



## نقش سواد رسانه‌ای در بحران کرونا

### سکینه خیامی

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، کارشناس کتابخانه الکترونیک سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، مشهد، ایران. رایانامه: sara.khayami@yahoo.com

### صدیقه جهانی

کارشناس علم اطلاعات و دانش‌شناسی، کارشناس تالار جوانان و نوجوانان سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، مشهد، ایران. رایانامه: Sedigheh.jahani1354@gmail.com

### چکیده

امروزه شیوع کرونا ویروس تبدیل به یک بحران بزرگ جهانی شده است و همه کشورهای جهان از جمله ایران را درگیر مشکلات خود نموده است. از عواقب شیوع کرونا ویروس ایجاد شایعات، ترس و تغییرات سریع در سبک زندگی مردم است که عموماً توسط رسانه‌ها به ویژه شبکه‌های اجتماعی ایجاد و گسترش یافته است.

**هدف:** هدف از این پژوهش بررسی نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری شایعات ناشی از شیوع کرونا ویروس و نقش آن در دامن زدن به این شایعات و یا کنترل آن است.

**شیوه گردآوری:** مطالب این تحقیق از طریق مرور مقالات و کتب مرتبط جمع‌آوری شده است. مقاله حاضر سعی دارد به سواد رسانه‌ای و نقش آن در کنترل بحران کرونا پرداخته و نگاهی به ضرورت‌ها و بایسته‌های سواد رسانه‌ای و ویژگی‌های آن داشته باشد. همچنین از اهداف دیگر این بررسی، این مسئله است که مهارت و دانش سواد رسانه‌ای چگونه ما را به شهروندان دقیق‌تر و آگاه‌تر در مواجهه با انواع محتواها تبدیل خواهد کرد.

**یافته‌ها:** با توجه به همه‌گیری ویروس کرونا و لزوم مقابله با آن و همچنین تغییرات اساسی به وجود آمده در سبک زندگی انسان‌ها که باعث حرکت به سوی زندگی در فضای مجازی برای بزرگسالان و کودکان شده است می‌توان گفت که داشتن سواد رسانه‌ای از ملزومات این دوران شناخته می‌شود. آشنایی با ویژگی‌های فضای مجازی و اخبار و اطلاعات منتشرشده در آن می‌تواند افراد را از اضطراب‌های ناشی از دریافت اخبار جعلی محافظت نماید و فشارهای روانی ایجاد شده در این زمینه را کنترل نماید. این آشنایی نیاز به برنامه‌ریزی‌های دقیق دولت‌ها و مراکز آموزشی بین‌المللی و ارائه آموزش‌های مورد نیاز در این حوزه دارد.

**کلیدواژه‌ها:** ویروس کرونا، فضای مجازی، شایعات، سواد رسانه‌ای، بحران، جهان پسا کرونا.

سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی

نشریه الکترونیکی شمس، دوره ۱۳، شماره ۵۰-۵۱، بهار و تابستان ۱۴۰۰، صص. ۳۲-۴۷.

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۱۱/۱۹ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۵/۱۵

## مقدمه

جهان در نخستین روزهای سال ۲۰۲۰ شاهد شیوع بیماری جدید و ناشناخته‌ای به نام کرونا (کووید ۱۹) شد. همه‌گیری این ویروس بسیار شدید بود، به طوری که در عرض چند هفته شیوع بی‌واسطه و همه‌گیری جهانی آن، به تنهایی عنوان کرونا را به یدک کشید. این بیماری شئون مختلف زندگی بشر و حتی کره زمین را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده است (نصیری، ۱۳۹۹، ص. ۱۷).

خانه‌نشینی مردم در اکثر کشورهای جهان موجب تغییری جدی در تعاملات، تجارت‌ها، آموزش‌ها و در گامی جدی‌تر موجب روی آوردن هرچه بیشتر مردم به فضای مجازی شده است.

صنعت همزمان ارتباطات، رایانه و به دنبال آن شکل فراگیر ارتباطات شبکه‌ای در قالب اینترنت فضای جدیدی برای زیستن به وجود آورد که از آن به جهان موازی یا فضای مجازی تعبیر می‌شود. فضای مجازی و بسترهای تبادل الکترونیکی، کمک شایانی به تداوم زندگی شهروندان در ایام فراگیری کرونا کرد. از اخبار ابتلا و انتقال زنجیره ویروس کرونا گرفته تا دستورالعمل‌ها و نکات بهداشتی برای مقابله و پیشگیری از این بیماری نیز از طریق فضای مجازی مخابره می‌شود.

در دوران کرونا لشگر شایعه‌سازان و تولیدکنندگان اخبار جعلی با تمسک به نیاز افکار عمومی برای دریافت اخبار اطلاعات کرونا، اهمیت ارتقا و تجهیز به سواد رسانه‌ای را گوشزد کرده و نشان داد چگونه بی‌سوادی رسانه‌ای می‌تواند فاجعه‌بار باشد و چطور در دنیای شبکه‌ای، زودباوران قربانی می‌شوند.

امروزه سواد رسانه‌ای امری ضروری و اجتناب ناپذیر است؛ چرا که سواد رسانه‌ای به دنبال قدرتمند کردن شهروندان و تغییر ارتباط آن‌ها با رسانه است و شهروندان را قادر می‌سازد تا با استفاده از شیوه‌ها و دستورالعمل‌ها با بحران‌ها آشنا و روبه‌رو شوند. ساختار سواد رسانه‌ای پلی است که ما را از ورطه خطرات رسانه‌ای به سمت استفاده صحیح رسانه‌ای همراه با بهره‌مندی از ثمرات آن رهنمون می‌سازد.

رسانه علاوه بر وظیفه آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی باید شیوه‌نامه‌های مؤثری جهت صیانت از مخاطبان را نیز داشته باشد تا در سایر اطلاع‌رسانی‌ها، امنیت روانی مخاطبان را برهم نزند (نصیری، ۱۳۹۹، ص. ۱۷). کرونا نشان داد؛ رسانه‌ها باید برای مدیریت افکار عمومی و جلوگیری از برهم زدن آرامش انسان‌ها دقیق‌تر عمل کنند.

کرونا با ترسیم نادانسته‌های ما و با به چالش کشیدن توانایی‌هایمان در مدیریت شرایط نشان داد دنیای پساکرونا می‌تواند جهشی به سوی آگاهی و توانمندی باشد.

جهان پساکرونا احتمالاً به عنوان گامی بلند و جهشی جدی برای آینده تحولات بشری قلمداد شده و احتمال می‌رود برخی مناسبات جدید ایجاد شده در این دوران دیگر، میل به بازگشت به قبل را نیز نداشته باشند.

### پیشینه تحقیق

در رابطه با سواد رسانه‌ای و بحران کرونا پژوهش‌هایی در کشور انجام شده است که در ادامه به آن‌ها می‌پردازیم: مرتضوی امامی زواره (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر میزان آگاهی زنان از سواد رسانه‌ای بر کنترل شرایط بحران کرونا (مطالعه موردی: معلمان زن شهرستان زاوه)» به بررسی نقش آگاهی زنان در خصوص سواد رسانه‌ای بر کنترل شرایط بحران کرونا پرداخته و چنین نتیجه‌گیری کرده است که هرگونه عملیات بیوتروریستی، قابلیت تبدیل به بحران را دارد و همه اقشار جامعه از جمله معلمان می‌توانند با استفاده از سواد رسانه‌ای راه مقابله، تقویت بهداشت فردی و عمومی و خطرات ناشی از این اقدام غیرانسانی را به حداقل برسانند.

