

پیامدهای اجتماعی آشوب اطلاعاتی در ایران پساکرونا

قربانعلی سبکتکین ریزی^۱، زهرا ذاکری نصرآبادی^۲، ایرج حق‌ندری^۳، کامران شیوندی^۴، فرانک سیدی^۵

مقاله علمی پژوهشی

شناسه پژوهشگر (آرکید): ۲۴۶۱-۲۰۱۴-۰۰۰۰-۰۰۰۰
شناسه پژوهشگر (آرکید): ۲۹۹۵-۳۴۷۲-۳۰۰۰-۰۰۰۰
شناسه پژوهشگر (آرکید): ۰۲۶۲-۰۶۱۶-۰۰۰۰-۰۰۰۰
شناسه پژوهشگر (آرکید): ۴۶۲۷-۳۴۲۷-۰۰۰۰-۰۰۰۰
شناسه پژوهشگر (آرکید): ۶۲۵۳-۳۸۱۸-۰۰۰۰-۰۰۰۰

چکیده

انتشار ویروس کووید-۱۹ با موجی از اخبار و اطلاعات گسترده درست و نادرست از منابع رسمی و غیررسمی همراه بود. این حجم عظیم اطلاعات متنوع و بعضاً متناقض وضعیتی را به وجود آورده است که می‌توان آن را آشوب اطلاعاتی نام نهاد. این شرایط موجب سردرگمی مخاطبان در گزینش و استفاده از اطلاعات برای تفسیر شرایط و انجام فعالیت‌های روزمره شده است. لذا این پژوهش در نظر دارد پیامدهای آشوب اطلاعاتی ایجادشده را در ابعاد اجتماعی مورد بررسی قرار دهد. برای نیل به این هدف ۱۴۶۰ نفر از شهروندان کشور با روش پیمایش مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. یافته‌ها نشان داد که بیش از نیمی از جمعیت مورد مطالعه، آشوب اطلاعاتی را در حد متوسط و زیاد تجربه نموده‌اند. نتایج استنباطی نیز حاکی از آن بود که آشوب اطلاعاتی با متغیرهای همدلی با دیگران، امید به آینده پساکرونا، بی‌اعتمادی به دیگران و هویت ملی رابطه دارد. رابطه بین آشوب اطلاعاتی با پیامدهای اجتماعی مورد نظر با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار AMOS نیز مورد آزمون قرار گرفت و نتایج نشان داد که افزایش آشوب اطلاعاتی کاهش متغیرهای مورد بررسی را در پی دارد. جمع‌بندی یافته‌ها نشان می‌دهد با کنترل آشوب اطلاعاتی و مدیریت انتشار اخبار در زمان وقوع فجایع ملی و بین‌المللی، تا حد زیادی می‌توان پیامدهای اجتماعی ناشی از این بحران‌ها را کاهش داد. **واژگان کلیدی:** آشوب اطلاعاتی، همدلی اجتماعی، امید به آینده پساکرونا، کنش فعال رسانه‌ای.

۱. دانشیار جامعه‌شناسی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) / saboktakingh@khu.ac.ir

۲. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران / z_zakeri@pnu.ac.ir

۳. دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران / irajnadri@gmail.com

۴. دانشیار روانشناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران / ksheivandi@gmail.com

۵. استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد، اراک، ایران / F-Saidy@iau-arak.ac.ir



تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۷/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۸/۲۴



دوفصلنامه مسائل اجتماعی ایران، سال چهاردهم، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۲، صفحات ۲۰۱ تا ۲۲۵

ISSN: 2476-6933/ © Kharazmi University

Social Consequences of Information Chaos in Post-Covid Iran

Ghorbanali Saboktakinrizi (corresponding author)

Associate Professor of Sociology, Kharazmi University, Tehran, Iran (saboktakingh@khu.ac.ir)

Zahra Zakeri Nasrabadi

Assistant Professor of Social Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran (z_zakeri@pnu.ac.ir)

Iraj Haghnadri

PhD in Cultural Policy, Kharazmi University, Tehran, Iran/irajnadri@gmail.com

Kamran Shivandi

Associate Professor of Psychology, Allameh Tabatabaie University, Tehran, Iran (ksheivandi@gmail.com)

Faranak Seyedi

Assistant Professor of Sociology, Azad University, Arak (F-Saidy@iau-arak.ac.ir)

Abstract

The spread of the 2019 corona virus was accompanied by a wave of news and extensive information, both true and false, from official and unofficial sources. This huge volume of diverse and sometimes contradictory information has created a situation that can be called information chaos. These conditions have caused the confusion of the audience in selecting and using information to interpret the conditions and perform daily activities. Therefore, this research intends to investigate the consequences of the created information chaos in social dimensions. To achieve this goal, 1460 citizens of the country have been studied by the survey method. The findings show that more than half of the studied population experienced moderate to high information chaos. The inferential results also indicate that information chaos has a significant relationship with the variables of empathy with others, hope for the post-corona future, mistrust of others and national identity. The relationship between information chaos and desired social outcomes was also tested using structural equation modeling with AMOS software. The modeling results show that the increase in information chaos leads to a decrease in the investigated variables. The summary of the findings shows that by controlling the information chaos and managing the dissemination of news during the occurrence of national and international disasters, the social consequences of these crises can be reduced to a large extent.

Keywords: information chaos, social empathy, hopes for the post-corona future, active media action.



Social Problems of Iran

Biannual Journal, Vol. 14, No. 2, Autumn & Winter 2024, 201-225.

Received: 17/10/2023

Accepted: 15/11/2023



۱. مقدمه و بیان مسئله

در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا که ابعاد مختلف زندگی اجتماعی جامعه ما را متأثر ساخته بود، رسانه‌ها منبع اصلی انتقال اخبار، تحلیل شرایط بحرانی، پیگیر سیر حوادث ناشی از این بحران و زیر ذره‌بین بردن سیاست‌های دولت‌ها از زوایای گوناگون بودند. مخاطبان نیز در فضایی آمیخته به بیم و امید، در جستجوی پاسخ به سؤالات، ابهام‌ها و چالش‌های خود با اخبار متنوع و گاهی متناقض مواجه می‌شدند که به‌نوبه خود گستره عظیمی از نگرانی‌ها، تردیدها، وسواس‌ها و آشفتگی‌های خبری را در آن‌ها ایجاد می‌کرد. کرونا ویروس افراد و خانواده‌های زیادی را در سرتاسر جهان از نظر سلامت جسمی، روانی و روابط اجتماعی تحت تأثیر قرار داد. آمارها از افزایش شدید انواع آسیب‌های اجتماعی همچون بیکاری، تورم، فقر و گرسنگی حکایت دارد (زندى فر و بدرفام،^۱ ۲۰۲۰؛ عسگری و همکاران، ۱۴۰۰؛ معیدفر، ۱۳۹۹).

شیوع کرونا به دلیل ایجاد وضعیت مبهم و بی‌ثبات اجتماعی، سبب گسترش سطح عمومی استفاده از رسانه‌ها شد (نیکبخت نصرآبادی و همکاران، ۱۳۹۹؛ مراد^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۱) که وضعیت کمی و کیفی زندگی انسان را دگرگون نمود. ازجمله این تغییرات، تولید انبوه اطلاعات بود. پاندمی کرونا تولید انبوه اطلاعات و مشارکت بی‌سابقه پزشکان، متخصصان، روزنامه‌نگاران حرفه‌ای و شهروند خبرنگاران را به همراه داشت. این‌گونه تولید اطلاعات نیز فرصت‌ها و تهدیدهای جدی به همراه داشت. مهم‌ترین تهدیدهای این عرصه، رواج گسترده اخبار جعلی و شبه‌علمی بود (خانیکی، ۱۳۹۹).

همه‌گیری کووید-۱۹ با اطلاعات نادرست و مخرب بی‌سابقه‌ای همراه بوده است. سیلی از اطلاعات در مورد ویروس، اغلب اشتباه یا غیردقیق، به سرعت در رسانه‌های اجتماعی گسترش یافت که به تأکید سازمان بهداشت جهانی^۳ می‌تواند سردرگمی، بی‌اعتمادی و تضعیف سلامت عمومی را به همراه داشته باشد (یونسکو،^۴ ۲۰۲۰). گردش بیش‌ازحد در رسانه‌های خبری و اجتماعی و تنوع منابع خبری به‌ویژه دریافت اخبار از منابع غیرمعتبر، به آشفتگی و سردرگمی اطلاعاتی بیشتر منجر می‌شود که فشارهای روانی حاصل از اپیدمی کرونا ویروس را دامن می‌زند.

1. Zandifar & Badrfam

2. Mourad

3. WHO

4. UNESCO

سردرگمی ناشی از اطلاعات متناقض و متنوع چه پیامدهایی برای فرد و به تبع آن جامعه خواهد داشت؟ تحلیل گران جریان اطلاعات نادرست در دوران همه گیری کووید-۱۹، این جریان را از زوایای مختلف آسیب شناسی کرده اند و بر برون دادهای روانی، اجتماعی و فرهنگی این جریان از جمله حق آزادی انتخاب، حق مورد تبعیض قرار نگرفتن، حق آزادی بیان و حق برخورداری از سلامت تأکید کرده اند.

