

## خلاصه پروژه: توصیه‌های علوم رفتاری برای مقابله

### با اخبار جعلی

اخبار جعلی تأثیرات مخربی بر جامعه دارند و مقابله با آن‌ها امری ضروری است. رفتار انسان‌ها کلیدی‌ترین نقش را در جلوگیری از گسترش این اخبار ایفا می‌کند. یافته‌های علوم رفتاری با ارائه راهبردهای مبتنی بر شواهد علمی می‌توانند مداخلات مؤثری برای کاهش باور و انتشار اخبار جعلی در جامعه فراهم کنند.

مرکز بیث‌های  
رفتاری ایران



فارس

تلاش‌ها برای مقابله با آن می‌تواند اثر عکس داشته باشد.

این پروژه، در پاییز و زمستان سال ۱۴۰۱ به سفارش خبرگزاری فارس انجام شده و تلاش کرده با ارائه درک و بینشی روان‌شناختی نسبت به پذیرش و انتشار اخبار غلط و به‌کارگیری موثرترین و بروزترین یافته‌های موجود در این حوزه، ضمن بیان هفت راهبرد پیشگیری و ده راهبرد مقابله با اخبار جعلی، دستورالعمل و نقشه‌ای جامع برای پیشگیری و مقابله با این اخبار، با نگاه به فعالیت اشخاص و دستگاه‌های رسانه‌ای، به‌ویژه خبرگزاری‌ها، ارائه دهد.

### خلاصه یافته‌ها

انسان‌ها به دلیل ویژگی‌های شناختی خود، به راحتی فریب اخبار جعلی را می‌خورند (۵)؛ به عنوان نمونه اثر آشنایی بیان می‌کند صرف تکرار و آشنایی با یک خبر باعث افزایش باور به آن می‌شود (۶) و اثر تأثیر ادامه‌دار نیز از این صحبت می‌کند که حتی زمانی که افراد می‌دانند یک خبر جعلی است، باز هم آن را در ذهن خود نگه می‌دارند و این خبر می‌تواند بر تفکر آنها اثر بگذارد (۷).

برای مقابله با اخبار جعلی، دو راهبرد اصلی وجود دارد: پیشگیری (پریبانک) و اعتبارزدایی (دیبانک). در مرحله پیشگیری، راهکارهایی چون تکرار و آشنایی با حقایق اهمیت دارد (۸). واکسیناسیون روانی نیز که به معنای آشنا کردن افراد با روش‌های تولید اخبار جعلی و رد فعالانه آنها است به عنوان یکی از جدیدترین و محبوب‌ترین روش‌های موثر به حساب می‌آید (۹). هشدار به مردم درباره انتشار این اخبار و استفاده از تلنگر صحت نیز از دیگر راهبردهای پیشگیری هستند (۱۰ و ۱۱).

### مقدمه و مسئله

اخبار جعلی در سال‌های اخیر به دلیل گسترش شبکه‌های اجتماعی به یک معضل جدی تبدیل شده است (۱) و این اخبار می‌توانند مضرات زیادی از جمله تهدید سلامت، دوقطبی‌شدن جامعه و کاهش اعتماد به دولت‌ها را به همراه داشته باشند (۲). مطالعات نشان داده‌اند اخبار جعلی سریع‌تر، عمیق‌تر و گسترده‌تر از حقایق در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند (۳). در ایران نیز شاهد رشد روزافزون این اخبار هستیم که توانسته‌اند تأثیر قابل توجهی بر افکار عمومی بگذارند.

مقابله با این پدیده نیازمند شناخت عمیق عوامل موثر بر پذیرش، انتشار و اصلاح اخبار جعلی است (۴) و در این راستا، علوم رفتاری و روان‌شناختی در سال‌های اخیر مورد توجه نهادهای دانشگاهی و دستگاه‌های اجرایی و سیاستی قرار گرفته‌اند. استفاده از علوم رفتاری در مقابله با اخبار جعلی از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا بدون فهم عمیق از چگونگی پذیرش و انتشار این اخبار

در مرحله اعتبارزدایی یا مقابله، رصد و آمادگی برای پاسخ به اخبار جعلی ابتدایی‌ترین و ضروری‌ترین گام است و نباید به تمام اخبار به یک شکل پاسخ داد (۱۲) چرا که این کار می‌تواند باعث افزایش پذیرش و انتشار آنها شود. در اینجا باتوجه به سطح انتشار و اهمیت ادعای غلط می‌بایست از راهبردهای متفاوتی کمک گرفت؛ در برخی موارد می‌بایست آنها را نادیده گرفت (۱۳)، گاهی اوقات حقایق را بیان و تکرار کرد (۱۴)، و در مواردی نیز بر اساس یک ساختار چهار مرحله‌ای مشخص آنها را دیباز کرد (۱۴). بیان حقایق به صورت ساده و قابل فهم (۵)، استفاده از تصاویر و فیلم‌ها برای بیان حقیقت و نه تائید ادعاهای غلط (۱۵) و استفاده از ادبیات با لحن دوستانه و محترمانه (۱۶) نیز اهمیت بالایی دارند. ارائه حقایق در سریع‌ترین زمان ممکن و از زبان افراد معتبر (۱۷) نیز می‌تواند به کاهش اثرات اخبار جعلی کمک کند.

