بسم الله الرحمن الرحیم

خلاصه پروژه: پیمایش ملی وضعیت شیوع اخبار جعلی در ایران؛ یک بحران تمام‌عیار

اخیراً تولید، انتشار و مصرف گسترده‌ی اخبار جعلی تبدیل به یکی از تهدیدات جهانی شده است. از این رو، دولت‌های مختلف بر آنند تا وضعیت انتشار اخبار جعلی در افکار عمومی جامعه خود را مورد رصد قرار دهند. پیمایش حاضر برای اولین بار در ایران به بررسی «وضعیت شیوع اخبار جعلی» پرداخته است.

جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی فضای مجازی
مرکز ملی فضای مجازی

مرکز بینش‌های رفتاری ایران

مقدمه و مسئله

مجمع جهانی اقتصاد[1] (WEF) در جدیدترین گزارش تهدیدات جهانی[2] که در سال ۲۰۲۵ منتشر شد، **اخبار جعلی و نادرست را به‌عنوان بزرگترین تهدید جهان تا پایان سال ۲۰۲۷ برشمرده است** (۱). این اخبار می‌توانند صدمات جبران‌ناپذیری در موضوعات مختلفی چون دوقطبی‌شدن جامعه، سلامت عمومی، کاهش اعتماد به دولت‌ها، اختلال‌های اجتماعی و تاثیرگذاری بر انتخابات‌ها ایجاد کنند (۱-۷).

برخی آمارها از حجم بی‌سابقه این اخبار سخن می‌گویند؛ در آمریکا در سال ۲۰۲۱، ۵۱٪ از جامعه واقعیت حداقل یکی از اخبار جعلی پرسیده‌شده را نمی‌دانستند (۸). در پیمایش دیگر ۸۵٪ از مردم آمریکا حداقل یکی از اخبار جعلی منتشرشده راجع به کرونا را باور کرده‌بودند (۹). قابل توجه است که صرف تکرار یک ادعا آن را باورپذیرتر می کند (**اثر حقیقت توهمی**[3]) (۱۰) و حتی با اصلاح، کماکان خبر جعلی در اذهان باقی می‌ماند و بر رفتار موثر می گردد (**اثر تاثیر ادامه‌دار**[4]) (۱۱). بنابراین **لازمه شناخت دقیق و توسعه‌ی مداخلات مؤثر برای مقابله با این تهدید جهانی، فهم پایه‌های روان‌شناختی اثرگذار بر پذیرش، انتشار و مقابله با اخبار جعلی است** (۱۲).

متأسفانه تاکنون مطالعه منسجمی در این باره در جامعه ایران صورت نگرفته و کمتر بینشی نسبت به عوامل و متغیرهای مؤثر بر این پدیده وجود دارد. **مطالعه حاضر، برای اولین‌بار** و با همکاری مرکز ملی فضای مجازی در سال ۱۴۰۴، پیمایشی ملی از طریق پانل ملی برخط مِتا و بر روی نمونه ۱۲۰۰ نفری با هدف سنجش شیوع تعدادی از پرتکرارترین اخبار جعلی سالیان اخیر در افکار عمومی ایران انجام داد تا بینش‌هایی نسبت به وضعیت شیوع اخبار جعلی در کشور ارائه دهد.

یافته‌های کلیدی

- ۹۲٫۶٪ مردم حداقل با یکی از هفت خبر جعلی پرسیده‌شده، روبرو شده‌بودند و ۸۲٪ نیز حداقل یکی از این اخبار را درست می‌دانستند یا نسبت به حقیقت آن مطمئن نبودند. این یافته بیش از هر چیز، بیانگر وجود حجم بسیار زیاد اخبار جعلی در افکار عمومی کشور است که می‌توان از آن تعبیر یک «بحران تمام‌عیار» داشت.
- خبر فوت خانم مهسا امینی با ۸۴٫۱٪ و خبر تحصیلات شهید رئیسی با ۷۸٪ درصد بیشترین شیوع را در کشور داشتند. همچنین خبرهای مربوط به تعداد کشته‌های آبان ۹۸، فوت خانم مهسا امینی، فوت خانم نیکا شاکرمی و توافق ۲۵ساله ایران و چین، بیشترین باور و عدم اطمینان نسبت به حقیقت را در جامعه نشان دادند. بر اساس میزان باور به خبرهای جعلی، می‌توان جامعه را به

1 World Economic Forum

2 World Global Risk

3 Illusory Truth Effect

4 Continued Influence Effect

سه‌دسته آسیب‌دیده، آسیب‌پذیر و ایمن تقسیم و از این طریق بینشی دقیق‌تر و غیربسیط نسبت به آنها پیدا کرد.