طبق مطالعه ای که در کشور چین صورت گرفته است، در دوران شیوع کووید-۱۹ در چین از اواخر ژانویه ۲۰۲۰، به همان میزان که مردم ووهان چین در معرض آسیب مستقیم ناشی از کرونا قرار گرفته بودند، مردم سایر مناطق نیز از طریق رسانه ها دچار بیماری همه گیر نسبتاً شدید و همچنین آسیب دیدگی شدید قرار داشتند (لئو و لئو، ۲۰۲۰: ۳). تولید و گسترش انبوه اطلاعات و اخبار درست و نادرست، علمی و غیر علمی در مورد کرونا ویروس در این مقاله با عنوان «آشوب اطلاعاتی» مفهوم بندی شده است. آشوب اطلاعاتی برآمده از عملکرد سوء رسانه ها، تشدید اثرات بحران همه جانبه گسترش بیماری کرونا را در پی داشته است. نوظهور بودن ویروس کرونا، سبب به وجود آمدن نقاط ضعفی در ذخیره دانش (پزشکی) انسان شده است که زمینه پرورش روایت های دروغین یا گمراه کننده را به وجود آورده است. اطلاعات نادرست، هم می تواند ناآگاهانه و غیر عمد^۲ ایجاد شود و هم عمدی و با مقاصد خاص^۳ سیاسی (وو و همکاران، ۲۰۲۱: ۴). عامل مؤثر در افزایش آشوب اطلاعاتی در قرن حاضر و به ویژه در شرایط اپیدمی کرونا، انتقال مرکز ثقل ارتباطات و اطلاع رسانی از رسانه های سنتی به رسانه های اجتماعی است.

در شرایط پاندمی کرونا ویروس، حبس اجتماعی و قرنطینه خانگی، میلیون ها نفر را به ماندن در خانه های خود و افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی به عنوان وسیله ای برای دسترسی سریع به اطلاعات در مورد کووید-۱۹ مجبور ساخت؛ حال آنکه سیستم عامل های آنلاین، محققان و کاربران رسانه های اجتماعی میلیون ها پیام کاذب یا گمراه کننده را گزارش دادند. به جهت آن که هیچ گونه مقرراتی برای انتشار مطالب در اینترنت و شبکه وب وجود ندارد، بازیابی اطلاعات به گمراه شدن جستجوگران می انجامد. لذا، سردرگمی

1. Liu & Liu

2. misinformation

3. disinformation

4. Wu

مخاطبان به واسطه کنترل ناپذیری جریان اخبار، از ویژگی‌های ذاتی رسانه‌های اجتماعی است (عصاره، ۱۳۸۱). حضور همه جایی آن‌ها در زندگی روزمره مردم، نقش مهمی در ایجاد و گسترش آشوب‌های اطلاعاتی کنونی دارد.

ضرورت انجام پژوهش در این موضوع، ریشه در شکاف عمیقی دارد که این بحران در وضعیت عادی و شاداب جامعه ایجاد کرده است. وضعیت ایجاد شده به عنوان مسئله‌ای اجتماعی نیازمند بررسی و تأمل منظم و علمی است (معیدفر، ۱۳۹۹). تحقیق حاضر در نظر دارد پیامدهای آشوب اطلاعاتی ناشی از دوران بحرانی کرونا ویروس در ایران را مورد بررسی قرار دهد؛ بنابراین هدف پژوهش پاسخ دادن به این پرسش‌هاست که وضعیت کشور به لحاظ تجربه آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای در آن دوران چگونه بود؟ وضعیت متغیرهای اجتماعی (همدلی با دیگران، امید به آینده پساکرونا، هویت ملی و بی‌اعتمادی به دیگران) در شرایط کرونا و بعد از آن به چه صورت است؟ و چه رابطه‌ای بین آشوب اطلاعاتی ناشی از همه‌گیری کرونا ویروس و متغیرهای اجتماعی (همدلی با دیگران، امید به آینده پساکرونا، هویت ملی و بی‌اعتمادی به دیگران) وجود دارد؟

۲. پیشینه تجربی

شیوع ویروس کووید-۱۹ ابعاد متفاوت زندگی انسان را متأثر ساخته و این اثرگذاری، پژوهش‌های متکثری را برانگیخته است که به برخی از این تحقیقات پرداخته می‌شود. با توجه به اینکه تحقیقات معدودی به مسئله پژوهش حاضر پرداخته‌اند، به منظور غنی کردن پژوهش برخی تحقیقات که عیناً به موضوع نپرداخته‌اند نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند.

مختاری و همکاران (۱۳۹۹) و شاهد حق‌قدم (۱۳۹۹) در مطالعه‌ای اثر اخبار و اطلاعات متنوع و چندگانه را بر مردم، کادر درمانی، بیماران و خانواده‌های آنان مورد بررسی قرار داده و نتیجه گرفتند انتشار اطلاعات متنوع و متناقض سلامت افراد، خانواده‌ها و کادر درمان را در دوران کرونا کاهش داده است. زارع‌گاوگانی (۱۳۹۹) استدلال کرده است که انتشار کرونا ویروس به جای یک اپیدمی درواقع یک اینفودمی است که باید کنترل شود. درواقع باورهای غلطی درباره این ویروس اذهان مردم را درگیر کرده که از نظر روانی، فکری و روحی، محصول پراکنش اطلاعات نادرست است. سوری و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان «بررسی وضعیت سلامت روانی کاربران شبکه‌های اجتماعی در دوره شیوع بیماری کووید-۱۹» انجام دادند که نتایج حاکی از نشانه‌های اختلالات روان‌شناختی کلی شرکت‌کنندگان بود.

صفری (۱۴۰۰) در پژوهشی با موضوع «اینفودمی کرونا در رسانه‌های اجتماعی فارسی»، نحوه انتشار اخبار جعلی مرتبط با گسترش کرونا در ایران را مطالعه کرده است. یافته‌ها نشان داد عوامل مؤثر بر گسترش شایعات و اخبار جعلی شامل مواردی چون عدم دسترسی به اطلاعات موثق، وجود توهم توطئه، دیدگاه امنیتی حاکم بر امور در کشور در کنار برخورد حذفی، تضاد و تناقض میان ادعاهای نهادهای مرجع در جامعه و بی‌اعتمادی به منابع رسمی خبری است. خانیکی و راثی تهرانی (۱۴۰۱) تحقیقی با عنوان «نظریه‌سازی برای اینفودمی کووید-۱۹» انجام دادند و نتیجه گرفتند که پایین بودن سطح سواد سلامت و سواد رسانه‌ای کاربران، تقابل میان طب سنتی و طب مدرن، بی‌اعتمادی مردم به دولت، اختلال فرایندهای ارتباطی در رسانه‌ها و اتخاذ سیاست‌های نادرست از سوی دولت ایجاد اینفودمی در شبکه‌های اجتماعی را در پی داشته است. مهم‌ترین پیامد در حوزه اجتماعی-فرهنگی، ازدست رفتن سرمایه اجتماعی بیان شده است.

احمدی و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی تحت عنوان «ترومای کرونا: از بیماری تا فاجعه در مناطق کم‌برخوردار» در شهر سنندج انجام داده‌اند. بر اساس یافته‌ها، اثرات اجتماعی و فرهنگی بیماری عبارت بودند از واگرایی جمعی، انومی اجتماعی، بازنمود ناکارآمدی نظام حمایت اجتماعی، تنگناهای معیشتی، استحاله دین و گزاره‌های دینی، گسست معرفتی-فرهنگی، بحران در نظام آموزشی و ترومای روحی-روانی. ژانگ اف^۱ (۲۰۲۰) درباره سلامت روان اعضای خانواده کارکنان ۵ بیمارستان در کشور چین طی دوران شیوع بیماری کووید-۱۹ انجام داده که یافته‌ها نشان از افزایش اختلالات روان‌شناختی همچون اضطراب و افسردگی در بین کارکنان این بیمارستان‌ها داشته است. یافته‌های پژوهش اسپینلی و همکاران^۲ (۲۰۲۰) حاکی از اثرگذاری شرایط محیطی خانه، مسائل والدین در اثر قرنطینه، فهم والدین از استرس و مسائل عاطفی و رفتاری کودکان در زمان انتشار ویروس کرونا بوده است. ژانگ و همکاران^۳ (۲۰۲۰) به مطالعه اثر گسترش ویروس کرونا بر سلامت روانی و کیفیت زندگی افراد بالای ۱۸ سال در چین پرداختند. آن‌ها دانش، نگرش و رویه‌های مواجهه با این ویروس را از نظر مردم مورد مذاقه قرار دادند و دریافتند که نیمی از افراد مورد بررسی از گسترش این ویروس دچار وحشت، غم و ناراحتی شده‌اند.

1. Zhang F.

2. Spinelli et al.

3. Zhong

همان گونه که مرور پیشینه نشان می دهد، پژوهش های زیادی در مورد کرونا ویروس انجام شده است که اغلب اثر انتشار این ویروس را بر وضعیت سلامت جسمی و روانی افراد و خانواده ها مورد بررسی قرار داده اند. برخی تحقیقات نیز اثر انتشار اطلاعات متناقض را در گستره محدود نشان داده اند. از آنجاکه پژوهش حاضر اثر آشوب اطلاعاتی را به عنوان بحرانی موازی با انتشار ویروس کووید-۱۹ بررسی می کند، هم تکمیل کننده پژوهش های صورت گرفته است و هم بُعد جدیدی را به آن ها می افزاید.

