

## مروری بر تاثیرات شبکه‌های اجتماعی در تولید، انتشار و باورپذیری شایعه در سطح جامعه

مجید کرامتی مقدم<sup>۱</sup>، محسن کرامتی مقدم<sup>۲</sup>، لایلا حیدریانی<sup>۳</sup>، کبری کرامتی مقدم<sup>۴</sup>

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف مروری بر تاثیرات شبکه‌های اجتماعی در تولید، انتشار و باورپذیری شایعه در سطح جامعه انجام گرفت. امروزه اینترنت بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر شده است. اگرچه از طریق اینترنت می‌توان اطلاعات مفیدی بدست آورد، اما در دنیایی که جدا کردن حقیقت از باطل دشوار است، شایعه به آسانی گسترش می‌یابد. شایعات بیشتر در شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرند؛ این امر به این دلیل است که اغلب شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات بین کاربران استفاده می‌شود و این اطلاعات می‌تواند نادرست یا نامعتبر باشد. بر این اساس تشخیص زود هنگام شایعه لازم و ضروری است. با توجه به عدم اطمینان به اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی، در سال‌های اخیر متخصصین تصمیم به استفاده از تکنیک‌های هوشمند جهت تشخیص شایعات در این شبکه‌ها نموده‌اند. سیستم‌های هوشمند احتمال وقوع خطاها و هزینه‌ها را کاهش می‌دهند. به کارگیری دانش داده کاوی (متن کاوی) و الگوریتم‌های یادگیری ماشین در حوزه تشخیص شایعه از جمله شیوه‌های هوشمندی است که می‌تواند با تحلیل ویژگی‌های موثر، شایعات را زودتر و دقیق‌تر تشخیص دهد. شایعه با توجه به ماهیت و قدرت تاثیرگذاری آن می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش و بهره‌وری و تولید را کاهش دهد و حتی اعتبار اجتماعی کارکنان، مدیران، موسسات و سازمان‌ها را خدشه‌دار کند. در این زمینه انتظار می‌رود افرادی که به اصول اخلاقی پایبندترند، در درک، تجزیه و تحلیل و مدیریت شایعه، رفتاری متمایز داشته باشند.

**واژگان کلیدی:** شبکه‌های اجتماعی، تولید، انتشار، باورپذیری، شایعه

### ۱. مقدمه

<sup>۱</sup>دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بروجرد

[majid.keramatomoghadam@gmail.com](mailto:majid.keramatomoghadam@gmail.com)

<sup>۲</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز

<sup>۳</sup>دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی دانشگاه لرستان

<sup>۴</sup>دانشجوی کارشناسی ارشد کامپیوتر، گرایش هوش مصنوعی و رباتیک، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین، واحد باراجین