حسینی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان «راهبردها و راهکارهای رسانه رادیو در افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان در مقابله با بحران کرونا» به ارائه راهبردها و راهکارهایی برای رسانه رادیو در جهت افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان در مقابله با بحران کرونا دارد و این راهبردها را با توجه به تأثیرپذیری برنامه‌های رادیو بر مردم و با هدف افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان رادیو ارائه می‌دهد.

در پژوهشی دیگر روزگاری و روزگاری (۱۳۹۹) در مقاله خود با عنوان «ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در بحران جهانی ویروس کرونا (کووید ۱۹)» به ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در بحران جهانی ویروس کرونا (کووید ۱۹) پرداخته و سواد رسانه‌ای را شاخص اصلی شهروندی جهانی در عصر اطلاعات برای رمزگشایی، گزینش، نقد و ارزیابی اطلاعاتی و بازاندیشی مستمر می‌داند.

باقری، اکبری، یوسفی سیاکوچه و انصاری فر (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «نقش سواد سلامت و سواد رسانه‌ای در پیش‌بینی ترس از کرونا ویروس ۲۰۱۹» به نقش سواد سلامت و سواد رسانه‌ای در پیش‌بینی ترس از کرونا ویروس ۲۰۱۹، پرداخته و معتقدند هر قدر میزان سواد سلامت و سواد رسانه‌ای کاهش پیدا کند، به مقدار قابل‌توجهی ترس از کرونا ویروس کووید ۱۹ افزایش پیدا می‌کند.

بیاتی اشکفتکی و تقی پور (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران کرونا (مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری)» به بررسی نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران کرونا پرداخته و استفاده از رسانه‌های الکترونیکی غیرمجاز و فیلتر شده موجب کاهش میزان مدیریت بحران گردیده است. رسانه‌های غیرمجاز به تناقض‌گویی و انتشار اخبار غیرعلمی و ایجاد عملیات روانی، باعث ایجاد اختلال در مدیریت بحران شده و با شایعات و اخبار جعلی در ذهن افراد زودباور نفوذ می‌یابند.

### هدف و شیوه گردآوری اطلاعات

هدف از این پژوهش بررسی نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری شایعات ناشی از ویروس کرونا، سواد رسانه‌ای و نقش آن در دامن‌زدن به این شایعات و همچنین کنترل آن است.

روش گردآوری مطالب این تحقیق از طریق مرور مقالات و کتب مرتبط است. این مقاله نگاهی به ضرورت‌ها و بایسته‌های سواد رسانه‌ای و ویژگی‌های آن داشته و این که مهارت و دانش سواد رسانه‌ای چگونه ما را به شهروندان دقیق‌تر در مواجهه با انواع محتواها تبدیل خواهد کرد را مورد بررسی قرار می‌دهد.

## سواد رسانه‌ای و بحران کرونا

### چارچوب مفهومی رسانه

رسانه‌ها منبع و منشأ بسیاری از بحران‌ها در سطوح مختلف بوده و در عین حال می‌توانند؛ تهدید و تدبیرکننده بحران نیز باشند. رسانه می‌تواند رویداد یا حادثه‌ای را به هر نحو ممکن در قامتی جدید تفسیر کرده و از نیست هست بسازد و برعکس هست را به نیست تبدیل نماید.

سرعت جمع‌آوری انباشت و توزیع اطلاعات مهمترین کار رسانه‌های نوین است. اهمیت تأثیر رسانه بر افکار عمومی باعث شد تا قدرتهای مطرح دنیا در عصر جدید سرمایه‌گذاری بیشتری روی این موضوع داشته و تلاش نمایند تا برای رسیدن به اهداف مورد نظر خود از آن استفاده نمایند.

کشورهایی که در امور دانش و فناوری سرمایه‌گذاری بیشتری دارند، در صحنه رقابت با دیگران موفق‌تر هستند؛ اما این مهم دلیل بر موفقیت همیشگی آنان نخواهد بود.

در عصر اطلاعات قدرت از آن کسی است که توان استفاده بهتر از فناوری را در حوزه خود و خارج داشته باشد. اگرچه دانش اولیه از آن تولیدکنندگان آن بوده، اما نحوه بهره‌گیری و شکل استفاده می‌تواند در جوامع مختلف مورد استفاده قرار گرفته و با مدیریت ابزاری بر آن، زشت و زیبا، خوب و بد را به نمایش بگذارد (ساوه درودی، ۱۳۹۷، ص. ۱۳).

### رسانه و سواد رسانه‌ای چیست؟

رسانه در لغت از مصدر «رسانیدن» به معنای وسیله رسانیدن و در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی مقصود از رسانه وسیله رساندن پیام از پیام‌دهنده به گیرنده پیام است. رسانه مهمترین و مؤثرترین ابزار انتقال اطلاعات و آگاهی‌ها در تحقق فرایند ارتباطات هستند. به عبارتی هر وسیله‌ای که مطلب یا خبری را به اطلاع مردم برساند، رسانه محسوب می‌شود.

توانایی و قدرت دسترس، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیرچاپی عرضه نمود؛ را سواد رسانه‌ای گویند. به زبان ساده‌تر، سواد رسانه‌ای عبارت است از «سواد و مهارت‌هایی که ما برای مواجهه با رسانه‌ها و ابزارهای رسانه‌ای، نحوه کار با آن‌ها، دانستن محاسن و معایب آن‌ها و نحوه تعامل با آن‌ها باید یادگیریم.» در تعریفی دیگر «سواد رسانه‌ای شامل کنترل سوادهای پیشین مانند خواندن و نوشتن، مواد سمعی و بصری، سواد دیجیتال و مهارت‌های جدید مورد نیاز در شرایط همگرایی رسانه‌ها است» (کمال، ۱۳۹۶، ص. ۱۰).

### توانایی‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای

- ۱- توانایی استفاده از تکنولوژی روزانه از جمله کامپیوتر، برای پردازش و تولید اطلاعات.
- ۲- توانایی نتیجه‌گیری در مورد روابط علی و معلولی، میان گزارش‌های رسانه‌ها و واکنش عمومی.
- ۳- توانایی تشخیص تأثیر تحریف، کلیشه‌سازی، تبلیغات و خشونت در رسانه‌های دیداری.
- ۴- توانایی تشخیص، تفسیر و به وجود آوردن تصویرهای بصری.
- ۵- توانایی مصرف انتقادی و نه منفعلانه از رسانه‌ها.
- ۶- توانایی اخذ رژیم مصرف رسانه‌ای: کسی که از سواد رسانه‌ای برخوردار است؛ می‌تواند به درستی تصمیم بگیرد که چه مقدار و چگونه از غذاهای رسانه‌ای استفاده کرده و در معرض چه بخش‌هایی از رسانه قرار بگیرد.
- ۷- توانایی تجزیه و تحلیلی اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها (مینایی، ۱۳۹۳، ص. ۲۲۸).