۳. مبانی نظری

در شرایط عادی، تصمیم گیری صحیح بستگی به اطلاعات درست و دقیق، توانایی تحلیل، تمرکز و دقت دارد؛ اما در شرایط بحرانی، ظرفیت تفکر انسان کاهش می یابد و محدودیت زمان بر دشواری بحران می افزاید (فدرز^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). در چنین وضعیتی فراهم کردن اطلاعات با کیفیت کاری دشوار است و با قطعیت می توان گفت که بدون کمک فناوری اطلاعات و ارتباطات انجام آن ممکن نیست. در این شرایط مدیریت اطلاعات فرایندی بسیار با اهمیت است (رینکینوا^۲، ۲۰۰۴).

با بروز همه گیری بیماری سارس در سال ۲۰۰۳ جامعه بشری با پدیده ای تحت عنوان اینفودمی^۳ روبه رو شد و با تداوم شیوع همه گیری بیماری های ویروسی همچون کووید-۱۹، همچنان با این پدیده دست به گریبان است. اصطلاح اینفودمی در ۱۰ مارس ۲۰۲۰ توسط سازمان ملل و سازمان بهداشت جهانی در پی شیوع بحران کووید-۱۹ مطرح گردید.

اینفودمی از ترکیب دو واژه **Epidemic** و **Information** تشکیل شده و به معنی گسترش فراگیر اطلاعات درست و نادرست در مورد هر پدیده از جمله بیماری است. در این وضعیت، شایعه و ترس چنان به هم می آمیزند که یادگیری در مورد یک موضوع را با دشواری بسیار همراه می سازند. این مفهوم خود شامل دو مفهوم **Disinformation** و **Misinformation** است (دپارتمان ارتباطات جهانی، ۲۰۲۰). مفهوم اول، به اطلاعات نادرست و گمراه کننده ای که به طور عمد برای فریب مخاطبان ارائه می شود و مفهوم دوم، به اطلاعات نادرست در مورد یک موضوع (صرف نظر از آنکه عمدی یا غیرعمدی رواج یافته باشد) گفته می شود.

1. Fedders

2. Rinkineva

3. Infodemic

4. Department of Global Communications

از نظر تاریخی واژه مذکور در پی تلاش سازمان‌های امنیتی برخی کشورها برای اشاعه عمدی اطلاعات نادرست نظامی و در راستای تبلیغ قدرت نظامی مطرح و استفاده شده است (آبرنوویک^۱ و همکاران، ۲۰۲۰؛ جوت، ۲۰۰۵). پدیده اینفودمی که به آشوب اطلاعاتی می‌انجامد، می‌تواند مفاهیمی همچون آلودگی اطلاعاتی به معنای آلودن اطلاعات درست با نادرست و از بین بردن ارزش، کیفیت و صحت محتوای اطلاعات بر اثر دخالت اطلاعات غیرواقعی (نوروزی، ۱۳۸۳)، گستراندن اطلاعات غلط عمدی با هدف گمراه کردن، فریب، غلبه کردن و به انقیاد درآوردن مخاطبان، مغشوش کردن افکار عمومی، دست‌کاری آگاهی‌های انسان، گروه و جامعه (راووداد و خلقتی، ۱۴۰۰)، ایجاد و گسترش اخبار جعلی (هایدن و التوئیس، ۲۰۱۸: ۲) و شایعه و اطلاعات غلط غیرعمدی (دی فونزو و بوردیا، ۱۳۹۲: ۲۴) را در برگیرد.

زمینه‌های موضوعی متنوعی که در دوره بیماری همه‌گیری، اخبار کاذب به آن‌ها رسوخ کرده‌اند عبارت‌اند از: علت بروز بیماری، آمارهای گمراه‌کننده و کاذب در مورد میزان شیوع بیماری و تلفات ناشی از آن، آثار اقتصادی بحران کرونا، ژورنالیسم و بی‌اعتبارشدن آن‌ها، پزشکی (نشانه‌های بیماری، تشخیص و راه‌های درمان آن)، جامعه و باورهای اجتماعی (هراس‌افکنی)، سیاست‌زدگی (بی‌اعتبارشدن سیاست مردان کشور)، کلاه‌برداری‌های اینترنتی، زندگی شخصی افراد مشهور (هگزوسکین، بی‌تا).

فرهنگستان و انجمن پادشاهی انگلستان بیان نمودند که گسترش ویروس کووید-۱۹ با سلی از اطلاعات نادرست همراه بود. آن‌ها پنج خصیصه اینفودمی موجود را شامل بی‌اعتمادی به علم، بی‌اعتمادی به شرکت‌های دارویی و دولت، رواج گفته‌های صریح، به‌کارگیری هیجانات و گسترش اتاق‌های پژواک برشمردند. به همین دلیل اقدام دولت سنگاپور را در وضع قوانین تنبیهی در مورد اشخاص حقیقی یا حقوقی که به نشر اکاذیب پردازند ستوده‌اند (بریسوت، ۲۰۲۰). کشورهایی مانند چین، هند، سنگاپور و آفریقای جنوبی، قوانین تنبیهی در مورد افراد، سازمان‌ها، سایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی که خواسته یا ناخواسته به انتشار اطلاعات نادرست درباره بیماری همه‌گیری کووید پرداختند

1. Obrenovic

2. Jowett

3. Haiden & Althuis

4. <https://www.hexoskin.com>

5. Breathesuite

وضع کرده‌اند (دانکو^۱ و همکاران، ۲۰۱۹؛ آفریقای جنوبی،^۲ ۲۰۲۰). سازمان‌های بین‌المللی فعالیت‌های مؤثری برای مقابله با آثار مخرب حاصل از نشر اکاذیب، بی‌اطلاعی مردم و فعالیت‌های سودجویانه برخی رسانه‌های اجتماعی انجام داده‌اند؛ ازجمله سازمان بهداشت جهانی یک چهارچوب شامل فرایندی پنج‌مرحله‌ای برای مدیریت اینفودمی معرفی کرده است که مراحل آن عبارت‌اند از: مشخص کردن شواهد،^۳ ترجمه دانش و علم،^۴ تقویت اقدام،^۵ قابل‌اندازه‌گیری کردن آثار اقدامات^۶ و هماهنگی و حکمرانی^۷ (اسمیت،^۸ ۲۰۲۰).

پیامدهای متنوعی در همه حوزه‌های سلامت جسمانی، روانی، اجتماعی و اقتصادی برای گسترش آشوب اطلاعاتی ناشی از همه‌گیری کرونا متصور است که پژوهش حاضر تنها به بُعد اجتماعی آن پرداخته است. از میان متغیرهای اجتماعی زندگی انسان، میزان همدلی با دیگران در وضعیت همه‌گیری، احساس هویت ملی، امید به آینده پساکرونا و وضعیت اعتماد و بی‌اعتمادی ناشی از گسترش اخبار و اطلاعات متناقض مورد بررسی قرار گرفته است.

در دنیای رسانه‌ای امروز، یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی که در شرایط وقوع فجایع و بحران‌های همه‌گیر می‌باید مورد توجه قرار گیرد، حوزه عملکرد رسانه است. مدیریت فرایند انتشار اخبار و عملکرد رسانه‌ها از یک سو و بهبود عملکرد کاربران فضای مجازی از سوی دیگر می‌تواند از پیچیده‌تر و بغرنج‌تر شدن مسائل و پیامدهای ناشی از وقوع بحران پیشگیری کند و در مقابل، انتشار پرهرج و مرج اخبار و اطلاعات می‌تواند شرایط بحرانی را وخیم‌تر سازد. ازاین‌رو، در مقاله حاضر رابطه بین برخی متغیرهای مستقل و متغیر وابسته آشوب اطلاعاتی، ابتدا به صورت روابط دومتغیره و آماره پیرسون و سپس رگرسیون چندمتغیره روابط بین متغیرهای مدل مورد آزمون قرار گرفته است.

