

Qualitative analysis of media literacy in the psychic impressibility of Covid-19 in social networks

Esmaeil Jamshidi Hasanabadi^{*}, Liela Nirromand^{}**

Habibolah Saboori Khosroshahi^{*}**

Abstract

The psychological effectiveness of covid-19 in social networks with an approach to media literacy is a qualitative analytical grand theory that explores the inner layers of users during the covid-19 pandemic quarantine. The aim of identifying the impact of media literacy [media consumption regime, content understanding, hidden goals, conscious selection, critical view and message analysis] on psychological effectiveness [anxiety, obsession, self-illness and fatigue of Covid-19] was to determine whether social networks cause psychological effectiveness. In this regard, in the in-depth interview and data entry into the AtlasTI software, open coding was first performed, then they were placed in the form of central categories, and because some open codes did not fit in the form of positive psychological effectiveness, re-coding was done and positive effectiveness was placed in the form of new central categories. In this way, according to the media consumption regime of users to use social networks during the quarantine of the deadly disease Covid-19 as a means of interpersonal communication instead of face-to-face interactions, therefore, the categories of hidden goals of the message, conscious selection of the message, critical look at the message and analysis The message did not have the necessary meaning, and at the same time, the positive

^{*} PhD Student of Communication Science, Islamic Azad University, East Tehran Branch, Tehran, Iran
(Corresponding Author), pr.jamshidi54@gmail.com

^{**} Associate Professor of Communication Sciences, Islamic Azad University, Tehran, Tehran, Iran,
ln_nirromand@yahoo.com

^{***} Assistant Professor of Sociology, Islamic Azad University of Tehran, Tehran, Iran,
Habibsabouri@hotmail.com

Date received: 02/07/2023, Date of acceptance: 23/10/2023



Abstract 2

impact, including the reduction of anxiety, empathy, sense of belonging, mental discharge, intellectual sharing, and consolation, was preferred over the aspect of negative psychological impact.

Keywords: Media literacy, Covid-19, psychological effectiveness, social networks.

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری روانی کووید ۱۹ در شبکه‌های اجتماعی

اسماعیل جمشیدی حسن آبادی*

لیلا نیرومند**، حبیب‌اله صبوری خسروشاهی***

چکیده

مطالعه حاضر تحلیلی کیفی به روش گراندتئوری است که بر اثرپذیری روانی کووید ۱۹ در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد سواد رسانه‌ای پرداخته است. هدف این مطالعه شناسایی تاثیر سواد رسانه‌ای [رژیم مصرف رسانه‌ای، درک محتوا، اهداف پنهان، گزینش آگاهانه، نگاه انتقادی و تجزیه و تحلیل پیام] در اثرپذیری روانی [اضطراب، وسواس، خودبیمار پنداری و خستگی] کووید ۱۹ بوده است، که آیا شبکه‌های اجتماعی باعث اثرپذیری روانی می‌شوند؟ در این راستا با بهره‌گیری از روش گراندتئوری، باید گفت که چارچوب نمونه با دو معیار محک می‌خورد ۱- ورود (اشباع داده‌ها) ۲- خروجی (اشباع نظری) در این تحقیق نیز تعداد مصاحبه‌ها تا اشباع داده‌ها و نظریه‌ها تداوم یافته است. با در نظر گرفتن اشباع نظری با ۱۵ نفر مصاحبه عمیق صورت گرفت؛ در مصاحبه عمیق و ورود اطلاعات به نرم افزار اطلس تی‌آی، ابتدا کدگذاری باز انجام، سپس در قالب مقولات محوری قرار گرفتند، که چون برخی کدهای باز در قالب اثرپذیری روانی مثبت جای نمی‌گرفتند کدگذاری مجدد باز انجام و اثرپذیری مثبت در قالب مقولات محوری جدید قرار گرفت. به این ترتیب با توجه به رژیم مصرف رسانه‌ای کاربران برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در زمان قرنطینه پاندمی کووید ۱۹ به‌عنوان ابزار ارتباط

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،

pr.jamshidi54@gmail.com

** دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران،

ln_niroomand@yahoo.com

*** استادیار، گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق، تهران، ایران،

habibsabouri@hotmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۱، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۱



میان فردی جایگزین تعاملات رودرور بوده است، لذا مقولات اهداف پنهان پیام، گزینش آگاهانه پیام، نگاه انتقادی به پیام و تجزیه و تحلیل پیام و جاهت لازم را نداشته است؛ و در عین حال اثرپذیری مثبت شامل کاهش اضطراب، همدلی، احساس تعلق، تخلیه روانی، اشتراک فکری و تسلی خاطر بر جنبه اثرپذیری روانی منفی ارجحیت داشته است.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، کووید ۱۹، اثرپذیری روانی، شبکه‌های اجتماعی.

۱. مقدمه

طی چندین دهه در رشته‌های دانشگاهی، تعریفی پدیدار شده است که سواد رسانه‌ای را به عنوان مجموعه‌ای از قابلیت‌های اعمال شده در پیام‌ها و تجربیات رسانه‌ای مشخص می‌کند. نسخه ای که اغلب در ایالات متحده مورد استناد قرار می‌گیرد «توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید ارتباطات به اشکال مختلف» است. برای ناوبری و ارتباط موفق در دنیای پیچیده رسانه ای امروز بسیار مهم است. تعریف فعلی تر، که توسط کارشناس سواد رسانه ای (رنه هابز، ۲۰۱۰) بیان شده است، شامل قابلیت‌هایی مانند درک، همکاری، تأمل و کنش اجتماعی است.

همچنین در چند سال گذشته جهان با بیماری مهلک و ناشناخته کووید ۱۹^۱ روبه‌رو شد که مهمترین روش پیش‌گیری از آن در زمان پیک، قرنطینه، انزوا و قفل شدن تنها راه حل موجود برای از بین بردن زنجیره انتقال ویروس کووید ۱۹ بوده است (سلما (Salma)، ۲۰۲۰). قرنطینه برخلاف تمامی بحران‌های دیگر که شهروندان حضور فعال در جامعه دارند، الزام به حبس خانگی دارد که امکان تعامل شهروندان و اقدام مشترک را به صفر می‌رساند که در عصر ارتباطات، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان تنها ابزار ارتباطی برای تعامل، اشتراک فکری و تبادل احساسات به کار گرفته شد. اما این نظر نیز وجود دارد که مقدار زیاد اشتراک اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی جامعه را گیج کرده است، به طوری که توسط برخی از متخصصان به‌عنوان اینفودمیک (infodemic) شناخته می‌شود (ایرکو (Erku) و همکاران، ۲۰۲۰). سازمان بهداشت جهانی در تعریف اینفودمیک می‌گوید: اطلاعات بیش از حد است، برخی دقیق و برخی غیرمعتبر است، این امر باعث می‌شود که مردم در صورت لزوم منابع معتبر و راهنمای قابل اعتماد پیدا نکنند (WHO^۲، 2020) اما نسخه یکسانی برای تمامی جوامع وجود ندارد و هر جامعه‌ای با توجه به فرهنگ، اتمسفر رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای [و اطلاعاتی] شهروندان شرایط متفاوتی دارد که این تحقیق کیفی با رویکرد به سواد رسانه‌ای در اثرپذیری روانی کاربران

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۵

درصد بررسی آن در جامعه ایران در زمان پیک کووید ۱۹ برآمده است. اهمیت موضوع از آن جهت است که نوع نگاه در جامعه ایران که فاقد رسانه‌های مرجع است به شبکه‌های اجتماعی از نوع تهدید به جای فرصت است. به عبارت دیگر استفاده از ادبیات تهدید و انتقادی که در ایران مرسوم است باعث عدم استفاده از ابزار شبکه‌های اجتماعی در پیش‌گیری از بیماری کووید ۱۹ و در آینده در خصوص مسائل دیگر مانند سوانح رانندگی خواهد بود و این تحقیق می‌تواند ضرورت استفاده مثبت از شبکه‌های اجتماعی در مدیریت بحران‌ها را ایجاد نماید. به این ترتیب هدف از این تحقیق کیفی بررسی تأثیرات روانی کووید ۱۹ در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد به سواد رسانه‌ای کاربران است که به این معنی که شبکه‌های اجتماعی چه نوع تأثیرات روانی بر کاربران خود دارند و آیا سواد رسانه‌ای در آن موثر است. در این پژوهش در صدد هستیم ابتدا به طرح مفصل مسئله پردازیم سپس فرضیات و سوالاتی که در خصوص اثرپذیری روانی کووید ۱۹ از شبکه‌های اجتماعی را توضیح دهیم. برای این منظور در ادامه ابتدا به پیشینه‌های انجام شده مرتبط با موضوع پرداخته و با روش کیفی دسترسی به اطلاعات که با بهره‌گیری از گراند‌تئوری تشریح خواهد شد که با استفاده از نگاره‌هایی به دست آمده شرایط تأثیرپذیری در دوران پیک پاندومی کووید ۱۹ به تفصیل خواهند آمد.

۲. سوالات تحقیق

۱.۲ سوال اصلی

آیا رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و اثرپذیری روانی کووید ۱۹ از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟

۲.۲ سوالات فرعی

آیا رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و اضطراب کووید ۱۹ از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟

آیا رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و وسواس کووید ۱۹ از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟

آیا رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و بیمارپنداری کووید ۱۹ از شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؟

آیا رابطه معناداری بین سواد رسانه ای و خستگی کووید ۱۹ از شبکه های اجتماعی وجود دارد؟

۳. چهارچوب مفهومی پژوهش

اثرپذیری پیام های شبکه های اجتماعی یکی از جدیدترین موضوعات مطالعات ارتباطی در جهان است چراکه اثرپذیری پیام ها قبلاً و طی صد سال گذشته اختصاص به رسانه ها داشت و تمامی تحقیقات انجام شده نیز در راستای رسانه های پخش (Broadcast) بوده است که نوعی ارتباط عمودی از منبع پیام برای مخاطب است که گاهی نیز مخاطب منفعل در نظر گرفته می شده است.

اما با ورود شبکه های اجتماعی موضوع به کلی متفاوت می شود به عبارت دیگر چند خصیصه باعث تغییر رویکرد اثرپذیری در مطالعات ارتباطی شده است. اول اینکه کاربر ویژگی های متفاوت از مخاطب دارد و لذا نمی توان نتایج مربوط به اثرپذیری مخاطبان را صددرصد به کاربران نیز تعمیم داد. دوم اینکه کاربران خود پیام ها را از بین بی نهایت اطلاعات موجود در فضای سایبر انتخاب می کنند و در انتخاب به مانند رسانه های سنتی منفعل نیستند و لذا چون خود انتخاب پیام را انجام می دهند اثرپذیری برایشان متفاوت گشته است. سوم بخش اعظم پیام ها دارای منبع سازمانی نیستند و تولید کاربران دیگر از جمله آشنایان و دوستان هستند و یا توسط آنها بازنشر شده است که این امر نیز تاثیرگذار در اثرپذیری خواهد بود. چهارم آنکه حجم اطلاعات و سرعت دریافت دیدن پیام ها خیلی سریع تر از رسانه ها است که این امر امکان تأمل بر پیام را به حداقل می رساند و تمامی پیام ها باور شده محسوب می گردند. پنجم گرایش به پیام های سرگرم کننده و تفریحی با این قالب در مطالب جدی است که چون پیام های سرگرم کننده نیاز به راستی آزمایی ندارند و فاقد اهمیت هستند و به قولی در همان لحظه فقط باید تاثیرگذار باشند لذا باورپذیر می گردند که این رویه در بلند مدت کاربرانی را با ویژگی اثرپذیری شدید شکل می دهد که هر موضوعی را به راحتی باور نماید.

