

# Investigating the effective model of media literacy on the realization of the virtual public sphere in the Corona crisis

**Masoumeh Nasiri**

Doctoral student of social communication sciences, Tehran East Branch, Tehran East Islamic Azad University, Tehran, Iran.

[hasti\\_nasiri@yahoo.com](mailto:hasti_nasiri@yahoo.com)

0009-0009-7670-3822

**Leila Niromand**

Associate Professor of Social Sciences, Tehran East Branch, Tehran East Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author).

[Ln\\_niroomand@yahoo.com](mailto:Ln_niroomand@yahoo.com)

0000-0003-4882-659X

**Somayeh Tajik**

Associate Professor of Social Sciences, Tehran East Branch, Tehran East Islamic Azad University, Tehran, Iran.

[s.t.esmaeilu@gmail.com](mailto:s.t.esmaeilu@gmail.com)

0000-0002-0788-094X

## Abstract


Media literacy as a strategic knowledge and skill that paves the way for living in a networked society and a necessity for networked social communication is an undeniable necessity for digital citizens who are exposed to all kinds of content at different times. The mentioned approach in its nature and without planning leads to the creation and development of the virtual public domain and makes the users an effective influence in the processes. This whole effect in different situations that we refer to as crisis, can support the structures and public awareness or act inversely. This research, which examines the role of media literacy on the realization of the public sphere in the social crisis of Corona, with the method of library studies and behavioral analysis of people and media in virtual space in the social crisis of Corona, the knowledge of the encounter between people and the media in the Corona pandemic and in understanding the news and It has analyzed misleading information, fake news, rumors and exposure to infodemia and how the virtual public sphere is effective in managing or deepening the crisis.

Based on the results of this research, the virtual public sphere formed during the Corona era is defective due to the lack of practical media literacy training in the country and the high volume of fake news, and the ideal model is to improve the process of this skill at the levels of people, officials and media, relying on "thinking" Critical" and a 360-degree view of the contents.


**Keywords:** Media literacy, public domain, Corona crisis, Social crisis, Sociological media literacy, Public opinion.

## بررسی تأثیرات سواد رسانه‌ای بر تحقق حوزه عمومی مجازی در بحران کرونا


### معصومه نصیری

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت)، تهران، ایران.  
hasti\_nasiri@yahoo.com  0009-0009-7670-3822

### لیلا نیرومند

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت)، تهران، ایران (نویسنده مسئول).  
Ln\_niroomand@yahoo.com  0000-0003-4882-659X

### سمیه تاجیک

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (قیامدشت)، تهران، ایران.  
s.t.esmaeilu@gmail.com  0000-0002-0788-094X

### چکیده

این پژوهش با موضوع بررسی تأثیرات سواد رسانه‌ای بر تحقق حوزه عمومی در بحران کرونا در صدد است تا علاوه بر تأکید به توسعه سواد رسانه‌ای و ضرورت آن برای ارتقاء افکار عمومی، سازوکار شکل‌دهی به حوزه عمومی را ذیل عقلانیت ارتباطی در نسبت با رسانه و البته در موقعیت بحران توصیف نماید. تأکید و توصیف اینکه سواد رسانه‌ای به‌عنوان دانشی یا مهارتی راهبردی برای زیست در جامعه شبکه‌ای، مقوله‌ای غیرقابل‌انکار برای شهروندان دیجیتال است که امروز در معرض انواع محتواها قرار می‌گیرند. رویکرد مذکور در ذات خود و بدون برنامه‌ریزی منجر به ایجاد و توسعه حوزه عمومی مجازی و به اصطلاح زیست جهان دیجیتال شده و کاربران را در نسبتی هم‌افزا و مشبک، تبدیل به کلی اثرگذاری حداقلی عامل و ساختار می‌کند. درواقع بر اساس عقلانیت ارتباطی و سناریوی این نوشتار مبتنی بر امتداد مجازی این نوع از عقلانیت، حوزه عمومی یا همان زیست جهان مجازی، مقام تفاهم عرفی بوده و ظرفیت و امکان مدیریت بحران با توسل به توافق کنشگران را ذیل اتصال سه جهان ذهنی و عینی و اجتماعی در فضای مجازی فراهم می‌کند. این پژوهش با روش مطالعات کتابخانه‌ای و تحلیل رفتارشناسی مردم و رسانه‌ها در فضای مجازی، مأموریت دارد تا نحوه مواجهه مردم و رسانه‌ها در همه‌گیری کرونا و در فهم اخبار و اطلاعات گمراه‌کننده و جعلی، شایعات، اینفودمی و چگونگی اثرگذاری حوزه عمومی مجازی در مدیریت یا تعمیق بحران را مورد واکاوی قرار داده است.

بر اساس نتایج حاصل از این پژوهش حوزه عمومی مجازی و زیست جهان دیجیتال تشکیل شده در دوران کرونا به علت عدم آموزش کاربردی سواد رسانه‌ای در کشور و حجم

بالای فیک‌نیوزها، معیوب بوده و الگوی مطلوب، ارتقای فرایندی این مهارت بر اساس نوع نوینی از عقلانیت ارتباطی در سطوح مردم، مسئولان و رسانه‌ها با تکیه بر «تفکر انتقادی» و دید ۳۶۰ درجه به محتواهاست.

**کلیدواژه‌ها:** سواد رسانه‌ای، حوزه عمومی، کرونا، اخبار جعلی، بحران اجتماعی، عقلانیت ارتباطی.

شاپای الکترونیک: ۶۵۵X-۲۵۸۸ / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی



doi 10.22034/SCS.2023.390363.1461

مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظریات مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشریه راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## مقدمه و بیان مسئله

بیش از چهار دهه است که صاحب‌نظران ارتباطات به دیدگاهی روی آورده‌اند که به‌نظر می‌رسد با گسترش آن، می‌توان مانع از تأثیرات منفی رسانه‌ها شد. این دیدگاه به‌طور کلی راه هرگونه ارتباط رسانه‌ای را برخوردار از سواد رسانه‌ای را برخوردار می‌داند (ایرانپور، ۱۳۸۹، ص. ۱۲). تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای به سال ۱۹۶۵ بازمی‌گردد. مارشال مک‌لوهان<sup>۱</sup>، نخستین بار در کتاب خود با عنوان «درک رسانه» گسترش ابعاد وجودی این واژه را به‌کار برده است، وی معتقد بود: «زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند» (صدیق‌بنا، ۱۳۸۵، ص. ۴۴). در سال ۱۹۶۰ نیز تفکری که بر پایه یک نیاز مبرم آموزشی بنا نهاده شده بود، به‌دنبال عمومی شدن تلویزیون، رادیو و فیلم‌های هالیوودی بود. در این میان تلویزیون گوی سبقت را از رسانه‌های دیگر ربود به‌طوری‌که اکثر مردم ترجیح دادند که تماشا کنند تا اینکه مطالعه کنند (دهکده جهانی، ۱۳۸۸). سازمان بین‌المللی یونسکو نیز به‌طور فعال از همان دهه ۱۹۶۰ به بعد به پشتیبانی از آموزش رسانه‌ای همت گماشت و تلاش کرد در این زمینه برنامه‌های جهانی را به اجرا بگذارد. از نظر صاحب‌نظران یونسکو، آموزش رسانه‌ای به‌مثابه راهکاری مناسب، توان جبران نابرابری اطلاعاتی میان کشورهای شمال و جنوب را دارد و پیشرفت مهارت‌های فردی به‌منظور تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای میان مخاطبان تنها راهی است که می‌تواند قدرت استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها را در کشورهای جنوب افزایش دهد و آنان را از وضعیت انفعال صرف خارج سازد (ایرانپور، ۱۳۸۹، ص. ۲۶).

از همین‌رو، سواد رسانه‌ای به‌عنوان ماده درسی در نظام آموزشی بسیاری از کشورها مطرح شد و به سرعت در کشورهایی چون بریتانیا، استرالیا، آفریقای جنوبی، کانادا و آمریکا و هم‌زمان نیوزیلند، ایتالیا، یونان، اتریش و سوئیس توسعه یافت. سواد رسانه‌ای به‌طور کلی به‌عنوان ابزاری برای حمایت مردم در برابر آثار منفی رسانه‌های جمعی درآمد و بریتانیا نخستین کشوری بود که در دهه ۱۹۳۰ به این مقوله پرداخت.

فارغ از نگاه‌های افراطی و تفریطی در نظریات رسانه مبتنی بر اثر حداکثری یا حداقلی بر مخاطب و همچنین لزوم به‌کارگیری سواد رسانه در راستای همین تأثیرات، (Klapper, 1960) در بررسی خود در زمینه رسانه‌های همگانی پس از

1. Marshal McLuhan

جنگ جهانی دوم می‌گوید: «پژوهشگران کنونی از این گرایش که رسانه‌های همگانی علت لازم و کافی تأثیر بر مخاطب هستند فاصله گرفته و به این نتیجه رسیده‌اند که نقش رسانه‌ها در میان سایر عوامل دیگر در یک موقعیت کلی قابل طرح است. به عبارت دیگر، برداشت گذشته از نقش تعیین‌کننده رسانه‌ها در شکل‌دادن به نگرش‌ها جای خود را به مشاهده شرایط موجود و تغییرات آن داده است.

رایلی<sup>۱</sup> (۱۹۵۹) در همین مضمون می‌گوید: برخورد سنتی با مسئله، بر این اصل استوار بود که ارتباطات به‌طور ساده بر پیام‌گیران به‌عنوان عامل منحصربه‌فرد تأثیر می‌گذارد. این تصور به‌طور ضمنی وجود داشت که کار ارتباط‌گیرنده تنها فرستادن پیام است و اینکه پیامش هرچه بیشتر نفوذ کند و گیرنده پیام هم در کمال آزادی و اختیار تصمیم می‌گیرد که با پیام چگونه برخورد کند - و غالباً هم به‌طور منطقی با آن برخورد می‌کند.

تحقیقات تجربی وسیع درباره تأثیر رسانه‌های همگانی بر نگرش‌های افراد از جنگ دوم جهانی به این طرف باعث شده است تا نسبت به گذشته از اعتقاد به قدرت تبلیغات کاسته شود. مطالعات روی گروه‌های ثابت (پانل)، که از سوی لازارسفلد<sup>۲</sup>، برلسون<sup>۳</sup> و گودت<sup>۴</sup> (۱۹۴۸) در زمینه تغییر رأی شرکت‌کنندگان در انتخابات سال ۱۹۴۰ در اری‌کانتی واقع در اوهایو، و از سوی لازارسفلد و مک‌فی در همین زمینه در انتخابات سال ۱۹۴۸ در المیرا واقع در نیویورک انجام شد، نشان داد که تنها درصد کوچکی (در اولی ۵۰ درصد و در دومی ۸ درصد) از رأی‌دهندگان رأی خود را در جریان انتخابات تغییر دادند. این نشان می‌داد که رأی افراد شبیه به متغیرهای فردی بیشتر با نگرش‌های قبلی افراد و عضویت در گروه‌های مرجع ارتباط داشته است تا با تبلیغات انتخاباتی. در همان زمان برخی از ویژگی‌های مبلغ، به‌ویژه نفوذ کلام و خصایص رهبران فکری در گروه‌های چهره به چهره نشان داد که می‌تواند در تغییر رأی مؤثر باشد (Holand, 1945; Kats & Lazarsfeld, 1955).