### تاریخچه سواد رسانه‌ای در ایران و جهان

سواد رسانه‌ای یکی از مباحث جذاب در حوزه ارتباطات است که اولین بار در سال ۱۹۶۵ توسط مارشال مک لوهان<sup>۱</sup> در یکی از کتاب‌هایش تحت عنوان درک رسانه: توسعه ابعاد وجودی انسان<sup>۲</sup> عیناً به کار برده شد. مک لوهان معتقد بود زمانی که دهکده جهانی فرا رسد باید انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند.

سواد رسانه‌ای به عنوان یک اندیشه کلیدی در عصر حاضر و نیز در معنای دسترسی، تجزیه و تحلیل و همچنین تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه‌ای، به مخاطبان این امکان را می‌دهد که به صورتی فعال به سراغ رسانه‌ها رفته و سعی کنند معنای پیام‌هایی که با آن‌ها مواجه می‌شوند را تعبیر و تفسیر کنند (خان‌زاده، ۱۳۹۰).

کانادا نخستین کشوری بود که راهبردی درازمدت برای «سواد رسانه‌ای» اتخاذ کرد. از کانادا به عنوان اولین کشوری یاد می‌شود که به صورت رسمی سواد رسانه‌ای را از طریق آموزش و پرورش جزء برنامه‌های درسی مدارس گنجانده است. علت اصلی این رویکرد هم نزدیکی جغرافیایی کانادا به آمریکا بود. اکنون کانادا یکی از قوی‌ترین جنبش‌های سواد رسانه‌ای در دنیا را دارد و سازمان «شبکه آگاهی رسانه‌ای» به عنوان سازمانی برجسته در این کشور مستقر است. غیر از کانادا، انگلستان و استرالیا نیز باید در زمره پیشگامان و سردمداران آموزش سواد رسانه‌ای در دنیا معرفی نمود. ژاپن نیز مانند کانادا این راهبرد را برای حفظ فرهنگ خود برگزیده است.

با وجود این که قدمت سواد رسانه‌ای در جهان به بیش از سه دهه می‌رسد اما زمان کمتری از ورود آن به ایران می‌گذرد و به همین دلیل است که در کشور ما مبحث فوق‌العاده جوانی محسوب می‌شود. به تازگی کتابی در این زمینه در آموزش و پرورش در پایه دهم تدوین شده است که محتوای کتاب و مباحث مطرح شده در آن، نقدهای فراوانی را از

1. Marshal McLuhan

2. Understanding Media: The Extensions of Man

سوی اساتید علوم ارتباطات در پی داشته است. متأسفانه با وجود تاریخچه سواد رسانه‌ای در دنیا و اهمیت این مقوله در سایر کشورها، در ایران با وجود تأکیدات مسئولان ارشد کشور به سواد رسانه‌ای و بهره‌برداری صحیح از فضای مجازی اهمیتی داده نمی‌شود.

### ضرورت فراگیری سواد رسانه‌ای

عصر جدید ارتباطات، هر روز افراد را در معرض اخبار و اطلاعات جدیدی می‌گذارد که جدای از صحت و سقم آن، ذهن افراد را درگیر کرده و تغییرات محسوس و نامحسوس در زندگی آن‌ها بر جای خواهد گذاشت.

با پیشرفت روزافزون فناوری‌های نوین ارتباطی و پیدایش اینترنت، رشد، تکامل سایت‌ها و خبرگزاری‌های خبررسانی، به وجود آمدن شبکه‌های اجتماعی، تحولی شگرف در شیوه جستجو، درک خبر، مطالعه و نحوه آگاهی مردم از رویدادها ایجاد کرده و محیط را تغییر داده و آن را آکنده از رسانه ساخته است. از سوی دیگر به لحاظ حقوقی و رفتارشناسی نیز ناکارآمدی سانسور به همگان آشکار شده است. در این شرایط نمی‌توان به مخاطب تحمیل کرد که به این برنامه خاص نگاه نکند؛ فلان موسیقی را گوش ندهد؛ به فلان کتاب توجه نکند و از فلان سایت بازدید نکند، زیرا با افرادی روبه‌رو هستیم که خیلی اوقات به اندازه یک اقیانوس اطلاعات پراکنده دارند و در مورد موضوعات گوناگون اظهار نظر می‌کنند. تحت چنین شرایطی لزوم آموزش سواد رسانه‌ای به همه افراد خصوصاً کودکان و نوجوانان آشکار می‌گردد؛ اما به عنوان آموزشگر قبل از هر چیز باید به این اصل اساسی حقوقی گردن نهیم که دسترسی آزاد به اطلاعات، حق همه مردم است. در واقع سواد رسانه‌ای آموزش مهارت نقد کردن است نه آموزش مهارت نقد رسانه (ساوه درودی، ۱۳۹۷، ص. ۴۰).

نکته مهمی که در سواد رسانه‌ای باید به آن توجه کرد این است که می‌توان با افزایش آگاهی مردم، تهاجم فرهنگی را به تبادل فرهنگی تغییر داد. رسالت نخبگان جامعه در تعادل فرهنگی بسیار بیشتر از سایر مردم است. نخبگان در جوامع توسعه‌یافته هر روز افزایش مشارکت مردم را رصد می‌کنند. سواد رسانه‌ای نهضتی علیه رسانه‌ها نیست؛ بلکه عادات رسانه‌ای افراد را تغییر می‌دهد و با هوشیار کردن مخاطبان به آنان می‌آموزد؛ چطور از رسانه‌ها استفاده کنند. در صورتی که معلمان از سواد رسانه‌ای مناسبی برخوردار باشند، می‌توانند در نحوه برخورد و تدریس خود، مواردی چون تفکر نقادانه به رسانه‌ها، جامعه‌پذیری مناسب و نحوه مواجهه صحیح با رسانه‌ها را به دانش‌آموزان یاد دهند و این باعث می‌شود که سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان هم در سطح بالاتری قرار گیرد.

### چارچوب مفهومی بحران

«بحران» از ریشه یونانی کرینون<sup>۱</sup> معنی نقطه عطف (به ویژه در مورد بیماری) و همچنین به معنای بروز زمان خطر در مورد مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی گرفته شده است.

فرهنگ لغات وبستر<sup>۱</sup> بحران را نقطه عطف بهتر بودن یا بدتر بودن معنا کرده است. بحران به واسطه گستردگی تعریف واحد مشخصی ندارد. می‌توان گفت بحران واقعه‌ای پیش‌بینی نشده است که به دلیل اضطراب و فوریت آن، باید به صورت فوری مورد توجه قرار گیرد و عدم رسیدگی به آن منجر به وخیم‌تر شدن اوضاع خواهد شد. به عبارت دیگر بحران، وقوع رویدادی است که روال عادی کار و چرخش زندگی عادی را در یک کشور، سازمان و یا محیط مختل ساخته و رسیدگی به آن در اولویت اقدامات مسئولین قرار دارد. بحران از لحاظ لغوی به معنای برآشفتگی و تغییرحالت و از نظر امنیتی به معنی ستیزش و جنگ ادراکی است.

بحران می‌تواند فرصت‌هایی را برای سامانه بحران‌زده ایجاد کند و این بدان خاطر است که در بحران مجموعه امکانات، ساختارها، نیروی انسانی و توانمندی قانونی، به خوبی می‌تواند با هم ترکیب شده و به تقویت انسجام و یکپارچگی در سامانه کمک کنند. از این رو می‌توان گفت که بحران ویژگی‌های مثبتی هم دارد که از جمله آن‌ها تسریع در ایجاد تغییر و تحولات، ظهور راهبردها و تصمیمات بدیع و نوآورانه، تقویت انسجام و یکپارچگی، ایجاد شوک در سامانه و بیداری آن است (ساوه درودی، ۱۳۹۵، ص. ۱۵).