از طرف دیگر سیستم عامل های رسانه های اجتماعی تعامل مردم را در به اشتراک گذاری و درک اطلاعات در سراسر جهان از طریق اینترنت تسهیل می کنند (اپل و همکاران، ۲۰۱۹). سیستم عامل های محبوب رسانه های اجتماعی در کشورهای مختلف متفاوت است به طور نمونه در کشور هندوستان فیس بوک، اینستاگرام، واتساپ، توئیتر محبوب هستند (Influencer Marketing Hub, 2020). مردم هند در شرایط قرنطینه و انزوای کنونی، بیشتر درگیر شبکه های

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۷

اجتماعی شدند زیرا در این شرایط وقت آزاد فراوانی وجود دارد. افراد تأثیرگذار - مشاهیر فیلم (آمیتاب باچان)، ورزشکار (ساجین تندولکار)، سیاستمدار (نخست وزیر نارندرا مودی) - که میلیون‌ها فالور دارند، مردم را به حفظ فاصله اجتماعی، بهداشت و ماندن در خانه ترغیب می‌کنند. دولت هند برنامه آرگون ست را برای ارائه اطلاعات قابل اعتماد و اقدامات ایمنی در مورد COVID-19 ایجاد کرده است (Garg و همکاران، ۲۰۲۰).

در طول بیماری همه‌گیر COVID-19، بیشترین جستجو برای جمع‌آوری اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی است. سایت‌های رسانه‌های اجتماعی تکنیک‌های مختلفی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات با سرعت فوق‌العاده را دارند، که می‌توانند افراد زیادی را بدون تلف کردن وقت به دست بیاورند (مورگان (Morgan)، ۲۰۲۰).

رسانه‌های اجتماعی توسط محققان و دانشمندان بهداشت برای تعامل فعالانه با مردم در انتشار دانش مربوطه و افزایش آگاهی نیز استفاده شد. از آنجا که تعداد زیادی از شهروندان در دوره‌های زمانی مکرر از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بسیاری از افراد، عمداً و یا ناخواسته، ممکن است اطلاعاتی را با سرعتی بی‌سابقه منتشر کنند که ممکن است فریبنده و یا در عین حال مضر باشد (راتیناسوامی (Rathinaswamy) و همکاران، ۲۰۲۰). هر اطلاعاتی که کسب کنیم بر باورها و رفتارهای ما تأثیر می‌گذارد. بنابراین، هرگونه اطلاعات نادرست از طریق شبکه‌های اجتماعی ممکن است عواقب جدی داشته و بر دیدگاه کسانی که آن را مصرف می‌کنند تأثیر گذارد (لوفتوس (Loftus)، ۲۰۰۵). میلیون‌ها نفر چنین اطلاعات غلطی را منتشر می‌کنند، که مبارزه با بیماری همه‌گیر را برای دولت و کارشناسان دشوار می‌سازد (اکونومیک تایم (The Economic Times)، ۲۰۲۰).

دست‌اندرکاران رسانه‌های اجتماعی در درجه اول باید در راستای رفاه جهانی در چنین شرایط حساس، تلاش کنند و چشم‌اندازهای تجاری و جذب مخاطب [مشتری] خود را کنار بگذارند (راتیناسوامی و دیگران، ۲۰۲۰). دست‌اندرکاران باید اطمینان حاصل کنند که فقط اطلاعات معتبر به اشتراک گذاشته می‌شود و برای ایجاد آگاهی لازم جهت جلوگیری از شیوع بیماری همه‌گیر (وراگا و بود (Vraga & Bode)، ۲۰۱۷) مفید است. شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی به خوبی مجهز به افشای مراکز تولید اخبار یا پیام‌های جعلی انبوه هستند، اما در عمل نرم و مسامحه‌کاری می‌کنند (داونگ و همکاران (Dong et al)، ۲۰۱۸). در صورت عدم وجود برنامه موثر دولت برای پیگیری سریع شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی برای بررسی واقعیت،

مشکل اخبار مشوش همچنان پابرجاست. بسیاری از مردم ناخواسته اطلاعات نادرست را به اشتراک می‌گذارند، زیرا مردم به راحتی نمی‌توانند صحت محتوا را تشخیص دهند. بررسی اقدامات انجام شده برای مهار گسترش موج اطلاعات غلط و مشوش مهم است. این موج می‌تواند اثرات مخربی بر سلامت روانشناختی افراد ایجاد کند (وحشت، اضطراب، افسردگی یا فشار خون بالا) و همزمان اغراق در بحران همه گیر کنونی. همه موافقند که هر رسانه‌ای اگر به درستی استفاده شود مفید است و در صورت سوءاستفاده می‌تواند به همان اندازه مضر باشد (مورگان، ۲۰۲۰).

۴. پیشینه تحقیق

با توجه به بیماری کووید که در سال ۲۰۱۹ در جهان شیوع پیدا کرد باید گفت که در خصوص اثرپذیری روانی، تحقیق مستقیمی که دارای شاخص‌های مرتبط با کووید ۱۹ باشد انجام نشده است و تک موردی‌هایی مانند اضطراب که شاخصی از اثرپذیری روانی است انجام شده است که چون پیشینه تحقیقات داخلی مشخصی وجود ندارد، در این قسمت از منابع خارجی استفاده می‌شود.

(متیو شیلز (Matthew Schilz) و همکاران، ۲۰۲۱) در اثر «ارتباط بین شبکه‌های اجتماعی و ترس از کووید ۱۹ در میان سالمندان» می‌گویند: ترس از کووید ۱۹ با افزایش انتقال بیماری و چالش‌های سلامت روانی اجتماعی متعددی همراه است. این مطالعه از یک نمونه راحت شامل ۲۳۹ بزرگسال بالای ۶۰ سال در ایالات متحده که یک نظرسنجی ۲۰ دقیقه‌ای را تکمیل کردند، استخراج شد. نتایج رگرسیون نشان می‌دهد که شبکه اجتماعی بالاتر به طور قابل توجهی با کاهش ترس از کووید ۱۹ مرتبط است.

(اُبی آنی (Obi-Ani) و همکارانش، ۲۰۲۰) در مطالعه «رسانه‌های اجتماعی و بیماری همه‌گیر کووید ۱۹: مشاهدات از نیجریه» می‌گویند: رسانه‌های اجتماعی وسیله‌ای بی‌بدیل برای انتشار اطلاعات به شهروندان است. رسانه‌های اجتماعی به شهروندان اجازه می‌دهد بدون هیچ مانعی از اطلاعات را کسب نمایند. این مطالعه کیفی رسانه‌های اجتماعی مانند فیس بوک، توئیتر، واتس‌آپ، وبلاگ‌ها، روزنامه‌های آنلاین و یوتیوب را که در آن رقابت‌ها در مورد بیماری همه‌گیر بیشتر است، مورد بررسی قرار داده است. در این مطالعه نتیجه‌گیری شده که با مراجعه به انتشار اطلاعات نمی‌توان اهمیت رسانه‌های اجتماعی را بیش از حد تأکید کرد. همچنین ادعا می‌شود که این سیستم عامل‌ها مورد سوءاستفاده قرار گرفته است زیرا مردم تحت نام خود

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۹

مخفی می‌شوند تا پیام‌های جعلی را منتشر کنند و باعث ایجاد وحشت در میان افراد عمومی شوند.

(اوچگا ا. آتاگوبا (Ataguba) و همکاران، ۲۰۲۰) در مقاله «عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامت: نقش ارتباطات اثربخش در بیماری همه‌گیر کووید ۱۹ در کشورهای در حال توسعه» می‌گویند: بسیاری از اقدامات و سیاست‌های اتخاذ شده در کشورها با عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامت (social determinants of health) مرتبط هستند. عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامت، از عوامل مهم تعیین‌کننده نابرابری‌های بهداشتی است. سیاست‌هایی مانند فاصله اجتماعی، بهداشت مناسب، جلوگیری از اجتماعات بزرگ، لغو رویدادهای اجتماعی و ورزشی، استفاده از تجهیزات حفاظت شخصی، تعطیلی مدارس و رستوران‌ها، قفل کشور و... لزوماً در بخش بهداشت نیستند اما برای جلوگیری و کاهش کووید ۱۹ موثر است به‌طور قابل توجهی عوامل اجتماعی تعیین‌کننده سلامت در کاهش عوارض فشار بسیاری از سیستم‌های ضعیف بهداشتی در کشورهای در حال توسعه که نمی‌توانند با افزایش بستری شدن در بیمارستان و مراقبت‌های بهداشتی فشرده کنار بیایند، در کاهش بیماری و مرگ و میر تاثیر دارد. استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات اثربخش بحران و خطر منجر به ایجاد اعتماد، اعتبار، صداقت، شفافیت و پاسخگویی می‌شود.

(تراول (Tayal) و همکاران، ۲۰۲۱) در مطالعه «قابلیت اطمینان و درک اعتماد کاربران در پست‌های رسانه‌های اجتماعی مربوط به بیماری همه‌گیر کووید ۱۹» می‌نویسند: ادعای در دسترس نبودن اطلاعات قابل اعتماد مدیریت کووید ۱۹ با استفاده از اینترنت، رسانه‌های اجتماعی تحسین برانگیزترین که ابزار آزادی بیان، دموکراسی، حقیقت و منبع سرگرمی و اطلاعات تبدیل شده‌اند خیلی دیر است. در یک وضعیت همه‌گیر مانند شیوع کووید ۱۹، رسانه‌های اجتماعی به بیشترین مکان جستجو برای جمع‌آوری اطلاعات تبدیل می‌شوند. با این حال، هزاران نفر در حال انتشار اطلاعات، شور و هیجان‌گرایی، شایعات و اطلاعات غلط هستند، که باعث می‌شود دولت‌ها و کارشناسان نتوانند با بیماری همه‌گیر و همچنین اطلاعات مشوش مبارزه کنند. در این مطالعه، محققان تلاش کرده‌اند با استفاده از روش کیفی مطالعه پدیدارشناسی، رسانه‌های اجتماعی را با توجه به همه‌گیری کووید ۱۹ به مردم اطلاع دهند یا اطلاعات نادرست را اطلاع و تصحیح کنند.

۵. تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر افسردگی، اضطراب و پریشانی روانی

اصطلاح «رسانه‌های اجتماعی» به شبکه‌های مختلف مبتنی بر اینترنت اشاره دارد که کاربران را قادر می‌سازد تا با دیگران به صورت مکتوب، شفاهی و بصری تعامل داشته باشند (کار و هایس (Carr & Hayes)، ۲۰۱۵). رسانه‌های اجتماعی را می‌توان به‌عنوان یک "شمشیر دولبه" در نظر گرفت. مطالعات نشان می‌دهد که افراد قادر به بیان افکار و احساسات خود و دریافت حمایت اجتماعی هستند (دترز و مهل (Deters & Mehl)، ۲۰۱۳). تحقیقات همچنین ارتباط بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشکلات روانی را نشان داده است. یک بررسی سیستماتیک از ۱۱ مطالعه که استفاده از رسانه‌های اجتماعی و علائم افسردگی را در کودکان و نوجوانان اندازه‌گیری می‌کرد، یک رابطه کوچک اما از نظر آماری معنی‌دار را نشان داد (مک‌کری، جتینگ و پورسل (Purssel & Gettings, McCrae)، ۲۰۱۷). یک متا‌آنالیز ۲۳ مطالعه نشان داد که همبستگی استفاده مشکل‌زا از فیس‌بوک و پریشانی روانی در جوانان وجود دارد (ماریو (Marino) و همکاران، ۲۰۱۸) سایر بررسی‌های سیستماتیک نیز رابطه معناداری بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و افسردگی پیدا کرده‌اند (هور (Hoare) و همکاران، ۲۰۱۶).