کلان سخن و مدعا اینکه سواد رسانه‌ای به‌دنبال آن است تا در فرد دانش، مهارت و توانایی لازم جهت استفاده از رسانه‌ها را آموزش دهد، به‌طوری‌که فرد بتواند ضمن درک، تحلیل و ارزیابی انواع محتواها و پیام‌های رسانه‌ای، با اتکا به تفکر انتقادی و تقویت مهارت‌های لازم پیام‌ها و برنامه‌های مثبت، مفید و سازنده را از پیام‌های منفی

1. Rayli  
2. Lazarsfeld  
3. Berelson  
4. Godet

و بی‌محتوا تشخیص دهد. به‌معنایی دیگر این مهارت سبب می‌شود فرد آگاهانه در برابر رسانه‌ها قرار گیرد و توانایی دسترسی به پیام‌های مورد نظر خود از میان انبوه پیام‌ها، تجزیه و تحلیل انتقادی، ارزیابی و ارسال پیام‌ها در انواع مختلف را پیدا کند و از شهروندی منفعل به شهروندی فعال حتی در موقعیت بحران، تبدیل شده و رویکرد واقع‌بینانه و نه خوش‌بینانه و فناوری‌زده<sup>۱</sup> یا بدبینانه و فناوری‌هراسی<sup>۲</sup> در برابر رسانه داشته باشد. (ایزدی، ۱۳۹۹)

توضیح روشن و تفصیل در باب مسئله مرکزی نوشته حاضر و اتصال آن با مقدمه مذکور اینکه امروزه یکی از محورهای اساسی و مهم ارزیابی جوامع مختلف که نقش مهمی در تضمین پویایی و کارآمدی هر جامعه ایفا می‌کند و تابعی از عوامل مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و غیره نیز محسوب می‌شود، برخورداری جامعه از سلامت اجتماعی است. از مهم‌ترین و مؤثرترین متغیرها در تأمین شاخص سلامتی اجتماعی در جوامع مختلف، توان سیستمی در برقراری امنیت اجتماعی به‌شمار می‌رود و بی‌گمان با ورود و شیوع و همه‌گیری ویروس «کرونا» در جهان و ایران، علاوه بر سلامت اجتماعی، امنیت اجتماعی نیز به مخاطره افتاد. امنیت و برقراری آن در جامعه یکی از اساسی‌ترین نیازهای فرد و جامعه است؛ به طوری که فقدان آن پیامدهای ناگواری برای سلامتی آنان در پی خواهد داشت. با همه‌گیری و عالم‌گیری ویروس کرونا (کووید-۱۹)، جهان با چالشی مواجه شده است که بسیاری، از جمله دبیرکل سازمان ملل متحد، آن را بسیار بزرگ‌تر و تأثیرگذارتر از جنگ جهانی دوم ارزیابی می‌کنند. این همه‌گیری امروزه در حوزه‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی تأثیر زیادی گذاشته است و پیش‌بینی‌ها مبتنی بر این است که در جهان، دوران جدیدی را با نام دوران پساکروناپی ایجاد کند که روند و مناسبات بین‌المللی، ملی و محلی را تغییر دهد. هنگام شیوع ویروس کرونا، رسانه‌های ایران در همه ابعاد و شمایل، هدایت‌کننده بخش عمده‌ای از افکار عمومی جهت پیشگیری و درمان این بیماری بودند که البته فضای مجازی به سبب در دسترس بودن و سهولت استفاده از آن تأثیر بیشتری بر مخاطبان داشته است. این شرایط باعث یادآوری این مهم شد که اساساً آنچه که افراد یک جامعه باید به‌عنوان مهارت و توانمندی در مقابل هر رسانه‌ای داشته باشند، یک عقبه مطالعاتی یا دانشی و مهارتی به نام سواد رسانه‌ای است، چراکه تولیدکنندگان خبر اعم از کسانی از روی هیجانات اجتماعی در زمان

1. Technophilia

2. Technophobia

بحران یا افرادی که به طور هدفمند اقدام به تولید خبر می‌کنند، می‌توانند تأثیرات مثبت یا مخربی بر جامعه گذاشته و به بحران دامن‌زده یا آن را در راستای نفع جامعه مدیریت کنند. در دوران وقوع بحران کرونا در ایران، شاهد انبوهی از اخبار و اطلاعات در فضای مجازی بودیم که به سبب کمبود سواد رسانه‌ای مخاطبان ایرانی، به‌سادگی باور و توسط آنان باز نشر می‌شد که طبیعتاً تأثیرات خاص خود را داشت. در برخی موارد حتی افرادی این بیماری و بحران را به شوخی گرفته و اقدام به تولید لطیفه در این مورد کرده و در فضای مجازی منتشر می‌کردند (ارجمندی، ۱۳۸۴). از طرفی دیگر تضادهایی بین پزشکی نوین و طب سنتی که بعضاً با نام طب اسلامی نیز معرفی می‌شد، برای درمان کرونا در فضای مجازی مطرح شد که جامعه ایرانی را در مقابل این بحران دچار یک سردرگمی نمود، به طوری که حتی مشاهده شد فردی در دفاع از طب سنتی که آن را طب اسلامی نیز نامیده بود، اقدام به سوزاندن کتاب‌های پزشکی نوین کرده و فیلم آن را نیز در فضای مجازی منتشر کرد که در سطح جامعه بازخوردهای فراوانی داشت. از این دست اقدامات سبب ایجاد دوقطبی طب سنتی و پزشکی نوین در افکار عمومی و پُررنگ‌تر شدن حواشی نسبت به اصل بحران شد که بر روی مدیریت کرونا نیز تأثیر گذاشت. نکته قابل توجه در این مورد، افسارگسیختگی و رها بودن مدیریت فضای مجازی در ایران بوده و هست و عمدتاً افرادی که اقدام به تولید شایعات و اخبار و اطلاعات غلط و گمراه‌کننده می‌کنند ابایی از این اقدام خود ندارند و می‌دانند احتمال کمی وجود دارد که توسط مراجع ذی‌ربط مورد پیگرد و بازخواست قرار گیرند یا مجازات قابل توجهی برای آنها در نظر گرفته شود.

این شرایط و تازگی بحران به وجود آمده و گستردگی و سهولت دسترسی به فضاهای رسانه‌ای از جمله فضای مجازی، سبب شد هر مخاطب خود تبدیل به رسانه شود و ابهامات موجود در این فضا را در قالب تولیدات رسانه‌ای پاسخ دهد که این مهم اگرچه منجر به همگرایی و تمرکز حوزه عمومی مجازی بر یک مسئله شد؛ اما لزوماً سایر ویژگی‌های این فضا را نداشت و منجر به تولید سیل قابل توجهی از اخبار متناقض، گمراه‌کننده و فاقد مؤلفه‌های یاری‌گر جامعه برای حل بحران کرونا بود که بی‌شک سواد رسانه‌ای عنصری تعیین‌کننده چه برای این دست تولیدکنندگان پیام محسوب می‌شد و چه مخاطبانی که مرجع دریافت اطلاعات بودند.

از سوی دیگر باید تأکید کرد رسانه‌ها واسطه‌هایی هستند که به‌جای آنکه ما را به طور مستقیم به جهان متصل کنند، از طریق مجموعه وسیعی از وسایل ارتباط

جمعی نوظهور، به هم وصل می‌کنند؛ بسیاری از این وسایل، رسانه‌های جمعی خوانده می‌شوند که قابلیت و توانایی دسترسی به مخاطبان زیادی را دارند. با این وصف سواد رسانه‌ای یک گفتار نیست بلکه صورت طیف وسیعی از داده‌ها، اطلاعات و دانش است که دائماً در حال تغییر و تبدیل به یکدیگر هستند و مهم‌تر از همه اینکه در حال شکل‌دهی به یک فضای عمومی تعاملی و متکثر می‌باشند.

این فضاها که رسانه‌های جمعی و رسانه‌های تعاملی در آن نقش و عاملیت برجسته‌ای دارند، به تسهیل پیوندهای ارتباطی بین شهروندان و صاحبان قدرت جامعه نیز کمک می‌کنند. مسئله اصلی و مرکزی نیز در نسبت با همین موضوع شکل می‌گیرد که حاکمیت در نسبت با حل بحران به وجود آمده و با توجه به ظرفیت و موقعیت و زیست جهان شکل گرفته و متأثر از شبکه‌های اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی چه راهبردی را برای تلاقی پیش آمده می‌تواند اتخاذ بکند. محور اصلی هم در صورت‌بندی ماجرا و طرح مسئله و ارائه راهبرد، اندیشه‌های هابرماس<sup>۱</sup> (۱۹۸۹) است. همان‌طور که بسیاری اشاره کرده‌اند در کتاب او مشکلات و ابهاماتی وجود دارد<sup>۲</sup>، با این حال، برای بسیاری از افراد متعهد به یک جامعه مردم‌سالار، خود این مفهوم هم از نظر تجربی و هم از نظر هنجاری قانع‌کننده است. هابرماس نیز به این مفهوم بازگشته و آن را اصلاح و به‌روز کرده است. اصطلاح «حوزه عمومی» اغلب به صورت مفرد استفاده می‌شود؛ اما رئالیسم جامعه‌شناختی به جمع اشاره می‌کند (Habermas, 1996).

سخن نهایی در این فراز اینکه سواد رسانه‌ای یک ضرورت غیرقابل انکار و به‌عنوان بخشی از راه‌حل در عصر جدید و به‌خصوص برای مواجهه با بحران‌ها و مرتفع نمودن چالش‌های اجتماعی به‌شمار می‌رود. در واقع سیستم‌ها برای حفظ انسجام و پیشرفت و توسعه نیاز به انطباق‌پذیری با مسئله‌های پیش‌رو داشته و بحرانی همچون کرونا و امتداد مسائل و عوارض آن به سطح اجتماعی و درگیر کردن سلامت و امنیت جامعه در بستر شبکه‌های اجتماعی می‌تواند یک کلان مسئله برای ارائه راهبرد مبتنی بر سواد رسانه تلقی شود.

درواقع با توجه به شیوع ویروس کرونا و ضریب رسانه‌ای بحران پیش آمده، حوزه عمومی و زیست جهان در مسیر منفی و علیه سیستم شکل می‌گیرد. عاملیت در سطح فراگیری آسیب می‌بیند و الگوی کنش و نظامات اجتماعی دچار اختلال

1. Habermas

2. see, for example, the Collection by Calhoun, 1992



می‌شود و سیستم با یک نارسایی برای حفظ یکپارگی<sup>۱</sup> مواجه می‌شود. مسئله راهبردی پیرامون موقعیت پیش آمده این است که در سطح کلان بایستی نسبت متغیرهایی همچون بحران، حوزه عمومی و رسانه را به طور هم‌افزا صورت‌بندی نمود. در واقع آنچه که در دنیای سیاست‌گذاری مغفول واقع شده، توجه به نقش و بازیگری امکان‌ها و ظرفیت‌هایی همچون سواد رسانه‌ای برای مدیریت بحران است. فهم دقیق از زیست جهان هم در فرایند سیاست‌گذاری و اقدام راهبردی بسیار حائز اهمیت است. ریتزر<sup>۲</sup> شرح می‌دهد که زیست جهان مفهومی است که آلفرد شوتز برای اشاره به جهان زندگی روزمره به کار می‌برند. شوتز عمدتاً به روابط میان ذهنی درون زیست جهان می‌پردازد ولی هابرماس علاقه دیگری درون زیست جهان دارد. هابرماس عمدتاً به ارتباط میان شخصی می‌پردازد که درون زیست جهان روی می‌دهد. از نظر هابرماس ارتباط باز و آزاد به معنای عقلانی شدن ارتباط درون زیست جهان است (ریتزر، ۱۳۸۹). حال ادعا این است که در چنین فضایی که در سایبرنتیک هم ضرب و غرق شده است، اتخاذ و فراگیری سواد رسانه‌ای می‌تواند به مدیریت و ارتقا سطح گفت‌وگوها و تقویت حوزه عمومی و زیست جهان فرهنگی کمک نماید.