### کارکرد رسانه در شرایط بحران

از جمله مهمترین اقداماتی که در عصر حاضر به واسطه توسعه فناوری اطلاعات در حوزه فناوری حادث شده؛ رشد و توسعه اطلاع‌رسانی از طریق به کارگیری رسانه است. رسانه‌ها به واسطه کارهای ویژه خاص خود در اطلاع‌رسانی که سرعت، مهمترین آن است می‌توانند در کوتاه‌ترین مدت زمان ممکن اطلاعات لازم در مورد حادثه یا رویداد مورد نظر را به اطلاع توده مردم رسانده و آن‌ها را تشویق به حضور در صحنه نمایند.

رسانه به عنوان ابزار و رکن بلامنازع جهان امروز در همه مقاطع خصوصاً در موقع بحران در آگاهی‌بخشی، جریان‌سازی و هدایت افکار عمومی نقشی بی‌بدیل ایفا می‌کند (همان: ۲۳۰).

کار ویژه‌ای که در صورت توفیق تحقق آن، می‌تواند کمک شایانی به عبور از بحران به وجود آمده داشته باشد و اذهان عمومی را برای برخورد و مقابله با وضعیت جامعه آگاه کند.

«کرونا ویروس» به عنوان پدیده‌ای نوظهور که خالق پارادیم‌های جدی و جدیدی در عرصه جهانی بوده، علاوه بر نیاز برای آگاهی و اطلاع‌رسانی، بر وجوه دیگری همچون زیست دیجیتال و زندگی در شرایط جدید متأثر از آن نیز تأکید می‌کند. ویروسی که شاید بتوان ادعا کرد به جهت اثرگذاری بر روی شئون مختلف زندگی بشر، جهان را به قبل و بعد از خود تقسیم می‌کند. جهانی که با ورود این ابررخداد نه تنها به دوران پیشین باز نخواهد گشت بلکه آینده‌ای نه چندان شفاف اما جذاب را برای ما ترسیم می‌کند (نصیری، ۱۳۹۹، ص. ۱۷).

### نقش رسانه در مراحل سه‌گانه بحران (ویروس کرونا)

چنانچه رسانه برکاستی‌ها و نواقص داخلی فائق آمده و با مدیریت مؤثر کاربران، رسیدن به اهداف رسانه‌ای در چارچوب مدیریت و رسالت خود را دنبال نماید، امکان هدایت و راهبری بحران موجود در سطوح کشور توسط همین رسانه متصور است.

در واقع در چنین شرایطی نقش ویژه رسانه در زمان مراحل بحران، نمود پیدا کرده و می‌توان به عنوان بازوی حکومتی و یا برعکس، دشمن آن مطرح شود.

- شروع بحران: در این مرحله رسانه‌ها در تشریح شرایط حاکم بر کشور باید تلاش نمایند تا با درک از موقعیت موجود، فهم عموم را در مورد مسئله به وجود آمده، بالا برده و زوایای مبهم و تاریک آن را از طریق تحلیل خبری و در صورت لزوم تحلیل اجتماعی مشخص نمایند. مهمترین نقشی که رسانه برعهده دارد؛ بررسی و تحلیل در مورد پدیده‌های اثرگذار بر بحران و چگونگی تبدیل آن به موضوع است.

- وقوع بحران: در این مرحله رسانه‌ها به لحاظ قدرت ذاتی خود در نحوه مواجهه با بحران تأثیر فراوانی دارند. مهمترین اقدام در این مرحله شیوه برخورد با اصل بحران، چگونگی اطلاع‌رسانی به جامعه، تعامل با سازمان‌های دولتی و مردمی و سرانجام ترسیم نقشه جامعه ارتباطی برای پایان دادن و کاهش تخریب‌های روحی و ذهنی آن در جامعه است. در مرحله وقوع بحران کارکرد اطلاع‌رسانی و خبری رسانه‌ها و نیز جلب مشارکت همگانی از اهمیت بیشتری برخوردار است.

- بعد از بحران: شیوه‌های مختلف تقویت روحی و اجتماعی مردم، ارائه تحلیل‌های مناسب همراه با آموزش‌های لازم برای پیشگیری از درگیرشدن مجدد و بهره‌برداری از تجربیات به دست آمده مهم است. در مرحله پایانی، رسانه‌ها با تشخیص پیامدهای نامطلوب و ناخواسته می‌توانند عوارض بحران‌های بعدی را بکاهند. رسانه‌ها در صورت آگاهی از ارتجاعی بودن وضعیت پس از بحران، می‌توانند این وضعیت را تعدیل نموده و آثار بازگشتی پس از بحران را به صفر برسانند (ساوه درودی، ۱۳۹۷، ص. ۱۸۲).

### نقش شایعات بر افکار عمومی در دوران کرونا ویروس

شایعه اساساً در زمانی که موضوعی «مهم» بود و البته «ابهاماتی» درباره آن وجود داشته باشد، بروز می‌یابد. افکار عمومی معمولاً در چنین مواقعی به جهت میل به شنیدن اخبار و اطلاعات در دام شایعات افتاده و ناخواسته به زنجیره نشر آن نیز کمک می‌کنند. حال تصور کنید ویروس مرگبار که برای اولین بار تجربیات جدید را پیش روی دنیا قرار داده، اپیدمی شده و سراسر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مملو از پیام‌ها و اطلاعات متعدد درباره آن است. اخبار ویروس افکار عمومی را نشانه گرفته و فرصت تفکر و تعمق را از او می‌گیرد؛ اما بحث بر سر این است که چگونه شایعات می‌توانند روند اطلاع‌رسانی و آموزشی یک رسانه را مخدوش نموده و پیام‌های رسانه‌ای را به ضد خود تبدیل کنند (نصیری، ۱۳۹۹، ص. ۵۷-۵۵).

شایعات و شایعه‌سازان البته با علم به نگرانی مخاطبان که متأثر از اضطراب ناشی از شرایط بحران هستند، بر روی زودباوری و عجل بودن مخاطبان حساب ویژه‌ای باز کرده و معتقدند با بارش اطلاعات نادرست و شایعات بر سر مخاطب باعث می‌شوند که جریان رسانه‌ای از مسیر اصلی خارج و شکاف بین حقیقت و دروغ شکل بگیرد و در این مواقع به قول معروف تحقیقت بخواهد کفش‌هایش را بپوشد، دروغ دنیا را فراگرفته است (همان: ۶۶).

اما شایعات چه ویژگی‌هایی دارند؟ مخاطبان از روی چه علائمی باید فرق بین خبر دروغ، شایعه رسانه‌ای و واقعیت را تشخیص دهند؟

شایعات اساساً در موقعیت‌های خاص و به صورت موقت و گذرا پدیدار می‌گردند و گاه شایعات کهنه در موقعیت‌های جدید یا مشابه ظاهر می‌شوند. معیار تشخیص شایعه از خبر، خرافات از علم، ساده‌لوحی و زودباوری از بصیرت و دانایی همان دلایل متقن و دشوار مطمئن است. منبع شایعه همیشه مبهم و ناشناخته است. خبر مورد تأیید واقع می‌شود درحالی که شایعه همیشه مورد تأیید قرار نمی‌گیرد. شایعات عمدتاً از جمعی علاقمند به اخبارساختگی سرچشمه می‌گیرد. شایعات اعم از این که به ظاهر مثبت یا منفی باشند؛ هدفی جز تخریب روانی و پاشیدن تخم بی‌اعتمادی به همراه ندارد. برخی شایعات یا اخبار ساختگی در روزنامه‌ها و مجلات و خبرنگارهای رسمی، درج شده و به امواج رادیویی راه پیدا می‌کند.