ارتباط بین رسانه‌های اجتماعی و مشکلات سلامت روان، رابطه‌ای مستقیم نیست. چندوظیفه‌ای در رسانه‌های اجتماعی رایج است و کاربران در چندین پلتفرم حساب دارند. (پریماک و اسکوبار ویرا (Primack and Escobar-Viera)، ۲۰۱۷) دریافتند که تعداد حساب‌های رسانه‌های اجتماعی به دلیل تقاضای زیاد، با سطح اضطراب مرتبط است.

یکی دیگر از عوامل اصلی مؤثر بر رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و سلامت روان، حمایت اجتماعی است. بر اساس گزارش منتشر شده توسط آکادمی اطفال آمریکا، رسانه‌های اجتماعی به کاربران امکان می‌دهند تا پیوندهای خود را با دوستان فعلی خود تقویت کنند و دوستی‌های جدیدی را به صورت آنلاین ایجاد کنند که انزوای اجتماعی و تنهایی را کاهش می‌دهد و به‌طور غیرمستقیم سلامت روان را بهبود می‌بخشد (اوکیف و کلارک-پیرسون (O'Keeffe & Clarke-Pearson، ۲۰۱۱). مطالعات حاکی از آن است که افرادی که حمایت اجتماعی پایینی دارند، بیشتر از افرادی که حمایت اجتماعی بالایی از طرف خانواده، دوستان و همسایگان دارند، بیشتر از مشکلات سلامت روانی (مانند افسردگی، اضطراب و ناراحتی روانی) رنج می‌برند (سیبروک، کرن و ریکارد (Seabrook, Kern, and Rickard)، ۲۰۱۶) با مرور ۷۰ مطالعه، یک همبستگی معکوس بین تعامل آنلاین حمایتی در رسانه‌های اجتماعی و افسردگی و اضطراب پیدا کردند. با این حال، همانطور که برخی از محققان (مانند تئو، چوی و

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۱۱

والنشتاین (Teo, Choi, & Valenstein)، ۲۰۱۳) اشاره کرده اند، کیفیت حمایت اجتماعی ممکن است مهمتر از کمیت باشد.

پس از بررسی مقدماتی تأثیر رسانه‌ها بر سلامت روان در این قسمت تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر سلامت روانی ناشی از کووید ۱۹ آورده می‌شود. بیماری همه‌گیر COVID-19 به دلیل فاصله اجتماعی و احساس امنیت بر زندگی روزمره تأثیر گذاشته است (والاس (Wallace) و دیگران، ۲۰۲۰). این رفتار انسان‌هایی را که ذاتاً معاشرت دوستان را دوست داشتند، محدود کرد. در عوض رسانه‌های اجتماعی به مخاطبان زیادی دسترسی دارند (تاندوک (Tandoc) و همکاران، ۲۰۱۷). در وضعیت همه‌گیر کووید ۱۹، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان پرکاربردترین رسانه برای جمع‌آوری اطلاعات تبدیل شدند. رسانه‌های اجتماعی آزادی بیان را ارائه می‌دهند و با سرعتی باورنکردنی به میلیاردها نفر می‌رسند. طبق گفته راتیناسوامی، متخصصان / دانشمندان بهداشت باید با ارائه اطلاعات و آگاهی دقیق با مردم تماس بگیرند. (راتیناسوامی (Rathinaswamy) و همکاران، ۲۰۲۰).

طبق نظر او (Oh)، داده‌های به دست آمده طی سندرم ویروس کووید ۱۹ و بررسی تنفسی خاورمیانه (MERS-CoV) در سال ۲۰۱۵ در کره جنوبی، دو احساس ترس و ناامیدی تجزیه و تحلیل شد و ارتباط بین رسانه‌های اجتماعی، ارزیابی ریسک و اقدامات پیشگیرانه برقرار شد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی با احساسات و درک خطر برای مردم ارتباط مثبت دارد. همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی فعالیت محافظتی را از طریق احساسات مربوط به خود و تفسیر خطر برای عموم بهبود می‌بخشد. همچنین نشان می‌دهد که کنار گذاشتن احساسات عاطفی جمعی به‌عنوان واکنش‌های بیش از حد غیرمنطقی در طی یک بیماری همه‌گیر، ممکن است مدیریت بحران موفق‌تری برای مقابله با این بیماری همه‌گیر نباشد. نتایج به تصمیم‌گیرندگان و ارتباط دهندگان این امکان را می‌دهد تا ماهیت پیچیده شیوع بیماری‌های عفونی را بفهمند و تکنیک‌های پیشنهادی بهبود یافته‌ای را برای در نظر گرفتن واکنش‌های افراد و مقابله با موفقیت در سناریوی همه‌گیری ایجاد کنند (او و همکاران، ۲۰۲۰).

هان (Han) می‌گوید: اطلاعات به‌موقع توسط مقامات دولتی می‌تواند به از بین بردن هراس در عموم و در تقویت بازایی پس از فاجعه کمک کند. مفهوم جدیدی به نام CovidSens برای هشدار دادن به مردم در مورد کووید ۱۹ از طریق اطلاعات دقیق و به‌موقع ارائه شد. علت آن

این بود که سیستم‌های اطلاعاتی رسمی و موجود کند بوده و مردم تمایل به اخبار رسانه‌های اجتماعی داشتند (رشید و وانگ (Rashid & Wang)، ۲۰۲۰).

در سیستم نظارت بر سلامت، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند اطلاعات را در زمان واقعی و با هزینه بسیار کم ارائه دهند که به ردیابی، نظارت و شناسایی علت اصلی شیوع بیماری و واکنش مردم نسبت به آن کمک می‌کند. علی‌رغم مزایای بسیار، کاستی‌هایی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اطلاعات مربوط به سلامتی وجود دارد. از قابلیت اطمینان، دقت، محرمانه بودن و حریم خصوصی اطلاعات باید مراقبت شود (مورهد (Moorhead) و همکاران، ۲۰۱۳).

۶. روش

برای بررسی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری روانی کووید ۱۹ در شبکه‌های اجتماعی به علت جدید بودن و خلأ مبانی نظری از هستی‌شناسی در شاخه پوزیتویستی رویکرد تفسیری مورد استفاده قرار گرفته است که برای این تحلیل کیفی از روش گراندتئوری بهره گرفته شده است. نظریه گراندتئوری عبارت است از فرایند ساخت یک نظریه مستند و مدون، از طریق گردآوری سازمان یافته داده‌ها و تحلیل استقرایی مجموعه داده‌های گردآوری شده، به منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های نوین، در زمینه‌هایی که فاقد مبانی نظری کافی برای تدوین هر گونه فرضیه و آزمون آن هستند (منصوریان، ۱۳۸۵: ۵). همانطور که گفته شد منظور از نظریه گراندتئوری (Grounded Theory) آن نظریه‌ای است که مستقیماً از داده‌هایی استخراج شده است؛ که در جریان آن، پژوهش به صورت منظم گرد آمده و تحلیل شده است. در این روش، گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه‌نمایی با یکدیگر در ارتباط تنگاتنگ‌اند. در این روش پژوهشگر کار را با نظریه‌ای که از قبل در ذهن دارد شروع نمی‌کند (مگر آنکه منظور او بسط یک نظریه موجود باشد)؛ بلکه کار را در عرصه واقعیت آغاز می‌کند و می‌گذارد تا نظریه از درون داده‌هایی که گرد می‌آورد؛ پدیدار شود. نظریه‌ای که بدین طریق از داده‌ها استخراج شده باشد، بیشتر ممکن است به واقعیت نزدیک باشد تا نظریه‌ای که با کنار هم نهادن تعدادی مفهوم بر مبنای تجربه یا صرفاً حدس و گمان. نظریه زمینه‌ای به سبب آنکه از داده‌ها بیرون کشیده می‌شوند، بیشتر می‌توانند بصیرت افزا باشند و فهم را تقویت کنند و راهنمای عمل باشند (اشتراوس، ۱۳۹۱: ۳۴).

در این تحقیق ابزار تجزیه و تحلیل استفاده از مراحل تحقیق کیفی با استفاده از نرم افزار اطلس تی آی می‌باشد این نرم افزار توانایی‌های گسترده‌تری به نسبت نرم افزارهای مشابه

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۱۳

همچون مکس کیودو دارد و می‌توان گزارشات بهتر و تحلیل بهتری از مطالب استخراج کرد که در این تحقیق ابتدا تمامی محتوای به این نرم افزار داده می‌شود و سپس بر اساس کدهای باز، کدهای محوری و شاخص‌های نهایی تحلیل انجام می‌شود.

۷. مراحل کدگذاری

کدگذاری عملیاتی است که طی آن داده‌ها ابتدا تجزیه و سپس مفهوم پردازی و در نهایت به روش‌های جدید دوباره به یکدیگر متصل می‌شوند. کدگذاری فرایند اصلی ساختن و پرداختن نظریه از داده‌هاست. در گراند تئوری کدگذاری به معنای رمزگشایی و تفسیر داده‌ها و شامل نامگذاری مفاهیم و مقولات و بسط آنها با جزئیات بیشتر و ساخت قضایا است. کدگذاری در گراند تئوری برخلاف تحلیل محتوا - که مبتنی بر رویکرد قیاسی است - به شیوه‌ای استقرایی صورت می‌گیرد. در تحلیل قیاسی فرضیات مقدم بر کدگذاری هستند و هدف، آزمون این فرضیات و تأیید یا رد آنها است. در حالیکه کدگذاری در تئوری زمینه‌ای، جنبه «اکتشافی» دارد.

۸. انواع کدگذاری

۱.۸ کدگذاری باز

۲.۸ کدگذاری محوری

۳.۸ کدگذاری گزینشی

کدگذاری‌های فوق، انواع کدگذاری تحلیلی هستند و ضرورتاً پژوهشگر ابتدا به کدگذاری باز، سپس محوری و در نهایت به کدگذاری گزینشی می‌پردازد. به بیان دیگر، تمایز میان انواع کدگذاری در گراند تئوری، تصنعی و غیرواقعی است اگرچه مفهوم‌ها را از دل داده‌ها بیرون کشیدن مشخصه اصلی این روش است، اما خالقیت پژوهشگر نیز از مصالح اصلی آن است. پاتن که از روش کیفی برای پژوهش‌هایی استفاده می‌کند که هدف از آنها ارزشیابی است، می‌گوید "ارزشیابی کیفی بر تفکر انتقادی و خالق استوار است - یعنی هم علم و هم هنر تحلیل". تحلیل عبارت است از تقابل میان ذهن پژوهشگر و داده‌ها. تحلیل هم علم است و هم هنر؛ علم است به این معنا که پژوهشگر با گذاشتن پایه تحلیل در داده‌های به دست آمده، حدی از انضباط را حفظ می‌کند، هنر است از آن نظر که خود را در توانایی پژوهشگر در

مقوله‌پردازی‌ها و پرسیدن سوال‌های برانگیزنده، مقایسه و استخراج یک طرح نو، منسجم و واقع بینانه از انبوه داده‌های خام و سازمان نیافته نشان می‌دهد. برقراری تعادل میان علم و خالقیت آن چیزی است که ما در پژوهش به دنبال آن هستیم (استراوس، ۱۳۹۱: ۳۵).