1. Danquah

2. South Africa

3. Identifying Evidence

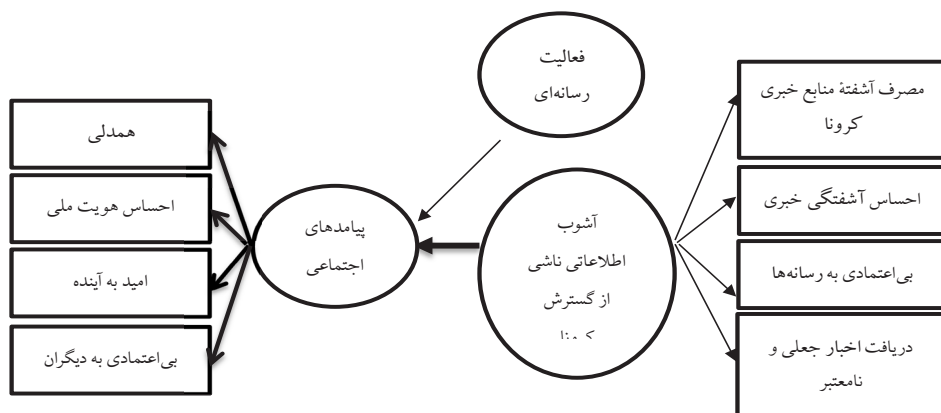
4. Translating knowledge and science

5. Amplifying action

6. Quantifying impact

7. Coordination and Governance

8. Smith



شکل شماره ۱: مدل نظری پژوهش

نتایج روابط دومتغیره به صورت ماتریس همبستگی ارائه شده‌اند و نتایج رگرسیون چندمتغیره نیز به صورت چهار فرضیه چندمتغیره نمایش داده شده‌اند. همچنین، هدف از واردنمودن متغیر فعالیت رسانه‌ای در مدل آشوب اطلاعاتی این بوده است که بررسی شود آیا صرف در معرض اخبار متنوع قرارگرفتن افراد در دوران همه‌گیری کرونا منجر به تشدید بروندهای اجتماعی ناشی از شرایط همه‌گیری می‌شود و یا اینکه کنش‌های رسانه‌ای افراد در فضای رسانه‌های اجتماعی که امروزه نقش به سزایی در شکل دادن به مسائل اجتماعی و برساخت مردم از این مسائل دارند، نیز بر این بروندها اثر داشته است؟

فرضیه‌ها

- آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا تأثیر دارند.
- آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر احساس هویت ملی تأثیر دارند.
- آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر امید به آینده پساکرونا تأثیر دارند.
- آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر بی‌اعتمادی به دیگران در مواجهه با کرونا تأثیر دارند.

۴. روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر مطالعه‌ای مقطعی است که به مدت دو سال از تابستان ۱۴۰۰ تا تابستان ۱۴۰۲ به طول انجامیده است. این پژوهش با روش پیمایش انجام شده است. جمعیت آماری این تحقیق شامل کلیه افراد ۱۸ تا ۶۰ سال کشور بود که جمعیت آن‌ها بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ حدود ۵۵۸۶۲۰۰۰ نفر بود. نمونه موردنیاز بر اساس فرمول کوکران ۱۰۵۰ نفر برآورد گردید. با در نظر گرفتن احتمال مخدوش شدن برخی از پرسشنامه‌ها و با هدف افزایش دقت پژوهش حجم نمونه برابر با ۱۵۰۰ نفر در نظر گرفته شد که ۱۴۶۰ نفر به پرسشنامه پاسخ دادند.

در این پژوهش از روش احتمالی خوشه‌ای چندمرحله‌ای برای نمونه‌گیری استفاده شده است؛ بدین‌صورت که کشور بر اساس مختصات جغرافیایی (که به نوعی مختصات فرهنگی هم در آن نهفته است) به ۵ پهنه (شمال، جنوب، غرب، شرق و مرکز) تقسیم و به‌صورت تصادفی از هر پهنه یک استان انتخاب شد. یافته‌ها برآیندی از وضعیت موضوع در کل کشور را نشان می‌دهد و امکان تحلیل داده‌ها به تفکیک استان وجود ندارد. به عبارت دیگر پژوهش در سطح ملی انجام شده است. به این ترتیب از پهنه مرکز کشور استان تهران؛ از غرب، استان کرمانشاه؛ از استان‌های شمالی، استان مازندران؛ در میان استان‌های شرقی استان خراسان جنوبی؛ و در نهایت استان کرمان نیز از پهنه جنوبی کشور انتخاب شدند. لذا حجم نمونه را به پنج قسمت تقسیم کرده و به هر استان ۲۰٪ از حجم نمونه اختصاص داده شد. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شدند. برای ساخت پرسشنامه مفاهیم شش‌گانه موردبررسی در ۶۰ گویه عملیاتی شدند. رفتارها و نگرش‌ها در دامنه‌ای از ۱ تا ۵ (عدد ۱ برای کمترین تمایل یا استفاده و عدد ۵ نیز برای بیشترین تمایل یا استفاده) مورد سنجش قرار گرفتند. پرسشنامه‌ها در مرکز هر استان توزیع گردید و داده‌ها گردآوری شدند. توزیع پرسشنامه‌ها در مراکز استان‌ها بدین‌صورت بوده است که ابتدا هر مرکز استان به ۵ خوشه تقسیم شد، سپس از هر خوشه چند محله برگزیده شد و در نهایت در محلات به صورت اتفاقی به درب منازل مراجعه شد. در منازل پرسشنامه‌ها به افراد بالاتر از ۱۸ سال تحویل داده شد و توضیحاتی نیز در مورد هدف و نحوه تکمیل آن ارائه گردید. یک ساعت بعد نیز با مراجعه مجدد پرسشنامه پُر شده تحویل گرفته شد. ملاک ورود افراد به پژوهش برخورداری از سلامت روان و جسم جهت پُرکردن پرسشنامه همراه با رضایت خاطر بود.



تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و استنباطی انجام شد. در این پژوهش، واحد مشاهده و واحد تحلیل فرد بود. آزمون فرضیه‌ها در دو بخش ماتریس همبستگی و رگرسیون چندمتغیره صورت گرفته است. اعتباریابی ابزار پژوهش در دو بخش اعتبار صوری و اعتبار تجربی انجام شد. برای اعتباریابی صوری محتوای پرسشنامه توسط پژوهشگران متعددی مورد مذاقه قرار گرفت. اعتباریابی تجربی نیز با استفاده از آزمون تحلیل عامل تأییدی انجام شد (جدول شماره ۱). برای سنجش پایایی نیز ضریب آلفای کرونباخ (جدول شماره ۲) استفاده شده است. درنهایت برای سنجش رابطه متغیرهای مکنون باهم و با متغیرهای آشکار از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار AMOS استفاده شد.

در مورد رعایت معیارهای اخلاقی قابل ذکر است پرسشنامه‌ها بدون نام و آدرس پاسخگوها پُر شده‌اند. در ابتدای پرسشنامه‌ها نیز توضیحاتی درباره هدف پژوهش بیان شده است. همچنین پاسخگو پرسشنامه را با رضایت تکمیل نموده است، لذا به لحاظ رعایت ملاحظات اخلاقی، این تحقیق به معیارهای اخلاقی پژوهش پایبند بوده است.

سنججه‌ها

آشوب اطلاعاتی: به معنای انتشار حجم وسیعی از اطلاعات صحیح و غلط از رسانه‌ها رسمی و غیررسمی است که موجب بی‌اعتمادی فرد به منابع و خود اطلاعات می‌شود. در این شرایط امکان گزینش اطلاعات به کمترین حد خود می‌رسد. در این پژوهش مقیاس آشوب اطلاعاتی مشتمل بر چهار خرده‌مقیاس بود: مصرف آشفته رسانه‌ای، احساس آشفتگی خبری، کاهش اعتماد به رسانه‌ها و میزان دریافت اخبار جعلی.

فعالیت رسانه‌ای: به معنای مشارکت در به اشتراک گذاشتن اخبار و اطلاعات پیرامون کروناویروس در رسانه‌های اجتماعی است. این مقیاس با چهار معرف سنجیده شده است: جداسازی اخبار علمی و غیرعلمی کرونا و اشتراک‌گذاری آن، گسترش اخبار متناقض به عنوان سرگرمی، مطالعه، تکمیل و ارسال بازخورد در مورد اخبار کروناویروس در شبکه‌های اجتماعی، تهیه محتوای (عکس و فیلم) مرتبط با کروناویروس و بارگذاری در شبکه‌های اجتماعی.

همدلی با دیگران: مقیاس همدلی با دیگران در شرایط همه‌گیری کروناویروس با پنج معرف سنجیده شده است: گفتگو با دیگران، فعالیت در مؤسسات خیریه جهت کمک‌رسانی به فقرا و آسیب‌دیدگان کرونا، تداوم ارتباطات گذشته و همسوکردن آن‌ها با

مسائل مرتبط با کرونا، تداوم ارتباطات اجتماعی با رعایت اصول بهداشتی و کنار گذاشتن اختلافات گذشته و افزایش میزان همدلی با آن‌ها در شرایط بحرانی کرونا.

احساس هویت ملی: به معنای وجود نمادها و باورهایی که الگوهایی از اجتماعات قومی، یا دینی یا زبانی پدید می‌آورد (هلد، ۱۳۹۹: ۱۳۵). این مقیاس با پنج معرف سنجش شده است: تغییر در تعلق خاطر به جامعه، مشارکت در فعالیت‌های داوطلبانه و کمک به هم‌وطنان و هم‌نوعان، تغییر در احساس وحدت و همبستگی با هم‌وطنان، عدم توجه دولت به وضعیت مردم.

امید به آینده در شرایط پسا کرونا (سپری شدن شرایط بحرانی انتشار ویروس کووید-۱۹): این مقیاس با پنج معرف سنجیده شده است: کشف قطعی درمان ویروس و برگشت به حالت عادی، تداوم برنامه‌ها شخصی در آینده، افزایش وحدت ملی و استقامت در برابر مشکلات در آینده، افزایش اتحاد بین‌المللی در آینده و امید به تغییر رفتار بشر در مورد فعالیت‌های بشر در آینده.