### توصیه‌های سیاستی

با توجه به تأثیرات مخرب اخبار جعلی بر جامعه، مقابله با آن امری ضروری است. شناخت عمیق این پدیده و راهبردهای آگاه از علوم رفتاری به همراه دستورالعمل‌ها و نقشه‌های یکپارچه، که در این گزارش ارائه شده‌اند، باید مبنای تمام فعالیت‌های مقابله‌ای قرار گیرند. مهمترین نکته در مقابله با اخبار غلط، انجام درست و موثر آن بر اساس شواهد علمی از عوامل موثر بر پذیرش، انتشار و مقابله با آنها است چرا که در غیر این صورت نه تنها کارآمدی ندارد بلکه باعث بدتر شدن اوضاع (حتی در بلندمدت) می‌شود.

علاوه بر این موارد، برای مقابله مؤثر با اخبار جعلی، چند اقدام می‌بایست صورت گیرد: (۱) ترکیبی از راهبردهای پیشگیری و مقابله استفاده شود، (۲) راهبردها به صورت حداکثری و توسط بازیگران مختلف در کشور (نهادهای دولتی، سازمان‌های خبری، نهادهای آموزشی و

شرکت‌های فناوری) مورد بهره‌برداری قرار گیرند و سازمان‌های خبری و شرکت‌های فناوری سیستم‌های مؤثری برای شناسایی و مقابله با اخبار جعلی ایجاد کنند، (۳) از یافته‌های روز حوزه هوش مصنوعی و علوم داده استفاده شود و (۴) نهایتاً نیز پژوهش‌های بیشتری برای توسعه نظری این حوزه در کشور، به ویژه با استفاده از روش‌های آزمایش میدانی، لازم است انجام شود. تنها از طریق این تلاش‌ها می‌توان به مقابله با این پدیده پرداخت و سلامت اطلاعاتی جامعه را تضمین کرد. امید است با به‌کارگیری این راهبردها بتوان کارآمدتر با سیل عظیم اخبار جعلی مقابله کرد.

**پژوهشگران طرح:** محمدحسن ابراهیم کنی، زینب امینی، فاطمه مروتی و زینب ایلایی

مرکز بینش‌های رفتاری ایران، متشکل از جمعی از دانش‌آموختگان روان‌شناسی دانشگاه تهران بوده که با هدف کاربردی‌سازی رویکرد بینش‌های رفتاری (BI) در مسائل و مشکلات مختلف جامعه ایران فعالیت می‌کند. این مرکز تاکنون پروژه‌های متعدد رفتاری با سازمان‌های مختلف اعم از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت راه و شهرسازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شهرداری تهران انجام داده‌است.

ضلع شمال غربی چهارراه ولیعصر، خانه اندیشه‌ورزان

iranbehavioralinsights.ir

@iranbehavioralinsights

۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

### منابع

- (1) S. Lewandowsky, U. K. H. Ecker, J. Cook, Beyond misinformation: Understanding and coping with the "Post-Truth" era. J. Appl. Res. Mem. Cogn. 6, 353–369 (2017). (2) N. F. Johnson, N. Velásquez, N. J. Restrepo, R. Leahy, N. Gabriel, S. El Oud, M. Zheng, P. Manrique, S. Wuchty, Y. Lupu, The online competition between pro- and anti-vaccination views. Nature (2020), doi:10.1038/s41586-020-2281-1.

(3) Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146–1151. (4) Fragale, A. R., & Heath, C. (2004). Evolving informational credentials: The (mis)attribution of believable facts to credible sources. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 225–236. (5) Schwarz, N., Newman, E., & Leach, W. (2016). Making the truth stick & the myths fade: Lessons from cognitive psychology. *Behavioral Science & Policy*, 2(1), 85–95. (6) Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106–131. (7) Johnson, H. M., & Seifert, C. M. (1994). Sources of the continued influence effect: When misinformation in memory affects later inferences. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 20(6), 1420–1436. (8) Behavioral Scientist. (2020). Why We're All Likely Spreading Misinformation, and How to Stop. Retrieved from: <https://behavioralscientist.org/why-were-all-likely-spreading-misinformation-and-how-to-stop/> (9) Kozyreva, A. et al. (2020) Citizens versus the internet: confronting digital challenges with cognitive tools. *Psychol. Sci. Public Interest* 21, 103–156. (10) Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Swire, B., & Chang, D. (2011). Correcting false information in memory: Manipulating the strength of misinformation encoding and its retraction. *Psychonomic bulletin & review*, 18(3), 570–578. (11) Thaler, R.H. and C.R. Sunstein (2009), *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*, Penguin Books, New York. (12) Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388–402. (13) MacFarlane, D., Tay, L. Q., Hurlstone, M. J., & Ecker, U. K. H. (2020). Refuting spurious COVID-19 treatment claims reduces demand and misinformation sharing. <https://doi.org/10.31234/osf.io/q3mkd>. (14) Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). *The Debunking Handbook 2020*. Available at <https://sks.to/db2020>. DOI:10.17910/b7.1182. (15) Houts, P. S., Doak, C. C., Doak, L. G., & Loscalzo, M. J. (2006). The role of pictures in improving health communication: A review of research on attention, comprehension, recall, and adherence. *Patient Education and Counseling*, 61, 173–190. (16) Allen, J. et al. Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. *Sci. Adv.* 6, eaay3539 (2020). (17) Cone, J., Flaharty, K., & Ferguson, M. J. (2019). Believability of evidence matters for correcting social impressions. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 9802–9807. doi:10.1073/pnas.1903222116.