ساخت نظریه گراندتئوری مستلزم آگاهی و استفاده از ادبیات و مفاهیم خاص این روش است. بر همین اساس، مهمترین مفاهیم مورد استفاده آن معرفی می‌شوند:

تحلیل (Analyze): تحلیل در نظریه گراندتئوری به بررسی و کدگذاری مورد، جهت تعیین ویژگی‌ها و کارکردهای آن و سپس به کارگیری دانش به دست آمده برای ارایه استنباط‌ها در کل مطالعه است. تحلیل داده‌های نظریه گراندتئوری از طریق رویه‌ی تحلیل مقایسه‌ای ثابت صورت می‌گیرد.

تحلیل مقایسه‌ای ثابت (Constant comparative analyses): مقایسه رویداد در برابر رویداد برای یافتن شباهت‌ها و تفاوت‌ها.

مقایسه‌های نظری (Theoretical comparative): ابزار تحلیلی مورد استفاده برای تحریک اندیشه در مورد محتواها و ابعاد مختلف مقوله‌ها.

کدگذاری (coding): استخراج مفاهیم از داده‌های خام بر حسب محتواها و ابعاد.

در این تحقیق جامعه آماری شهروندان کشور در نظر گرفته شد که برای حجم نمونه تا رسیدن به اشباع اطلاعاتی و نظری از پاسخگویان در دسترس که از صبر، حوصله و زمان کافی داشتند که استفاده گردید که پس از ۱۵ مصاحبه مفصل شامل ۴ مرد و ۱۱ زن کفایت نمونه‌گیری حاصل گردید. سپس مصاحبه‌ها وارد نرم افزار اطلس‌تی‌آی شده و ابتدا مطالب در قالب مقولات باز کدگذاری و سپس مقولات به کدهای محوری و مجدد کدهای محوری در قالب مقولات گزینشی دسته بندی گردید. قابل ذکر است که در این تحقیق بارها مطالب کدگذاری جدید در هنگام نگارش تحقیق در بخش اثرپذیری در نرم‌افزار اطلس تی آی انجام شد که این قابلیت فقط در نرم افزارهای مکس کیودی‌ای و اطلس‌تی‌آی وجود دارد. در نهایت طبق نظر (گوبا و لینکلن (Guba & Lincoln)، ۲۰۰۰) بررسی روایی و پایایی در تحقیقات کیفی شامل چهار معیار اعتبار، انتقال پذیری، اطمینان پذیری و تأیید پذیری می‌باشد که هر چهار مرحله در این مطالعه رعایت شده است.

الف. اعتبار: داده‌ها و یافته‌های پژوهش‌های کیفی بایستی قابل پذیرش و قابل اعتماد باشند و این در گرو جمع آوری داده‌های حقیقی است. درگیری مداوم، استفاده از تلفیق در تحقیق،

بازنگری ناظرین، جستجو برای شواهد مغایر و مقبولیت پژوهشگر کارهایی است که برای مقبولیت پژوهش کیفی انجام می‌گیرد.

ب. انتقال پذیری (Transferability): قابلیت انتقال و تعمیم نتایج به دست آمده به سایر گروه‌ها و محیط‌های مشابه را انتقال پذیری می‌نامند. البته در این مورد نیز گروهی قائل به معنادار بودن قابلیت تعمیم در پژوهش‌های کیفی نیستند، چرا که معتقدند هر فردی که انتخاب می‌شود ذره‌ای تجربه منحصر به فرد از دنیایی از تجربه است. در حقیقت سؤال اصلی این معیار این است که آیا یافته‌های پژوهش، قابل انتقال به سایر افراد نیز می‌باشد؟ (سیاهکالی و مرادی، ۱۳۹۷). بنابراین موردی که می‌تواند به تناسب داده‌ها کمک کند، ارائه جزئیات بیشتری از شرکت‌کنندگان و مصاحبه‌شوندگان و خصوصیات و ویژگی‌های آنان است. ارائه اطلاعات دموگرافیک از قبیل جنسیت، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی و تجربه فعالیت افراد به همراه حوزه فعالیت آن‌ها، مواردی است که در این پژوهش در مورد مصاحبه‌شوندگان ارائه شد.

ج. اطمینان پذیری: از نظر مفهومی، اطمینان پذیری بسیار شبیه پایایی است. اگر یافته‌های یک مطالعه نزدیک و در ارتباط با یکدیگر باشند، بدین معناست که خواننده قادر خواهد بود که کفایت تجزیه و تحلیل را از طریق پیگیری فرآیند تصمیم‌گیری پژوهشگر، ارزشیابی نماید. اطمینان پذیری زمانی حاصل می‌شود که محقق، دقت علمی یافته‌ها را اثبات کرده باشد. اطمینان پذیری بدون اعتبار حاصل نمی‌شود برای رسیدن به بعضی مقیاس‌های اطمینان پذیری، وجود یک رویه و ثبات در جمع‌آوری داده‌ها ضروری است (استومل و ویلیس، ۲۰۰۴).

در پژوهش حاضر، ابتدا تمامی مصاحبه‌ها توسط خود محقق و یک مصاحبه‌گر همکار، نت برداری شده‌است. همچنین صدای مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده در جلسه با کسب اجازه از مصاحبه‌شونده توسط رکورد ضبط شده‌است. سپس یک نسخه کتبی از مصاحبه‌های ضبط‌شده تهیه شد. ابزار گردآوری داده‌ها فرم سؤالات مصاحبه بود که در پیوست ارائه شده است.

د. تأیید پذیری: یکی دیگر از معیارهای موثق بودن داده‌ها، تأیید پذیری است. تأییدپذیری یک معیار فرآیندی تدریجی و مداوم است. ثبت مرحله به مرحله داده‌ها و توالی زمانی فرآیند جمع‌آوری داده‌ها در تأیید پذیری بسیار اهمیت دارد.

در پژوهش حاضر جهت تأیید پذیری تمامی یافته‌های پژوهش و چگونگی تفسیر و تحلیل آن‌ها مستند شده و در هر مرحله ثبت و گزارش شده‌است. چارچوب نمونه در گرانددتئوری به جای این که معرف آماری باشد، هدفمند و نظری است. هدفمند بدین معنا که بتواند حسب

موضوع و مسئله و موقعیت تحقیق، گروه های هدف اطلاع رسان را تعریف بکنند، از آنها که درگیر و حامل انواع تجربه های زیسته و اندیشیده در موقعیت بوده اند و هستند. نظری بودن نمونه نیز به این معنی که کفایت لازم را برای اینکه ما را به سطح انتزاع نظری برساند، دارا باشد. برای همین است که نمونه گیری نظری، فرایندی تکرار شونده است تا به حدی از کفایت محتوایی برسد که ما را به سطح انتزاع نظری و اکتشاف نظریه (یا گزاره های فرضیه ای معتبر) برساند. به عبارت دیگر، رویداد و برش های مختلف از موضوع و مسئله را به دست بدهد که بتوانیم سازهی مفهومی خود را توسعه بدهیم و موقعیت مورد تحقیق را بازنمایی نظری بکنیم.

۹. یافته‌ها

در تحلیل حاضر به بررسی چند مقوله کلان سواد رسانه ای، اثرپذیری روانی، شبکه های اجتماعی و پیامدهای کووید ۱۹ پرداخته شده است روش شناسی این تحقیق از نوع گراندتئوری است به عبارت دیگر در این تحقیق در صدد این هستیم که نظریه جدیدی در حوزه تاثیرات کووید ۱۹ از طریق شبکه های اجتماعی با رویکرد به سواد رسانه ای پرداخته شود. برای این منظور ابتدا با ۱۵ شهروند مصاحبه عمیق شده است که سعی شده است مطالبی را که دیگران پاسخ داده اند از دیگران کمتر پرسیده شود و سعی شود مکثات درونی افراد درخصوص این بیماری احصاء شود که این مطالب در قالب برنامه اطلس تی آی وارد و سپس کدگذاری باز انجام شد و در مرحله دوم کدهای باز مجدد در قالب کدهای محوری دسته بندی شد.

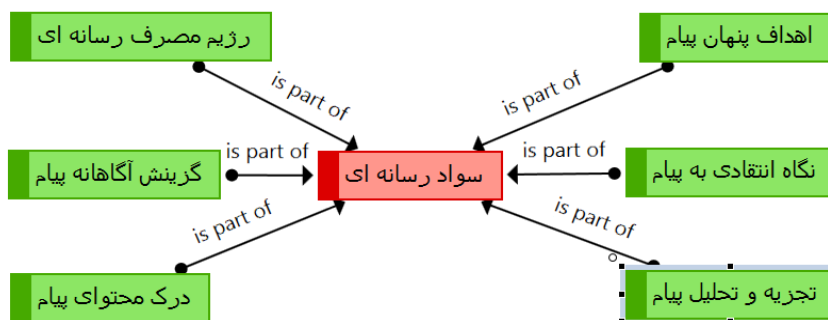
۱۰. تجزیه و تحلیل داده‌ها

سواد رسانه ای محور اصلی در مطالعه اثرپذیری کووید ۱۹ در شبکه های اجتماعی است به این مفهوم که آیا سواد رسانه ای می تواند موثر در اثرپذیری روانی کووید ۱۹ در شبکه های اجتماعی شود. به این منظور در ابتدا پنج محور درک محتوای پیام، اهداف پنهان پیام، گزینش آگاهانه پیام، نگاه انتقادی به پیام و تجزیه و تحلیل پیام مد نظر قرار گرفت که در مصاحبه با پاسخگویان رژیم مصرف رسانه ای نیز اضافه گردید چرا که توجه بیشتر پاسخگویان به شبکه های اجتماعی به جای رسانه های پخش و رسمی توجه داشته اند.

در تحقیق حاضر با توجه به اینکه نیاز به افراد متخصص نبوده چرا که اندیشه های متخصصین در بخش ادبیات احصاء شده است لذا نیازمند به استفاده از شهروندان معمولی بوده

تحلیل کیفی سواد رسانه‌ای در اثرپذیری ... (اسماعیل جمشیدی حسن‌آبادی و دیگران) ۱۷

که در این تحقیق دموگرافی پاسخگویان بر اساس کلیات دموگرافیک و مقولات تحقیق به شرح ذیل و بر اساس مصاحبه است.