شایعه یا همان دروغ بزرگ اجتماعی یکی از معضله‌های اخلاقی جامعه ما است که هر روز در لباسی جدید رخ‌نمایی می‌کند. شایعات سایبری، اخبار جعلی و دروغ بطور فزاینده‌ای به عنوان نیروهای مخالف در برابر عملکرد دولت هستند. خصوصاً زمانی که امنیت ملی به خطر می‌افتد شایعات سایبری شکاف عمیق‌تری بین ملت و دولت بوجود می‌آورند (دانش و همکاران، ۱۳۹۸). شایعه در همه فرهنگ‌های بشری وجود دارد و پدیده‌ای است که بر اساس شنیده‌ها و زمینه قبلی افکار عمومی شکل می‌گیرد. بشر در زندگی روزمره خود با دوستان، آشنایان، همکاران، و مانند آن‌ها شایعات زیادی را می‌شنود و یا منتشر می‌سازد. لیکن با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه برخی شایعات زمینه مناسبی برای نقل و انتشار می‌یابد (چراغی، ۱۳۹۰). انسان، موجودی اجتماعی است و به حکم سرشت خویش، ناگزیر از ایجاد ارتباط با دیگران است. تبادل اندیشه و دریافت اطلاعات، از اساسی‌ترین انگیزه‌های ارتباط افراد با یکدیگر است. در جریان این ارتباط و تعامل اجتماعی، بخش قابل توجهی از گفته‌ها و شنیده‌های روزانه انسان‌ها را شایعات حماسه سیاسی یا خبرهای ساختگی تشکیل می‌دهند. شایعه می‌تواند به مثابه یکی از عوامل حماسه سیاسی در جامعه ظاهر شده، موجب چیرگی روح یأس و سکون در بین افراد جامعه باشد. ما همیشه به سادگی نمی‌توانیم، حضور یا غیاب ملاک‌های مطمئن رسیدگی را درک کنیم. از این رو نمی‌توانیم بگوییم که آنچه می‌شنویم، آیا واقعیت دارد یا ساختگی است. به منظور تمیز اطلاعات (اخبار) از شایعات حماسه سیاسی، باید نزدیکی یا دوری مدرک و سند شایعه را از حقیقت بدانیم. در شایعه، منبع خبر، کم‌رنگ است و غالباً با جملاتی مانند: «می‌گویند که...، راستی شنیده‌ای که...،...، یکی از افراد با اطلاع گفت که...» آغاز می‌شوند (پرنون، ۱۳۹۲). از شایعه به عنوان قدیمی‌ترین رسانه گروهی یاد شده است و دانشی است که در اختیار نقال آن قرار دارد. شایعه به عنوان خبری اثبات نشده بر اساس پیوند مستحکمی که میان راوی و روایت برقرار گردد، پذیرفته می‌شود. از آنجایی که با توجه به عدم شفافیت در اکثریت موضوعات روز جامعه، شایعه همیشه وجود دارد و بر افکار عمومی تاثیرگذار و آسیب‌رسان است (آجودانی و همکاران، ۱۳۹۸). شایعه پراکنی از موضوعات مرتبط با نیروی انسانی در سازمان‌ها می‌باشد که طی سالیان گذشته علاقمندی پژوهشگران حوزه علوم رفتاری را به خود جلب کرده است. در زمینه بررسی تاثیر تعدی نظارتی بر شایعه پراکنی در داخل کشور پژوهش‌های اندکی صورت گرفته است (زمانی‌فرد، شکاری، ۱۳۹۹). در سال‌های اخیر، رواج شایعت در شبکه‌های اجتماعی که به ویژه با هدف فریب افکار عمومی ساخته می‌شوند، به یکی از نگرانی‌های جدید در جوامع مختلف تبدیل شده است. شایعات می‌تواند با قصد آسیب‌رسانی در حوزه‌های مختلف مدیریتی و انجام عملیات جنگ نرم تهدید و هدایت شود. بنابراین، با توجه به حجم بالای شایعات و لزوم کنترل سریع آن‌ها، توسط مدل‌هایی برای تحلیل نحوه انتشار شایعات و ارزیابی کارایی و اثربخشی سازوکارهای مختلف مقابله با شایعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (صحافی‌زاده، ترک‌لادانی، ۱۳۹۹). تحقیقات نشان می‌دهد که افراد

به دلایل متعدد و با اهداف متفاوتی در شایعه پراکنی مثبت و منفی شرکت می‌کنند که در نتیجه نتایج متفاوتی به دنبال دارد. هم‌چنین شایعات منفی با خستگی روحی، مسخ شخصیت و مراقبت کمتر از حد مطلوب همبستگی مثبت و با تعهد شغلی، فرهنگ ایمنی بیمار همبستگی منفی دارد (بابایی آقبلاغ، ستاری اردبیلی، ۱۳۹۷).

## ۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

شبکه‌های اجتماعی یک ساختار اجتماعی از افراد و روابط بین آنهاست که در دنیای امروز نقش مهمی در گسترش اطلاعات ایفا می‌کنند. پیدایش و گسترش این نوع از شبکه‌ها در دنیای اینترنت، رسانه‌های جدید برای گسترش اطلاعات و اخبار بین افراد یک جامعه در اختیار گذاشته است. رسانه‌های توزیع شده که دیگر امکان نظارت مستقیم بر روی آن تقریباً غیر ممکن به نظر می‌رسد. یکی از مسائل مهم در این شبکه‌ها، مساله انتشار است. موضوع انتشار از این جهت دارای اهمیت است که این پدیده و تاثیرات ناشی از آن در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند نمایانگر افکار، سلايق و روابط افراد یک جامعه بوده و دید نسبتاً مناسبی به تصمیم گیرندگان خواهد داد (بیرانوند و همکاران، ۱۳۹۲). رشد بسیار سریع شبکه‌های انسانی فضای مناسبی را برای انتشار اطلاعات، عقاید و ایده‌های جدید با سرعتی هر چه بیشتر در بین افراد شبکه ایجاد نموده است. با شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی ایجاد شبکه‌های گسترده‌تر و وسیع‌تری ورای مرزهای جغرافیای موجب ایجاد بستری عظیم‌تر و غنی‌تر از ارتباط و ساختار شبکه‌ای شده است. پژوهشگران بسیاری با بررسی ساختار شبکه‌های اجتماعی سعی در شناخت و چگونگی کارکرد شبکه‌های اجتماعی آن داشته‌اند. یکی از موضوعات اساسی در شبکه‌های اجتماعی انتشار اطلاعات و چگونگی آن است. فرآیند انتشار در شبکه‌های اجتماعی برای مدل‌سازی پدیده‌های مختلفی از قبیل ویروس‌های انسانی یا کامپیوتری و اتخاذ بازاریابی و بررسی برای محصول به کار می‌رود (معادی، طاولی، ۱۳۹۳). انتشار گسترده «خبر جعلی» خبرهایی که عامدانه، مغرضانه و به صورت سازمانی و حرفه‌ای اغلب بر بستر رسانه‌های اجتماعی، جهت فریب کاربران و انحراف جامعه ساخته و پرداخته می‌شوند به یکی از تهدیدات مهم رسانه‌ای در جوامع امروز تبدیل شده است. شناخت جامع این پدیده که به ویژه پس از انتخابات سال ۲۰۱۶ آمریکا مورد توجه جدی رسانه‌ها و پژوهشگران قرار گرفته، برای تشخیص و مقابله با آن ضروری است. فهم تفاوت‌های این مفهوم خاص و سایر مفاهیم مشابهی که در فضای زبانی مرتبط با خبر و خبررسانی به کار می‌رود، می‌تواند برای شناخت مناسب خبر جعلی به ما کمک کند. از جمله قدیمی‌ترین واژه‌های این حوزه، «شایعه» است که در نگاه اول بسیار به مفهوم خبر جعلی نزدیک است. بنابراین در صورت ارائه‌ی تبیینی روشن از تفاوت این دو مفهوم، می‌توان

معنای دقیق تری از «خبر جعلی» بیان نمود (آزادی و همکاران، ۱۳۹۸). رسانه‌های اجتماعی، پلتفرمی برای کاربران‌شان فراهم کرده‌اند که کاربران از طریق آن‌ها می‌توانند در سریع‌ترین زمان با کاربران دیگر ارتباط و نظام پیام‌رسانی موثری برقرار کنند؛ ظهور این نوع پلتفرم‌ها در جامعه شبکه‌ای امروز، به طور تقریبی همه عرصه‌های زیست اجتماعی از جمله فرایندهای حرفه‌ای و سازمانی تولید خبر به مثابه یکی از ارکان موجد و مبقیه جوامع و حکومت‌های مدرن را به چالش کشیده است؛ اگر خبرهای منتشر شده در فضای این رسانه‌های اجتماعی جعلی باشند، کاربران به وسیله این خبرها فریفته می‌شوند و احتمال می‌رود که تصمیمات اجتماعی-شان نامتعارف شود، چنان‌چه در عصر پساحقیقت، کاربران، بررسی‌های واقعی و تجزیه و تحلیل اطلاعات دریافتی را کنار گذاشته و تقریباً بی‌چون و چرا مقهور انواع اطلاعات مخرب می‌شوند. در این دوران جدید، شناخت کامل ابعاد، اهداف و پیامدهای خبر جعلی که پدیده‌ای نوظهور و آسیب‌زاست برای مقابله با ابعاد ویرانگر آن ضروری به نظر می‌رسد. خبر جعلی با اهدافی چون تشکیل جنگ روانی و تامین منافع مالی، سیاسی و ایدئولوژیک تولیدکنندگان منتشر می‌شود. خبر جعلی پیامدهایی نظیر مخاطره انداختن امنیت ملی و روان عمومی جامعه و بالا بردن احتمال تصمیم‌گیری مبتنی بر اطلاعات غلط را در پی دارد (ساعی و همکاران، ۱۳۹۸).

