



ساترا

موسسه‌های تنظیم و نشریات
موسساتهای صوت و تصویر فراگیر

مرکز مطالعات تنظیم‌گری رسانه
«مجموعه گزارش‌های کرونا
و حکمرانی رسانه»

چگونه شبکه‌های اجتماعی بر واکنش و ترس ما از ویروس کرونا تاثیر می‌گذارند؟

How Social Media Is Shaping Our Fears of - and
Response to - The Coronavirus

«بهار ۱۳۹۹»



به نام خدا

چگونه شبکه‌های اجتماعی بر واکنش و ترس
ما از ویروس کرونا تاثیر می‌گذارند؟

**How Social Media Is Shaping Our Fears
of- and Response to The Coronavirus**

سال انتشار / محل انتشار:

۲۰۲۰ / آنلاین - مجله تایم

نویسنده: **Alejandro de la Garza**

مترجم: سیده سارا حسینی

حوزه: شبکه‌های اجتماعی

«استفاده از مطالب گزارش با ذکر منبع مجاز است»



سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر چه مأموریتی دارد؟

مرکز مطالعات حکمرانی و تنظیم‌گری ساترا به‌عنوان بازوی علمی سازمان تلاش می‌کند تا ضمن تولید و ترویج ادبیات حوزه حکمرانی و تنظیم‌گری رسانه و ارتباطات، اقدامات سازمان را با نگاهی کارشناسانه و علمی بررسی کند و از همین طریق، ساترا به منزله سازمانی شواهدمحور و مبتنی بر پژوهش به انجام وظایف خود بپردازد. مرکز مطالعات بخش قابل‌ملاحظه‌ای از نتایج این تحقیقات را برای مسئولان عالی‌رتبه، مدیران سازمان‌ها، نخبگان و کارشناسان این حوزه ارائه می‌کند و همچنین برای سهولت دسترسی عموم، این پژوهش‌ها را در قالب‌های مختلف نیز منتشر می‌کند.

سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر به منظور تحقق منافع عمومی در سپهر خدمات رسانه‌ای صوتی-تصویری فراگیر و با هدف سامان‌دهی و تنظیم‌گری، تضمین پایداری و توسعه صنعت صوت و تصویر، توسعه خودتنظیم‌گری و هم‌تنظیم‌گری و تمهید نقش‌آفرینی اثربخش و مطلوب آحاد مردم، کسب‌وکارها و نهادها در زنجیره ارزش این صنعت بنیان نهاده شده است.

اهم اهداف این مرکز عبارت است از انجام پژوهش‌های بنیادین در حوزه حکمرانی و تنظیم‌گری رسانه و توسعه جریان ترجمه این حوزه، توسعه شبکه پژوهشگران و سیاست‌پژوهان، تربیت نیروی پژوهشی و هدایت ساترا به‌سوی اقدامات تنظیم‌گرانه مبتنی بر پژوهش. بر همین اساس، گزارش پیش رو بر بخشی از وظایف یادشده جامعه عمل می‌پوشاند.

سازمان به دنبال آن است که با تحقق مأموریت خود موجب ارتقای سلامت و کیفیت خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، تقویت و ارتقای جایگاه صنعت رسانه‌ای صوتی-تصویری جمهوری اسلامی ایران در رقابت‌های سنگین جهانی، حفاظت از مرزهای رسانه‌ای کشور و کاهش آسیب‌پذیری جامعه در مقابل حمله‌های فرهنگی بیگانگان، جلوگیری از انحصار و تضمین رقابت سالم و درنهایت زمینه‌سازی تحقق الگوی رسانه‌ای در تمدن نوین اسلامی شود.