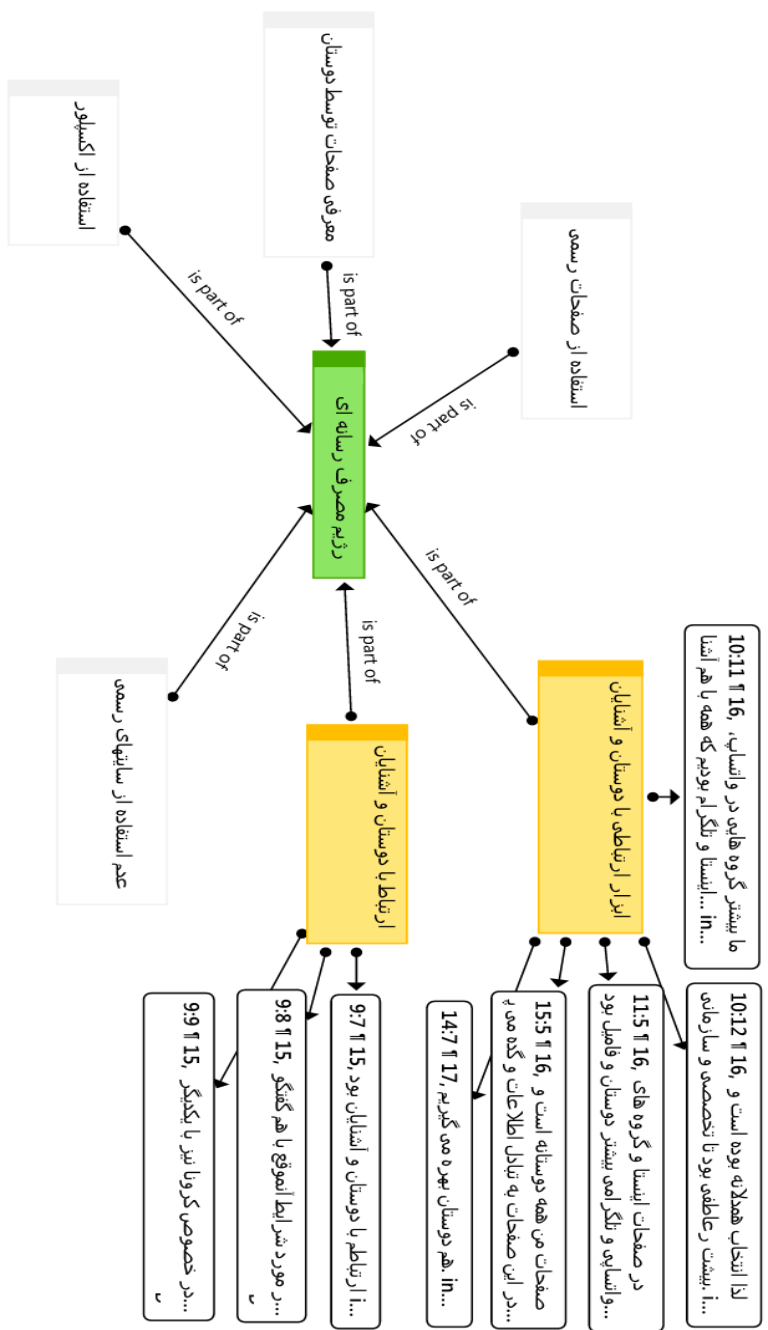


نگاره سواد رسانه‌ای کاربران در بحران کووید ۱۹

نگاره ۱. سواد رسانه‌ای کاربران شبکه‌های اجتماعی

رژیم مصرف رسانه‌ای کاربران شبکه‌های اجتماعی، مهمترین عامل در انتخاب رسانه توسط مخاطبان و در این تحقیق توسط کاربران است، به عبارت دیگر اولین موضع در مواجهه قرارگرفتن کاربر با شبکه‌های اجتماعی است که از اهمیت زیادی برخوردار است که در این تحقیق علل مواجهه با شبکه‌های اجتماعی به کدهای باز: ابزار ارتباطی با دوستان و آشنایان، ارتباط با دوستان و آشنایان، استفاده از صفحات رسمی، معرفی صفحات توسط دوستان، استفاده از اکسپلور، عدم استفاده از سایت‌های رسمی که ابزار ارتباطی با دوستان و آشنایان بیشتر مورد تاکید قرار گرفته است که در ذیل آورده می‌شود.

نگاره رژیم مصرف رسانه ای کاربران شبکه های اجتماعی



نگاره ۲. رژیم مصرف رسانه ای کاربران شبکه های اجتماعی

دومین موضع در سواد رسانه‌ای گزینش آگاهانه پیام است که در این مطالعه مقولات: گفتگو با دوستان و آشنایان، انتخاب صفحات آشنایان و دوستان، استفاده از کامنت‌های دیگران، انتخاب مطالب توسط خودم، گفتگوی تعاملی دوستانه، لیدرها، اجماع کاربران، کسانی که قبلاً کرونا گرفته‌اند، استفاده از تجربیات بیماران سابق، کسانی که بیشترین فالوور را دارند، فرد مشخصی، انتخاب مطلب اصلی صفحات، احصاء شده است.

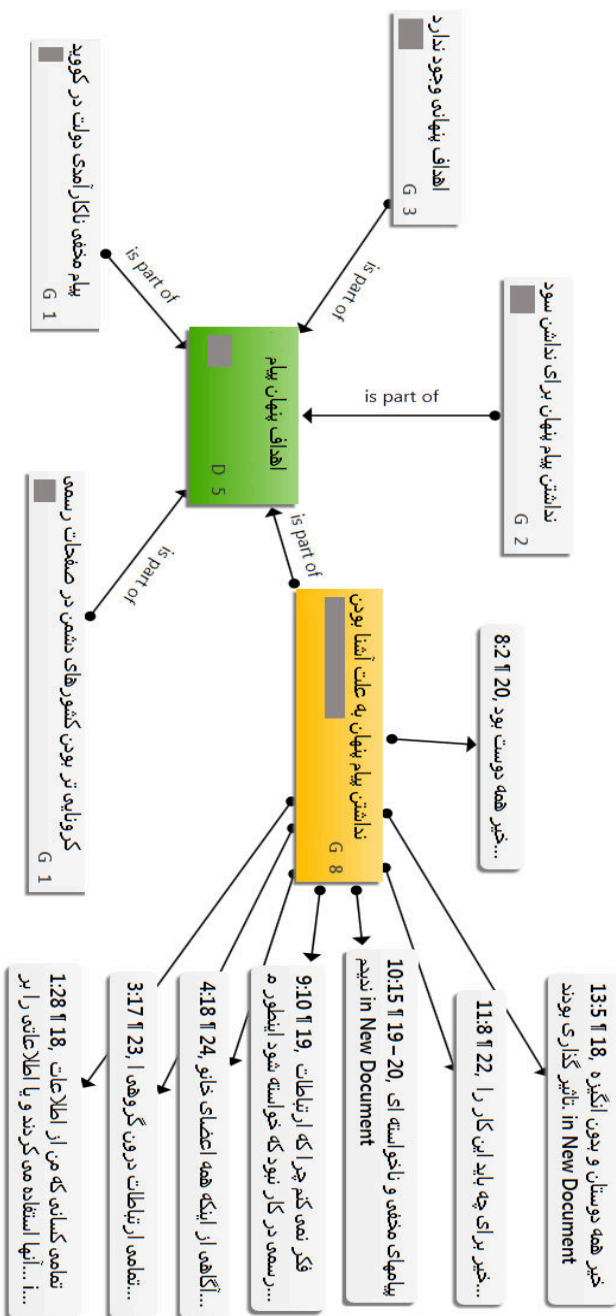
سومین مورد سواد رسانه‌ای درک محتوای پیام‌های مرتبط با کووید ۱۹ است. برخلاف تمامی پیام‌های خبری رسانه‌ها اعم از کلاسیک و جدید که دارای پیچیدگی‌های زیادی هستند و فهم آنها نیاز به پیش زمینه‌ای دارد مطالب کووید اینگونه نبوده است. برای درک پیام‌های کووید سه مقوله باز شناسایی شده‌اند که عبارتند از: ساده و بدیهی بودن مطالب حول کووید، زیاد بودن اطلاعات باعث فهم بیشتر و توضیح دیگران.

تجزیه و تحلیل پیام یکی دیگر از مقوله‌های محوری سواد رسانه‌ای است که بیشتر انطباق اطلاعات با نیازهای کاربران مد نظر است. در این مطالعه نه مقوله باز، بدیهی بودن اطلاعات، عدم وجود منبع برای راستی‌آزمایی، بحث و گفت و گو در اینستاگرام، صحیح بودن مطالب دوستان، اطمینان از فرد مورد استفاده، مطالب خرد تجزیه و تحلیل نمی‌خواهد، انطباق با خودم تجزیه و تحلیل با گفت و گو و نداشتن زمان برای راستی‌آزمایی، احصاء شده است.

نگاه انتقادی به مطالب به عنوان پنجمین مقوله، اصولاً زمانی رخ می‌دهد که پیام رسمی یا ناشناس باشند اما محتوای مرتبط با کووید بیشترشان در قالب گفت و گو و تعامل رخ داده است و لذا بدیهی است که افراد با کسانی در تعامل هستند که از هم فکری مطلوبی برخوردار باشند و نیاز نداشته باشند طرف مقابل را به چالش بکشانند. در مصاحبه انجام شده نیز تنها سه مقوله باز، بحث و گفت و گو در اینستاگرام، اجماع دوستان و عدم نگاه انتقادی آمده است.

آخرین مقوله محوری سواد رسانه‌ای اهداف پنهان در پیام‌های کووید ۱۹ در شبکه‌های اجتماعی بود که در قالب پنج مقوله باز، نداشتن پیام پنهان به علت آشنا بودن، نداشتن پیام پنهان برای نداشتن سود، اهداف پنهانی وجود ندارد، پیام مخفی‌ناکارآمدی دولت در کووید، کروناپی‌تری بودن کشورهای دشمن در صفحات رسمی، آمده است که نداشتن پیام پنهان به علت آشنا بودن کاربران دیگر بیشتر مورد تأکید قرار گرفته است که نگاره آن در ذیل آورده شده است.

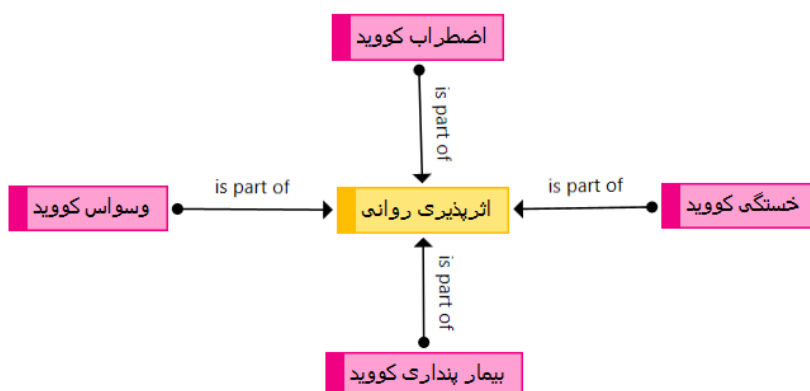
نگاره اهداف پنهان پیام کووید کاربران شبکه های اجتماعی



نگاره ۳. اهداف پنهان پیام کووید کاربران شبکه های اجتماعی

۱۱. تأثیرپذیری روانی از کووید ۱۹

اثرپذیری روانی از کووید ۱۹ در چهار مقوله محوری اضطراب، وسواس، بیمارپنداری و خستگی مورد بررسی قرار گرفته است.