پدیده شایعه، فرآیندی است که از طریق آن، اخباری انتشار می‌یابد، بی‌آن‌که از کانال‌های رایج، عبور کرده باشد. شایعه می‌تواند از یک اطلاع نادرست منشا گیرد و یا آن‌که منبع آن، اطلاعی درست ولی اغراق‌آمیز و اشتباه باشد. شایعه به عنوان یک ناهنجاری اجتماعی شناخته می‌شود که روان‌شناسان اجتماعی، مطالعات گسترده‌ای پیرامون بررسی شایعه و ابعاد آن انجام داده‌اند و درصد شناخت راه‌هایی برای از بین بردن آن هستند (ربانی‌بدری‌برندگی، مهربانی، ۱۳۹۲). خبر به عنوان مهم‌ترین محصول رسانه‌های جمعی، از جایگاه ویژه‌ای در تعیین خط‌مشی‌ها و اشاعه آن‌ها برخوردار است. جوامع پیشرفته غربی با در اختیار داشتن ابر رسانه‌ها و مهم‌ترین مراکز خبری دنیا، در جریان‌سازی‌های خود بهره فراوانی از خبر می‌برند. این کشورها با وجود ادعای عینی‌گرایی، با ایجاد فضا و جوسازی علیه کشورهایی که سیاست‌ها و خط‌مشی‌های‌شان متباین با سیاست‌های آن‌هاست، تصویری غیر واقعی، گمراه‌کننده و مخدوش از وقایع و رخداد‌های این جوامع در معرض دید توده‌های مخاطب قرار می‌دهند. کشور ما ایران نیز از جمله جوامعی است که به دلیل ماهیت ضد استعماری خود، در طول سال‌های پس از انقلاب اسلامی، همواره در معرض جریان‌سازی‌های منفی رسانه‌های خبری غرب بوده است (پاکزاد، ۱۳۸۷). با گسترش علم کامپیوتر، شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز روز به روز در حال گسترش هستند. تحلیل این نوع شبکه‌ها و شناسایی الگوی رفتاری و عملکردی اعضای آن، توجه