در حقیقت انتقال شایعه از طریق جراید و مطبوعات مستقل و خبرنگارها و منابع وابسته به دولت و کارگزاران نظام از قدرت تخریب روانی اجتماعی بیشتری برخوردار خواهد بود؛ لذا همیشه مدیران و سردبیران مطبوعات باید بسیار مراقب باشند که به جای «اخبار موثق»، «شایعه» انتشار ندهند. برای این که در زندگی روزمره متوجه باشیم که به شایعه گوش می‌سپاریم یا اخبار و اطلاعات واقعی دریافت می‌کنیم، می‌بایست همواره به جستجوی دلایل منطقی، معیارهای عقلانی و شواهد معتبر برخیزیم. منابع رسمی همیشه مشخص و قابل ارزیابی است، لیکن سرچشمه شایعات و اخبار ساختگی همواره نامعین و پنهان است (افروز، ۱۳۷۵، ص. ۸).

مهمترین اقدام در این جریان پیش‌رو، افزایش توانایی تشخیص مطالب بی‌اساس و نادرست و اتخاذ رفتار صحیح در برابر آن‌هاست. یکی از اقدامات مهم برای تشخیص شایعه یا واقعی بودن یک خبر یا مطلب، بررسی «منبع» است. اعتبار منبع که البته از آن به عنوان «منبع معتبر» نیز یاد می‌شود؛ در همان گام نخست تکلیف ما را با محتوای دریافتی روشن می‌کند. منبع معتبر یعنی منبعی که در مقابل مخاطب مسئولیت حقوقی، اجتماعی و اخلاقی داشته باشد و نسبت به محتوای خود پاسخگو باشد.

در شبکه‌های اجتماعی به علت خاصیت پنهان بودن گردآورندگان صفحات و رقابت بر سر لایک و کلیک بیشتر، شاهد نشر شایعات و انحراف افکار عمومی هستیم. هر محتوایی را از حداقل سه منبع معتبر رسمی کنید و بعد پذیرفته و برای سایرین ارسال کنید. در شرایط ویروس کرونا ما شاهد شیوع انواع ویروس‌های رسانه‌ای اعم از اخبار جعلی و شایعات بودیم که خسارات و اثرات جدی بر افکار عمومی و حوزه‌های شناختی آن‌ها برجای گذاشت. تأثیراتی که در اکثر مواقع موجب انحراف مخاطبان از کنشگری صحیح در شرایط بحرانی کرونایی شد (نصیری، ۱۳۹۹، ص. ۵۷-۵۹).

### سواد رسانه‌ای در مواجهه با شایعات کرونایی چه نقشی دارد؟

در حال حاضر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی سرشار از پیام‌ها و اطلاعات مختلف پیرامون ویروس کروناست. چه ما به درستی این پیام‌ها را تشخیص دهیم و چه ندهیم؛ این پیام‌ها دائم چشم‌ها و گوش‌های ما را نشانه گرفته‌اند. زمانی که ما خود را به دست امواج رسانه‌ای می‌سپاریم و درعین حال نیز رصد و پالایشی پیرامون پیام‌ها نداریم، سبب خواهد شد به پیام‌هایی که ممکن است برای ما سودمند باشند توجهی نکرده و ندانیم که چه چیزی را از دست می‌دهیم. غرق شدن در پیام‌های رسانه‌ای باعث ایجاد خستگی در درازمدت در بین مخاطبان می‌شود، طوری که مخاطب توانایی تمرکز را از دست می‌دهد. در حالی که انتخاب‌ها بی‌شمارند، این انتخاب‌های بیش از حد می‌تواند ما را فلج کند و نتوانیم واکنشی انجام دهیم. در شرایط کنونی، ویروس کرونا به فضای مجازی رخنه کرده است.

در تبلیغات، فضای مجازی گونه‌ای تبلیغ است که به آن پیام‌های ویروسی یا تبلیغات ویروسی گفته می‌شود؛ یعنی پیام‌هایی که بدون اطمینان به صحت یا نادرستی آن‌ها به هر شکلی منتقل می‌شوند و کاملاً قابل انتقال هستند. از آنجایی که این پیام‌ها شاخص‌های اصلی پیام‌های جذاب و قابل انتقال، یعنی مبهم بودن و ترسناک بودن را با خود دارند (البته ترس که به واسطه ناآگاهی به وجود می‌آید) اکنون خبرهای مربوط به ویروس کرونا به شکل پیام‌های ویروسی منتقل می‌شوند و این شیوع یک موج خبری سریع و پر از هیجان است. دو چیزی که برای مخاطب بسیار جالب و سرگرم‌کننده است؛ سرعت دریافت و انتقال پیام از یک سو و از سوی دیگر هیجانی است که به همراه دارد. بسیاری از افراد متأسفانه به کارگیری رسانه را بلد نیستند. فرقی نمی‌کند که این رسانه جمعی باشد یا شبکه اجتماعی شخصی؛ هرکس به خود اجازه می‌دهد که اظهار نظر تخصصی و غیرتخصصی خود را نشر داده و جامعه را دچار رعب و وحشت بیشتری کند.

### نقش تفکر انتقادی در پایش مطالب منتشر شده در فضای مجازی

در مواجهه با اخبار چه در تلویزیون، رادیو، فضای مجازی و سایت‌ها بحثی به نام تفکر انتقادی بسیار تأثیرگذار است چرا که مخاطب با داشتن تفکر انتقادی نسبت به مطالب منتشر شده می‌تواند پایش داشته باشد و هر مطلبی را باور نکند. باید برای ورود اطلاعات به ذهن خود نگهبان داشته باشیم. از کلمه «چرا» به عنوان یک نگهبان یاد می‌شود و هر فرد می‌تواند در مقابل هر مطلبی که از هر رسانه‌ای شنید واژه چرا قرار دهد و به این ترتیب از ورود افسارگسیخته اطلاعات به ذهن خود جلوگیری کند. بدین ترتیب مطالب توسط ذهن سنجیده و پایش می‌شود.

در این مواقع بهتر است برای بهداشت روانی خود و عزیزان و هموطنانمان در این برهه زمانی احترام قائل باشیم و به عنوان سفیران سواد رسانه‌ای مراقب افکار و اندیشه خود و دیگران باشیم و هر پیامی را بلافاصله برای اعضای خانواده و دوستان و آشنایان بازنشر نکنیم.

در مواجهه با پیام‌های کرونایی مثل یک دروازه‌بان با دقت و تمرکز عمل کرده و با انتشار اخبار نگران‌کننده، خود و دیگران را دچار «شکنجه خاموش» نکنیم و به آثار و تبعات اجتماعی و اخلاقی انتشار پیام‌ها توجه داشته باشیم.

