰۹۵ |

در این پژوهش، برای بررسی پیش فرض‌های آماری، ابتدا نرم‌افزار SPSS 26 برای تحلیل داده‌ها استفاده شد. «کرتیچ» برای بررسی رابطه بین متغیرها و «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها به کار رفت. همچنین، «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها و «تست کای‌سکوار» برای بررسی تفاوت بین گروه‌ها به کار رفت. در نهایت، «تست تی» برای مقایسه میانگین‌ها و «تست مان‌ویتس» برای بررسی همبستگی بین متغیرها به کار رفت.

[illegible]

## پایایی و روایی

[illegible]

جدول ۴. آلفای کرونباخ

| آلفا | منظر       |
|------|------------|
| ٠/٨١ | شبه اجتماع |
| ٠/٨٣ | روا        |
| ٠/٧٨ | اعتماد     |
| ٠/٨٥ | سواد       |
| ٠/٨٧ | اخبر جمع   |

### جدول ۵. روایی سازه

| CR   | AVE  | متن          |
|------|------|--------------|
| ۰/۸۳ | ۰/۵۲ | شبکه اجتماعی |
| ۰/۸۵ | ۰/۵۵ | روا          |
| ۰/۸۰ | ۰/۵۰ | اعتماد       |
| ۰/۸۷ | ۰/۵۸ | سواد         |
| ۰/۸۸ | ۰/۶۰ | اخلاق        |

[illegible]

[illegible]

## تحلیل همبستگی متغیرها

[illegible]

جدول ۶. ماتریس همبستگی پیرسون بین متغیرهای پژوهش

| متغیر        | اختصاص |
|--------------|--------|
| شبکه اجتماعی | ۰/۶۲** |
| روایت        | ۰/۵۸** |
| اعتماد       | ۰/۴۱** |
| سواد         | ۰/۴۹** |

توضیح: \* نشانه دهنده ضریب همبستگی سطح ۰/۰۱ است.

[illegible]

## آزمون فرضیه‌ها

٢٠١٩ ۲٠٢٠ ۲٠٢١ ۲٠٢٢ ۲٠٢٣ ۲٠٢٤ ۲٠٢٥ ۲٠٢٦ ۲٠٢٧ ۲٠٢٨ ۲٠٢٩ ۲٠٣٠



در این پژوهش، از روش آماری معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. مدل پیشنهادی شامل سه متغیر اصلی است: استفاده از رسانه‌های اجتماعی، اعتماد به رسانه‌ها و رفتارهای ایمن. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی به طور معنی‌داری بر اعتماد به رسانه‌ها و رفتارهای ایمن تأثیر مثبت دارد. همچنین، اعتماد به رسانه‌ها نیز به طور معنی‌داری بر رفتارهای ایمن تأثیر مثبت دارد. این نتایج با فرضیه‌های پژوهش همخوانی دارد. در ادامه، نتایج آزمون فرضیه‌ها و تحلیل‌های تکمیلی ارائه خواهد شد.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه

| متغیر              | ضریب (Beta) | مقدار t | سطح معناداری (Sig) |
|--------------------|-------------|---------|--------------------|
| رابطه شبکه اجتماعی | ۰/۴۱        | ۶/۲۵    | ۰/۰۰۱              |
| رابطه روش‌شناختی   | ۰/۳۶        | ۵/۷۸    | ۰/۰۰۲              |
| اعتماد به رسانه‌ها | ۰/۲۸        | ۱۴/۱۲   | ۰/۰۰۳              |
| سوءرسانه‌ها        | ۰/۳۳        | ۱۵/۰۱   | ۰/۰۰۱              |

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی نشان داد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی به طور معنی‌داری بر اعتماد به رسانه‌ها و رفتارهای ایمن تأثیر مثبت دارد. همچنین، اعتماد به رسانه‌ها نیز به طور معنی‌داری بر رفتارهای ایمن تأثیر مثبت دارد. این نتایج با فرضیه‌های پژوهش همخوانی دارد. در ادامه، نتایج آزمون فرضیه‌ها و تحلیل‌های تکمیلی ارائه خواهد شد.