بسیاری از متخصصین علوم اقتصاد، کامپیوتر، جامعه شناسی و ... را به خود جلب کرده است (صیادی و همکاران، ۱۳۹۳). روزانه شایعات مختلف به عنوان نوعی از اطلاعات تأیید نشده در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند و به عنوان یک تهدید نرم در فضای سایبری خسارات جبران‌ناپذیری وارد می‌کنند از این رو مطالعه‌ی روش‌های کنترل شایعه به عنوان بخشی از ساز و کارهای «امنیت نرم» نقش مهمی در کاهش خسارات ناشی از شایعه ایفا می‌کند. یکی از روش‌های کنترل شایعه در شبکه‌های اجتماعی، استفاده از کنترل نرم شایعه است، به این معنی که با افزایش آگاهی و دانش مردم در مورد شایعه، آن‌ها در برخورد با شایعه آن را باور نکنند و در نتیجه خود افراد از انتشار شایعه خودداری کنند (عسگری زاده، ترک لادانی، ۱۳۹۹). امروزه اینترنت بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر شده است. اگرچه از طریق اینترنت می‌توان اطلاعات مفیدی بدست آورد، اما در دنیایی که جدا کردن حقیقت از باطل دشوار است، شایعه به آسانی گسترش می‌یابد. شایعات بیشتر در شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌گیرند؛ این امر به این دلیل است که اغلب شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات بین کاربران استفاده می‌شود و این اطلاعات می‌تواند نادرست یا نامعتبر باشد. بر این اساس تشخیص زود هنگام شایعه لازم و ضروری است. با توجه به عدم اطمینان به اطلاعات موجود در شبکه‌های اجتماعی، در سال‌های اخیر متخصصین تصمیم به استفاده از تکنیک‌های هوشمند جهت تشخیص شایعات در این شبکه‌ها نموده‌اند. سیستم‌های هوشمند احتمال وقوع خطاها و هزینه‌ها را کاهش می‌دهند. به کارگیری دانش داده کاوی (متن کاوی) و الگوریتم‌های یادگیری ماشین در حوزه تشخیص شایعه از جمله شیوه‌های هوشمندی است که می‌تواند با تحلیل ویژگی‌های موثر، شایعات را زودتر و دقیق‌تر تشخیص دهد. یکی دیگر از روش‌های هوشمند استفاده از الگوریتم‌های فراابتکاری برگرفته از طبیعت می‌باشد؛ این الگوریتم‌ها می‌توانند در بهبود نتایج و پیش‌بینی دقیق‌تر موثر باشند. در مقایسه با الگوریتم‌های سنتی داده کاوی و روش‌های دقیق، الگوریتم‌های فراابتکاری یک راه حل تقریبی را سریع‌تر پیدا می‌کنند و در مقایسه با الگوریتم‌های قطعی معمولاً نتایج بهتری را ارائه می‌دهند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۸).

اخبار و شایعات غلط دسته‌ای از اطلاعات نادرست هستند که به سرعت می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی پخش شوند. و بر افکار عمومی و تصمیمات آن اثر بگذارند. از این رو برای جلوگیری از تاثیر چشم‌گیر آن‌ها، باید در اسرع وقت شناسایی شوند. علاقه به تکنیک‌های موثر تشخیص شایعات در سال‌های گذشته زیادتر شده است. تشخیص خودکار موضع یکی از این روش‌ها است که در سال‌های اخیر محبوبیت بیشتری کسب کرده است و کاربردهای گسترده‌ای در استخراج اطلاعات، جمع‌بندی متن و پیام‌های متنی دارد (محمدحسینی، جلالی بیدگلی، ۱۳۹۸). با پیدایش شبکه‌های اجتماعی، نوعی خبرگزاری انفرادی پدید آمده

بطوری که هر روز میلیون‌ها نفر از کاربران اجتماعی می‌تواند به مسائل جدی برای جوامع منجر شود، از این رو می‌بایست انتشار شایعات در شبکه‌های اجتماعی کنترل شود تا جلوی ضررهایی که شایعات به جوامع می‌زنند گرفته شود. مدل‌های بسیاری در زمینه کنترل انتشار شایعات تا کنون ارائه شده است، اما هیچ‌کدام نتوانسته‌اند شایعاتی را که دارای بیشترین تعداد اشتراک‌گذاری هستند را کنترل کنند (عباس‌پور و همکاران، ۱۳۹۸). با وجود رسانه‌های اجتماعی مجازی چون تلگرام پدیده شایعه رواج بسیاری پیدا کرده است. از طرفی دیگر وقتی مخاطب از اطلاع‌رسانی شبکه‌های رسمی، مانند تلویزیون قانع نشود و حس کند در جریان کل پدیده یا رخداد قرار نگرفته است، ضمن کم شدن اعتماد به جریان اطلاع‌رسانی رسمی، سعی در کسب اطلاع از طرق دیگر مانند پیام‌رسان‌های موبایلی می‌کند. به مرور زمان و در نتیجه منطقی این اتفاق، اخبار منتشر شده در پیام‌رسان‌های موبایلی که همواره ممکن است آمیخته با شایعات باشد به عنوان منبع مورد مراجعه مخاطبان قرار می‌گیرد (آذرشین، تاجیک اسماعیلی، ۱۳۹۶). شایعه با توجه به ماهیت و قدرت تاثیرگذاری آن می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش و بهره‌وری و تولید را کاهش دهد و حتی اعتبار اجتماعی کارکنان، مدیران، موسسات و سازمان‌ها را خدشه‌دار کند. در این زمینه انتظار می‌رود افرادی که به اصول اخلاقی پایبندترند، در درک، تجزیه و تحلیل و مدیریت شایعه، رفتاری متمایز داشته باشند (مقیم، غفاری، ۱۳۹۵). بر اساس آنچه مطرح شد، پژوهش حاضر با هدف مروری بر تاثیرات شبکه‌های اجتماعی در تولید، انتشار و باورپذیری شایعه در سطح جامعه صورت گرفت.