دو روی سکه شبکه‌های اجتماعی در بحران کرونا^۱



این مکالمات تنها یک راه از چند راهی هستند که شبکه‌های اجتماعی به وسیله آن‌ها در وضعیت شیوع کرونا هم به ما دید جدیدی داده و هم واکنش جمعی ما را به این موضوع هدایت می‌کنند. همانطور که ویروس کرونا در آمریکا شیوع بیشتری پیدا می‌کند، فیس‌بوک و توئیتر، که در قدیم و در زمان شیوع بیماری‌های دیگر جایگاهی نداشتند، اکنون تبدیل به پلتفرم‌هایی برای مکالمات و گفت‌وگوهای درست اما همچنین ظهور احساس‌گرایی و اخبار جعلی شده‌اند. به علاوه متخصصان معتقدند دسترسی به اخبار واقعی و درست می‌تواند به عنوان ابزاری برای تصمیم‌گیری‌های درست در دست افراد باشد اما در عین حال میزان اضطراب از آینده را افزایش می‌دهد.

نگرش مثبت می‌گویید در چنین زمانی که ما از همدیگر دور هستیم و به هم دسترسی نداریم، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند مفید باشند. طبق نظر جف هنکاک، استاد ارتباطات دانشگاه استنفورد^۲ و مدیر آزمایشگاه شبکه‌های اجتماعی استنفورد، گفت‌وگو درخصوص ویروس کرونا، مخصوصاً در سطح اجتماع، می‌تواند به ما در کنترل این بحران کمک کند.

طبق نظر او «این مکالمات منعکس‌کننده افکار و درک جامعه از این بحران و به تبع آن واکنش آنهاست... این فرصتی برای افراد است تا بتوانند در خصوص یک تهدید بی‌سابقه به گفت‌وگو و پردازش و آن را درک و هضم کنند».

همانطور که مدارس تمامی مناطق آموزش و پرورش در سراسر انگلستان به علت شیوع ویروس کرونا بسته می‌شوند، شبکه‌های اجتماعی و بخش نظرات پست‌ها به میدانی برای دعوای شدید در خصوص درست و نادرست بودن این کار تبدیل شده است. در چهار مارس که دستور آمد مدارس منطقه نورت‌شور واشنگتن^۳ به مدت ۱۴ روز تعطیل شوند، یک کاربر فیس‌بوک نوشت:

«همون واکنش‌های بیش از حد همیشگیه».

بیش از ۲۵۰ کامنت نیز از این تعطیلی حمایت کردند و از مدیران به خاطر عکس‌العمل به هنگام و خوبشان تشکر کردند. با این وجود برای بسیاری از والدین نگرانی‌های دیگری به وجود آمده بود: «این اقدامات خیلی خوبه ولی من باید هنوز برم سر کار».



۱. این سند ترجمه‌ای از یادداشت زیر است:

De La Garza, A. (2020). How Social Media Is Shaping Our Fears of — and Response to — the Coronavirus. /Time. access at April 2, 2020. <https://time.com/5802802/social-media-coronavirus>

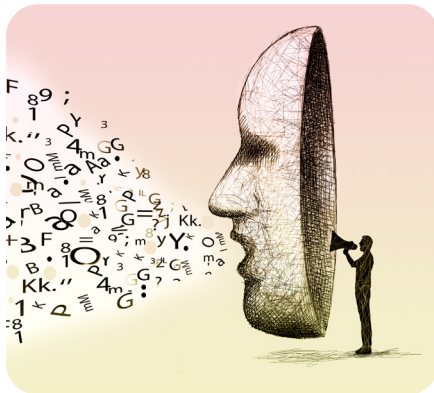
2. Washington State's Northshore School District

3. Stanford Social Media Lab

می‌کند، می‌گوید: «هر شاید، هر توطئه‌گر و هر ترول اینترنتی باعث وحشت همگانی می‌شود». متخصصان در حوزه اخبار جعلی می‌گویند در حال حاضر پخش اخبار متناقض در مورد ویروس کرونا از سمت بالاترین مقامات دولتی، بیش‌ازپیش مهم است و باید اطمینان حاصل شود که صدای افرادی که اطلاعات صحیح دارند، شنیده شود. البته گفتن این کار از انجام آن راحت‌تر است. الگوریتمی که تعیین می‌کند ما چه چیزی را در شبکه‌های اجتماعی ببینیم، محتوایی را به ما نشان می‌دهد که بیشترین میزان توجه و درگیری را دارد، چراکه این دسته از پست‌ها بیشتر و سریع‌تر بین افراد پخش می‌شوند. محققان معتقدند این مدل اصلی‌ترین منبع برای پخش اخبار جعلی و حسگرایی در فضای آنلاین است، زیرا محتوایی که احساسات را درگیر می‌کند و شوک‌برانگیز است، بهترین راه برای جلب توجه افراد است.