[illegible]

## تحلیل کلی مدل رگرسیونی

[illegible]

بواساسی نزع تحلی رگریون فرضه پژوهشی شرع و فقهی شوند:

- [illegible]

## تفسیر در چارچوب موضوع پژوهش

[illegible]

در این پژوهش، مدل معادلات ساختاری (SEM) برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش استفاده شد. این مدل به کمک روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برآورد شد. نتایج به شرح زیر است:

### مدل معادلات ساختاری (SEM)

برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج به کمک روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برآورد شد. نتایج به شرح زیر است:

جدول ۸. شاخص‌های برازش مدل

| شاخص        | مقدار |
|-------------|-------|
| CFI         | ۰/۹۳  |
| GFI         | ۰/۹۱  |
| RMSEA       | ۰/۰۵۲ |
| $\chi^2/df$ | ۲/۴   |

جدول ۹. ضرایب مسیر

| مسیر               | ضرایب |
|--------------------|-------|
| شبکه اجتماعی جمع   | ۰/۴۵  |
| روابط اجتماعی جمع  | ۰/۳۹  |
| اعتماد اجتماعی جمع | ۰/۳۰  |
| سود اجتماعی جمع    | ۰/۳۵  |

نتایج به کمک روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برآورد شد. نتایج به شرح زیر است:

### مدل سیاستی یکپارچه مدیریت اخبار جعلی در شرایط بحران «جنگ رمضان»

#### ابعاد مداخله‌ای مدل

برای بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش، مدل معادلات ساختاری (SEM) استفاده شد. نتایج به کمک روش حداقل مربعات جزئی (PLS) برآورد شد. نتایج به شرح زیر است:

«و در این زمینه، به بررسی و تحلیل ظرفیت‌های دیجیتال در حوزه‌های مختلف، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود.»

### ابعاد مداخله‌ای مد

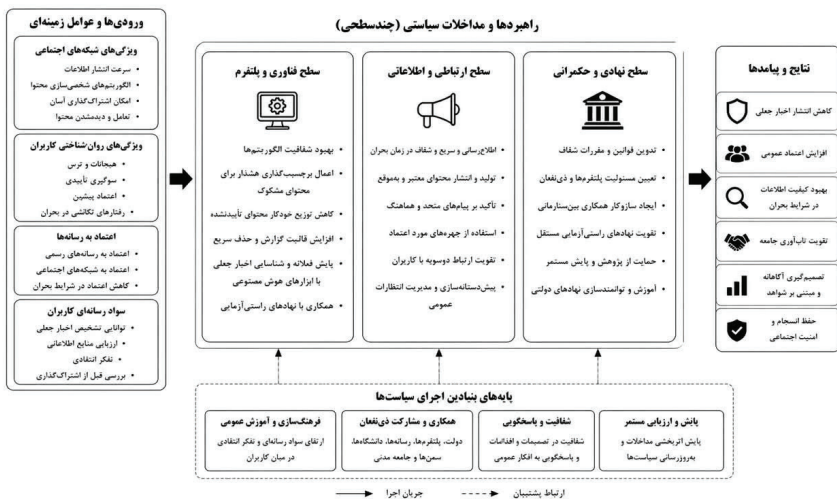
این مقاله به بررسی و تحلیل ابعاد مختلف مداخله‌ای مد در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود. در این زمینه، به بررسی و تحلیل ظرفیت‌های دیجیتال در حوزه‌های مختلف، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود. در این زمینه، به بررسی و تحلیل ظرفیت‌های دیجیتال در حوزه‌های مختلف، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود.

### الزامات و مراحل اجرای مدل

این مقاله به بررسی و تحلیل الزامات و مراحل اجرای مدل در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود. در این زمینه، به بررسی و تحلیل ظرفیت‌های دیجیتال در حوزه‌های مختلف، از جمله آموزش، بهداشت، فرهنگ و تفریح، پرداخته می‌شود. همچنین، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در این زمینه، و ارائه راهکارهای مناسب برای بهره‌مندی حداکثری از این فناوری‌ها، پرداخته می‌شود.

در این مقاله، به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات پرداخته می‌شود. ابتدا به تعریف رسانه‌های اجتماعی و انواع آن‌ها پرداخته می‌شود. سپس به بررسی نقش این رسانه‌ها در گسترش اطلاعات و تأثیر آن‌ها بر جامعه پرداخته می‌شود. در ادامه، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات پرداخته می‌شود. در نهایت، به ارائه پیشنهاداتی برای بهبود نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات پرداخته می‌شود.

### مدل سیاستی مدیریت و کنترل اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه: جنگ رمضان)



تصویر ۲. مدل سیاستی یکپارچه مدیریت اخبار جعلی در شرایط بحران «جنگ رمضان»

در این مدل، به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات و تأثیر آن‌ها بر جامعه پرداخته می‌شود. ابتدا به تعریف رسانه‌های اجتماعی و انواع آن‌ها پرداخته می‌شود. سپس به بررسی نقش این رسانه‌ها در گسترش اطلاعات و تأثیر آن‌ها بر جامعه پرداخته می‌شود. در ادامه، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات پرداخته می‌شود. در نهایت، به ارائه پیشنهاداتی برای بهبود نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات پرداخته می‌شود.