## ۱. اهداف پژوهش

این پژوهش با هدف بررسی نقش سواد رسانه‌ای به‌عنوان دانش و مهارتی لازم برای مواجهه با محتواهای رسانه‌ای به‌خصوص در مواقع بحران (اعم از اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، زیست محیطی و...) نوشته شده است. چشم‌انداز این پژوهش:

- ۱- طراحی ایده‌ای نو مبتنی بر عقلانیت ارتباطی و ایجاد حوزه عمومی مجازی کارآمد و مؤثر برای عبور از بحران؛
- ۲- عبور از تله‌های برساخته رسانه‌ای و اسیر نشدن مخاطب در دام اخبار و اطلاعات گمراه‌کننده و دارای سویه انحرافی؛
- ۳- بررسی نقش سواد رسانه‌ای در توانمندی‌سازی کاربران در مواجهه با اینفودمی‌ها و تحقق حوزه عمومی مجازی با تمام مؤلفه‌های اثربخشش؛
- ۴- اشراب مبانی هستی‌شناختی برگرفته از نگاه‌های پدیدارشناختی و توضیح عقلانیت ارتباطی در مسئله بحران کرونا ساخت و صورت‌بندی حوزه عمومی فعال مبتنی بر کنش ارتباطی؛

1. System integration  
2. George Ritzer

۵- پیگیری ضرورت ساخت یک موقعیت بین‌الذهانی و مخرج مشترک مجازی آموزش دیده با توسل به اتصال موفق سه ساحت عینی و ذهنی و اجتماعی؛

۶- تزریق سواد رسانه‌ای به ساحت شخصیت‌ها و به‌تدریج امتداد آن به ساحت اجتماعی و درنهایت تثبیت این نگاه و رویکرد در ساحت فرهنگ و رسیدن به حوزه عمومی ایمن در نسبت با چالش‌های بر ساخته و هدایت شده از کانال رسانه.

## ۲. سؤال‌های پژوهش

پرسش اصلی که پژوهش حاضر در تلاش برای یافتن پاسخ آن است:

۱- سازوکار و فرایند تأثیر سواد رسانه‌ای برای مدیریت بحران اجتماعی مثل کرونا در مقام تحلیل نظری و تجویز عملیاتی چیست؟

و سؤال‌های فرعی که در ذیل کلان‌محور طرح شده به آن پرداخته شده است:

۱- سواد رسانه‌ای چه خلأها و ضعف‌هایی را در موقعیت بحران اجتماعی و اختلال سیستمی پُر می‌کند؟

۲- عناصر کلیدی سواد رسانه‌ای که تشکیل حوزه عمومی مجازی کارآمد را در مواقع بروز بحران تقویت می‌کنند، چه هستند؟

۳- حوزه عمومی مجازی چگونه منجر به تعمیق یا کم‌اثرسازی بحران اجتماعی می‌شوند؟

## ۳. پیشینه پژوهش

در موضوع سواد رسانه‌ای، پژوهشگران زیادی اعم از داخلی و خارجی دست به تحقیق زده‌اند که از این بین می‌توان به حسن ملائکه و همکاران (۱۴۰۱)، یونس شکرخواه (۱۳۹۵)، محمد سلطانی‌فر (۱۳۸۷)، سیدرضا صالحی و مسعود رجبی (۱۳۸۷)، جوزف کلاپر، برلسون، گودت، هولاند<sup>۱</sup>، کاتس<sup>۲</sup>، لازارسفلد، لن مسترمن<sup>۳</sup>، جیمز پاتر<sup>۴</sup> (۱۳۸۵)، پل مساریس<sup>۵</sup> (۱۳۸۵)، ناصر بلیغ (۱۳۸۰)، اشاره کرد که از پژوهش‌های آنان در این مقاله نیز استفاده شده است. پژوهشگران یادشده به‌طور اعم به مباحث سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند؛ اما به‌طور اخص درباره سواد رسانه‌ای و بحران اجتماعی کرونا تعداد پژوهش‌ها دارای فراوانی چندانی نیست؛ البته که تعدادی با سویه‌های مختلف به این موضوع پرداخته‌اند. در این میان کمتر پژوهشی به موضوع

1. Hovland  
2. Katz  
3. Len Masterman  
4. w-james-potter  
5. Paul Messaris

حوزه عمومی به‌عنوان بخشی از راه‌حل در این راستا اشاره داشته است که پژوهش فوق سعی در پُر کردن این خلأ پژوهشی دارد.

در خصوص نسبت سواد رسانه با چالش کرونا، در پژوهشی که توسط سیدمحمدحسین میرهاشمی در فروردین ۱۴۰۱ صورت گرفته، موضوع بررسی «همه‌گیری اطلاعاتی» در کشورهای جهان پس از شیوع ویروس کرونا؛ ضرورت افزایش سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای در میان شهروندان پرداخته شده است که بر اساس آن بر موضوع حکمرانی تأکید شده و آمده است: همزمان با شیوع گسترده ویروس کرونا در زمستان ۱۳۹۸ که کشورها را یکی پس از دیگری درنوردید، انبوهی از اطلاعات درست و نادرست، فضای جوامع این کشورها را دربرگرفت. این موج به اندازه‌ای بزرگ بود که کارشناسان حوزه رسانه از واژه «همه‌گیری اطلاعاتی»<sup>۱</sup> برای اشاره به آن استفاده کردند. ناشناخته بودن عملکرد دقیق این ویروس نزد متخصصان، گسترش بسیار سریع آن و سرعت بالای پخش اطلاعات بعضاً نادرست به‌واسطه شبکه‌های اجتماعی به آشفتگی و اضطراب شهروندان در بسیاری از کشورها دامن زد. در این میان، رسانه‌های معتبر برخی کشورها از جمله ایران کوشیدند که مرجعیت خبری را در سطح جامعه به دست گرفته و با تمهیداتی، ابتکار عمل را در سطح رسانه‌ای در برابر این همه‌گیری اطلاعاتی در اختیار داشته باشند؛ اما یکی از دلایلی که این همه‌گیری اطلاعاتی در مواردی با موفقیت اشاعه یافت، ضعف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی شهروندان در جوامع میزبان بود. این آسیب‌پذیری و ابعاد پیش‌بینی نشده آن، یادآور ضرورت غیرقابل‌انکار افزایش سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای به‌عنوان مهارت‌های اساسی زندگی شهروندان در عصر کنونی است. از این‌رو در این پژوهش پس از تشریح پدیده‌ای که از آن با عنوان «همه‌گیری اطلاعاتی» یاد می‌شود به تقویت سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی به‌عنوانی راهکاری حیاتی در برابر سیطره آن اشاره خواهد شد. همچنین یادآور می‌شود که سواد رسانه‌ای به مکملی به نام مرجعیت رسانه‌ای نیاز دارد که هر دو می‌بایست همچون یک ضرورت حکمرانی در دستور کار قرار بگیرد.

در همین رابطه، سکینه خیامی و صدیقه جهانی در پژوهش کارشناسی ارشد خود با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در بحران کرونا» که در شهریور ۱۴۰۰ در صفحات ۳۲ تا ۷۴ نشریه الکترونیکی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد

آستان قدس رضوی منتشر شده آورده‌اند: با توجه به همه‌گیری ویروس کرونا و لزوم مقابله با آن و همچنین تغییرات اساسی به‌وجود آمده در سبک زندگی انسان‌ها که باعث حرکت به‌سوی 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 منتشر شده در آن می‌تواند افراد را از اضطراب‌های ناشی از دریافت اخبار جعلی محافظت کرده و فشارهای روانی ایجاد شده در این زمینه را کنترل کند. این آشنایی نیاز به برنامه‌ریزی‌های دقیق دولت‌ها و مراکز آموزشی بین‌المللی و ارائه آموزش‌های مورد نیاز در این حوزه دارد. همچنین باقری؛ اکبری؛ یوسفی سیاکوچه و انصاری‌فر در پژوهشی با عنوان «نقش سواد سلامت و سواد رسانه‌ای در پیش‌بینی ترس از کرونا ویروس» به نقش سواد سلامت و سواد رسانه‌ای در پیش‌بینی ترس از کرونا ویروس پرداخته و معتقدند: هر قدر میزان سواد سلامت و سواد رسانه‌ای کاهش پیدا کند، به مقدار قابل توجهی ترس از کرونا ویروس افزایش پیدا می‌کند.

احمد ترکان و سیدحامد جمالی‌فر نیز در پژوهشی با عنوان «رسانه و بحران کرونا با تأکید بر سواد رسانه‌ای» آورده‌اند: در بحران قرن حاضر یعنی بحران کرونا، رسانه‌ها نقش مهم و تأثیرگذاری داشتند. این تأثیرگذاری با توجه به عملکرد رسانه‌ها به دو بخش مفید و مضر تقسیم می‌شود. آنچه باعث می‌شود از مضرات رسانه‌ها در بحران کرونا آگاه شویم و از مزایای آن بهره‌مند گردیم داشتن سواد رسانه‌ای لازم در برخورد با رسانه‌ها می‌باشد.

یونس شکرخواه نیز در مطلبی که در دفتر مطالعات با عنوان «از کنکاش در اینفودمی تا پاندومی کرونا» منتشر شده، آورده است: طبعاً یکی از بهترین پدیده‌ها که بر روی میز اینفودمولوژیست‌ها به‌عنوان یک پدیده میان‌رشته‌ای قرار می‌گیرد، همین کرونا است. پدیده‌ای که همه جهان را درگیر کرده و به‌نوعی یک نرمال ناشناخته است. همچنین باعث ایجاد موقعیت‌های چون قرنطینه و لاک دان در کشورهای مختلف شده است. اینفودمولوژی اصطلاح جدیدی نبوده اما ابعاد آن به حدی وسیع شده که اکنون دنبال آن هستند و مورد توجه قرار گرفته است. درواقع آنچه به اینفودمولوژی جان داد، این بود که با توجه شرایطی که ویروس کرونا دارد، دوباره مورد توجه مردم قرار گرفت. معتقدم اینفودمی ریشه‌کن شدن نیست ولی با یک نگاه بین‌رشته‌ای قابل مدیریت است. وقتی در فضای اینفودمی بی‌اعتمادی پیش می‌آید، ممکن است برای روزنامه‌نگار هم پیش بیاید و از ترسش برخی از خبرها را

منتشر نکند، ولی بزرگ‌ترین درسی که باید از اینفودمی گرفت، نترسیدن و سانسور نکردن در این زمینه است. ممکن است بگویید مردم اگر هر چیزی را بشنوند می‌ترسند. من می‌گویم بعضی وقت‌ها نترسی به ردیلت منجر می‌شود و ترس فضیلت است. پس بهتر است که بترسیم. وقتی بترسیم رعایت می‌کنیم، مشارکت می‌کنیم و... متأسفانه سانسور به حرفه روزنامه‌نگاری در جهان ضربات بدی زد. ترس از تلفات کارکردهای طبیعی رسانه‌ها را دچار توقف، ایست و آنتروپی اطلاعات کرد. نتیجه اینکه هرکدام از پژوهش‌های صورت گرفته، ضلع ویژه‌ای از مدیریت بحران یا سواد رسانه‌ای را برجسته و پردازش نموده‌اند و دال مرکزی این تحقیقات صورت گرفته، ناظر بر حوزه عمومی و زیست جهان نبوده است. اثر حاضر با بهره‌گیری از نقاط قوت پژوهش‌های مذکور، محور تحقیق را با تکیه بر مفاهیم زیست جهان و حوزه عمومی و همچنین عقلانیت ارتباطی در نسبت با رسانه و فضای مجازی و با جهت‌گیری مدیریت افکار عمومی در بحران کرونا صورت‌بندی نموده که رویکرد و منظر متفاوتی به مقوله حکمرانی فضای مجازی نیز می‌تواند تلقی شود.