- در ارتباط با نگرش‌ها و رفتارهای مصرف خبر جعلی گروه آسیب‌دیده (و در مرتبه بعد گروه آسیب‌پذیر) می‌توان گفت: برای اعتماد به اخبار بیشتر بر روی برداشت خود و میزان مورد توجه قرارگرفتن خبر در فضای مجازی تاکید دارد؛ کمتر ادراکی از تهدید اخبار جعلی برای جامعه دارد؛ بیشتر معتقد است که اصلاً با اخبار جعلی روبرو نمی‌شود؛ و کمترین احساس خودکارآمدی را برای تشخیص اخبار جعلی نسبت به اخبار حقیقی دارد.
- در ارتباط با ویژگی‌های گروه آسیب‌دیده (و البته گروه آسیب‌پذیر) می‌توان این موارد را برشمرد: میزان ساعتی که صرف حضور در فضای مجازی می‌کند مشابه دیگر گروه‌هاست؛ کمترین میزان پیگیری اخبار را دارد؛ منبع اصلی پیگیری اخبار آنها پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های خارجی است و بیش از دیگران ماهواره می‌بینند؛ نهایتاً نیز سهم بیشتری از بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال دارد.
- در ارتباط با تأثیر شیوع اخبار جعلی، عضویت در گروه‌های آسیب‌دیده و آسیب‌پذیر پیش‌بین این موارد بود: عدم شرکت در انتخابات ریاست جمهوری گذشته، رای‌دادن به آقای پزشکیان، اعتماد کمتر به صدا و سیما و اعتماد پایین‌تر به حاکمیت

توصیه‌های سیاستی

توصیه‌هایی برای کاربردی‌سازی یافته‌ها اشاره می‌شود: ۱) سنجش مستمر و فصلی وضعیت شیوع اخبار جعلی در کشور با هدف درک بهتر از موضوع، مشاهده تغییرات پذیرش و باور ادعاهای غلط و افزایش ظرفیت مقابله‌ای. ۲) اصلاح خبرهای نادرستی که شیوع زیادی پیدا کرده‌اند، با به‌کارگیری رویکرد روان‌شناسی اخبار جعلی و بسته به سطح شیوع آنها؛ به‌عنوان مثال برای اصلاح اخبار مربوط به فوت خانم مهسا امینی، کشته‌های آبان ۱۳۹۸، فوت خانم نیکا شاکرمی و توافق ۲۵ ساله ایران و چین باید از چهارچوب دیبانک استفاده کرد و برای باقی اخبار باید به بیان صرف حقیقت پرداخت. ۳) افزایش ادراک تهدید و خطر از اخبار جعلی در افکار عمومی به‌ویژه بااولویت مخاطبان آسیب‌پذیر (باتوجه به ظرفیت آنها برای نزدیک‌شدن به گروه ایمن) و در وهله بعد آسیب‌دیده. ۴) هنجارسازی توصیفی و تجویزی با هدف کاهش ادراک عمومی از باور جامعه به اخبار جعلی و ناپسنددانستن این رفتار. ۵) ایجاد تمرکز بر روی انتشار حقایق و اصلاح اخبار جعلی در پیام‌رسان‌های خارجی به‌ویژه بر روی مخاطب ۱۸ تا ۳۴ سال.

پژوهشگران طرح: زینب آرمانیان، محمدحسن ابراهیم کنی، عطیه آقامیری، حورا محمدی، حانیه بیات مختاری، محمدمهدی عطاریان.

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 عج، خانه اندیشه‌ورزان
iranbehavioralinsights.ir
@iranbehavioralinsights
۰۹۳۰۳۱۸۷۲۲۰

منابع

(1) Elsner, M., Atkinson, G., & Zahidi, S. (2025). *The Global Risks Report 2025*. World Economic Forum. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Global_Risks_Report_2025.pdf

(2) Johnson, N. F., Velásquez, N., Restrepo, N. J., Leahy, R., Gabriel, N., El Oud, S., ... & Lupu, Y. (2020). The online competition between pro-and anti-vaccination views. *Nature*, 582(7811), 230-233.

(3) Jolley, D., & Paterson, J. L. (2020). Pylons ablaze: Examining the role of 5G COVID-19 conspiracy beliefs and support for violence. *British journal of social psychology*, 59(3), 628-640.

(4) Vasudeva, F., & Barkdull, N. (2020). WhatsApp in India? A case study of social media related lynchings. *Social Identities*, 26(5), 574-589.

(5) Warofka, A. (2018). *An independent assessment of the human rights impact of Facebook in Myanmar*. retrieved from https://about.fb.com/news/2018/11/myanmar-hria/

(6) Paynter, J., Luskin-Saxby, S., Keen, D., Fordyce, K., Frost, G., Imms, C., ... & Ecker, U. (2019). Evaluation of a template for countering misinformation—Real-world Autism treatment myth debunking. *PloS one*, 14(1), e0210746.

(7) Freeman, D., Waite, F., Rosebrock, L., Petit, A., Causier, C., East, A., ... & Lambe, S. (2022). Coronavirus conspiracy beliefs, mistrust, and compliance with government guidelines in England. *Psychological medicine*, 52(2), 251-263.

(8) Ognyanova, K., Lazer, D., Baum, M., & Druckman, J. N. (2021). *COVID-19 vaccine misinformation: From uncertainty to resistance (Report No. 60)*. The COVID States Project. https://www.covidstates.org/reports/covid-19-vaccine-misinformation-from-uncertainty-to-resistance

(9) Miller, J. M. (2020). Do COVID-19 conspiracy theory beliefs form a monological belief system?. *Canadian Journal of Political Science*, 53(2), 319-326.

(10) Fazio, L. K., Brashier, N. M., Payne, B. K., & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993.

(11) 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.

(12) Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388-402.