محتوای شوک‌برانگیز، بهترین راه برای جلب توجه در شبکه‌های اجتماعی



دانشمندان و متخصصان سلامت نیز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند تا بهتر بتوانند با افراد به صورت مستقیم ارتباط برقرار و آن‌ها را از جدیدترین تحقیقات مطلع کنند. افراد سرشناس محله^۱ نیز از آن‌ها برای تشکیل گروه‌های داوطلب برای کمک‌رسانی به محله‌های آسیب‌پذیر استفاده می‌کنند. اما برای هر متخصصی که بخواهد اطلاعات درست را به اشتراک بگذارد یا هر رهبر اجتماعی که بخواهد برای خرید مایحتاج محله‌های آسیب‌پذیر برنامه‌ریزی کند، هزاران کاربر وجود دارند که حس‌گرایی، شایعه و اخبار جعلی پخش می‌کنند. دنیل راجرز، استادیار دانشگاه نیویورک و بنیان‌گذار سازمان غیرانتفاعی «شاخص جهانی اخبار جعلی»^۲ که با هدف مقابله با اخبار جعلی در اینترنت فعالیت

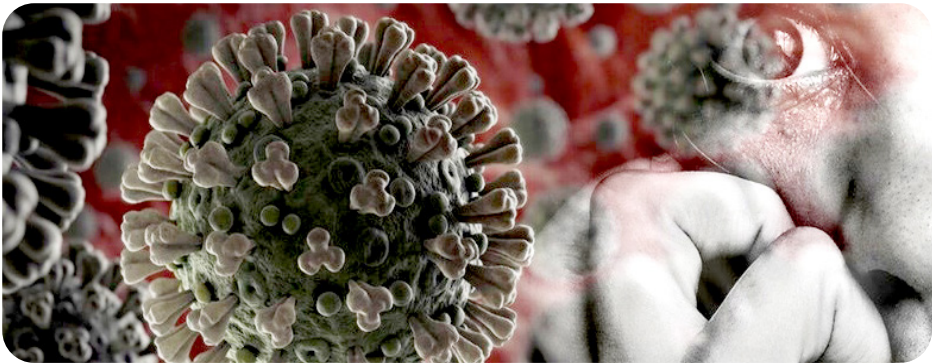
1. Washington State's Northshore School District
2. Stanford Social Media Lab

**انتشار محتوای جعلی، سریع‌تر
از توان پلتفرم‌ها برای مقابله**



شیوه‌ای را که جامعه به شیوع ویروس کرونا نگاه و آن را درک می‌کند، تحت تأثیر قرار داده است. سنتوش ویجایکومار، محقق ارتباطات سلامت در حوزه مخاطرات^۲ دانشگاه نورثامبریا^۳، معتقد است انسان‌ها از انسان‌های دیگر تأثیر می‌گیرند و احتمال زیادی دارد که اگر کسی در صفحه خود در مورد خرید از روی ترس^۴ پست بگذارد، دیگران نیز اقدام به خرید از روی ترس کنند: «ما شاهد روندی نگران‌کننده هستیم که در آن رفتارهای خاصی که از حس ترس و اضطراب نشأت می‌گیرند مانند انبار کردن دستمال توالت و ضدعفونی‌کننده دست، عادی تلقی شوند و بعدها که در شبکه‌های اجتماعی در موردشان صحبت می‌شود، سروصدایشان می‌خوابد». همچنین اگر افراد در اینستاگرام ببینند که دوستانشان به زندگی عادی خود ادامه می‌دهند و فاصله‌گذاری اجتماعی را رعایت نمی‌کنند، آن‌ها نیز رعایت نخواهند کرد.