بی‌اعتماد به دیگران در شرایط همه‌گیری: این مقیاس با این گویه‌ها سنجش شده است: بی‌اعتمادی به گفته‌های اطرافیان در مورد روش‌های پیشگیری، بی‌اعتمادی به همه‌کس و در نتیجه به حرف هیچ‌کس گوش نکردن و توصیه‌ای هم به کسی ارائه ندادن.

جدول شماره ۱: نتایج آزمون پایایی و تحلیل عامل تأییدی برای ارزیابی تک‌بعدی بودن شاخص‌ها

شاخص	مقدار آلفا (α)	مقدار KMO	درصد واریانس تبیین شده	مقدار احتمال (p)
آشوب اطلاعاتی	۰/۷۰	۰/۶۴۲	۶۵/۲۴	۰/۰۰
فعالیت رسانه‌ای	۰/۶۹	۰/۷۱۸	۶۰	۰/۰۰
همدلی با دیگران	۰/۵۸۴	۰/۶۳	۶۰/۳۳	۰/۰۰
احساس هویت ملی	۰/۶۸	۰/۷۷	۶۵/۰۵	۰/۰۰
امید به آینده	۰/۷۵	۰/۷۳۶	۵۲/۳	۰/۰۰
بی‌اعتمادی به دیگران	۰/۶۳	۰/۵۰	۶۳/۷۳	۰/۰۰

۵. یافته‌ها

توصیف نمونه

از ۱۴۶۰ نفری که به پرسشنامه پاسخ دادند، ۶۱٪ زن و ۳۹٪ مرد بودند. از نظر سنی، ۴۸٪ پاسخگویان در گروه سنی ۱۹-۳۰ سال، ۲۳٪ در گروه سنی ۳۱-۴۰ سال، ۱۹٪ در گروه سنی ۴۱-۵۰ سال و بقیه نیز در گروه سنی ۵۱-۶۰ سال قرار داشتند. ۶۵٪ از پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی و ۳۵ دیپلم و زیر دیپلم بودند. چگونگی وضعیت شغلی پاسخگویان حاکی از آن بود که بیش نیمی از آن‌ها (۵۴٪) در رده شغلی متوسط (رانندگان و فروشندگان، صنعت‌گران و تولیدکنندگان، مشاغل تجاری و بازرگانی، کارکنان امور اداری و دفتری، کارکنان امور پزشکی، تکنسین‌ها و مربیان و کارکنان مشاغل دولتی)، ۲۵٪ در رده کارگران ساده و خدماتی و ۱۰٪ در رده‌های شغلی بالا (مشاغل تخصصی) قرار داشتند.

توصیف ابعاد آشوب اطلاعاتی

جدول شماره ۲ توزیع درصدی ابعاد چهارگانه متغیر آشوب اطلاعاتی را نشان می‌دهد. بر این اساس حدود ۲۸٪ پاسخگویان اخبار و اطلاعات کروناویروس را به صورت آشفته در سطحی متوسط مصرف کرده‌اند. حدود ۳۴٪ احساس آشفتگی خبری را تجربه نموده‌اند. ۴۷٪ بیان کرده‌اند که اعتمادشان به رسانه‌ها در سطحی متوسط کاهش یافته است. ۲۹٪ معتقد بودند اطلاعات و اخباری که از رسانه‌های اجتماعی در مورد کروناویروس دریافت کرده‌اند، جعلی و نامعتبر بوده‌اند.

جدول شماره ۲: توصیف ابعاد متغیر آشوب اطلاعاتی

ردیف	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین	انحراف معیار
۱	مصرف آشفته رسانه‌ها	۴/۵	۱۰/۳	۲۹/۷	۲۸/۲	۲۷/۴	۲/۳۶	۱/۱۲
۲	احساس آشفتگی خبری	۱۴/۳	۱۹/۵	۴۱/۶	۱۷/۵	۷/۱	۳/۱۶	۱/۰۹
۳	کاهش اعتماد به رسانه‌ها	۴/۴	۲/۹	۴۷	۹/۲	۳۶/۵	۲/۲۹	۱/۱۲
۴	دریافت اخبار جعلی و نامعتبر	۹/۶	۱۹/۴	۱۹	۴۵	۷	۲/۹	۰/۵

توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

جدول شماره ۳ توزیع درصدی متغیرهای اصلی تحقیق را توصیف می‌کند. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ۴۰٪ پاسخگویان آشوب اطلاعاتی را سطح متوسطی در دوران انتشار کروناویروس تجربه کرده‌اند. حدود ۳۲٪ از رسانه‌های اجتماعی در سطح متوسط استفاده کرده‌اند. حدود ۴۹٪ همدلی با دیگران را در شرایط کرونایی به صورت متوسط تجربه کرده‌اند. حدود ۳۱٪ بیان کرده‌اند که احساس هویت ملی آن‌ها در شرایط شیوع کرونا کم و خیلی کم شده است. قریب به نیمی (۴۷٪) از آن‌ها امید زیاد و خیلی زیادی به بهبود شرایط در فرونشستن کرونا دارند. حدود ۴۲٪ نیز بی‌اعتمادی به دیگران را در وضعیت شیوع کرونا در سطح متوسط تجربه نموده‌اند.

جدول شماره ۳: توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

ردیف	متغیر	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	میانگین	انحراف معیار
۱	آشوب اطلاعاتی	۳/۲	۱۹/۶	۴۰	۳۱/۴	۵/۸	۲/۸	۰/۹۲
۲	کنش فعال رسانه‌ای	۱/۳	۷/۵	۳۱/۹	۵۶/۳	۳	۲/۴۸	۰/۷۳
۳	همدلی با دیگران	۲/۵	۲۱	۴۸/۸	۲۴/۳	۳/۴	۲/۹۵	۰/۸۳
۴	هویت ملی	۴/۶	۲۲/۲	۴۱/۶	۲۲/۷	۸/۹	۲/۹۱	۰/۹۹
۵	امید به آینده پساکرونا	۱۴/۲	۳۲/۵	۳۶/۵	۱۳/۸	۲/۹	۳/۴۱	۰/۹۹
۶	بی‌اعتمادی به دیگران	۹/۷	۱۳/۷	۴۱/۶	۳۱/۸	۳/۲	۲/۹۵	۰/۹۸

آزمون همبستگی‌ها

همان‌طور که در جدول ۴ ملاحظه می‌شود، همبستگی بین اکثر متغیرها در سطح خطای کم‌تر از ۱ تا ۵ درصد مورد تأیید قرار گرفته است. متغیر آشوب اطلاعاتی با متغیرهای همدلی، احساس هویت ملی و امید به آینده همبستگی منفی دارد و با متغیر بی‌اعتمادی به دیگران دارای همبستگی مثبت است. همچنین، متغیر فعالیت رسانه‌ای با متغیرهای همدلی، هویت ملی و امید به آینده همبستگی مثبت دارد و با متغیر بی‌اعتمادی دارای همبستگی منفی است. قوی‌ترین همبستگی منفی بین آشوب اطلاعاتی و همدلی است. درحالی‌که قوی‌ترین همبستگی مثبت نیز میان فعالیت رسانه‌ای و همدلی است.

جدول شماره ۴: ماتریس همبستگی بین متغیرهای مستقل و وابسته

همدلی با دیگران	احساس هویت ملی	امید به آینده پسا کرونا	بی اعتمادی به دیگران
آشوب اطلاعاتی	۰.۲۶۲**	۰.۰۷۸*	۰.۰۵۷*
فعالیت رسانه‌ای	۰.۳۶۸**	۰.۱۱۰**	۰.۱۷۶**

$$*_{0.05} > P > **_{0.01} > P$$

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول: آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا تأثیر دارند.

جدول شماره ۵: آماره رگرسیون برای سنجش میزان اثر آشوب اطلاعاتی و کنش رسانه بر همدلی با دیگران

متغیر	B	Beta	t	p	R	R ²
عدد ثابت	۰/۴۰۵	-	-	۰/۰۰۰	۰/۴۰۵	۰/۱۶۴
آشوب اطلاعاتی	-۰/۲۳۲	-۰/۱۷۷	-۷/۱۰۱	۰/۰۰۰		
کنش فعال رسانه‌ای	۰/۳۶۰	۰/۲۳۹	۱۲/۸۸۰	۰/۰۰۰		

با توجه به جدول شماره ۵، متغیرهای آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای اثر معناداری بر همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا دارند. ضریب همبستگی چندگانه برابر است با ۰/۴۰۵ که نشان می‌دهد دو متغیر در مجموع توان بالایی در تبیین متغیر همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا دارند. مقدار ضریب تعیین برابر است با ۰/۱۶۴ که نشان می‌دهد دو متغیر آشوب اطلاعاتی و فعالیت رسانه‌ای در مجموع ۱۶/۴٪ از واریانس متغیر همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا را تبیین می‌کنند.

فرضیه دوم: آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر احساس هویت ملی تأثیر دارند.