عدم زودباوری، تأمل به جای واکنش هیجانی به ویژه در برابر پیام‌هایی که در فضای مجازی با آن روبه‌رو می‌شویم؛ عدم ارسال سریع محتواهای بی‌پایه برای دیگران و نیز حفظ آرامش در برابر پیام‌های رسانه‌ای، از الزامات سواد رسانه‌ای در چنین بحران‌هایی است. (روزنامه همشهری، باشگاه خبرنگاران جوان، ساری، ۱۳۹۹).

### الزامات سواد رسانه‌ای در عصر کرونایی

با توجه به وضعیتی که کرونا به ارمغان آورده است و اهمیت فزاینده سواد رسانه‌ای برای بشر امروزی، باید درباره پیوند الزامات سواد رسانه‌ای در عصر کرونایی بیشتر تأمل کرد. قطعاً چنین کاری از یک طرف به یافتن تکنیک‌های عملیاتی برای رها شدن از ترس اضطراب زندگی در سایه ویروس کرونا کمک می‌کند و از طرف دیگر زندگی سالم‌تری برای ما به ارمغان می‌آورد. الزامات سواد رسانه‌ای در عصر کرونایی ما را قادر می‌سازد تا از رهگذر زیست ناخواسته با کرونا، زندگی فردی و خانوادگی ثمربخش‌تری داشته باشیم، همچنین گونه جدیدی از زیست اجتماعی را برای هر کدام از ما حاصل می‌کند. باید توجه داشت که کرونا هرچه هست و به هر میزان که قرار باشد ادامه داشته باشد، نباید و نمی‌تواند زیست فردی و اجتماعی ما را در بلندمدت مختل سازد.

این الزامات که از ضروریات زندگی بشر در بحبوحه پاندمی کروناست عبارتند از:

- ۱- سکوهای جدید رسانه‌ای و ظرفیت‌های فناورانه آن‌ها را بشناسیم. به عنوان مثال، این روزها همه ما به نوعی با آموزش درگیر هستیم. از جمله این پلتفرم‌های جدید؛ آن‌هایی است که امکان آموزش مجازی را فراهم می‌سازد. می‌توان جلسات کاری و غیرکاری را که بعضاً مجبور به حضور فیزیکی در آن بودیم، در چنین پلتفرم‌هایی برگزار کنیم.
- ۲- رسانه‌های جدید تنها کارکرد سرگرم‌کنندگی ندارند؛ بلکه می‌توان از طریق آن‌ها بسیاری از نیازهای اطلاعاتی خود را مرتفع نمود. باید یاد بگیریم؛ با توجه به علایق و نیازهایمان چگونه می‌توان از این رسانه‌ها برای افزایش سبب اطلاعاتی و دانشی خود بهره بگیریم.
- ۳- از اخبار بد و ناامیدکننده دوری نماییم. بسیاری از ما هر آنچه که باید درباره کرونا، آمار تلفات و تبعات آن بدانیم از طریق رسانه‌های جمعی و اجتماعی فراگرفته‌ایم. باید دست نگه داشت و به چشم‌ها و ذهن خود استراحت داد. اخبار را تا جایی دنبال کنیم که امکان کنش‌گری ما را تقویت کند. از جایی به بعد باید از مواجهه با اخبار بد جلوگیری کرد. انبوه خبرها و اطلاعات جز انفعال و ترس عاید دیگری ندارند.
- ۴- موبایل‌ها را به کناری بگذاریم و وقت بیشتری را با افراد خانواده سپری کنیم. جایی را در خانه برای قراردادن موبایل‌ها و تبلت‌ها قرار دهیم؛ ضابطه‌ای بگذاریم فقط در ساعات مشخص از موبایل و ... استفاده کنیم و وقت‌مان را با گفتگو با اعضای خانواده، بازی کردن با کودکان و مطالعه کتاب بپردازیم. یکی از مزیت‌های کنار گذاشتن موبایل‌ها، کاهش مصرف اینترنت و به تبع آن آزاد شدن ظرفیت برای دیگرانی است که به آن نیاز دارند.
- ۵- برای استفاده از هر رسانه‌ای دلیلی داشته باشیم. برخی مواقع عادت کرده‌ایم تلویزیون را از صبح روشن گذاشته و به انجام کارهای روزمره بپردازیم؛ یا عادت کرده‌ایم بی‌هدف در اینستاگرام بچرخیم. در چنین مواقعی باید هوشیار بود و

اجازه نداد که رسانه‌ها ما را محو خود کنند. باید بدانیم هر شکل مصرف رسانه‌ای که حضور فیزیکی ما را در جامعه کاهش می‌دهد دلیل خوبی برای استفاده از رسانه می‌باشد. مثلاً خریدهای اینترنتی یا دیدوبازدیدهای مجازی.

۶- اجتماعی شدن، شکل جدیدی به خود گرفته است. حواسمان باشد وضعیت کرونایی، هر قدر هم که طولانی شود موقتی و گذراست. گرچه هیچ چیزی نمی‌تواند جای حضور فیزیکی در میهمانی‌ها و نشست‌ها را بگیرد؛ ولی باید خود را با شرایط جدید تطبیق دهیم. شکل مجازی ارتباطات اجتماعی می‌تواند به تجربه‌ای منحصر به فرد تبدیل شود، اگر با همدلی همراه باشد می‌توان از این طریق به کیفیت ارتباطات حقیقی نزدیک‌تر شویم. شکل جدید ارتباطات اجتماعی از اصلی‌ترین و مهم‌ترین مؤلفه‌های زیستن در شرایط کرونایی است. گونه‌ای از ارتباط که می‌تواند برکات و مزایای بی‌شماری در آینده غیر کرونایی برای هر کدام از ما رقم بزند.

۷- گاهی مصرف رسانه‌ای افراد خانواده با هم تداخل دارد. مثلاً کودک می‌خواهد کارتون ببیند و مادر سریال و پدر می‌خواهد فیلم سینمایی مشاهده کند. باید مصرف رسانه‌ای را قاعده‌مند کرد. بی‌قاعده‌گی در مصرف رسانه در آینده می‌تواند صدمات جبران ناپذیری برای کودکان داشته باشد. باید حواسمان به کودکانمان باشد.

۸- هر برنامه‌ای را نینیم و هر مطلبی را به اشتراک نگذاریم. سلیقه خود را ارتقا دهیم و اجازه ندهیم هر برنامه‌ای با هر کیفیتی در آن جای گیرد. به همین ترتیب به خود اجازه ندهیم هر مطلبی را در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذاریم و منتشر کنیم. قبل از هر چیزی درباره آن به تحقیق و جستجو پرداخته و نظر افراد مطلع را در آن باره جویا شویم. همه ما مسئول عملکرد خود هستیم؛ خواه انتخاب‌های بزرگی مانند ازدواج یا انتخاب‌های کوچک مانند به اشتراک گذاری یک پیام در پیام رسانه‌ای مختلف. درست انتخاب کنیم تا دیگران هم درست انتخاب کنند.

۹- در این شرایط هستند کسانی که از ناراحتی و ناامیدی ما سود می‌برند. آن‌ها اغراض مشخص مادی و غیرمادی دارند و از این که شهروندان ایرانی در غم و ناراحتی باشند، لذت می‌برند. کاسبان غم و اندوه هستند. محتوای مختلفی را با اهداف مشخص ناراحتی و غم ما تهیه و منتشر می‌کنند. در بحران‌ها اخبار کذب و دروغ بیشتر می‌شود، باید دقت کرد در تله این افراد گرفتار نشویم. همه ما به نوعی درگیر مشکلات اقتصادی و معیشتی هستیم ولی این گرفتاری‌ها نباید هوشیاری و عقلانیت ما را تحت تأثیر قرار دهد. از اصلی‌ترین کارکردهای رسانه در دنیای امروز انتشار اخبار غم‌انگیز است. این خبرها مشتری بیشتری دارند. قبل از هر چیز صحت و درستی آن‌ها را ارزیابی کنیم. بسیاری از رسانه‌ها اخبار ترکیبی از دروغ و راست را به خورد مخاطبان می‌دهند. دقت کنیم؛ فکر و ذهن مان میدان ترکتازی دروغ پردازان نشود.