#### ۴. ملاحظه‌های نظری

##### ۴-۱. تعریف مفاهیم

##### ۴-۱-۱. چیستی سواد رسانه‌ای

این کلیدواژه ذیل تقویت جهان ذهنی از میان جهان‌های سه‌گانه مذکور در بخش هستی‌شناسی موضوع قرار می‌گیرد که در صورت تحقق می‌تواند عاملیت و شخصیت را در راستای سالم‌سازی حوزه عمومی ارتقا بخشد. با این توصیف می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای مجموعه چشم‌اندازهایی است که فرد برای استفاده از محتوا و پیام‌های رسانه‌ای به کار می‌گیرد. سواد رسانه‌ای یکی از انواع سوادهاست که بیشتر با سوادهای دیداری، تحلیلی و اینترنتی در ارتباط است. با ایجاد و گسترش رسانه‌های سمعی و بصری، این مفهوم به‌وجود آمد و با گسترش شبکه‌های اجتماعی، دارای مفاهیم و ابعاد گسترده‌تر و پیچیده‌تری شد (جیمز پاتر). ازسوی دیگر عنوان شده است که سواد رسانه‌ای یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد، انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. همچنین سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از روش‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بینش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است. به‌عبارتی

ساده، سواد رسانه‌ای به معنای توانایی خوانش خطوط نانوشته رسانه‌ای، اتکا بر تفکر انتقادی برای تبدیل شدن به شهروندی هوشمند، فعال و دارای توانایی تجزیه و تحلیل و در غایت و نهایت تولیدکننده‌ای هوشمند و دارای توان برای ایجاد اثر است (Livingston, 2018).

دانشمندان زیادی چهارچوب‌های نظری را برای سواد رسانه‌ای پیشنهاد داده‌اند. دیوید باکینگهام<sup>۱</sup> چهار مفهوم اساسی را ارائه داده است: «یک چهارچوب نظری که می‌تواند برای کل رسانه‌های معاصر و همچنین برای رسانه‌های قدیمی نیز استفاده شود: «تولید، زبان، بازنمایی و مخاطب». هنری جنکینز<sup>۲</sup> با تشریح مفاهیم ارائه شده توسط دیوید باکینگهام، ظهور یک فرهنگ مشارکتی را مورد بحث قرار می‌دهد و بر اهمیت «سواد رسانه‌های جدید» تأکید می‌کند - مجموعه‌ای از شایستگی‌های فرهنگی و مهارت‌های اجتماعی که جوانان در چشم‌انداز رسانه جدید به آن نیاز دارند.

داگلاس کِلنر<sup>۳</sup> و جف سهم چهار رویکرد متفاوت در زمینه آموزش رسانه را طبقه‌بندی کرده‌اند: رویکرد حمایت‌گرایی، آموزش هنر رسانه‌ای، جنبش سواد رسانه‌ای و سواد انتقادی رسانه‌ای. رویکرد حمایت‌گرایانه مخاطبان رسانه‌های جمعی را در معرض نفوذ فرهنگی، عقیدتی یا اخلاقی قرار می‌دهد و به‌وسیله آموزش نیاز به حمایت دارد. رویکرد آموزش هنر رسانه‌ای بر تولید خلاقانه اشکال مختلف رسانه‌ای توسط زبان‌آموزان متمرکز است. نهضت سواد رسانه‌ای تلاشی است برای تحقق بخشیدن به جنبه‌های سنتی سوادآموزی از حوزه آموزشی و استفاده از آن در رسانه. سواد رسانه‌ای انتقادی با هدف تجزیه و تحلیل و درک ساختارهای قدرت که بازنمایی رسانه‌ها را شکل می‌دهد و شیوه‌هایی که مخاطبان برای ایجاد معنا از طریق قرائت‌های غالب، مخالف و مذاکره شده از رسانه تلاش می‌کنند، هستند (شیفته، ۱۳۹۴).

#### ۴-۱-۲. اخبار جعلی و شایعات

این محور در نسبت با جهان‌های سه‌گانه مطرح در بخش هستی‌شناسی بحث، ذیل جهان اجتماعی واقع می‌شود. در واقع اخبار جعلی و شایعات این توان را دارا هستند که زیست جهان ما را در ساحت اجتماعی و بین‌الذهانی دچار اختلال کنند. در همین راستا کارشناسان علوم ارتباطات از شایعه به‌عنوان طفل نامشروع افکار

1. Buckingham, David  
2. Henry Jenkins  
3. Kellner, Douglas

عمومی یاد می‌کنند. از آنجاکه افکار عمومی یکی از حیاتی‌ترین و پایدارترین مفاهیم در علوم اجتماعی است و نقش رسانه‌ها در تنویر و جهت‌دهی به آن بسیار حائز اهمیت است، طبق اظهار نظر محققان، در فرایند شکل‌گیری افکار عمومی، سه عامل «مجرای ارتباطی» (تلفیقی از رسانه‌های جمعی و میان فردی)، «موضوعات و رویدادهای پیرامون» و «عموم» وجود داشته و نقش ایفا می‌کنند. نقش رسانه‌های جمعی در پالایش و جهت‌دهی به افکار عمومی، از طریق انتخاب و ارائه رویدادهای اجتماعی و اطلاع‌رسانی مطالب و موضوعات جامعه، اهمیت بسیاری داشته و خود به عنوان ابزاری برای جلوگیری از اشاعه و ترویج شایعه مطرح است. مسائل پیرامون جامعه، هنگامی که از طریق رسانه‌ها بازتاب پیدا می‌کنند، نوعی ارتباط و کنش متقابل میان مردم پدید می‌آورند. مردم درباره موضوعی نسبتاً عام و مورد علاقه به بحث و جدل پرداخته و سرانجام به نقطه داوری می‌رسند. این مطلب در صورتی عاری از اشکال است که عموم مردم بتوانند با دسترسی راحت به مدارک مستند، در مورد حقیقت داشتن خبر به قضاوت بپردازند. مسئولیت رسانه‌ها در قبال شایعه وظیفه اصلی رسانه‌ها در برابر افکار عمومی، راهنمایی و هدایت افکار به سوی حقیقت و در مقابله با شایعه، آفت‌زدایی خبری و جلوگیری از سم‌پاشی خبری است. به مفهوم روشن‌تر مسئولیت اجتماعی یک رسانه، آن را موظف می‌کند که با آگاهی و اطلاع از نتایج مخرب این حرکت، ضمن اطلاع‌رسانی به‌هنگام و مؤثر در همه زمان‌ها مخصوصاً در مواقع بحران، حداکثر توان خود را در مبارزه با شایعه به کار گیرد، چراکه گفتیم هدف اصلی رسانه، انتشار به موقع و مداوم اخبار صحیح و مورد تأیید مقامات رسمی یا دولتی به‌منظور بی‌رنگ کردن شایعه مشخص است. رسانه با تشخیص تفاوت‌ها می‌تواند اهداف و شیوه‌های انتشار شایعه را دریافته و با بررسی بیشتر به مقابله با آن بپردازد؛ اما آنچه که مسئولیت اجتماعی رسانه را در مقابله با شایعه حساس‌تر نشان می‌دهد، این است که حس مسئولیت‌پذیری در یک رسانه تا چه میزانی برانگیخته شده باشد. به این معنا که رسانه حس کند در برابر هر واقعه و انعکاس صادقانه آن نسبت به افکار عمومی، مسئول است. پیشرفت روزافزون کمی و کیفی رسانه‌ها، تعهدات اخلاقی و اجتماعی (صنفي) را برای دو طرف معادله وسایل ارتباط جمعی، یعنی مطبوعات و مخاطبان به‌دنبال داشته است.

### ۴-۱-۳. حوزه عمومی شبکه‌ای

بر اساس تقسیمات سه‌گانه برای مؤلفه‌های شکل‌دهنده برای زیست جهان، حوزه

عمومی خود جهان عینی است. حوزه عمومی شبکه‌ای که با گسترش فناوری‌های ارتباطات دیجیتال تسهیل شده است، طی دو دهه گذشته به‌عنوان مکانی مهم برای بحث و گفت‌وگو درباره موضوعات مورد علاقه عمومی ظاهر شده است. حوزه عمومی شبکه‌ای به‌عنوان یک اکوسیستم پیچیده از کانال‌های ارتباطی آشکار است که در مجموع محیطی را برای برقراری ارتباط و ایجاد اشکال مختلف سازمانی فراهم می‌کند. این فضای دیجیتالی یک ساختار جایگزین را برای صدای شهروندان و دیدگاه‌های اقلیت فراهم می‌کند و همچنین داستان‌ها و منابع را بر اساس ارتباط و اعتبار برجسته می‌کند (Benkler, 2007).

بحث دائمی درباره تأثیر اینترنت بر مردم سالاری و ویژگی دموکراتیک حوزه عمومی شبکه‌ای، همزمان با توسعه و استفاده از فناوری‌های دیجیتال، به مرور زمان تکامل یافته است. هر شخص یا سازمانی با رایانه متصل به اینترنت می‌تواند اطلاعات را «منتشر» کند. از طریق استفاده از چت‌روم‌ها، هر شخصی که دارای یک خط تلفن است می‌تواند با صدایی که طنین‌اندازتر از تلویزیون است، به یک فرمانده شهر تبدیل شود. نیکلاس نگروپونته<sup>۱</sup> با استفاده از اصطلاح «من روزانه»<sup>۲</sup> برای توصیف چشم‌انداز خوش‌بینانه خود، بر اطلاعات و دانش بسیار متنوعی که می‌توانیم به‌دست بیاوریم تا شهروندان و مصرف‌کنندگان بهتر و مطلع شویم تأکید کرد. تولید اطلاعات، قدرت دولت و رسانه‌های رسمی در شکل دادن به بحث عمومی را تضعیف می‌کند و تولید کاملاً غیرمتمرکز و مبتنی بر مشاغل توسط مصرف‌کنندگان منفعل، مشارکت و تنوع دیدگاه‌ها را افزایش می‌دهد. اما تا سال ۲۰۰۲ آن موج اولیه جای خود را به نوشتن مشکوک‌تر داده بود. کاس سونستاین<sup>۳</sup> لحنی را تعیین کرد که بیشتر موج دوم را نشان می‌دهد، با این استدلال که «من روزانه» نه به‌خاطر دانش تصفیه شده، بلکه بیشتر به‌خاطر چندپارگی، دو قطبی شدن و از بین بردن امکان گفتمان مشترک در حوزه عمومی است (Benkler, 2013).