جدول شماره ۶: آماره رگرسیون برای سنجش میزان اثر آشوب اطلاعاتی و کنش رسانه بر احساس هویت ملی

متغیر	B	Beta	t	p	R	R ²
عدد ثابت	۳/۰۳۳	-	-	۰/۰۰	۰/۱۵۶	۰/۰۲۴
آشوب اطلاعاتی	-۰/۱۸۳	-۰/۱۱۶	-۴/۳۰۸	۰/۰۰		
کنش فعال رسانه‌ای	۰/۱۹۱	۰/۱۴۱	۵/۲۴۳	۰/۰۰		

با توجه به جدول شماره ۶، متغیرهای آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای اثر معناداری بر احساس هویت ملی در شرایط کرونایی دارند. ضریب همبستگی چندگانه برابر است با ۰/۱۵۶ که نشان می‌دهد دو متغیر در مجموع توان متوسطی در تبیین متغیر احساس هویت ملی در شرایط کرونایی دارند. مقدار ضریب تعیین برابر است با ۰/۰۲۴ که نشان می‌دهد دو متغیر آشوب اطلاعاتی و فعالیت رسانه‌ای در مجموع ۲/۴٪ از واریانس متغیر احساس هویت ملی در مواجهه با کرونا را تبیین می‌کنند.

فرضیه سوم: آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر امید به آینده پساکرونا تأثیر دارند.

جدول شماره ۷: آماره رگرسیون برای سنجش میزان اثر آشوب اطلاعاتی و کنش رسانه بر امید به آینده پساکرونا

متغیر	B	Beta	t	p	R	R ²
عدد ثابت	۲/۶۷۱	-	-	۰/۰۰	۰/۱۸۰	۰/۰۳۳
آشوب اطلاعاتی	-۰/۰۶۵	-۰/۰۰۴	۱/۴۹	۰/۱۳۷		
کنش فعال رسانه‌ای	۰/۲۳۲	۰/۱۶۶	۶/۱۹	۰/۰۰		

با توجه به جدول شماره ۷، متغیرهای آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای اثر معناداری بر امید به آینده در شرایط پساکرونایی دارند. ضریب همبستگی چندگانه برابر است با ۰/۱۸۰ که نشان می‌دهد دو متغیر در مجموع توان متوسطی در تبیین متغیر امید به آینده پساکرونا در شرایط کرونایی دارند. مقدار ضریب تعیین برابر است با ۰/۰۳۳ که نشان می‌دهد دو متغیر آشوب اطلاعاتی و فعالیت رسانه‌ای در مجموع ۳/۳٪ از واریانس متغیر امید به آینده پساکرونا را تبیین می‌کنند.

فرضیه چهارم: آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای (فعالیت رسانه‌ای) بر بی‌اعتماد به دیگران در مواجهه با کرونا تأثیر دارند.

جدول شماره ۸: آماره رگرسیون برای سنجش میزان اثر آشوب اطلاعاتی و کنش رسانه بر بی‌اعتمادی به دیگران

متغیر	B	Beta	t	p	R	R ²
عدد ثابت	۲/۹۹۷	-	-	۰/۰۰	۰/۰۸۳	۰/۰۰۷
آشوب اطلاعاتی	۰/۱۲۹	۰/۰۷۴	۲/۷۱۴	۰/۰۰		
کنش فعال رسانه‌ای	-۰/۰۹۳	-۰/۰۶۲	-۲/۲۸	۰/۰۲		

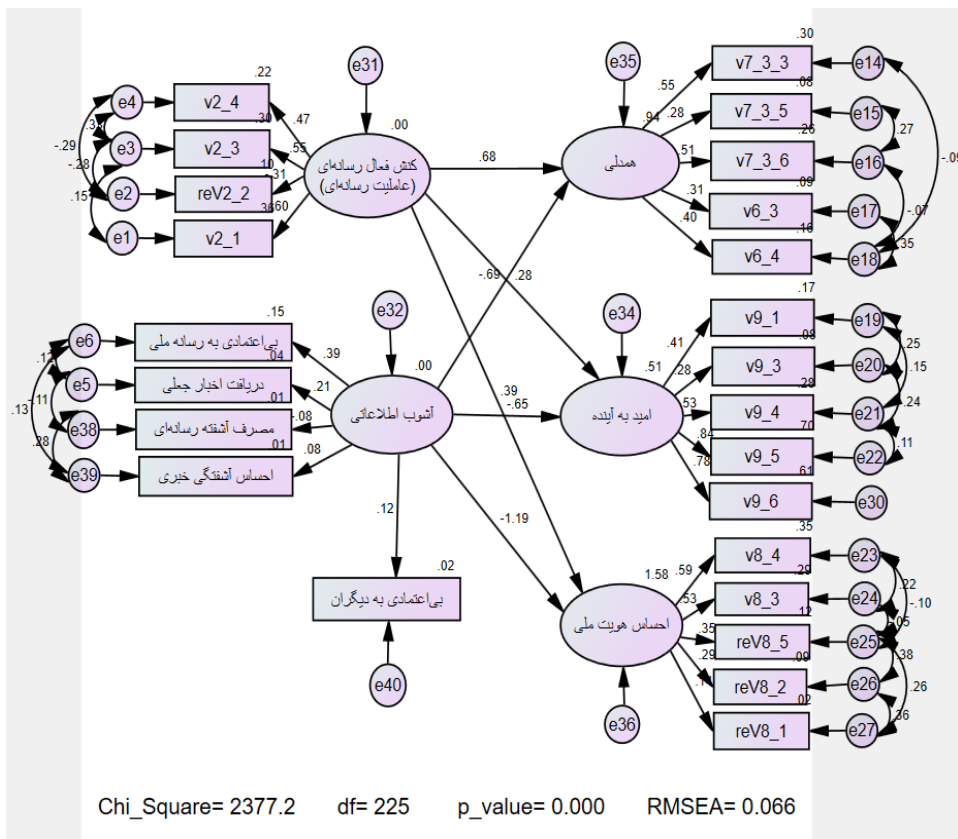
با توجه به جدول شماره ۸، متغیرهای آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای، اثر معناداری بر بی‌اعتمادی به دیگران در مواجهه با کرونا دارند. مقدار ضریب همبستگی چندگانه (۰/۰۸۳) نشان می‌دهد دو متغیر در مجموع توان ضعیفی در تبیین متغیر بی‌اعتمادی به دیگران در شرایط کرونایی دارند. مقدار ضریب تعیین برابر است با ۰/۰۰۷ که نشان می‌دهد دو متغیر آشوب اطلاعاتی و فعالیت رسانه‌ای در مجموع ۰/۷٪ از واریانس متغیر بی‌اعتمادی به دیگران را تبیین می‌کنند.

مدل‌سازی معادلات ساختاری

در این بخش روابط بین متغیرهای پنهان یعنی آشوب اطلاعاتی و کنش فعال رسانه‌ای به عنوان متغیرهای مستقل و پیامدهای اجتماعی آن‌ها همچون همدلی با دیگران در شرایط کرونا، امید به آینده پسا کرونا و احساس هویت ملی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری مورد آزمون قرار می‌گیرد. نتایج تحلیل معادلات ساختاری در شکل شماره ۱ منعکس شده است.

همان‌طور که شکل شماره ۲ نشان می‌دهد، اندازه اثر متغیر مستقل آشوب اطلاعاتی بر متغیر وابسته همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا (که در مدل به اختصار همدلی نام‌گذاری شده است) برابر است با ۰/۶۹-؛ اندازه اثر متغیر مستقل آشوب اطلاعاتی بر متغیر وابسته امید به آینده پسا کرونا (که در مدل به اختصار امید به آینده نام‌گذاری شده است) برابر است با ۰/۶۵-؛ اندازه اثر متغیر مستقل آشوب اطلاعاتی بر متغیر وابسته احساس هویت ملی برابر است با ۱/۱۹-؛ و اندازه اثر متغیر مستقل آشوب اطلاعاتی بر متغیر عدم اعتماد

به دیگران در مواجهه با کرونا (که در مدل به اختصار بی‌اعتمادی به دیگران نام‌گذاری شده است) برابر است با ۰/۱۲. متغیر فعالیت رسانه‌ای تنها بر دو متغیر هم‌مدلی با دیگران در مواجهه با کرونا (با اندازه اثر برابر با ۰/۶۸) و امید به آینده پساکرونا (با اندازه اثر برابر با ۰/۲۸) اثر داشته است. ترسیم رابطه بین فعالیت رسانه‌ای با متغیر احساس هویت ملی نیز نشان‌دهنده رابطه متوسط معناداری است (با اندازه اثر ۰/۳۹).



شکل شماره ۲: مدل‌سازی معادلات ساختاری اثر آشوب اطلاعاتی و کنش رسانه بر پیامدهای اجتماعی

قابل ذکر است، در تحقیق حاضر موضوع اصلی بررسی پیامدهای آشوب اطلاعاتی بوده است و تأثیر فعالیت رسانه‌ای بر متغیرهای وابسته یک فرضیه فرعی است.