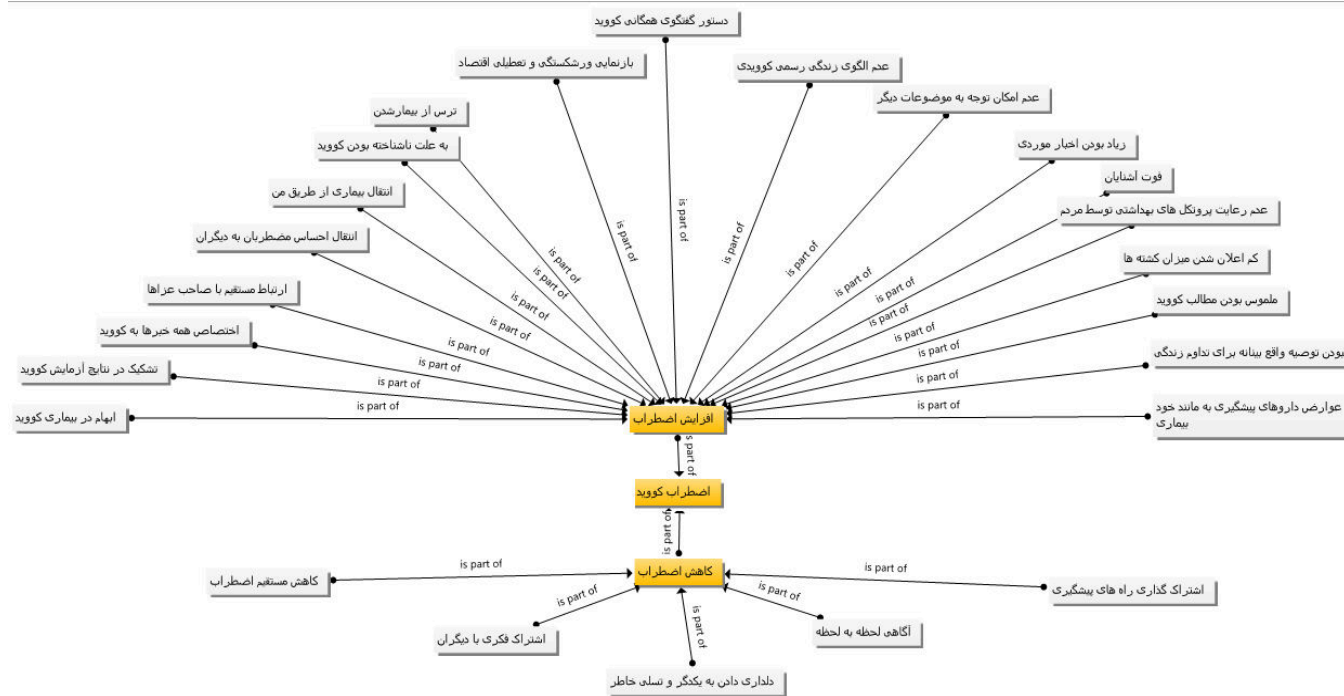
نگاره اثرپذیری روانی کووید کاربران از شبکه های اجتماعی

نگاره ۴. اثرپذیری روانی کووید کاربران شبکه های اجتماعی

اولین مقوله اضطراب کووید است. شایع ترین موضوع که در خصوص اضطراب کووید وجود دارد این که شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش اضطراب کووید می‌شوند در صورتی که با مصاحبه‌های انجام شده مشخص شد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث کاهش اضطراب کووید نیز شوند که مقولات به دست آمده در بخش افزایش اضطراب کووید عبارتند از: دستور گفت و گوی همگانی کووید، عدم وجود الگوی زندگی در کووید، عدم امکان توجه به موضوعات دیگر، زیاد بودن اخبار موردی، خبر فوت آشنایان، عدم رعایت پروتکل‌های بهداشتی توسط مردم، کم اعلام شدن میزان کشته‌های کووید، ملموس بودن مطالب کووید، نبودن توصیه واقع بینانه برای تداوم زندگی، عوارض داروهای پیشگیری به مانند خود بیماری، بازنمایی ورشکستگی و تعطیلی اقتصادی، ترس از بیمار شدن، ناشناخته بودن کووید، انتقال بیماری از طریق من، انتقال احساس مضطربان به دیگران، ارتباط مستقیم با صاحبان عزا، اختصاص همه خبرها به کووید، تشکیک در نتایج تست‌های کووید، ابهام در بیماری. عوامل

۲۲ رسانه و فرهنگ، سال ۱۳، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۲

کاهش اضطراب کووید کاربران شبکه‌های اجتماعی نیز عبارتند از: دلداری دادن به یکدیگر، اشتراک فکری با دیگران، آگاهی لحظه به لحظه از یکدیگر، اشتراک گذاری راه‌های پیشگیری و کاهش مستقیم اضطراب کووید.



نگاره اضطراب کویید ۱۹ کاربران شبکه‌های اجتماعی

نگاره ۵. اضطراب کویید ۱۹ کاربران شبکه‌های اجتماعی

همانطور که در نگاره مذکور مشاهده می شود دو مقوله محوری افزایش اضطراب و کاهش اضطراب از سخنان مصاحبه شونده ها احصاء شده است. اولین موضوع این است که آیا شبکه های اجتماعی باعث ایجاد اضطراب شده است و یا اینکه تنها ابزار ارتباطی بوده که در صحنه وجود داشته است. بررسی محتوای پیام های افزایش اضطرابی کووید بیانگر این است که تنها سه مقوله باز ۱- تشکیک در نتایج آزمایش های کووید ۲- بازنمایی ورشکستگی و تعطیلی اقتصادی ۳- کم اعلان شدن میزان کشته ها، عامل افزایش کووید بوده است و ۱۶ مقوله دیگر فقط به علت وجود ابزار ارتباطی شبکه اجتماعی اینستاگرام بوده است و اخبار رسمی و انتشاری در آن وجود نداشته است.

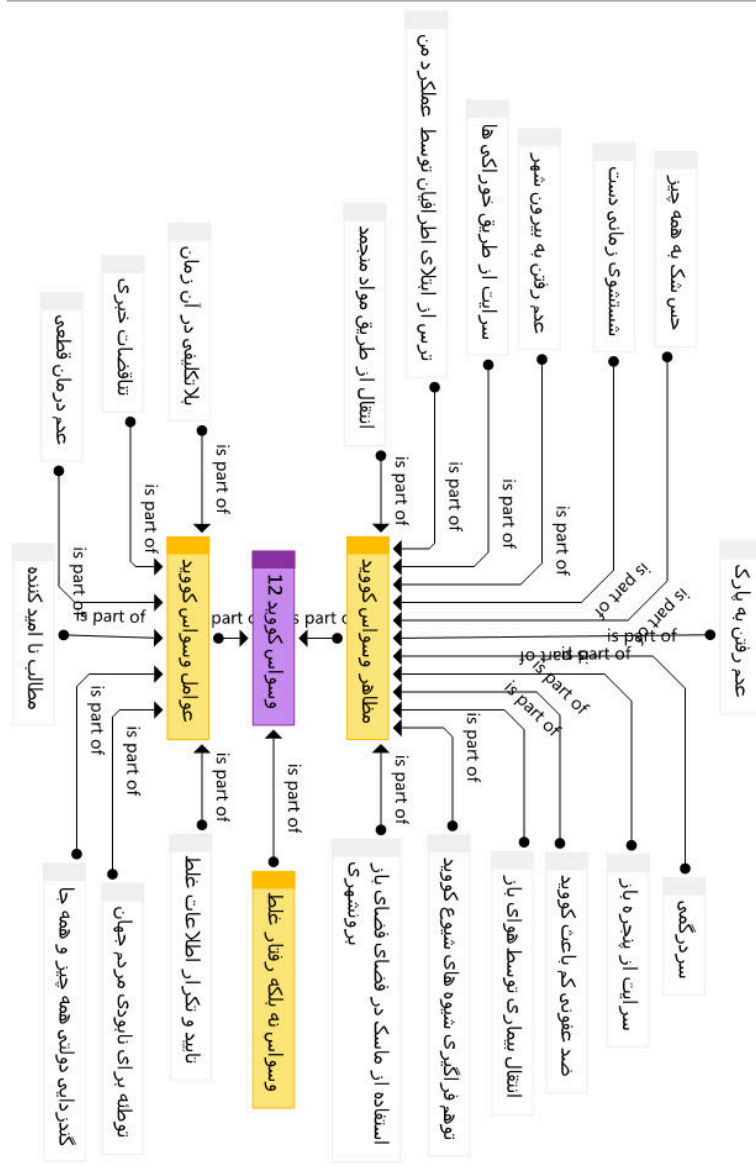
لذا نمی توان مدعی تاثیر شبکه های اجتماعی بر افزایش اضطراب کووید بود چرا که تنها وسیله ارتباطی و تعاملی بین کاربران محسوب می شود و فقط امکان تعامل را بیشتر کرده است و این ویژگی هزاره سوم محسوب می شود و اگر پلتفورمی مانند اینستاگرام، واتساپ و یا تلگرام نیز مورد استفاده قرار نگیرند پلتفورم های دیگر جایگزین خواهند شد و همان تأثیرات را خواهند داشت.

دومین مقوله محوری در بخش اثرپذیری روانی کووید وسواس یا زیاده روی در پیش گیری کووید ۱۹ است. به تعبیر دیگر خیلی از کاربران بیشتر از آنچه که معمول و یا در رسانه های رسمی اعلام شده است اقدام پیش گیرانه کرده اند که این موضوع مورد واکاوی قرار گرفته است که خود به دو دسته تقسیم شده است ابتدا مظاهر وسواس کووید، دوم عوامل وسواس کووید و البته تک موردی و سوم وسواس نه بلکه رفتار غلط احصاء شده است.

مقولات باز مقوله محوری مظاهر وسواس کووید عبارتند از: حس شک به [سرایت مدار بودن] همه چیز، سرایت از طریق خوراکی ها، شستشوی زمانی دست، عدم رفتن به بیرون شهر، ترس از ابتلای اطرافیان توسط عملکرد من، انتقال از طریق مواد منجمد، عدم رفتن به پارک، سردرگمی، سرایت از پنجره باز، ضد عفونی خیلی زیاد، انتقال از طریق هوای باز، توهم فراگیری شیوه های شیوع کووید، استفاده از ماسک در فضای باز برون شهری.

مقولات باز عوامل وسواس کووید نیز عبارتند از: تناقضات خبری، بلا تکلیفی در آن زمان، عدم درمان قطعی، تایید و تکرار اطلاعات غلط، توطئه برای نابودی مردم جهان، گندزدایی دولتی همه چیز و همه جا، اطلاعات نا امید کننده.

نگاره وسواس کووید کاربران شبکه‌های اجتماعی



نگاره ۶. وسواس کووید کاربران شبکه‌های اجتماعی

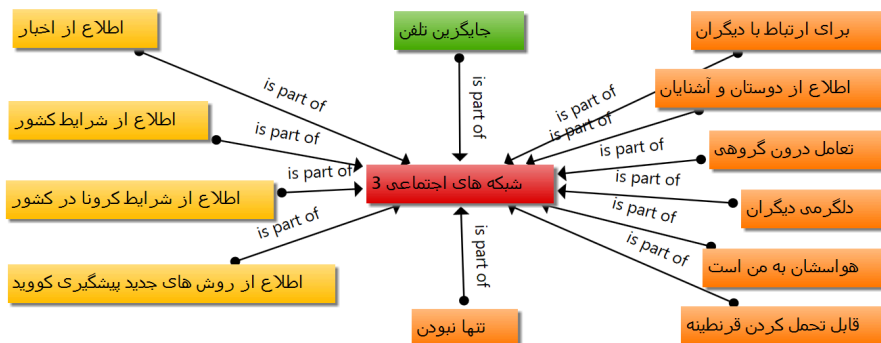
با عنایت به نگاره مذکور مشاهده می‌شود که شبکه‌های اجتماعی به عنوان عوامل وسواس مورد اشاره هیچ یک از پاسخگویان قرار نگرفته است.