#### ۴. نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف مروری بر تاثیرات شبکه‌های اجتماعی در تولید، انتشار و باورپذیری شایعه در سطح جامعه انجام گرفت. شایعه در همه فرهنگ‌های بشری وجود دارد و پدیده‌ای است که بر اساس شنیده‌ها و زمینه قبلی افکار عمومی شکل می‌گیرد. بشر در زندگی روزمره خود با دوستان، آشنایان، همکاران، و مانند آن‌ها شایعات زیادی را می‌شنود و یا منتشر می‌سازد. لیکن با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی هر جامعه برخی شایعات زمینه مناسبی برای نقل و انتشار می‌یابد. شایعه می‌تواند به مثابه یکی از عوامل حماسه سیاسی در جامعه ظاهر شده، موجب چیرگی روح یأس و سکون در بین افراد جامعه باشد. ما همیشه به سادگی نمی‌توانیم، حضور یا غیاب ملاک‌های مطمئن رسیدگی را درک کنیم. از این رو نمی‌توانیم بگوییم که آنچه می‌شنویم، آیا واقعیت دارد یا ساختگی است. به منظور تمیز اطلاعات (اخبار) از شایعات حماسه سیاسی، باید نزدیکی یا دوری مدرک و سند شایعه را از حقیقت بدانیم. در زمینه بررسی تاثیر تعدی نظارتی بر شایعه پراکنی در داخل کشور پژوهش‌های اندکی صورت گرفته است (زمانی‌فرد، شکاری، ۱۳۹۹). در سال‌های

اخیر، رواج شایعت در شبکه‌های اجتماعی که به ویژه با هدف فریب افکار عمومی ساخته می‌شوند، به یکی از نگرانی‌های جدید در جوامع مختلف تبدیل شده است. شایعات می‌تواند با قصد آسیب‌رسانی در حوزه‌های مختلف مدیریتی و انجام عملیات جنگ نرم تهدید و هدایت شود. بنابراین، با توجه به حجم بالای شایعات و لزوم کنترل سریع آن‌ها، توسط مدل‌هایی برای تحلیل نحوه انتشار شایعات و ارزیابی کارایی و اثربخشی سازوکارهای مختلف مقابله با شایعه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (صحافی‌زاده، ترک‌لادانی، ۱۳۹۹). تحقیقات نشان می‌دهد که افراد به دلایل متعدد و با اهداف متفاوتی در شایعه پراکنی مثبت و منفی شرکت می‌کنند که در نتیجه نتایج متفاوتی به دنبال دارد. هم‌چنین شایعات منفی با خستگی روحی، مسخ شخصیت و مراقبت کمتر از حد مطلوب همبستگی مثبت و با تعهد شغلی، فرهنگ ایمنی بیمار همبستگی منفی دارد (بابایی آقبلاغ، ستاری‌اردیلی، ۱۳۹۷).