۱۰- در وضعیت کرونایی حواسمان به کودکان و سالمندان باشد. آن‌ها جسم و روحشان بی‌دفاع‌تر است. در حضور کودکان از مرگ و میر و خبرهای بد صحبت نکنیم. شادی را در هر شرایطی برای آنان رقم بزنیم و سعی کنیم روح و روان و فکرشان را با اخبار بد و نامناسب آزار ندهیم. سالمندان را بیشتر دریابیم. بسیاری از آنان تلفن هوشمند ندارند و یا طریقه استفاده از آن را نمی‌دانند؛ راهی پیدا کنیم با حداقل هزینه چنین امکانی را برای آن‌ها فراهم کنیم. گاهی صحبت تصویری با آن‌ها درد و رنج دوری را از بین می‌برد. جز شادی و خبرهای امیدوارکننده و اطلاعات لازم برای مقابله با کرونا، چیزی به اطلاع آن‌ها نرسانیم.

۱۱- اصلی‌ترین و مهمترین مؤلفه زندگی در این شرایط، همدلی است. با همدلی چراغ امید را روشن نگه داریم و روشنایی را برای همه اعضای جامعه به ارمغان آوریم (گودرزی، ۱۳۹۹).

### جهان پساکرونا؛ تحولات در دنیا

کرونا به انسان قرن بیست و یکم خبر داد که عقب‌مانده‌تر از آن است که طرفداران توسعه و پیشرفت فکر می‌کردند. فاصله‌ای که ویروس کرونا در جهان ایجاد کرده به ما یادآوری نمود که باید نوع جدیدی از نزدیکی‌ها را بیاموزیم. آن گسستگی که بین خانواده‌ها دوستان و همسایگان ایجاد شده بود، باید دوباره بازآفرینی شود، اما به شکل جدیدتر و بهتر. ماتیاس هورکس می‌گوید: «اما پشت ریزش جهانی که خیال می‌کردیم می‌شناسیم، جهان دیگری در حال جوش خوردن است». یورگن هابرماس جمله‌ای دارد که می‌گوید: «کرونا باعث شد ما بفهمیم چقدر نمی‌فهمیم». همه این نظریه‌ها و نظریات دیگر اندیشمندان جهان به ما یادآوری می‌کند که جهان پساکرونا، جهان دیگری خواهد شد، چه دولت‌ها و حاکمان بخواهند چه نخواهند.

جهان پساکرونا جهان زیبایی خواهد شد، جهانی که دیگر خرافات و منیت‌ها و زورگویی‌ها و خودخواهی‌ها، تهدیدها تخریب‌ها، ترس‌ها و ... جایی ندارد. انسان‌ها آگاه‌تر شده و دنیای جدیدی برای خود و کشورشان می‌سازند تا از گذشته‌ها بهتر شود، با دانش برتر و حفاظت از محیط زیست زیباتر شود و با اجتماعی شدن انسان‌ها برای همزیستی بهتر. جهانی که در آن علم به همه چیز سیطره پیدا خواهد کرد، پژوهش و تحقیقات جای خود را به دولت‌ها تحمیل خواهد نمود. خرافات، بازی کلمات، واژگان خودساخته جایش تنگ‌تر خواهد شد. جهان پساکرونا جهانی است که در همه حوزه‌هایش تحولی شگرف رخ خواهد داد. تحولی که انسان را به حال و آینده خوشبین‌تر، به زندگی با تکنولوژی امیدوارتر و به ارتباطات و با هم بودن بدون حضور فیزیکی ضرورت بیشتری می‌بخشد.

جهان پساکرونا با اقتصاد و سیاست جهانی ضعیف‌شده‌ای روبه‌رو خواهد بود. افت تولید و تقاضای جهانی، سرمایه‌داری و تجارت جهانی را به چالش خواهد گرفت. اجتماعات انسانی در ابعاد مختلف کاری و دینی و اقتصادی برای مصلحت بالاتر سلامت به شدت کاهش خواهد یافت. تا انسان عصر پساکرونا تا به دنیای پیشاکرونا باز گردد، زمان زیادی خواهد گذشت. اگرچه نمی‌توان از بازگشت دنیای پیشاکرونا سخن گفت، چرا که تمهیدات سلامت احتمالاً در قالب ویروس‌های جدیدی سربر خواهد آورد. سلامت و بهداشت تا مدت‌ها مسئله اول بشر خواهد بود. این امر به اموری که نیازهای اولیه و مهم بشر محسوب نمی‌شود، سایه خواهد انداخت. کشورها به سمت سیاست‌های ملی نه بین‌المللی گرایش خواهند یافت. مسافرت‌های جهانی و گردشگری کاهش خواهد یافت و جهانی‌سازی روندی معکوس پیدا می‌کند. البته شاید بتوان گفت جهانی‌شدن و جهانی‌سازی در فضای مجازی تداوم یافته و حتی گسترش بیشتر و شتابان‌تری خواهد یافت. کار اداری، آموزشی و تجاری در قالب وب تقویت خواهد شد و این امر بسیاری از کسب و کارها را دچار از مد افتادگی خواهد کرد.

### جهان پساکرونا از دیدگاه اندیشمندان و نشریات معتبر

نظریات ماتیاس هورکس و همکارانش در مرکز پژوهش‌های وابسته به مؤسسه رابرت کخ آلمان

- کرونا، فرهنگ مراودات و تعاملات اجتماعی را تغییر خواهد داد.
- جمع‌های دوستانه کوچکتر می‌شود.
- حضور فیزیکی افراد جای خود را به تصاویر دیجیتال و مجازی می‌دهد.
- دلتنگی‌ها بیشتر و آهسته آهسته این سیطره تلفن‌ها و دنیای اینترنت، جای خالی عزیزانمان را پر خواهد کرد. این در حالی است که انسان، موجودی است که در طول فرهیختگی اجتماعی‌اش، نیاز به مراودات و ارتباطات حضوری و دیده شدن دارد.
- دنیای بعد از کرونا، شاید میزها و صندلی‌های بسیاری خالی از حضور خواهند بود.
- کرونا، میانگین مطالعه افراد سیاره را در یک سال افزایش خواهد داد.
- انسان‌های زیادی برای زنده ماندن مجبور به یادگیری و خواندن خواهند شد.
- قرنطینه‌های درمانی ویروس کرونا، کتاب‌های دیجیتال و خاک خورده کتابخانه‌ها را جان دوباره خواهد داد.
- ویروس کرونا، هنر و خلاقیت را به شکل قابل توجهی رشد خواهد داد.
- ویروس کرونا، به ما یادآوری می‌کند که سمت روشن تکنولوژی چقدر حیاتی است. شاید انسان پس از کرونا بیش از هر چیز باید وامدار تکنولوژی باشد.
- سیستم آموزشی انسانی تغییر خواهد کرد.
- ویدئوکنفرانس‌ها و آموزش تحت شبکه اینترنت، سرفصل تازه‌ای از آینده علم و دانش است.
- تمامی مدارس به ناچار به جدیدترین ابزار انتقال علم مجهز خواهند شد و تعاریف بسیاری از علوم آموزشی دچار تحولی بزرگ خواهد شد. این اتفاق می‌تواند به صورت غیرمستقیم و بعضاً مستقیم، از نابودی جنگل‌های بسیاری جهت چاپ کتب درسی و آموزشی در سراسر سیاره محافظت کند.
- مشاغل سطحی و روزمره دیگر جایی در جامعه پساپاندمیک ندارند و نمی‌توان افرادی را متصور شد که در خیابان‌ها و متروها دستفروشی می‌کردند.
- کرونا بیولوژیک سیاره را متحول خواهد کرد.
- کاهش بیش از ۲۰۰ میلیون متر مکعب گازهای گلخانه‌ای و دی‌اکسیدکربن
- پایین آمدن دمای کره زمین در آینده
- حفظ بقایای بیش از هفتصدگونه گیاهی و جانوری در صورت حفظ این وضعیت به مدت یکسال
- کاهش چندمیلیون تن زباله پلاستیکی