[illegible][illegible]

## نتیجہ گیری

[illegible]



جنتزکوف (۲۰۱۷) مطالبه دارد که به عنوان یک منبع اطلاعاتی نادیده گرفته نشود. این منبع اطلاعاتی در زمینه‌های مختلف اجتماعی و فرهنگی، از جمله مسائل مربوط به حقوق بشر، محیط زیست، و سلامت عمومی، نقش مهمی ایفا می‌کند. در سال ۲۰۱۹، جنتزکوف و همکارانش در یک مطالعه، تأثیرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی را بر آگاهی عمومی از مسائل اجتماعی بررسی کردند. نتایج آن‌ها نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش آگاهی و مشارکت شهروندان در مسائل اجتماعی منجر شود. این امر به ویژه در مورد مسائل مربوط به حقوق بشر و محیط زیست، که اغلب در رسانه‌های سنتزی کمتر پوشش داده می‌شوند، اهمیت دارد. جنتزکوف و همکارانش همچنین تأکید می‌کنند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید به گونه‌ای باشد که به تقویت روابط اجتماعی و مشارکت شهروندان منجر شود، نه به ایجاد شکاف‌های اجتماعی. این امر نیازمند استفاده از شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که به تقویت روابط اجتماعی و مشارکت شهروندان منجر شود، نه به ایجاد شکاف‌های اجتماعی. این امر نیازمند استفاده از شبکه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که به تقویت روابط اجتماعی و مشارکت شهروندان منجر شود، نه به ایجاد شکاف‌های اجتماعی.



## پیشنهادهای پژوهش

### پیشنهادهای کاربردی

- براساس نتایج پژوهش پیشنهاد زیر ارائه شود:
- افزایش سطح سواد رسانه‌ای کاربران و طریقی آموزش؛
- تقویت اعتماد عمومی به رسانه‌های رسمی؛
- طراحی الگوریتم هوشمند برای شناسایی اخبار جعلی؛
- نظارت بر شبکه‌های محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی؛
- اطلاع رسانی سریع و شفاف در صورت بحران.

### پیشنهادهای پژوهشی

- بررسی نقش هوش مصنوعی در شناسایی اخبار جعلی؛
- مطالعه تطبیقی سبک‌های خبری؛
- بررسی نقش فرهنگ و عوامل اجتماعی در انتشار اخبار جعلی؛
- استفاده از روش‌های بازی نظری برای تعیین رفتار کاربران.

### نوآوری و محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر در پی کشف و آگاهی از وضعیت و چالش‌های فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی است. این مطالعه با روش‌های کیفی و کمی انجام شده و به بررسی عوامل مؤثر بر انتشار اخبار جعلی پرداخته است. نتایج این پژوهش می‌تواند به سیاست‌گذاران و مدیران رسانه‌ها کمک کند تا با اتخاذ تدابیر مناسب، امنیت فضای مجازی را افزایش دهند. با این حال، محدودیت‌هایی در این پژوهش وجود دارد که در ادامه به آن‌ها پرداخته می‌شود. از جمله محدودیت‌ها می‌توان به محدود بودن نمونه آماری و عدم تعمیم‌پذیری نتایج به سایر فرهنگ‌ها و کشورهای اشاره کرد. همچنین، تغییرات سریع در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی می‌تواند باعث شود که نتایج این پژوهش به سرعت منقضی شود. با وجود این محدودیت‌ها، این پژوهش می‌تواند به عنوان یک نقطه شروع برای تحقیقات آینده در این زمینه در نظر گرفته شود.

نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات [...] |

مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات در میان دانشجویان  
مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات در میان دانشجویان  
مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات در میان دانشجویان  
مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات در میان دانشجویان  
مطالعه‌ای بر روی نقش رسانه‌های اجتماعی در گسترش اطلاعات در میان دانشجویان