در مدل سازی معادلات ساختاری برخلاف مدل های رگرسیونی - که از یک شاخص (ضریب تعیین) برای سنجش برازش استفاده می شود- از شاخص های متفاوت و متنوعی برای سنجش برازش مدل استفاده می شود (قاسمی، ۱۳۸۹). اولین شاخص برای آزمون قابل قبول بودن یا نبودن مدل پیشنهادی، مقدار کای اسکوئر است که باید دارای سطح خطایی بزرگ تر از ۰.۵٪ باشد؛ اما با توجه به حساسیتی که مقدار کای اسکوئر به حجم نمونه دارد، در نمونه های با حجم بالا معمولاً از ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد (RMSEA) برای آزمون برازش مدل استفاده می شود.

در پژوهش حاضر مقدار RMSEA، ۰.۰۶۶ بود که نشان می دهد مدل از برازش قابل قبول برخوردار است. مقدار شاخص نیکویی برازش GFI برای مدل ۰.۹۱ بود. شاخص دیگر AGFI است که شکل تصحیح شده شاخص نیکویی برازش GFI است، مقدار این شاخص نیز ۰.۹۰ بود. شاخص های برازش مطلق همه از مقدار مطلوب برخوردار بوده و حاکی از برازش مطلوب مدل هستند. شاخص های مقتصد PNFI و PCFI نیز بالاتر از ۰.۶ بوده که حاکی از برازش قابل قبول مدل است. مقدار کای اسکوئر نسبی برابر است با ۵ که مقادیر بین ۱ تا ۵ این شاخص قابل قبول است (قاسمی، ۱۳۸۹: ۱۶۲). در کل بر اساس شاخص های برازش گزارش شده، می توان گفت مدل محقق ساخته از برازش قابل قبولی برخوردار است.

۶. بحث و نتیجه گیری

با گسترش همه گیری کروناویروس، به علت ناشناخته بودن آن حجم عظیمی از اطلاعات متفاوت و متناقض پیرامون علل و پیامدها و نحوه پیشگیری از آن توسط متخصصان بهداشت و سلامت، مقامات رسمی دولتی، خبرنگاران، مردم عادی و رسانه های اجتماعی تولید شد و رسیدن به راه حل را هرچه دشوارتر ساخت (اشرفی ریزی و کاظم پور، ۲۰۲۰). این مسئله در این مقاله با عنوان آشوب اطلاعاتی مفهوم پردازی شده است. مسامحتاً می توان به دو بحران جوامع در زمان همه گیری کروناویروس اشاره کرد؛ نخست، بحران انتشار ویروس ناشناخته و پیامدهای ناشی از آن و دوم، بحران ناشی از گسترش اخبار و اطلاعات درست و نادرست و اغلب متناقض حاشیه آن. از این رو، در پژوهش حاضر پیامدهای این وضعیت آشوبناک اطلاعاتی در بُعد اجتماعی مدنظر قرار گرفت.

برای نیل به این هدف، اثر آشوب اطلاعاتی بر چهار متغیر همدلی با دیگران، احساس هویت ملی، بی‌اعتمادی و امید به آینده با روش پیمایش بررسی شد. یافته‌ها حاکی از آن بود که افزایش آشوب اطلاعاتی با کاهش همدلی با دیگران، امید به آینده پساکرونا، احساس هویت ملی و بی‌اعتمادی به دیگران همراه است. همچنین، افزایش آشوب اطلاعاتی موجب افزایش بی‌اعتمادی به دیگران می‌شود. افزایش فعالیت رسانه‌ای نیز همدلی با دیگران و امید به آینده را افزایش و سایر متغیرهای مورد تحقیق را کاهش می‌دهد.

نسبت‌های بحرانی ضریب رگرسیون که با حداکثر خطای ۵٪ معنادار شده است، به میزان قابل توجهی بالاتر از ۱/۹۶ است که گویای رد فرض صفر مبنی بر عدم رابطه معنادار بین متغیرهای مربوط است. ضرایب رگرسیون حاکی از آن است که آشوب اطلاعاتی ۷۲٪ از کاهش نمرات همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا، ۶۸٪ از کاهش امید به آینده پساکرونا، ۱۲٪ از کاهش احساس هویت ملی و ۱۴٪ از افزایش بی‌اعتمادی به دیگران در مواجهه کرونا را تبیین می‌کند. در نتیجه می‌توان گفت با کنترل آشوب اطلاعاتی و مدیریت انتشار اخبار در زمان وقوع فجایع تا حد زیادی می‌توان پیامدهای اجتماعی ناشی از این بحران‌ها شامل کاهش حس تعلق به جامعه، ناامیدی و بی‌اعتمادی به دیگران که مهم‌ترین شاخص کاهش سرمایه اجتماعی است را کاهش داد. همچنین فعالیت رسانه‌ای ۵۷٪ از افزایش همدلی با دیگران در مواجهه با کرونا و ۱۶٪ از افزایش امید به آینده پساکرونا را تبیین می‌کند. این بدان معناست که فعالیت رسانه‌ای افراد هرگاه در مسیر تولید محتوای سودمند و کمک به نشر اخبار درست باشد، منجر به هم‌افزایی و هم‌فکری افراد در برخورد با بحران موجود خواهد شد و دارای پیامدهای مثبت در نزدیک کردن افراد به یکدیگر در شرایط وقوع بحران و افزایش امید آن‌ها به بهبود شرایط است.

مدیریت اخبار جعلی، عاملی کلیدی برای مقابله جهانی با ویروس کووید-۱۹ است. سازمان بهداشت جهانی نیز به همین منظور شبکه اطلاعات سازمان جهانی بهداشت برای اپیدمی‌ها^۱ را ایجاد و راه‌اندازی کرده است (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۲۰). از آنجاکه سازوکار انتشار شبه‌اطلاعات و اطلاعات غلط، پیچیده، چندبُعدی، چندلایه و به‌سختی قابل فهم و درک است، الگوهای انتشار شبه‌اطلاعات و ویژگی‌های شبکه‌های مربوط به آن در سطح کلان نشان می‌دهد که هم سطح فردی و هم اجتماعی از آن آسیب می‌پذیرند (وانگ و همکاران، ۲۰۱۹^۲).

1. EPI-WIN; WHO Information Network for Epidemic

2. Wang & et al



اینفودمی و شیوع گسترده اخبار و اطلاعات غلط و گمراه کننده که در پژوهش حاضر تحت عنوان آشوب اطلاعاتی مورد بررسی قرار گرفت نیز نشان از گسترش متوسط رو به بالا دارد که با یافته های پژوهش های دیگر همچون شاهد حق قدم (۱۳۹۹) و مختاری و همکاران (۱۳۹۹) که به مخاطره افتادن سلامت افراد در این شرایط مورد تأکید قرار داده اند، همخوانی دارد. آسیب پذیری افراد در باورکردن شبه اطلاعات، ارتباط نزدیک و تنگاتنگی با کاهش اعتماد و اطمینان آن ها به هموعان و نهادهای رسمی و حاکمیتی دارد. یافته های این پژوهش نشان از کاهش اعتماد افراد به دیگران در اثنای شیوع کرونا ویروس در کشور دارد. این یافته با نتایج پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۱۹) همخوان است.

در وقوع این رخداد، مجموعه ای از نهادهای رسمی، سیاسی، اقتصادی و علمی و نیز کنشگران مبتدی و غیرحرفه ای مؤثر هستند. نهادهای رسمی، سیاسی و اقتصادی، گاه برای بالابردن سطح مصلحت اندیشی و یا بهره برداری از وضعیت اپیدمی دست به تولید آمارها و اطلاعات غیرواقعی و اخبار جعلی می زنند. نهادهای علمی و تخصصی هم در برخی موارد به دلیل ناشناخته بودن ابعاد موضوعات جدید بیماری و سهل انگاری در اطلاع رسانی، اطلاعات نادقیق به مخاطبان ارائه می کنند. کنشگران مبتدی و کسانی که تجربه های اندک از فضای بیماری و درمان دارند نیز در مواقع بسیاری، نتیجه دانش ضمنی و یا تجربه های زیسته خود را به جای اطلاعات موثق در رسانه های اجتماعی منتشر می کنند (خانیک، ۱۳۹۹).

هویت ملی در پژوهش هایی مورد بررسی قرار گرفته است. قنبری برزبان و جعفرزاده پور (۱۳۹۰) احساس تعلق ملی را در سطح بالایی مشاهده کردند. رستگار و ربانی (۱۳۹۲) آن را در سطح متوسط گزارش کرده اند. وضعیت احساس هویت ملی نیز در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفته است. یافته ها حاکی از سطح متوسط روبه پایین است. این یافته با استدلال هوشنگی (۱۴۰۲) مبنی بر کاهش سطح هویت ملی در سال های اخیر همخوانی دارد.