۱۲. نقش شبکه‌های اجتماعی در کووید ۱۹

در وضعیت همه گیر کووید ۱۹، رسانه‌های اجتماعی به عنوان پرکاربردترین رسانه برای کسب اطلاعات تبدیل شدند. رسانه‌های اجتماعی بخاطر آزادی بیانی که دارند با سرعتی باورنکردنی مطالبشان به میلیاردها نفر منتقل می‌شود. طبق گفته (راسیناسوامی (Rathinaswamy)، (۲۰۲۰) متخصصان و دانشمندان بهداشت باید با ارائه اطلاعات و آگاهی دقیق با مردم تماس بگیرند. به طور همزمان، مردم می‌توانند آگاهانه یا ناآگاهانه اطلاعات غلطی را منتشر یا باز نشر کنند، که این نیز خطرناک است زیرا در کمترین زمان گسترش می‌یابد. بنابراین، دولت و کارشناسان مجبورند با بیماری همه گیر همراه با اینفودمیک مبارزه کنند.

مهمترین عامل واسطه‌ای در این مطالعه شبکه‌های اجتماعی هستند به عبارت دیگر نقش شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان منبع ارتباطی یا واسطه ارتباطی از موضوعاتی است که نتایج مطالعات را دگرگون می‌کند.

مقولات باز به دست آمده به دو دسته تقسیم شده‌اند یکم، برای اطلاع گیری است که چهار مقوله اطلاع از اخبار کووید، اطلاع از شرایط کشور، اطلاع از شرایط کووید در کشور، اطلاع از روش‌های پیشگیری است. اما بخش دوم که مقولات باز بیشتری را نیز به خود اختصاص داده‌اند مربوط به تعاملات انسانی است و شبکه‌های اجتماعی تنها ابزاری در این راستا بین خود کاربران است که عبارتند از: اطلاع از دوستان و آشنایان، برای ارتباط با دیگران، تعامل درون گروهی، تنها نبودن، دلگرمی دیگران، دیگران هواسشان به من است، قابل تامل شدن قرنطینه و در نهایت جایگزین وسیله ارتباطی تلفن، که این موارد در نگاره ذیل ترسیم شده است.

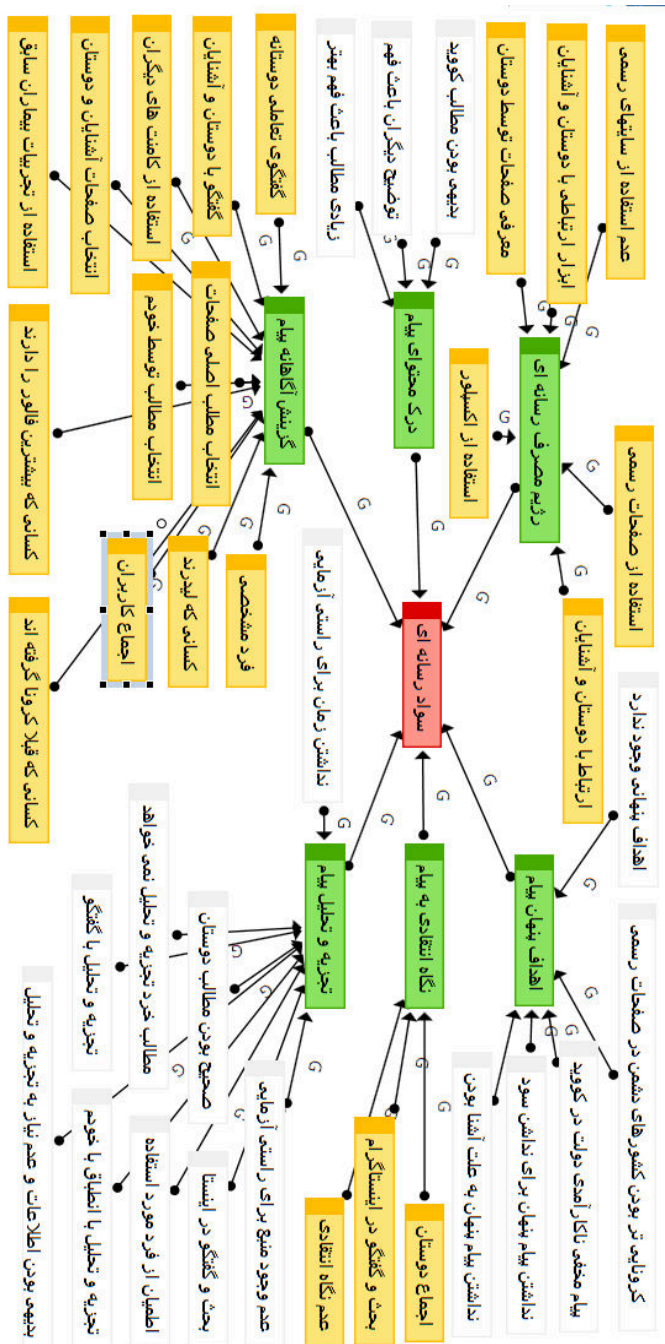


نگاره استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کووید ۱۹

نگاره ۷. استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کووید

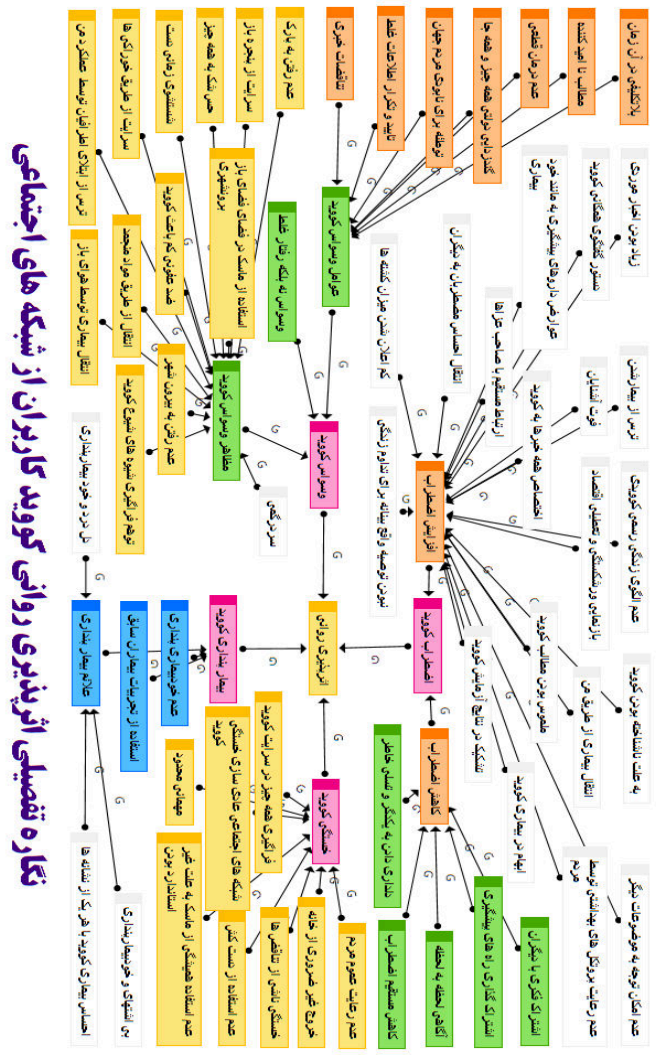
سواد رسانه‌ای در این مطالعه به علت شرایط قرنطینه زمان پیک پاندمی کووید ۱۹، برخلاف بیشتر تحقیقاتی است که کاربران یا به صفحات رسمی مراجعه و یا از اکسپلور در اینستاگرام استفاده می‌کنند. به تعبیر دیگر در زمان قرنطینه شبکه‌های اجتماعی تنها ابزار ارتباطی میان فردی کاربران بوده است که این نوع ارتباط دیگر نیاز به سواد رسانه‌ای مرتبط با رسانه‌های رسمی را ندارد که نگاره ذیل بیان‌کننده موضوع است.

نگاره سواد رسانه ای کاربران در بحران کووید ۱۹



نگاره ۸. مقولات باز سواد رسانه ای کاربران در بحران کووید ۱۹

همانطور که در نگاره مذکور دیده می‌شود هم در رژیم مصرف رسانه‌ای و هم در گزینش آگاهانه پیام تاکید بر ارتباط با آشنایان است که نیاز به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ندارد. مورد دوم اثربخشی روانی از شبکه‌های اجتماعی است که در قالب چهار مقوله محوری اضطراب، وسواس، بیماری‌پنداری و خستگی کووید دسته بندی شده‌اند که در نگاره ذیل احصاء شده‌اند.



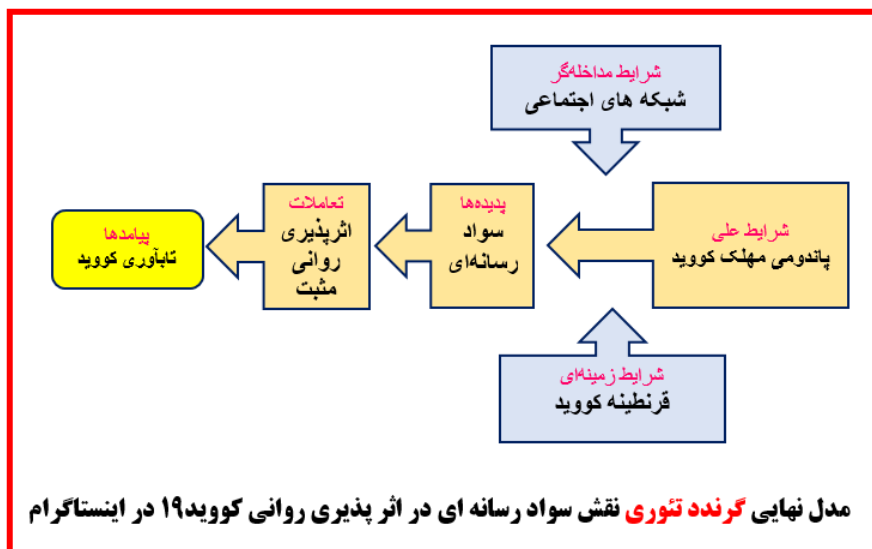
نگاره ۹. مقولات محوری و باز تاثیرپذیری روانی کاربران در بحران کووید ۱۹

همانطور که در نگاره مذکور نیز مشاهده می‌شود اضطراب کووید به‌عنوان مهمترین شاخص اثرپذیری در شبکه‌های اجتماعی هم روند کاهش و هم افزایش را داشته است این امر در خصوص وسواس کووید نیز به شکل عوامل و مظاهر وسواس احصاء شده‌اند که نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی فقط انتقال دهنده صرف بوده‌اند و نبود رسانه مرجع و مدیریت صحیح کووید توسط حاکمیت خود عامل وسواس بوده است.