این نسل اول استدلال‌ها عمدتاً بر اساس شواهد حکایت بود. با این حال، تا سال ۲۰۰۱-۲۰۰۲، دانشمندان شروع به استفاده از تحلیل شبکه برای مطالعه شکل مشارکت و مشورت برخط کردند. مهم‌ترین و ثابت‌ترین یافته، تکه‌تکه شدن نبود بلکه تمرکز بیشتر بود: محققان مشاهده کردند که الگوهای پیوندی در وب از توزیع قانون

1. Nicholas Negroponte  
2. The Daily Me  
3. Cass Sunstein



قدرت پیروی می‌کنند، بیانگر این است که صحبت کردن در اینترنت کمتر از این است که هرکس یک شهر را شلوغ کند، تا آنجاکه هر کس دارای آزادی آواز در حمام دارد. باراباسی<sup>۱</sup> و بعداً هندمان<sup>۲</sup> در حقیقت ادعا کردند که شما می‌توانید صحبت کنید؛ اما هیچ‌کس شما را نمی‌شنود، مگر اینکه در رأس اقتصاد پیوندها و توجه باشید. فقط تعداد بسیار کمی از تارنماها در بالای توزیع قانون شبکه دیده می‌شوند. درزنر و فارل<sup>۳</sup> استدلال کردند که وبلاگ‌نویسان سیاسی می‌توانند بر مردم تأثیر بگذارند؛ زیرا آن‌ها توسط رسانه‌های همگانی خوانده می‌شوند، استدلالی که توسط تحلیل والستن<sup>۴</sup> از تنظیم دستور کار و سپهر وبلاگی<sup>۵</sup> در طول مبارزات انتخاباتی ۲۰۰۴ پشتیبانی می‌شود. هندمن این ادله را با ادعاهای تجربی مقابله می‌کند که به طور کلی اندازه حوزه عمومی سیاسی قابل اغماض بود و صداهای برجسته وبلاگستان به اندازه افراد منحصربه‌فرد صفحه تحریریه روزنامه‌های کشور نخبه بودند. کار والستن از بخش دوم این ادعا نیز پشتیبانی می‌کند.

در این مرحله، استدلال سانشتاین اینترنت فضای دو قطبی و شکاف ایدئولوژیک را افزایش می‌دهد. هارگیتای<sup>۶</sup> و همکارانش، در یک مطالعه اولیه که با تجزیه و تحلیل پیوندها با تجزیه و تحلیل محتوا همراه بود، نشان دادند که بسیاری از پیوندهای موجود در این بحث شامل استدلال اساسی سیاسی است که اختلاف زیادی بین دو قطب را نشان نمی‌دهد. به همین ترتیب، گنتزکو و شاپیرو<sup>۷</sup> این استدلال را که خوانندگان برخط در الگوهای مصرف رسانه خود دچار قطب‌بندی و تکه‌تکه‌شدن بیشتری می‌شوند را رد کرده‌اند. آن‌ها شواهدی ارائه دادند که نشان می‌دهد، افراد برخط در معرض دید وسیع‌تری نسبت به زندگی غیربرخط خود هستند و حتی کسانی که در یک طرف اختلاف سیاسی قرار دارند در معرض دیدگاه‌های مخالف قرار می‌گیرند. در یک مطالعه ۲۰۱۰، لارنس، سایدز و فارل<sup>۸</sup> مشاهده کرد که خوانندگان وبلاگ به‌طور خاص «فعال» شده و از مشارکت سیاسی درجات بالایی در نظرسنجی‌ها گزارش می‌شوند. (سیدمن<sup>۹</sup>، ۱۳۸۸)

1. Barabási
2. Hindman
3. Drezner and Farrell
4. Wallsten
5. blogosphere
6. Hargittai
7. Gentzkow and Shapiro
8. Lawrence, Sides, and Farrell
9. Sidman

#### ۴-۴۱- همه‌گیری یا بحران اجتماعی کرونا

با توجه به تنش‌های اجتماعی که ویروس کرونا برای کلیه جوامع در دنیا پدید آورده است، بدیهی است که این پدیده نوظهور در سه سطح تحلیل (فرد، جامعه / کشور، سازمان‌های بین‌المللی) (فرد، خانواده، آموزش یا تربیت) حامل پیامدهایی بوده است و اجماع جهانی پیرامون برخورد، کنترل و مدیریت آن در اقصی نقاط جهان مشهود است؛ تا آنجا که حتی در برخی از مواقع به علت خطرهای ناشی از آن قاعده کنار گذاشته شده و دولت دوست و دشمن در برخی از جهات برای غلبه بر آن هم‌سو شده‌اند.

در این میان جمهوری اسلامی ایران، سازمان‌ها و نهادهای آن نیز تمام اهتمام خویش را جهت کاستن از تبعات دامنه‌دار این ویروس به کار گرفته بود. این بیماری سبک زندگی و عادت‌واره‌هایی را که مدت‌های زیادی به آن عادت کرده بودیم، تغییر داد و نظم زندگی نسبتاً یکنواخت و منظم پیشین را با چالش مواجه کرد. از جمله پیامدها و آسیب‌های منفی این ویروس، می‌توان به این موارد اشاره کرد:

۱- **چالش بهداشتی و درمانی:** ورود کرونا، پیامدهای روانی - اجتماعی ترس، استرس و اضطراب فراوانی بین آحاد جامعه ایجاد کرد. از سویی عدم آمادگی، فقدان اطلاعات و تجهیزات کافی و مناسب برای تشخیص و کنترل این پدیده یکی از چالش‌های اساسی کادر پزشکی و درمانی کشور به حساب می‌آید.

۲- **محدودسازی سفرها و دید و بازدیدها:** با ورود و شیوع کرونا، دید و بازدیدها، سفرها، صله ارحام محدود و از برخی ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی کاسته شد.

۳- **تجربه‌ای تلخ برای بیماران و تدفین قربانیان بدون مراسم:** از یک‌سو سختی و مشقت درمان مبتلایان و بیماران این بیماری و از سویی دیگر، بازماندگان قربانیان کرونا به دلیل عدم برگزاری مراسم سوگواری که خود کارکرد هم‌دردی و تخلیه عواطف و هیجانات منفی و سازگاری با وضعیت جدید را به همراه دارد، با بیشترین تلخی‌های ناشی از این بیماری مواجه بوده‌اند.

۴- **سختی معیشت اقشار آسیب‌پذیر:** شاید کرونا برای فرودستان و تهیدستان بیشترین تبعات تلخ را به دنبال داشت. از یک‌سو معیشت آن‌ها را با سختی بسیار مواجه کرد و از سویی دیگر در خانه ماندن آنان، توانست منجر به کاهش درآمد آنها شود و تعارضات زناشویی و خشونت‌های خانگی را تشدید کند. آسیب‌دیدگان اجتماعی مانند دست‌فروشان، بی‌خانمان‌ها، افراد دارای سوءمصرف مواد،

زباله‌گردها، کودکان کار و... نیز از جمله گروه‌هایی بودند که کرونا فشار مضاعفی بر آن‌ها وارد مکرد که خود موجب تشدید چرخه فقر در بین آن‌ها شد.

#### ۴-۵۱- اینفودمی

اینفودمی مشتق از دو واژه info و demi است در اصطلاح زبان‌شناسی به چنین واژه‌هایی ترکیبی گفته می‌شوند و به‌نوعی چمدان واژه هستند. به این معنا که این کلمات به چندین منبع و مرجع و عرصه دلالت می‌کنند. info خلاصه information به معنای اطلاعات است و demi پسوند مورد استفاده در بیماری‌ها است، به معنای جمعی، گسترده و فراگیر است. اگر بخواهیم در اینجا به تجزیه کلمه اطلاعات در مسیر تحولش بپردازیم، باید بگوییم که اطلاع در ابتدا همان دیتا و داده‌های خام هستند که در مسیر پردازش به اطلاعات تبدیل می‌شوند و بعد از تحول و پردازش دوباره به دانش و خرد بدل می‌شود. اینفودمی به معنای انبوه اطلاعات درست و نادرستی است که یافتن منبع موثق و مطمئن را دشوار می‌سازند. پدیده‌ای است که در زمانی کوتاه حجم زیادی از اطلاعات تولید و منتشر می‌شود.

«اینفودمی کووید ۱۹» عنوان پدیده‌ای ارتباطی بود که هم‌زمان با اشاعه ویروس کرونا در سراسر جهان، از سوی رئیس کل سازمان جهانی بهداشت به‌عنوان یک خطر هم‌سنگ ویروس اصلی به جهانیان معرفی و درمورد آن هشدار داده شد.

اینفودمی یا شیوع اطلاعات غلط در زمان مدیریت همه‌گیری بیماری‌های واگیر، پدیده‌ای هزینه‌زا است که با کژکارکردهای رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی تقویت می‌شود. در زمان همه‌گیری جهانی کووید-۱۹ نیز اینفودمی مرتبط با این بیماری در سراسر جهان شایع شد و ایران هم از این موج برکنار نماند. بررسی سازوکار گسترش اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند در مقابله مؤثر با آن‌ها مفید واقع شود (صفری، ۱۴۰۰).

درواقع شرایط کرونایی در ایران وضعیت اینفودمی را ایجاد کرد که طی آن افراد فعال و کاربران فضاهای مجازی دوشادوش گسترش ویروس به تبادل اطلاعات درباره این بیماری می‌پردازند. کاهش اعتماد عمومی به نهادها و رسانه‌های رسمی و سیاسی شدن سلامت و اینفودمی نخبگانی در گسترش این شرایط نقش داشتند.

نکته بسیار ضروری در بحث اینفودمی، این است که شاید کارشناسان تخصصی حوزه‌های مرتبط به یک پدیده، فکر کنند که صرف اطلاعات درست نجات‌بخش است. نمی‌خواهم بگویم این‌گونه نیست. قطعاً اطلاعات درست همیشه کمک‌کننده

است ولی باید درک کرد که پدیده در اینفودمی بر سر اطلاعات نیست بلکه بر سر ارتباطات است. در واقع آن صورت‌مندی ارتباطی، آن روغن کاری چرخ‌های ارتباطی، توجه به اینکه آیا آن اطلاعات در بستر به عمل و مشارکت هم ختم می‌شود و... باید به این‌ها از جوانب گوناگون نگاه کرد (شکرخواه، ۱۴۰۰).

از مجموعه این مفاهیم و کلیدواژه‌ها به همراه مبانی نظری مطرح شده به دست می‌آید که در سه ساحت مبانی و مسائل و نتایج می‌توان در نسبت با موضوع مذکور، محورهای بنیادین و همچنین راهبردهای عملیاتی را جهت مدیریت عینیت و به تعبیر هابرماس زیست جهان یا حوزه عمومی با توسل به سواد رسانه‌ای به عنوان بسته سیاستی<sup>۱</sup> یا برنامه اقدام<sup>۲</sup> مطرح نمود. هر کدام از کلیدواژه‌ها و مفاهیم می‌توانند به عنوان یک ضلع نظری یا بعد عملی در خدمت هر اقدام راهبردی قرار بگیرند. مفصل‌بندی در جهان ذهنی و اتصال به جهان عینی و حوزه فرهنگ و زیست جهان، دغدغه مرکزی و ایده ناظر بر اتخاذ این چهارچوب مفهومی است.

#### ۴-۲. مبانی نظری

لنز نظری این پژوهش، رویکردی پدیدارشناختی را در فهم نسبت میان متغیرهایی چون بحران اجتماعی، حوزه عمومی، سواد رسانه و افکار عمومی اتخاذ کرده است؛ البته این پدیدارشناسی بی‌تعلق به روش‌شناسی انتقادی نبوده و از حیث مکتب‌شناسی، قریب به تفکرات انتقادی هابرماسی است. از نظر وی، انسان در ارتباط و تعاملی که در جامعه با دیگران دارد، از یک سو، و با تضارب آراییی که به کمک زبان با ایشان می‌کند، از سوی دیگر، به مرور به «تفاهم» و گونه‌ای «عقلانیت جمعی» دست می‌یابد. هرچه این عقلانیت جمعی قوی و نیرومندتر باشد، جامعه به حالت آرمانی خود نزدیک‌تر می‌شود. شکل نهایی، «جامعه آرمانی» ای است که همه افراد جامعه می‌توانند در تعاملات و کنش‌های اجتماعی حاضر شوند و بدون ترس و واهمه دیدگاه‌های خود را بیان کنند. در توضیح این مفصل‌بندی و تعیین چهارچوب نظری این نوشتار، باید گفت: به نظر هابرماس، زیست جهان، دارای ساختار درونی مثلثی است که اضلاع آن را فرهنگ و جامعه و شخصیت تشکیل می‌دهند. فرهنگ از نظر او همان جهان عینی است، جامعه در نگاه او همان جهان اجتماعی است و شخصیت نیز ضلع سوم این ماجرا بوده و جهان ذهنی را رقم می‌زند.