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

## منابع و مآخذ

- افهمی، مهرداد و رومند (۱۴۰۳). تأثیر سوگیری‌های مخاطبان در مقابله با اخبار جعلی: از نظر خبرگان مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران (۱۳۹۱: ۷۵). doi: 10.61838/kman.jspsich.3.1.9
- درویشی، سوزن، رضوی، زینب، ابتسام، حویلی، دهقان، شاد (۱۴۰۴). نقش سوگیری رسانه‌ها در باورپذیری اخبار جعلی فصلنامه علمی رسانه (۳۶: ۱۱۱). doi: 10.22034/bmsp.2024.458209.2030
- ماد، مظفر، لاری، شایسته، نظری (۱۴۰۳). نقش ارزش‌ها و هنجارها در پذیرش اخبار سلامت جعلی در عصر دیجیتال: مطالعه کیفی. فصلنامه علمی رسانه (۱۶: ۱۷۲). doi: 10.48308/piaj.2025.237058.1590
- مهرزاد، طالع، زاهدی، محمد، ناهید، سعادت، زرت (۱۴۰۲). رسانه‌های اجتماعی و اخبار جعلی در عصر دیجیتال: پژوهش‌های ارتباطی (۳۰: ۹۱). doi: 10.22082/cr.2022.560392.2398
- نوشی آفرین، علیرضا، مظفری، افسانه، مسعودی، زاهدی، زینب، مجاهد، قهرایی (۱۴۰۲). نقش سوگیری رسانه‌ها در کاهش اخبار جعلی: راهبردهای مقابله با تهدیدات نگر رسانه‌های خارجی. فصلنامه مطالعات راهبردی ارتباطات (۳۶: ۱۲۱). doi: 10.22034/rcc.2024.2019697.1096
- Afhami Mahdi., and Niroumand L. (2014). The effect of media literacy of the audience in dealing with fake news from the perspective of experts. Socio-political Studies of Iranian History and Culture, 3(1), 153-17 <https://doi.org/10.61838/kman.jspsich.3.1.9> [In Persian]
- Ahmed, W., Vidal-Alaball, J., Downing, J., & López Seguí, F. (2020). COVID-19 and the 5G conspiracy theory: Social network analysis of Twitter data. Journal of Medical Internet Research, 22(5), e19458. <https://doi.org/10.2196/19458>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: Modelling the predictors of fake news sharing among social media users. Telematics and Informatics, 56, 101475. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. Science, 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 3(1), 3-21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- 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, University of Oxford.
- Broda, E., & Stromback, J. (2024). Misinformation, disinformation, and fake news: Lessons from an interdisciplinary, systematic literature review. Annals of the International Communication Association, 48(2), 139-166. <https://doi.org/10.1080/23808985.2024.2323736>

- Chadwick, A., Kaiser, J., Vaccari, C., Freeman, D., Lambe, S., Loe, B. S., & Yu, L. M. (2021). Online misinformation is linked to early COVID-19 vaccination hesitancy and refusal. *Nature Human Behaviour*, 5(10), 1281-1289. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01190-w>
- Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10, 16598. <https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>
- Darvishi, Saeed, Razavi Dinani, Ebtesam and Dehghan Shad, Huriyeh. (1404). The role of media literacy in the credibility of fake news. *Journal of Media Studies*, 36(3), 89-111. doi: 10.22034/bmsp.2024.458209.2030 **[In Persian]**
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding* (4th ed.). Sage Publications.
- Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Mostofa Kamal, A. H., Hasan, S. M. M., Kabir, A., Yeasmin, D., Islam, M. A., Amin Chowdhury, K. I., Anwar, K. S., Chughtai, A. A., & Seale, H. (2020). COVID-19-related infodemic and its impact on public health. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(4), 1621-1629. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., Zarka, J., Traboulsi, C., Akl, E. W., & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: Quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3), e7255. <https://doi.org/10.7759/cureus.7255>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187. <https://doi.org/10.1086/267990>
- Mehdizadeh Taleshi, Seyed Mohammad and Saadat Sirat, Nahid. (1402). Social Media and Fake News in the Post-Truth Era. *Communication Research*, 30(113), 9-35. doi: 10.22082/cr.2022.560392.2398 **[In Persian]**
- Mollaei Mozaffari, Amir and Nazari, Ali Ashraf. (1403). The role of values and emotions in the acceptance of fake political news in the post-truth era. *Political and International Approaches*, 16(4), 172-196. doi: 10.48308/piap.2025.237058.1590 **[In Persian]**
- Naem, S. B., & Bhatti, R. (2020). The COVID-19 "infodemic": A new front for information professionals. *Health Information & Libraries Journal*, 37(3), 233-239. <https://doi.org/10.1111/hir.12311>
- Nooshafarin, Alireza, Mozaffari, Afsaneh, Masoudi, Omidali and Majidi Ghohrudi, Nasim. (1402). The role of media literacy in reducing fake news and strategies for dealing with soft threats from foreign media in Iran. *Strategic Communications Studies*, 3(4), 109-121. doi: 10.22034/rcc.2024.2019697.1096 **[In Persian]**

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. *Psychological Science*, 31

Rogers, E.M. (2003) *Diffusion of Innovations*. Free Press, New York.

Vosoughi S, Roy D, Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018 Mar 9;359(6380):1146-1151. doi: 10.1126/science.aap9559. PMID: 29590045.

Wu, M., Wu, T., & Xiao, Y. (2025). Why people share misinformation on social media? An integration of affordance and flow theories.

*Humanities & Social Sciences Communications*, 12, 1129. DOI: 10.1057/s41599-025-05511-6.



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