شبکه‌های اجتماعی یک ساختار اجتماعی از افراد و روابط بین آن‌هاست که در دنیای امروز نقش مهمی در گسترش اطلاعات ایفا می‌کنند. پیدایش و گسترش این نوع از شبکه‌ها در دنیای اینترنت، رسانه‌ای جدید برای گسترش اطلاعات و اخبار بین افراد یک جامعه در اختیار گذاشته است. رسانه‌ای توزیع شده که دیگر امکان نظارت مستقیم بر روی آن تقریباً غیر ممکن به نظر می‌رسد. یکی از مسائل مهم در این شبکه‌ها، مساله انتشار است. موضوع انتشار از این جهت دارای اهمیت است که این پدیده و تاثیرات ناشی از آن در شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند نمایان‌گر افکار، سلیق و روابط افراد یک جامعه بوده و دید نسبتاً مناسبی به تصمیم‌گیرندگان خواهد داد. رشد بسیار سریع شبکه‌های انسانی فضای مناسبی را برای انتشار اطلاعات، عقاید و ایده‌های جدید با سرعتی هر چه بیشتر در بین افراد شبکه ایجاد نموده است. اخبار و شایعات غلط دسته‌ای از اطلاعات نادرست هستند که به سرعت می‌توانند در شبکه‌های اجتماعی پخش شوند. و بر افکار عمومی و تصمیمات آن اثر بگذارند. از این رو برای جلوگیری از تاثیر چشم‌گیر آن‌ها، باید در اسرع وقت شناسایی شوند. علاقه به تکنیک‌های موثر تشخیص شایعات در سال‌های گذشته زیادتر شده است. تشخیص خودکار موضع یکی از این روش‌ها است که در سال‌های اخیر محبوبیت بیشتری کسب کرده است و کاربردهای گسترده‌ای در استخراج اطلاعات، جمع‌بندی متن و پیام‌های متنی دارد. شایعه با توجه به ماهیت و قدرت تاثیرگذاری آن می‌تواند اضطراب اجتماعی را افزایش و بهره‌وری و تولید را کاهش دهد و حتی اعتبار اجتماعی کارکنان، مدیران، موسسات و سازمان‌ها را خدشه‌دار کند. در این زمینه انتظار می‌رود افرادی که به اصول اخلاقی پایبندترند، در درک، تجزیه و تحلیل و مدیریت شایعه، رفتاری متمایز داشته باشند.

## منابع و مآخذ

-دانش، پ. شواخی زواره، مهر. عظیمی، ف. (۱۳۹۸). تاثیر شایعه فضای مجازی بر نظم و امنیت جامعه؛ دیدگاه پژوهی کارمندان شهرداری تهران. نشریه علوم خبری، ۲۹.