درواقع زیست‌جهان به حوزه‌ای از رفتار اشاره دارد که در آن هماهنگی میان کنشگران و نظم و قاعده از طریق باورها و ارزش‌های مشترک حاصل می‌شود (سیدمن، ۱۳۸۸).<sup>۱</sup> به تعبیر دیگر زیست‌جهان ذخیره‌ای از لحاظ فرهنگی انتقال یافته و به لحاظ زبانی سازمان‌یافته از الگوهای تفسیری است؛ زیست‌جهان بر موقعیت‌های کنشی به شیوه زمینه پیش‌فهم شده‌ای احاطه دارد که، با این‌همه، مورد خطاب قرار نمی‌گیرد. زیست‌جهان پس‌زمینه‌ای را تشکیل می‌دهد که هنگامی که می‌کوشیم از طریق گفته‌های میان‌خودمان به توافق برسیم آن را بدیهی می‌انگاریم (کالینیکوس، ۱۳۸۳).<sup>۲</sup>

در نظر هابرماس زیست‌جهان حصه روابط سمبلیک و ساخت‌های نورماتیو و جهان معنا و عمل ارتباطی و تفاهمی و اجماع و توافق و رابطه ذهنی است. درمقابل، عناصر اصلی سیستم را قدرت و پول تشکیل می‌دهد. در عصر سرمایه‌داری متأخر، حوزه‌های وسیعی از زیست‌جهان در درون سیستم مستحیل و برحسب سیستم اقتصادی و نظام قدرت بازسازی شده است. سیستم همان فرایند عقلانیت ابزاری است که حوزه‌های عمده‌ای از زیست‌جهان را تسخیر کرده است. مسلط‌شدن حوزه زیست‌جهان بر حوزه سیستم شیء‌گونه، مستلزم تفاهمی ساختن آن سیستم است. اما در جهان سرمایه‌داری، پول و قدرت اصل سازمان بخش سیستم و زیست‌جهان است. استعمار سیستم بر زیست‌جهان بازتولید فرهنگی و سمبلیک جامعه را به خطر می‌اندازد و جامعه را بیمار می‌کند؛ مثلاً حل شدن فرد در سیستم دولت رفاهی سرمایه‌داری پیشرفته، اذهان فعال را به اشیاء وابسته تبدیل می‌کند و به استقلال و سلامت فرد آسیب می‌رساند. از نظر هابرماس حاصل وضعیت فعلی سلطه سیستم بر جهان زیست، از دست رفتن معنا، تزلزل هویت جمعی، بی‌هنجاری، بیگانگی و شیء‌گونگی جامعه است. از نظر وی گسترش و استقلال زیست‌جهان و توسعه حوزه عقلانیت فرهنگی مستلزم رشد توانایی تفاهم و ارتباط است (بشیریه، ۱۳۷۶).

از طرفی و با نگاهی متفاوت می‌توان ادعان داشت که ساختارهای نمادین زیست‌جهان از طریق استمرار و تداوم معرفت معتبر (استمرار سنت، انسجام و عقلانیت معرفت)، تثبیت انسجام گروهی (تثبیت هویت‌های گروهی، همبستگی)، و اجتماعی‌شدن کنشگران مسئول (انتقال توانش‌های تعمیم‌یافته کنش، هماهنگ‌سازی زندگی‌نامه‌های فردی با صور جمعی زندگی) بازتولید می‌شود (اوث

1. Steven Seidman

2. Callinicos, Alex

ویت، ۱۳۸۶).<sup>۱</sup> به عبارتی زیست‌جهان دربرگیرنده پس‌زمینه‌ای از معانی مشترک است، پس زمینه‌ای که تعامل نمادین و معمولی را ممکن می‌سازد؛ علاوه بر آن زیست‌جهان شامل آن دسته از عناصر ساختاری (نهاده‌ها، ساختارهای هنجاری و رویه‌های اجتماعی) نیز می‌شود. که بازآفرینی اجتماعی را ممکن می‌سازند (Lincoln, 2018). ما در یک جهان نمادین معانی زاده شده‌ایم و به یاری فرایند عادی کنش ارتباطی، یعنی فرایندهای توافق، بحث و مذاکره که همه وقت در تعامل عادی اجتماعی در جریان‌اند به اصلاح، شرح و بسط، و منسجم کردن محتوای این جهان نمادین می‌پردازیم. همچنین افراد در تعامل ارتباطی خویش و به کمک کنش‌های ارتباطی خود، مشترکاً به ذخیره‌ای از دانش، که زمینه مشروعیت جامعه و نیز خود - تکوینی را فراهم می‌آورد دسترسی دارند. انسجام اجتماعی به‌طور موازی موجب بازآفرینی تعهدات، روابط میان فردی به نحوی مشروع نظم‌یافته، و نمودهای روان‌شناختی عضویت‌ها و وابستگی‌های اجتماعی می‌گردد. و کودکان از راه فرایند اجتماع‌پذیری و در ارتباط با افراد مرجع ذی‌صلاح به درونی کردن زیست‌جهانی می‌پردازند که امکان تفسیر معانی به شیوه‌ای معتبر و فراگیری سازگاری با هنجارهای اجتماعی و تعامل با دیگران را، ضمن حفظ هویت هر طرف، فراهم می‌آورد (پیوزی، ۱۳۸۴).<sup>۲</sup>

با این توضیح از چهارچوب مفهومی تحقیق و کلیدواژه بنیادین مسئله، درواقع آنچه که فرایند شکل‌گیری بحران تا خلق حوزه عمومی و جعل پدافند غیرعاملی همچون سواد رسانه‌ای را برای مدیریت بحران صورت‌بندی می‌کند، محوری به نام کنش ارتباطی<sup>۳</sup> ذیل عقلانیت ارتباطی است که جعبه ابزار پراکنده این فرایند را مفصل‌بندی می‌کند. عقلانیت ارتباطی است که سه جهان ذهنی و عینی و اجتماعی را به همدیگر متصل می‌کند و در شرایطی همچون کرونا با فعال کردن ذخیره‌های معرفتی جامعه ذیل راهبرد سواد رسانه‌ای که ایده و مدعای این پژوهش برای شکل‌دهی حوزه عمومی است، الگویی را برای مدیریت بحران در عصر اطلاعات ارائه می‌کند. پایگاه معرفت‌شناختی این دیدگاه، امر بین‌الذهانی به‌جای معرفت‌های بدیهی است که توافق در این دیدگاه جایگزین و بدیل یقین و اقتناع قرار داده می‌شود. پایه اصلی این توافق نیز در نظریه فعل‌گفتاری نهفته است که توافق را بر

1. Outhwaite, William

2. michael-pusey

3. Communication Action

نفوذ ترجیح می‌دهد و کنش ارتباطی را به‌جای کنش عقلانی و ابزاری انتخاب می‌کند (شوتس ایشل، ۱۳۹۳).

## ۵. روش پژوهش

در این پژوهش از حیث روش‌شناسی کاربردی، سعی شده است با روش مطالعات کتابخانه‌ای، خوانش مقالات و تحلیل‌های انجام شده درباره موضوع پژوهش و همچنین بررسی مباحث مطروحه در اجلاس‌ها و همایش‌های مرتبط برگزار شده، به نتایجی در باب الگوی مؤثر سواد رسانه‌ای بر تحقق حوزه عمومی مجازی در بحران کرونا دست پیدا کنیم.

به‌این ترتیب در این پژوهش متغیر سواد رسانه‌ای به‌عنوان عامل تأثیرگذار و تحقق حوزه عمومی مجازی به‌عنوان متغییر وابسته محسوب خواهد شد. روش گردآوری مطالب این تحقیق از طریق مرور مقالات و کتب مرتبط است. به‌لحاظ روش‌شناسی بنیادین نیز لازم به ذکر است که مبانی تحقیق حاضر مبتنی بر پدیدارشناسی ساخت یافته و سمت‌وسوی تحقیق در تحلیل مسئله‌ها به سمت روش‌شناسی انتقادی سمت‌وسو یافته است.

## ۶. یافته‌های پژوهش

این نوشتار سعی در ترسیم جهان معرفتی سه‌گانه عینی، ذهنی و اجتماعی در نسبت با فضای مجازی و حوزه عمومی متأثر از رسانه و سواد رسانه‌ای داشت. از طرفی نیز نوع عقلانیت معقول و مقبول برای ایصال به نتیجه مطلوب در مدیریت بحران کرونا را تحت عنوان عقلانیت ارتباطی معرفی کرد. حوزه عمومی ایمن را نیز به‌عنوان ماحصل مبانی پدیدارشناسانه، ضرب در عقلانیت ارتباطی، به‌علاوه کنش ارتباطی آغشته به سواد رسانه‌ای مطرح نمود (میرهاشمی، ۱۴۰۰).

در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش که سخن از فرایند و سازوکار تأثیر سواد رسانه بر شکل‌گیری حوزه عمومی است گفته شد: در واقع آنچه که فرایند شکل‌گیری بحران تا خلق حوزه عمومی و جعل پدافند غیرعاملی همچون سواد رسانه‌ای را برای مدیریت بحران صورت‌بندی می‌کند، محوری به نام کنش ارتباطی ذیل عقلانیت ارتباطی است که جعبه ابزار پراکنده این فرایند را مفصل بندی می‌کند. عقلانیت ارتباطی است که سه جهان ذهنی و عینی و اجتماعی را به همدیگر متصل می‌کند و در شرایطی همچون کرونا با فعال کردن ذخیره‌های معرفتی جامعه ذیل راهبرد سواد رسانه‌ای که ایده و مدعای این پژوهش برای شکل‌دهی حوزه عمومی است، الگویی را

برای مدیریت بحران در عصر اطلاعات ارائه می‌کند. پایگاه معرفت‌شناختی این دیدگاه، امر بین‌الذهانی به‌جای معرفت‌های بدیهی است که توافق در این دیدگاه جایگزین و بدیل یقین و اقناع قرار داده می‌شود. پایه اصلی این توافق نیز در نظریه فعل‌گفتاری نهفته است که توافق را بر نفوذ ترجیح می‌دهد و کنش ارتباطی را به‌جای کنش عقلانی و ابزاری انتخاب می‌کند.

سؤال دوم و سوم که ناظر بر عناصر اصلی سواد رسانه در تشکیل حوزه عمومی بود و اینکه چنین راهبردی چه خلأهایی را پُر می‌کند نیز پاسخ‌تفصیلی در بخش‌های مختلف تحقیق از جمله تعریف مفاهیم و ملاحظه‌های نظری ارائه گردید. با این توصیف بنیادین در پژوهش پیش‌رو که طی فرایند طی شده ضمن دریافت این مهم که زیست در هزاره سوم و دنیای رسانه‌ای شده بدون اتکا به دانش مورد نیاز خود از مخاطب، شهروندی رها و بی‌پناه در میان حجم بالای محتواها و تولیدات رسانه‌ای خواهد ساخت که نه تنها توانایی تمیز و تشخیص محتوای صحیح از ناصحیح را نداشته بلکه به علت این عدم اطلاع، خود مانند قطعه‌ای از پازل ویروس‌گونه نشر اطلاعات نادرست و جعلی عمل کرده و به عنصری در راستای مسمومیت فضای شبکه‌ای اقدام می‌کند.