راجرز معتقد است پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی در رابطه با اخبار جعلی ویروس کرونا موضعی محکم گرفته‌اند، چراکه جرح و تعدیل این محتوا بسیار بهتر از مواجه ساختن افراد با اخبار جعلی سیاسی و در نتیجه عصبانی کردن آن‌هاست. اما طبق نظر او، چنین تلاش‌هایی مانند «بازی چکش»^۱ است، زیرا محتوای جعلی بسیار سریع‌تر از توان پلتفرم‌ها برای مقابله با آن‌ها پخش می‌شوند. اداره و کنترل دقیق‌تر و وسیع‌تر این محتوا نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان منابع از سمت کمپانی‌های شبکه‌های اجتماعی است. متخصصان معتقدند شبکه‌های اجتماعی علاوه بر عملکردشان به عنوان میدان فعالیت یا یک محفل برای اجتماع مختلف،



۱. در بازی چکش (Whack-a-mole) یک موش کور از سوراخ‌هایی که دارد بیرون می‌پرد و هر چه ضربه‌هایی که برای شکار این موش بازیگوش زده می‌شود دقیق‌تر باشد، تعداد فیش بیش‌تری در انتهای بازی جایزه خواهید گرفت.

2. Health and risk communication researcher

3. Northumbria University

4. Panic buying

او همچنین توضیح می‌دهد که چنین پیام‌هایی اگر با اطلاعات درستی، که به مردم کمک می‌کند از خود محافظت کنند و بیماری را تشخیص دهند، همراه باشند، این ترکیب می‌تواند «تبدیل به یک پیام موثر شود و همه افراد را ترغیب به همکاری و عمل کند.»



همانطور که هنگام توضیح می‌دهد، در یک بحران عمومی، ذاتاً امر بدی نیست که افراد کمی مضطرب شوند، به شرط آنکه این اضطراب آن‌ها را برای شرایط آماده و از آن‌ها مراقبت کند و تبدیل به یک ترس همگانی نشود. «اغلب اوقات فکر می‌کنیم اضطراب امر بدی است، اما بعضی مواقع یک واکنش درست است، به این معنی که افراد توجه بیشتری به موضوع خواهند کرد.»

ترکیب موثر ترس و اطلاعات درست



علاوه بر آن دریافت تصاویر و اخبار از کشورهایی که کرونا در آن‌ها به‌شدت شیوع پیدا کرده، مانند چین و ایتالیا، به ما دلیل کافی داده تا خود را برای آنچه پیش خواهد آمد، آماده کنیم. اما دکتر لی رایلی، رییس بخش بیماری‌های عفونی و واکسیناسیون دانشگاه سلامت عمومی برکلی، معتقد است مواجهه صریح با سیل آمار مبتلایان بر درک و ترس ما از میزان شیوع ویروس تأثیر می‌گذارد و حس اضطراب و ناتوانی افراد را زیاد می‌کند. دکتر رایلی شیوع ویروس کرونا را با شیوع بیماری‌های دیگر مقایسه می‌کند و می‌گوید: «تنها تفاوت در این است که امروزه ما ابزار اطلاعات همگانی را در اختیار داریم.»

با این حال برخی متخصصان معتقدند در طول شیوع گسترده ویروس کرونا، که ممکن است مسیر دنیا را تغییر دهد، مقدار کمی ترس می‌تواند مفید باشد. خودجا علی، محقق اخبار جعلی و ارتباطات بحران در حوزه بیماری‌ها،^۱ در خصوص اینکه مقامات بهداشت عمومی چگونه پیام‌هایی با محتوای مخاطرات سلامت منتشر می‌کنند، مطالعه کرده است. او دریافته که وجود «مقدار تعدیل‌شده‌ای از حس‌گرایی برخاسته از ترس»^۲ در این پیام‌ها می‌تواند میزان مشارکت و همکاری مردم را بیشتر کند.

1. fake news and disease communication researcher
2. Fear-arousing sensationalism



مرکز مطالعات تنظیم‌گری رسانه

سازمان تنظیم مقررات مخابراتی و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا)

فروردین ماه ۱۳۹۹