- چراغی، ز. (۱۳۹۰). شایعه و شایعه‌پردازی در عصر قاجار. تحقیقات تاریخ اجتماعی، ۲۱(۲)، ۳۷-۲۱.
- پرنون، ی. (۱۳۹۲). بررسی شایعه و نقش آن در خلق حماسه سیاسی، اولین کنفرانس بین‌المللی حماسه سیاسی (با رویکردی بر تحولات خاورمیانه) و حماسه اقتصادی (با رویکردی بر مدیریت و حسابداری)، رودهن،
- آجودانی، م.ا. صنیعی، م. (۱۳۹۸). نقش شایعه در آسیب‌های اجتماعی، دومین همایش ملی آسیب‌های اجتماعی، اردبیل،
- زمانی‌فرد، م. شکاری، ح. (۱۳۹۹). بررسی تاثیر تعدی نظارتی بر شایعه‌پراکنی در سازمان (مطالعه موردی: کارکنان بانک قرض‌الحسنه رسالت استان فارس)، هشتمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مدیریت، اقتصاد و توسعه،
- صحافی‌زاده، ا. ترک‌لادانی، ب. (۱۳۹۹). کنترل شایعه در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از ساز و کارهای امنیت نرم، هفدهمین کنفرانس بین‌المللی انجمن رمز ایران، تهران،
- بابایی‌آق‌بلاغ، م. ستاری‌اردبیلی، ف. (۱۳۹۷). بررسی سازه‌های شکل‌دهنده رفتار شایعه‌سازی، روانی اجتماعی و سازمانی. فصل‌نامه علمی پژوهشی علوم روان‌شناختی. شماره: ۱۷ (۶۹) ص: ۵۴۵.
- بیرانوند، م. خادمی، م. سلاجقه، ا. (۱۳۹۲). تحلیل مدل‌های انتشار در شبکه‌های اجتماعی، اولین کنفرانس ملی نوآوری در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، تنکابن،
- معادی، م. طاوولی، ر. (۱۳۹۳). انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی ویروسی: راه‌کار نوین تجارت الکترونیک، اولین کنفرانس ملی کامپیوتر، فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، مرودشت،
- آزادی، م. ساعی، م.ح. البرزی دعوتی، ه. (۱۳۹۸). تفاوت‌های «خبر جعلی» و «شایعه» از منظر اسناد علمی، کارشناسان و نظریه‌پردازان ژورنالیسم، خبر و علوم ارتباطات. مجله مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، سال دوم شماره ۱ (پیاپی ۳، ص: ۱۱-۳۶).
- ساعی، م.ح. آزادی، م. البرزی دعوتی، ه. (۱۳۹۸). ظهور «خبر جعلی» در «عصر پسا حقیقت»: اهداف و پیامدها. فصل‌نامه رسانه‌های دیداری و شنیداری، پیاپی ۳۱، ص: ۵۹-۸۵.
- ربانی‌بدری‌برندگی، ر. مهربانی، م. (۱۳۹۲). تحلیل و تبیین اشاعه خبر و گسترش شایعه (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه اصفهان). نشریه علوم اجتماعی، پاییز و زمستان، شماره ۲.
- پاکزاد، ا. (۱۳۸۷). جریان‌سازی خبری به مثابه شکل جدید جریان یکسویه اطلاعات. فصل‌نامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۱۵، شماره ۵۳ - شماره پیاپی ۱، بهار، ص: ۱۷۷-۱۹۷.
- صیادی، ع. فصیحی، م. ایمان‌زاده، س. هانی‌طیایی‌زواره، س. (۱۳۹۳). تحلیل شبکه‌های اجتماعی با استفاده از مفهوم مرکزیت: یافتن مؤثرترین معیار مرکزیت، همایش ملی مهندسی رایانه و مدیریت فناوری اطلاعات، تهران،
- عسگری‌زاده، م. ترک‌لادانی، ب. (۱۳۹۹). یک مدل اعتماد برای کنترل نرم شایعه در شبکه‌های اجتماعی، هفدهمین کنفرانس بین‌المللی انجمن رمز ایران، تهران،

-سلیمانی، ص. نادری دهکردی، م. صدری کرمی، ا. (۱۳۹۸). تشخیص شایعه در شبکه‌های اجتماعی با استفاده از حداکثر آنتروپی و یادگیری عمیق، ششمین کنفرانس ملی پژوهش‌های کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، تهران،،

-محمدحسینی، ز. جلالی بیدگلی، ا. (۱۳۹۸). مروری بر استفاده از روش‌های تشخیص موضع در شناسایی شایعه، سومین کنفرانس ملی کامپیوتر، فناوری اطلاعات و کاربردهای هوش مصنوعی، اهواز،،

-عباس‌پور، م. مومن‌زاده، ح. ارفعی‌نیا، ح. (۱۳۹۸). شایعه‌پراکنی در شبکه‌های اجتماعی، نخستین کنفرانس تدبیر علوم کامپیوتر، مهندسی برق، ارتباطات و فناوری اطلاعات ایران در جهان اسلام، مشهد،،

-آذرشین، س. تاجیک‌اسماعیلی، س. (۱۳۹۶). بررسی میزان باورپذیری پدیده «شایعه» در پیام‌رسان‌های موبایلی بین مردم شهرستان اهواز با تاکید بر نقش «رسانه ملی». مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۸(۴۰)، ص: ۶۵-۹۴.

-مقیم، س. غفاری، ر. (۱۳۹۵). پابندگی مدیران به اخلاق و مدیریت شایعه در سازمان‌های دولتی ایران. مدیریت فرهنگ سازمانی، ۱۴(۱)، ص: ۱-۲۶.