شهروند دیجیتال بر اساس تعاریف و عناصر پذیرفته شده بین‌المللی باید ضمن ارتقای مهارت‌های زیست مجازی خود، اخلاق و بهداشت روانی خود و جامعه را مدنظر قرار داده و بسان عنصری فعال و رسانه فهم رفتار کند. چنین شهروندی با تکیه بر کنش ارتباطی و چاشنی سواد رسانه‌ای، می‌تواند در بزنگاه‌های مختلف که از آن به‌عنوان بحران نیز یاد می‌کنیم در دیالکتیک با سایر کاربران و شهروندان مجازی، به‌صورت عاقلانه‌تری کنشگری کرده و حوزه عمومی شبکه‌ای و مجازی سامان‌یافته‌تری را ایجاد کند. از این‌رو سواد رسانه‌ای نه عنصری زینتی و لاکچری بلکه مؤلفه‌ای اثربخش برای مواجهه با سیل اینفوآمی‌ها قلمداد شده و مخاطب را دارای نگاهی ۳۶۰ درجه‌ای و دایره‌ای می‌کند که تنها یک بُعد از موضوع را نگاه نکرده بلکه نگاه همه‌جانبه و کل‌نگر داشته و می‌تواند ایفای نقش بهتری کرده و زیست مجازی هدفمندتر و جهان‌عینی و اجتماعی امن‌تر و سالم‌تری را رقم بزند. با توجه مبانی طرح شده برای این موضوع، تقویت کاربران و سوژه‌های اجتماعی باعث رشد جهان ذهنی و عنصر شخصیت می‌شود که در مقام گفت‌وگو و ضرب در کاربران دیگر، جهان اجتماعی غنی و عاری از اخبار جعلی و برساخته رسانه را در زیست جهان شکل گرفته تجربه خواهند کرد.

آنچه که به‌عنوان راهبرد برآیندی از مجموعه مفاهیم و مبانی و مسائل مطروحه نباید از نظر دور داشت این است که در هر بحرانی سه ضلع مدیریت بحران یعنی «دولت و نظام حکمرانی»، «نظام ارتباطی و اطلاع‌رسانی» و «جامعه یا شهروندان»



قرار دارند، در واقع نظام اطلاع‌رسانی یک بازیگر مهم در مدیریت بحران است که هم حکمرانی از طریق آن سعی در ارائه اطلاعات و آگاهی‌های شفاف و به‌هنگام به جامعه دارد و هم خود رسانه با داشتن استراتژی ارتباطی و رسانه‌های مشخص و اندیشیده شده به کنشگری و مداخله در بحران می‌پردازد. در واقع رسانه‌ها اعم از رسانه‌های رسمی و رسانه‌های اجتماعی از جمله مهم‌ترین منابعی هستند که مردم از طریق آنها اطلاعات و آگاهی مربوط به بحران‌ها کسب می‌کنند.

در مقوله کنشگری در بحران‌ها به‌ویژه بحران فراگیری همچون کرونا، نقش و جایگاه رسانه‌های جریان اصلی و رسمی مهم‌تر از رسانه‌های اجتماعی غیررسمی و حتی رسانه‌های ملی فارسی‌زبان غیرهم‌سو است؛ زیرا فرایند تولید و توزیع و نظارت بر محتوا و دروازه‌بانی خبری در رسانه‌های جریان اصلی و رسمی که شامل رسانه‌های چاپی و برخط و دیداری و شنیداری دارای مجوز هستند. از سوی یک سازمان رسانه‌ای مشخص و دارای روزنامه‌نگاران متخصص و آموزش دیده و دارای احساس مسئولیت اجتماعی انجام می‌شود و مخاطبان در هنگامه بحران کرونا برای جست‌وجوی اطلاعات و اخبار معتبر و متقن و شفاف به سراغ رسانه‌های جریان اصلی گسیل می‌شوند. این در حالی است که به‌ویژه در رسانه‌های اجتماعی گرچه سرعت اطلاع‌رسانی و فرایند تولید و تویع محتوا شتاب فزاینده‌ای در دوران بحران دارد، اما به دلیل اینکه فرایند تولید و توزیع و مدیریت محتوا در رسانه‌های اجتماعی فاقد سازمان مشخص و توسط کاربران غیرمتخصص و بدون دروازه‌بانی و صحت‌سنجی و اعتبارسنجی و راستی‌آزمایی انجام می‌شود، از اعتبار محتوایی و خبری برخوردار هستند.

در بحران‌های اجتماعی که در این پژوهش کرونا مصداق آن است، نقش ویژه رسانه در زمان مراحل بحران، نمود پیدا کرده و می‌توان به‌عنوان بازوی حکمرانی و یا برعکس کم‌تر آن، بازوی معارض آن مطرح شود. بر این اساس این نقش در سه ساحت باید مورد توجه قرار گیرد:

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

**۲- وقوع بحران:** در این مرحله رسانه‌ها به‌لحاظ 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.

**۳- بعد از بحران:** شیوه‌های مختلف تقویت روحی و اجتماعی مردم، ارائه تحلیل‌های مناسب همراه با آموزش‌های لازم برای پیشگیری از درگیر شدن مجدد و بهره‌برداری از تجربیات به‌دست‌آمده مهم است. در مرحله پایانی، رسانه‌ها با تشخیص پیامدهای نامطلوب و ناخواسته می‌توانند عوارض بحران‌های بعدی را کاهش دهند. رسانه‌ها در صورت آگاهی از ارتجاعی بودن وضعیت پس از بحران، می‌توانند این وضعیت را تعدیل کرده و آثار بازگشتی پس از بحران را به صفر برسانند (ساوه درودی، ۳۱۱۴، ص. ۳۲۳).

با این وصف نگاهی به کتب، پژوهش‌ها و بررسی‌های پیشین و البته نگاهی اجمالی به موضوعاتی که در دوران شیوع پاندمی کرونا از سوی مخاطب مورد باور یا پذیرش قرار می‌گرفت و حتی منبع‌گزینی مخاطب نتایج ذیل را حاصل کرده است که هر یک برای حوزه حکمرانی می‌تواند منبعی برای تعیین سیاست یا مؤلفه‌ای نیازمند سیاست‌گذاری قلمداد شود تا در مواردی مشابه که با بحران اجتماعی مواجهه می‌شویم چندگام جلوتر از بحران بوده و از عنصر غافلگیری چه در ساحت رسانه، چه ساخت سیاست‌گذاری و چه ساعت افکار عمومی دور باشیم. در پاسخ به سؤال چهارم تحقیق که ناظر بر چگونگی تأثیر حوزه عمومی مجازی در نسبت با تعمیق یا کم‌اثرسازی بحران اجتماعی نوشته شده بود نیز نکات مهم و متعددی فی‌مابین مباحث و مطالعات مطرح شد که البته در تعامل و ترکیب با پاسخ‌های سؤالات قبلی و به‌طور مشخص و جمع‌بندی شده به شرح ذیل می‌باشند:

۱- تشکیل حوزه عمومی مجازی بسان شمشیری دولبه قلمداد می‌شود که هم در بحران می‌تواند تضادآفرین، تردیدآفرین و ایجادکننده انحراف اعضای حوزه باشد و هم می‌تواند با ارتقای مهارت‌های لازم مقوم فهم حداکثری اجتماعی شده و موجبات مواجهه صحیح با بحران‌های اجتماعی (کرونا) را فراهم آورد.

۲- آموزش سواد رسانه‌ای در تحقق حوزه عمومی مجازی کارآمد نقشی بی‌بدیل ایفا می‌کند. سواد رسانه‌ای هم به جهت مواجهه با انواع اطلاعات و محتواها شهروند دیجیتال هوشمندتری را تربیت خواهد کرد و هم منجر به توسعه اخلاق در فضای مجازی و توسعه مسئولیت اجتماعی شهروندان دیجیتال می‌شود.

۳- زیست در جهان پسا حقیقت و دوره همه‌گیری فراواقعیت‌ها و پیشی گرفتن دروغ از واقعیت، ضرورت ارتقای سواد رسانه‌ای را نه‌تنها برای لایه کاربر بلکه برای لایه مسئولان (سیاست‌گذاران) و رسانه‌ها نیز ضروری می‌نماید. در همه‌گیری کرونا از زمان فهم پذیرش بحران و عدم انگار آن از سوی مسئولان، فرایند

اقدامات رسانه‌های سامان‌یافته‌تر و مبتنی بر آگاه‌سازی و اطلاع‌رسانی به افکار عمومی و مواجهه با شایعات و فیک‌نیوزها شد.

۴- بررسی این پژوهش حول فرایند اطلاع‌رسانی چه به‌صورت رسمی و در رسانه‌های جریان اصلی و چه به‌صورت غیررسمی و در شبکه‌های اجتماعی حکایت از این دارد که هرچا چهار عنصر: (۱) اهمیت، (۲) دربرگیری، (۳) ابهام و (۴) تناقض در کنار یکدیگر و حول یک موضوع قرار گیرند به معنای فضای امن برای رشد شایعات و اخبار جعلی است.

۵- اینفودمی پدیده زایده بحران است. حوزه عمومی مجازی بدون الگوی سواد رسانه‌های مؤثر که در گام اولیه با نگاهی انتقادی، ابتدا سؤال طرح می‌کند، سپس به‌دنبال یافتن پاسخ بررسی می‌کند و فهم صحیحی از منبع قابل اعتماد دارد و دیگر یک منبع را به‌تنهایی داری اعتبار نمی‌داند و هیچ محتوایی را بدون راستی‌آزمایی بازنشر نمی‌دهد و... دارد، قابل تحقق نیست. در یک جمله حوزه عمومی مجازی در بحران‌ها بدون اتکا به سواد رسانه‌های خود بحرانی در دل بحران موجود است.



نمودار (۱): بررسی تأثیرات سواد رسانه‌ای بر حوزه عمومی مجازی در بحران اجتماعی (کرونا)

### نتیجه‌گیری

گسترش روزافزون فناوری‌های نوین و استفاده از آن در مباحث و رویکردهای مختلف رسانه‌ای، افراد و جامعه را با انبوهی از اطلاعات درست و نادرست و البته هدفمند روبرو ساخته است. گسترش رسانه‌ها که منجر به گسترش ارتباطات وسیع بین افراد و جوامع و همچنین تأثیر و تأثر افراد از یکدیگر شده، نگاهی عمیق و سیاست‌گذاری‌های علمی و راهبردی توسط حکمرانان در همه ساحت‌های اجتماع را می‌طلبد. این

موضع از آنجا اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند که رسانه‌ها در بخش‌های مختلف اعم از اقتصاد، سیاست، جامعه‌شناسی، فرهنگ و تبلیغات وابسته به آن‌ها نقش اساسی ایفا می‌کنند. در همین راستا، رسانه‌ها می‌توانند با سیاست‌هایی که از سوی سیاست‌گذاران طراحی می‌شود، دست به شکل‌دهی افکار عمومی زده و آن را در مسیر مورد دلخواه این گروه کانالیزه و هدایت کنند. از سوی دیگر همین رسانه‌ها می‌توانند، به ابزار جنگ‌های نوین رسانه‌ای تبدیل شده و با استحاله فکری جوامع، آن‌ها را به سمت وسوی فعالیت‌های استعماری و استثماری سوق دهند و با جنگ‌های شناختی و اداری، جامعه مورد حمله را از هویت ملی و فرهنگی تهی کرده و اقدام به استثمار آنان کنند. با پیدایش اینترنت و پس از آن فضای مجازی تا حدود قابل توجهی از تسلط مطلق حکومت‌ها بر رسانه‌های رسمی کاسته شده و در حال حاضر هر فرد با سکویی که در آن فعال است، خود یک رسانه محسوب می‌شود و می‌تواند با تولید یک خبر اعم از یک واقعیت یا یک شایعه بر محیط محلی، پیرامونی یا حتی بر جوامع کلان نیز تأثیرگذار باشد. (یعقوبی، ۱۳۹۶) رسانه‌های نوین از آنجا قابل اهمیت می‌شوند که شکل‌دهنده پرشتاب افکار عمومی هستند؛ بنابراین مجهز بودن به سواد رسانه‌ای و بالا بردن سطح آن در راستای هویت فرهنگی و تربیتی هر جامعه و همچنین آموزش به اقشاری که به‌طور دائم در معرض انبوهی از اطلاعات اعم از درست، نادرست قرار می‌گیرند، امری بسیار مهم قلمداد می‌شود. آموزش سواد رسانه‌ای و بالا بردن آن و همچنین قادر کردن افراد از تمییز اخبار درست یا نادرست و عدم باورپذیری سریع آنان در ساحتی مهم‌تر و با نگاهی راهبردی‌تر منجر به تشکیل حوزه عمومی مجازی کارآمدتر و منطقی‌تری می‌شود که دیگر خود اوست که فضا را مهندسی و هدایت می‌کند و نه فضا او را مدیریت و هدایت کرده و اساس و شاکله فکر او را مهندسی کند (حیدری زهرایی، ۱۳۸۲).