از مفاهیم دیگری که این پژوهش مورد مذاقه قرار داده است، همبستگی اجتماعی است. این پژوهش نشان دهنده وضعیت مطلوب همبستگی اجتماعی در دوران کرونا است. برخی پژوهشگران همه گیری ویروس کرونا را از بُعد فرصت ها مورد تأکید قرار داده اند. فاضلی (۱۳۹۹) علاوه بر سویه منفی بحران، سعی کرد نکات مثبت ناشی از بحران کرونا را هم مورد بررسی قرار دهد. در این باره استدلال می کند انتشار تصاویر کمک های داوطلبانه همبستگی و شفقت را هم در ایران و هم در سایر نقاط جهان افزایش داده است. از این جهت، در اثنای

انتشار ویروس از یک سو مردم نسبت به هم مهربان تر شده‌اند و از سوی دیگر در فضای خودقرنطینگی فرصت‌هایی جهت تأمل در خویشتن یافته‌اند. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت اگر نظام رسمی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی غیررسمی اطلاع‌رسانی شفاف، به موقع، صادقانه و باورپذیر را ارائه نمایند و از اعتبار اجتماعی بالا برخوردار شوند، در مواقع بحران به حفظ آرامش روانی جامعه یاری خواهند رساند.

منابع

- احمدی، یعقوب، علی‌پور، پروین و مرجائی، سیدهادی (۱۴۰۲). ترومای کرونا: از بیماری تا فاجعه در مناطق کم‌برخوردار (مورد مطالعه: شهر سنندج). فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱۲(۱)، ۲۶-۴۵.
- خانیکی، هادی (۱۳۹۹). دور از هم و در کنار هم: تصویری از شبکه‌ای شدن ارتباطات کرونایی، در کرونا و جامعه ایران؛ سویه‌های فرهنگی و اجتماعی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- خانیکی، هادی و راثنی‌تهرانی، حبیب (۱۴۰۱). نظریه‌سازی برای اینفودمی کووید-۱۹ در شبکه‌های اجتماعی ایران، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱۱(۴)، ۹۵۰-۹۳۳.
- دی فونزو، نیکلاس و پراشانت، بوردیا (۱۳۹۲). روانشناسی شایعه رویکردهای اجتماعی و سازمانی ترجمه: محسن وفا، تهران: دانشکده اطلاعات.
- راودراد، اعظم و خلقتی، مرضیه (۱۴۰۰). گونه‌شناسی اطلاعات غلط متنی-ویدئویی در رسانه‌های اجتماعی، فصلنامه رسانه، ۳۲(۱)، ۲۷-۵.
- زارع‌گاوگانی، وحیده (۱۳۹۹). شیوع اطلاعات نادرست در بحران جهانی کروناویروس، تصویر سلامت، ۱۱(۱)، ۱۵-۹.
- سوری، حسین، نوری فرد، مرضیه و آریامنش، صابر (۱۳۹۹). بررسی وضعیت سلامت روانی کاربران شبکه‌های اجتماعی در دوره شیوع بیماری کووید-۱۹. مجله دانشگاه علوم پزشکی قم. ۱۴(۸)، ۲۹-۲۱.
- شاهد حق‌قدم، هاله، فتحی‌آشتیانی، علی، راه‌نجات، امیرمحسن، احمدی‌طهوری سلطانی، محسن، تقوا، ارسیا، ابراهیمی، محمدرضا، دنیوی، وحید و جهاندار، پیمان (۱۳۹۹). پیامدها و مداخلات روان‌شناختی در پاندومی کووید-۱۹، طب دریا، ۲(۱)، ۱۱-۱.
- صفری، هادی (۱۴۰۰). اینفودمی کرونا در رسانه‌های اجتماعی فارسی، فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی، ۴(۴)، ۷۶-۶۳.
- عسگری، محمد، چوبداری، عسگر و اسکندری، حسین (۱۴۰۰). واکاوی تجارب زیسته افراد مبتلا به بیماری کرونا در روابط فردی، خانوادگی و اجتماعی و راهکارهای پیشگیری و کنترل آسیب‌های روانی ناشی از آن. فصلنامه فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی، ۱۲(۴۵)، ۵۲-۳۳.
- عصاره، فریده (۱۳۸۱). معیارهای ارزیابی منابع اینترنتی، فصلنامه کتاب، ۱۳(۱)، ۷۳-۶۲.
- قاسمی، وحید (۱۳۸۹). مدل‌سازی معادلات ساختاری با کاربرد نرم‌افزار Amos، تهران: جامعه‌شناسان.
- قنبری برزبان، علی و جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۹۰). قدرت هویت ملی در میان ایرانیان، فصلنامه مطالعات ملی، ۱۲(۴)، ۲۹-۳.

- مختاری، پریسا، معزی، بهناز و منتظری، علی (۱۳۹۹). ویروس کرونا و مواجهه بیش از حد اطلاعاتی. پایش (نشریه پژوهشکده علوم بهداشتی جهاد دانشگاهی)، ۱۹(۳)، ۳۵۳-۳۴۹.
- هوشنگی، حمید (۱۴۰۲، ۱۷ آذر). هویت ملی نسبت به چند سال قبل تضعیف شده است. خبرگزاری جمهوری اسلامی، قابل دسترس در: <https://news.ir.irna.www/>.
- معیدفر، سعید (۱۳۹۹). کرونا، فرصتی برای بساخت مسئله اجتماعی، در کرونا و جامعه ایران؛ سوبه‌های فرهنگی و اجتماعی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- نوروزی، فیض‌الله؛ عباسی اسفجیر، علی اصغر و بسمل، معصومه (۱۳۹۱). پیوندهای اجتماعی: مطالعه تطبیقی بررسی انواع ساختار شبکه زنان با شوهرانشان در شهر بابل، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ۳(۸)، ۱۶۴-۱۴۵.
- نیکبخت نصرآبادی، علیرضا، غیاثوندیان، شهرزاد و مدنی، حسین (۱۳۹۹). نقش رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی در روشنگری، کاهش یا افزایش نگرانی و ترس بیماران از بیماری‌شان، نشریه مراقبت سرطان، ۱(۳)، ۴۷-۴۶.
- هلد، دیوید (۱۳۹۹) شکل‌گیری دولت مدرن، در درآمدی بر فهم جامعه مدرن، ترجمه: عباس مخبر، تهران: آگاه.

- Breathesuite (2020). Available at: <https://www.breathesuite.com/>
- Council of Europe highlights 2019 (2020). Available at: <https://edoc.coe.int/en/annual-activity-report>.
- Danquah LO, Hasham N, MacFarlane M, Conteh FE, Momoh F, Tedesco AA, et al. (2019). Use of a mobile application for Ebola contact tracing and monitoring in northern Sierra Leone: a proof-of-concept study. BMC Infect Dis; 19(1).
- Department of Global Communications (2020). UN tackles 'infodemic' of misinformation and cybercrime in COVID-19 crisis. Available at: <https://www.un.org..>
- Fedders J. (2020). How to Think More Effectively during a Crisis. Available at: <https://ict4peace.org>.
- Haiden, L. & Althuis, J. (2018). The Definitional Challenges of Fake News.
- Herbert Smith Freehills LLP. (2020). COVID-19: Fighting fake news in the UK. Lexology. Available at: <https://www.lexology.com>.
- Jowett G, O'Donnell V. (2005). What Is Propaganda, and How Does It Differ From Persuasion? In: Propaganda and Persuasion. New York: Sage Publications.
- Obrenovic M, Turcilo L. (2020). Misinformation, Disinformation, Malinformation: Causes, Trends, and Their Influence on Democracy. Publication of Heinrich Böll Foundation. Available at: <https://www.boell.de>.
- Rinkineva Kristiina (2004). The Role of Information Technology in Crisis Management. Available at: <https://ict4peace.org>
- South Africa brings law into place to stop the spread of fake. COVID-19 news (2020). Available at: <https://csirt.uct.ac.za>.

- Spinelli, M.; Lionetti, F.; Pastore, M. & Fasolo, M. (2020). Parents' Stress and Children's Psychological Problems in Families Facing the COVID-19 Outbreak in Italy. *Frontiers in Psychology*, 11, 1713.
- Liu, Cong. Liu, Yi (2020). Media Exposure and Anxiety during COVID-19: The Mediation Effect of Media Vicarious Traumatization, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 4720, 1-16.
- Mourad, A., Srouf, A., Harmanani, H., Jenainatiy, C., & Arafeh, M. (2020). Critical Impact of Social Networks Infodemic on Defeating Coronavirus COVID-19 Pandemic: Twitter-Based Study and Research Directions. Retrieved from: <https://arxiv.org>.
- UNESCO (2020). "The brief as part of the UNESCO series "World Trends in Freedom of Expression and Media Development".
- Wu T., Jia X., Shi H., Niu J., Yin X., Xie J., et al. (2021). Prevalence of mental health problems during the COVID-19 pandemic: a systematic review and meta-analysis. *J. Affect. Disord.* 281, 91-98.
- Zandifar, A., & Badrfam, R. (2020). Iranian mental health during the COVID-19 epidemic. *Asian journal of psychiatry*, 51, 101990.
- Zhang F, Shang Z, Ma H, Jia Y, Sun L, Guo X, et al. (2020). High risk of infection caused posttraumatic stress symptoms in individuals with poor sleep quality: A study on influence of coronavirus disease (COVID-19) in China. *medRxiv*.
- Zhong BL, Luo W, Li HM, Zhang QQ, Liu XG, Li WT, et al. (2020). Knowledge, attitudes, and practices towards COVID-19 among Chinese residents during the rapid rise period of the COVID-19 outbreak: a quick online crosssectional survey. *Int J Biol Sci* 2020; 16(10):1745-1752.