- افزایش چشمگیر بهداشت عمومی
- اختصاص بودجه‌های هنگفت جهانی و احیای سندیکاهای و مجامع بهداشت در سراسر جهان برای حفظ انسان
- بهره‌مندی عمومی‌تر کشورهای فقیر دنیا از بهداشت و آموزش (خبرنامه شورای راهبردی روابط خارجی، ۱۳۹۹).

### نتیجه‌گیری

با شیوع و همه‌گیری ویروس کرونا، فضای مجازی یا جهان موازی بسیار مورد توجه عموم مردم قرار گرفت و این مهم را که جهان شبکه‌ای چندان بد و ترسناک و ناکارآمد نیست را به عنوان موضعی جدی پیش‌رو قرار داد. ویروس کرونا در گام نخست موجب کاهش حضور و حرکت جمعیت در جهان واقعی شد و در گام بعدی با بحرانی کردن شرایط و افزایش نیاز به اخبار و آگاهی، جمعیت را به دنیای مجازی رهنمون کرد. در واقع مجازی شدن زندگی در ایام کرونا پاسخ ناخواسته اما طبیعی بشر به اجباری شدن قرنطینه بود. هرچند مردم از قبل با فضای مجازی آشنا بودند؛ اما با همه‌گیری کرونا به یکباره مجبور شدند که از فضای مجازی به عنوان عاملی برای انجام امور اجتماعی، ارتباطی، اقتصادی و آموزشی بهره ببرند.

در کنار همه این امکانات و موهبت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و فضای مجازی، تهدیدهایی نیز در کمین شهروندان قرار دارد که لازم است از آن‌ها غافل نباشیم و با ارائه آموزش‌های مناسب و رعایت نکات فنی ایمنی؛ زمینه‌های بروز آسیب‌های فردی و اجتماعی را از بین ببریم. موج ورود کودکان به فضای مجازی بدون آمادگی و برنامه قبلی بوده است. در کنار این حضور یکباره و غیرمترقبه، والدین هم از سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای لازم برای پشتیبانی از فرزندان برخوردار نیستند. این زنگ خطری است که با زیست مجازی به صدا درآمده است.

بنابراین اگر «سواد رسانه‌ای» را به معنای استفاده درست از فناوری‌های جدید بدانیم، بی‌شک آموزش و لزوم برنامه‌ریزی دولت‌ها و مجامع بین‌المللی در این حوزه، ضرورت دو چندان می‌یابد. این دیدگاه در نهایت منجر به آموزش سواد رسانه‌ای و واکنش معقولانه در برابر رسانه‌های جدید می‌شود و باید نسبت به حل آن اقدام کرد. این آسیب پیوسته فقدان رژیم و الگوی مصرف صحیح رسانه‌ای را نیز با خود به همراه دارد.

### منابع

- باقری، فرزین؛ اکبری، مهیار؛ یوسفی سیاکوپه، عادل؛ انصاری‌فر، نوشین (۱۳۹۹). نقش سواد سلامت و سواد رسانه‌ای در پیش‌بینی ترس از کرونا ویروس ۲۰۱۹، *اولین کنگره ملی دانشگاه وکووید ۱۹*، تهران.
- بیاتی اشکفتکی، فاطمه؛ تقی‌پور، فائزه (۱۳۹۹). نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران کرونا: مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری، *همایش ملی مجازی زیست جهان پساکرونا از وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب*، دانشگاه ایلام.

خان زاده، لیلا (۱۳۹۰). آشنایی با سواد رسانه‌ای به عنوان سلاح تأثیرگذار در جبهه جنگ نرم (روزنامه همشهری)، بازیابی شده در

تاریخ ۱۳۹۰/۱۲/۰۴ از <https://www.hamshahrionline.ir/news/161452>

خبرنامه شورای راهبردی روابط خارجی (۱۳۹۹). *جهان پسا کرونا از دیدگاه اندیشمندان و نشریات معتبر*، بازیابی شده از

<https://www.scfr.ir/fa/>

حسینی، افسانه (۱۳۹۹). راهبردها و راهکارهای رسانه رادیو در افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان در مقابله با بحران کرونا، ارائه شده

در همایش ملی مجازی زیست جهان پسا کرونا از وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب، دانشگاه ایلام.

روزگاری، عاطفه؛ روزگاری، فاطمه (۱۳۹۹). ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در بحران جهانی ویروس کرونا (کووید ۱۹)، ارائه شده

در همایش ملی مجازی زیست جهان پسا کرونا از وضعیت موجود تا وضعیت مطلوب، دانشگاه ایلام.

ساوه درودی، مصطفی (۱۳۹۷). *سواد رسانه‌ای و مدیریت بحران*، تهران.

سواد رسانه‌ای در مواجهه با شایعات کرونایی چه نقشی دارد (۱۳۹۹). روزنامه همشهری، باشگاه خبرنگاران جوان-ساری، بازیابی

شده در تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۰۶ از [Hamshahrionline.ir/x6dhf/495274](http://Hamshahrionline.ir/x6dhf/495274)

کمال، حامد (۱۳۹۶). *آموزش سواد رسانه‌ای در فضای سایبر*، تهران: سیمای فلق.

گودرزی، محسن (۱۳۹۹). *الزامات سواد رسانه‌ای در عصر کرونایی*. بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۹/۰۱/۳۰ از

<https://www.iribnews.ir/ooBIPT/2693991>

مرتضوی امامی؛ زواره، علی (۱۳۹۹). بررسی تأثیر میزان آگاهی زنان از سواد رسانه‌ای بر کنترل شرایط بحران کرونا (مطالعه

موردی: معلمان زن شهرستان زاوه)، ارائه شده در همایش ملی مجازی زیست جهان پسا کرونا از وضعیت موجود تا وضعیت

مطلوب، دانشگاه ایلام.

مینایی، مهدی (۱۳۹۳). *ژئوپلیتیک، اطلاعات و ارتباطات*، تهران: فرهنگ اندیشمندان.

نصیری، معصومه (۱۳۹۹). *کرونا در آینه سواد رسانه‌ای و علوم شناختی*، تهران: پشتیبان.