۱۳. نتیجه‌گیری

نظریه تاثیر رسانه‌ها که یکی از مهمترین نظریه‌های علوم ارتباطات است در بحران پاندومی کووید ۱۹ به کلی منسوخ و نشان داده شده است که شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام برای تبادل اطلاعات میان فردی بین کاربران بیشتر استفاده شده است.

طرحواره ابتدایی تحقیق حاضر که در مدل پیش فرض نیز آمد تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر اثرپذیری روانی کووید ۱۹ با واسطه سواد رسانه ای مورد توجه قرار گرفت. این پیش فرض به این دلیل مورد عنایت واقع شده بود که پیش زمینه‌ای برای شروع کار وجود داشته باشد. اما با مصاحبه های انجام شده اکتشافی کلاً شرایط متفاوتی رخ داد که بر اساس الگوی نهایی گراندتئوری مرسوم به بررسی پرداخته شده است.



نگاره ۱۰. مدل نهایی سواد رسانه ای در اثرپذیری روانی کووید ۱۹

دومین عنصر مدل کنونی شرایط زمینه‌ای است که این شرایط به غیر از شرایط علی پاندومی مهلک کووید ۱۹؛ قرنطینه شهروندان در زمان اوج پاندومی است به عبارت دیگر موضوع قرنطینه حداقل برای اولین بار در تاریخ ایران مشاهده شده است در حالت قرنطینه شهروندان برای آلوده نشدن به بیماری باید خود را در منازل حبس نمایند که در اصل نوعی بازداشت خانگی بدون دریافت خدمات است. این امر باعث انزوای شهروندان در تمامی نقاط کشور شد و به حدی احساس ترس زیاد بود که حتی در روستاها نیز افراد سعی بر قرنطینه خود برای جان سالم به در بردن از این بیماری را داشتند که در این شرایط جدید زمینه‌ای، وضعیتی جدید مشتمل بر احساس ترس و یأس در زندگی را برای تمامی شهروندان ایجاد کرد که وضعیت کنونی نیز قابل مقایسه با هیچ دوران یا بحران دیگری نبوده است. شبکه‌های اجتماعی به عنوان شرایط مداخله‌گر در پاندومی مهلک کووید ۱۹ مطرح است به عبارت دیگر در شرایطی که همه به خاطر پاندومی کووید احساس هلاکت داشته و در قرنطینه بودند، شبکه‌های اجتماعی تنها ابزار و راه ارتباطی کاربران بود، به این ترتیب شبکه‌های اجتماعی بیشترین نقش در تعاملات بین شهروندان را ایفا کردند و به این ترتیب بخش عمده‌ای از جامعه حس قرنطینه یا همان زندان خانگی را کمتر لمس کرده و با تبادل احساسات و اندیشه‌های خود با آشنایان، توانستند این دوران سخت را پشت سر بگذارند به این ترتیب شبکه‌های اجتماعی دارای اثرپذیری مثبت روانی بوده‌اند و باعث آرامش خاطر و تعلق اجتماعی و هم‌فکری شدند.

سواد رسانه‌ای اصولاً برای برخورد مخاطبان با رسانه‌ها و در فضای سایبر، کاربران با اطلاعات رسمی [سازمانی و غیر سازمانی] است به این ترتیب زمانی که کاربران در زمان بحران پاندومی مهلک کووید با یکدیگر تعامل دوستانه برقرار می‌کنند دیگر سواد رسانه‌ای یا سواد اطلاعاتی معنای خود را از دست می‌دهد هرچند که به اذعان برخی کاربران رفتار غلط نیز در این دوران شیوع بسیار بین کاربران پیدا کرده باشد و در نتیجه می‌توان نتیجه گرفت که سواد رسانه‌ای از اهمیت چندانی برخوردار نبوده است.

اثرپذیری روانی منفی در این تحقیق افزایش اضطراب، وسواس، بیمار پنداری و خستگی کووید مد نظر بوده است در صورتی که اثرپذیری روانی مثبت شامل: کاهش اضطراب، همدلی، احساس تعلق، تخلیه روانی، اشتراک فکری و تسلی خاطر است که باعث تحمل شرایط و تداوم پیش‌گیری شده است.

در نهایت تاب‌آوری کووید ۱۹ پیامد این روند است که مشاهده می‌شود در جامعه نیز مجدد تمامی افراد به کارهای عادی خود برگشته‌اند و انگار نه انگار که این بیماری در مقطع زمانی

خاصی باعث سکون جامعه شده بود که این عادی انگاری توسط رسانه‌های اجتماعی صورت پذیرفت.

پی‌نوشت‌ها

1. May 20, 2023 Coronavirus Cases: 688,762,502 Deaths: 6,877,607

۲. سازمان بهداشت جهانی

کتاب‌نامه

- Ataguba Ochea A. & Ataguba John E. (2020) Social determinants of health: the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in developing countries. Article: 1788263 | Received 17 Apr 2020, Accepted 17 Jun 2020, Published online: 13 Jul 2020
- Ataguba Ochea A. & Ataguba John E. (2020) Social determinants of health: the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in developing countries. Article: 1788263 | Received 17 Apr 2020, Accepted 17 Jun 2020, Published online: 13 Jul 2020
<https://doi.org/10.1080/16549716.2020.1788263>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. [Taylor & Francis Online], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Deters, F. G., & Mehl, M. R. (2013). Does posting facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological and Personality Science*, 4(5), 579–586. [Crossref], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Dong, L., & Bouey, J. (2020). Public mental health crisis during COVID-19 Pandemic, China. *Emerging Infectious Diseases*
- Erku, D., Belachew, S., Abrha, S., Sinnollareddy, M., Thomas, J., Steadman, K., & Tesfaye, W. (2020). When fear and misinformation go viral: Pharmacists' role in deterring medication misinformation during the 'infodemic' surrounding COVID-19. *Research In Social And Administrative Pharmacy*, 1–10. [Article-in-Press - Available online 1 May 2020].
<https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2020.04.032>
- Hoare, E., Milton, K., Foster, C., & Allender, S. (2016). The associations between sedentary behaviour and mental health among adolescents: A systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*. BioMed Central Ltd. doi: 10.1186/s12966-016-0432-4. [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]

- Li, W., Yang, Y., Liu, Z. H., Zhao, Y. J., Zhang, Q., Zhang, L., Cheung, T., & Xiang, Y. T. (2020). Progression of Mental Health Services during the COVID-19 Outbreak in China. *International journal of biological sciences*, 16(10), 1732–1738.
<https://doi.org/10.7150/ijbs.45120> [Crossref], [PubMed], [Web of Science®], [Google Scholar]
- Loftus, E. (2005). Planting misinformation in the human mind: A 30-year investigation of the malleability of memory. *Learning & Memory*, 12(4), 361–366. <https://doi.org/10.1101/lm.94705>
- Matthew Schilz, Andrew Steward, Kaipeng Wang, M. Pilar Ingle, Carson M. De Fries & Leslie K. Hasche (2021) The Association Between Social Network and Fear of COVID-19 Among Older Adults, Pages 822-831 | Received 21 Oct 2021, Accepted 20 Feb 2022, Published online: 10 Mar 2022, Download citation <https://doi.org/10.1080/01634372.2022.2045661>
- McCrae, N., Gettings, S., & Pursell, E. (2017). Social media and depressive symptoms in childhood and adolescence: A systematic review. *Adolescent Research Review*. doi:10.1007/s40894-017-0053-4 [Crossref], [Web of Science®], [Google Scholar]
- Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A., & Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), 1–17.
<https://doi.org/10.2196/jmir.1933> [Crossref], [Web of Science®], [Google Scholar]
- Morgan, J. P. (2020, June 2). Media consumption in the age of COVID-19 | J.P. Morgan . Retrieved 2 June, 2020, from <https://www.jpmorgan.com/global/research/media-consumption>
- Moukaddam, N., & Shah, A. (2020). Psychiatrists beware! The impact of COVID-19 and pandemics on mental health. *Psychiatric*
- O’Keeffe, G., & Clarke-Pearson, K.; Council on Communications and Media. (2011). The impact of social media on children, adolescents and families. *Pediatrics*, 124, 800–804. [Crossref], [Google Scholar]
- Obi-Ani Ngozika A., Anikwenze Chinenye & Chukwudi Isiani Mathias Freeman Bradley (2020) Social media and the Covid-19 pandemic: Observations from Nigeria, Article: 1799483 | Received 04 May 2020, Accepted 19 Jul 2020, Published online: 29 Jul 2020
- Oh, S. H., Lee, S. Y., & Han, C. (2020). The effects of social media use on preventive behaviors during infectious disease outbreaks: The mediating role of self-relevant emotions and public risk perception. *Health Communication*, 1–10. [Article-in-press - Available online 16 February 2020]. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1724639> [Taylor & Francis Online], [Web of Science®], [Google Scholar]
- Primack, B. A., & Escobar-Viera, C. G. (2017). Social media as it interfaces with psychosocial development and mental illness in transitional age youth. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 26(2), 217–233. doi:10.1016/j.chc.2016.12.007 [Google Scholar]
- Rashid, M. T., & Wang, D. (2020). CovidSens: A vision on reliable social sensing based risk alerting systems for COVID-19 spread. arXiv preprint arXiv:2004.04565, pp. 1–11. Retrieved 15 May, 2020, from <http://arxiv.org/abs/2004.04565> [Google Scholar]

- Rathinaswamy, J. , Duraisamy, B. , & Sengottaiyan, K . (2020). Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: A phenomenological study. *Alochana Chakra Journal*, IX(IV), 585–602. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3596058>
- Rathinaswamy, J., Duraisamy, B., & Sengottaiyan, K. (2020). Social media reigned by information or misinformation about COVID-19: A phenomenological study. *Alochana Chakra Journal*, IX(IV), 585–602. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3596058> [Crossref], [Google Scholar]
- Salma, N. (2020). Analytical study on India’s quarantine and lockdown. *Dogo Rangasang Research Journal* , 10(6), 42–55. http://www.drsrcjournal.com/no_4_june_20/5.pdf
- Seabrook, E. M., Kern, M. L., & Rickard, N. S. (2016). Social networking sites, depression, and anxiety: A systematic review. *JMIR Mental Health*, 3(4), e50. [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143> [Taylor & Francis Online], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- Tayal Pulkit &harathi Vijayakumar B. S (2021) Reliability and trust perception of users on social media posts related to the ongoing COVID-19 pandemic, Published online: 04 Jan <https://doi.org/10.1080/10911359.2020.1825254>
- Teo, A., Choi, H., & Valenstein, M. (2013). Social relationships and depression: Ten-year follow-up from a nationally representative study. *PloS one*, 8(4), e62396. [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- The Economic Times . (2020, June 6). Experts warn companies to guard against fake news to tackle coronavirus crisis better . Retrieved 6 June, 2020,
- Vraga, E. , & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication* , 39(5), 621–645. <https://doi.org/10.1177/1075547017731776>
- Wallace, C. , Wladkowski, S. , Gibson, A. , & White, P. (2020). Grief during the COVID-19 pandemic: Considerations for palliative care providers. *Journal Of Pain And Symptom Management* , 60(1), e70–e76. <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2020.04.012>
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 226, 274–281. Elsevier B.V [Crossref], [PubMed], [Web of Science ®], [Google Scholar]
- WHO . (2020a, May 2). Coronavirus disease 2019 (COVID-19) situation report – 86 . Retrieved 2 May, 2020, from https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200415-sitrep-86-covid-19.pdf?sfvrsn=c615ea20_6