از سوی دیگر، این دست از رسانه‌ها نقش بی‌بدیل در زمان بروز بحران‌های اجتماعی از جمله همه‌گیری کرونا ایفا کردند که در پاره‌ای موارد مؤثر و در بخش نیز داره سوپه منفی بوده است. در تقسیم‌بندی رسانه‌های فعال در زمان وقوع بحران کرونا در ایران می‌توان به سه قسم رسانه اشاره کرد:

- ۱- رسانه‌های جریان اصلی داخلی اعم از صدا و سیما، خبرگزاری‌ها و نشریات؛
- ۲- رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از ایران (رسانه‌های جبهه معارض و معاند ایران)؛
- ۳- فضای مجازی داخلی و خارجی.

در این میان بُعد سوم یعنی فضای مجازی داخلی و خارجی نقشی پُررنگ در

تشکیل حوزه عمومی مجازی داشته و در این فضا به جهت شرایط خاص ناشی از پاندمی، شاهد وقوع اینفودمی‌ها بودیم و مردمی که آموزش لازم برای مقابله این حجم بالای اطلاعات دروغ و گمراه کننده را نداشتند، خود زنجیره‌ای از بحران شده و شایعات را مانند ویروس به خورد افکار عمومی تشنه اطلاعات درباره این پدیده نوظهور دادند و به تشکیل یک حوزه عمومی معیوب کمک شایانی کردند.

بحران‌ها ضرورت بازنگری در برخی رویه‌ها را یادآور می‌شوند و کارآمدی سیاست‌های عمومی را آشکار می‌سازند؛ همه‌گیری ویروس کرونا که با همه‌گیری گسترده‌ی اطلاعاتی نیز در مقیاس جهانی همراه بود، بیش از پیش ضرورت ایمن‌سازی شهروندان در برابر موج اطلاعات نادرست را گوشزد کرد. این همه‌گیری نشان داد که فقدان و ضعف سواد رسانه‌ای در کاربران می‌تواند در برخی بزرگه‌ها، پیامدهای گسترده سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به همراه داشته و آثار مخرب ماندگاری را در همه این حوزه‌ها برجای گذارد (موتق سیچانی، ۱۳۹۲). از این روی در راستای پیشبرد سواد رسانه‌ای باید رویکردی کلان اتخاذ کرد و افزون بر دولت‌ها، نهادهای رسمی و غیررسمی را نیز برای بهبود آن همراه کرد. مکمل آموزش سواد رسانه‌ای، سرمایه اجتماعی و وجود منابع و رسانه‌هایی با مرجعیت بالا است که مورد وثوق شهروندان قرار دارند و نقطه عزیمت نگاه‌های انتقادی آنان در مواجهه با انبوه اخبار و اطلاعات در فضای مجازی قرار می‌گیرند. از این رو گسل‌های اجتماعی و فرهنگی و گسست از رسانه‌های معتبر، کارآمدی آموزش‌ها در این حوزه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این روی، سواد رسانه‌ای نمی‌تواند صرفاً در سطح آموزشی دنبال شود و باید در سطوح دیگر حکمرانی نیز مورد توجه قرار گیرد و لایه حکمرانی نیز بداند بدون سواد رسانه‌ای، حوزه عمومی مجازی بسیار تهدیدپذیر و پرمخاطره خواهد بود. متعاقباً بایستی در ساحت حکمرانی همانگونه که عقلانیت ابزاری در ادبیات و ساحت نظر، نقد و طرد می‌شود، بایستی عقلانیت متصل به فضای مجازی از مدل خنثی و رها و منطقه‌الفراغ به مدل عقلانیت ارتباطی تغییر یابد و منطبق عمل نیز در جهت تربیت و رشد شهروند هوشمند، به سمت ارتقا و توسعه سواد رسانه‌ای شیب جدی پیدا کرده و در عرصه عینیت نیز شاهد کنش ارتباطی توافق محور به‌عنوان جایگزین کنش راهبردی نفوذمحور و کنش عقلانی منفعت‌محور باشیم (سعیدی مقدم، ۱۳۹۰).

## فهرست منابع

- ارجمندی، غلامرضا (۱۳۸۴). سواد رسانه‌ای. رشد آموزش اجتماعی، (۲۷)، ۴-۹.
- اوٹویت، ویلیام و هابرماس، یورگن (۱۳۸۶). معرفی انتقادی. ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: اختران.
- ایران پور، پرستو (۱۳۸۹). میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه های تعاملی. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.
- ایزدی، لویا (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر تصمیم‌گیری در بحران در سازمان‌های رسانه‌ای: مروری سیستماتیک با تأکید بر سواد رسانه‌ای در بحران سلامت (در پاندمی کرونا). فصلنامه آموزش بهداشت و ارتقاء سلامت ایران، (۴)، ۳۹۰-۴۰۶.
- باقری، اکبری، یوسفی سیاکوپه و انصاری فر (۱۳۹۹). پیش‌بینی بهزیستی روانشناختی دانشجویان براساس سبک زندگی سالم و شاد در زمان همه‌گیری - ابتلا به ویروس کووید ۱۹. مقاله ارائه شده به اولین کنگره ملی دانشگاه و کووید ۱۹.
- بشریه، حسین (۱۳۷۶). تاریخ اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم. تهران: نی.
- بلیغ، ناصر (۱۳۸۰). درآمدی بر سواد رسانه‌ای. ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، (۷)، ۲۸-۴۲.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵). تعریف سواد رسانه‌ای. فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، (۶۵) ۱۷، ۷-۲۵.
- پیوزی، مایکل و هابرماس، یورگن (۱۳۸۴). یورگن هابرماس. ترجمه احمد تدین، تهران: هرمس.
- ترکان، احمد و جمالی فر، سید حامد (۱۴۰۰). رسانه و بحران کرونا با تأکید بر سواد رسانه‌ای. مقاله ارائه شده به نخستین همایش ملی فرهنگ.
- حیدری زهرایی، معصومه (۱۳۸۲). سواد رسانه‌ای و آموزش رسانه. پژوهش و سنجش، (۳۷).
- خیامی سکینه و جهانی صدیقه (۱۴۰۰). نقش سواد رسانه‌ای در بحران کرونا. نشریه الکترونیکی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی.
- رایلی (۱۹۵۹). پژوهش بازنگاری مدل‌های ارتباطی مالترکه و رایلی و ارائه مدل ارتباطی بین فرهنگی بر مبنای بدیهیات فرهنگی.
- ریترز، جورج (۱۳۸۹). مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن. ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: ثالث.

- ساوه درودی مصطفی (۱۳۹۷). *سواد رسانه‌ای و مدیریت بحران*. تهران: انتشارات پشتیبان.
- سعیدی مقدم، مه‌ری (۱۳۹۰). *بررسی تعامل کنش‌گری در حوزه عمومی مجازی و واقعی در بین دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا همدان*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی، استاد راهنما: اکرم محمدی، استاد مشاور: اسداله نقدی، دانشگاه بوعلی سینا، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷). *سانسور یا سواد رسانه‌ای*. نشریه *سواد رسانه‌ای*، ۴۵(۲۲). سیدمن، استیون (۱۳۸۸). *کشاکش آرا در جامعه‌شناسی*. ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.
- شکرخواه یونس (۱۴۰۰). *اخبار کرونا؛ از آرزو تا واقعیت*. سایت خبرگزاری دانشجویان ایران (ایسنا)
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۵). *سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای*. *فصلنامه رسانه*، ۶۸(۶۸). شوتس ایشل، رایتر (۱۳۹۳). *مبانی جامعه‌شناسی ارتباطات*. ترجمه کرامت‌اله راسخ، تهران: نشر نی.
- شیفته، منصوره (۱۳۹۴). *بررسی رابطه شبکه‌های اجتماعی مجازی و دموکراسی دیجیتال (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران)*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). رشته: علوم اجتماعی - پژوهش علوم اجتماعی (پژوهشگری علوم اجتماعی)، استاد راهنما: شراره مهدیزاده استاد مشاور: سوسن باستانی، دانشگاه الزهرا (سلام‌الله‌علیها)، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، تهران، ایران.
- صالحی، سیدرضا و رجیبی، مسعود (۱۳۸۷). *ضرورت سواد رسانه‌ای*. نشریه مرکز تحقیقات استراتژیک، ۲۲(۲۲).
- صدیق بنایی، هلن (۱۳۸۵). *زندگی ما در گرو رسانه*. مرکز تحقیقات و مطالعات رسانه‌ای روزنامه همشهری.
- صفری، هادی (۱۴۰۰). *اینفودمی کرونا در رسانه‌های اجتماعی فارسی*. نشریه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، ۲۲۱-۲۳۴.
- عزیزی، علیرضا (۱۳۸۷). *هابرماس و کنش متقابل اجتماعی*. سایت آفتاب در تاریخ ۲۱ آبان ماه ۱۳۸۷.
- قاسمی، محمد (۱۳۸۸). *بررسی نقش رسانه‌ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار*. *فصلنامه نظم و امنیت انتظامی*، سال سوم، ۳(۳).
- کاتس و لازارسفلد (۱۹۵۵). *بررسی تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی در آگاهی و دانش*

- سیاسی شهروندان در جوامع مختلف. مقاله کارشناسی ارشد محمد حفاظتی (۱۳۷۲)، ۲۷-۱۹.
- کلینیکوس، آکس (۱۳۸۳). *درآمدی تاریخی بر نظریه اجتماعی*. ترجمه اکبر معصوم‌بیگی، تهران: آگه.
- کلپر، جوزف (۱۹۶۰). اثرهای ارتباط جمعی، *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، ۱۷(۶۵)، ۷-۲۵.
- لازاسفلد، برلسون و گودت (۱۹۴۸). *نفوذ شخصی: نقشی که مردم در جریان ارتباطات جمعی ایفا می‌کنند*. ترجمه محمدرضا رستمی، تهران: تبلور.
- مساریس، پل (۱۳۸۵). ابعاد سواد رسانه‌ای. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، (۶۸).
- ملائکه، حسن و دیگران (۱۴۰۱). رابطه سواد رسانه‌ای و آگاهی سیاسی زنان تهرانی. *مجله زن در توسعه و سیاست*، (۷۸)، ۶۰۷-۵۸۹.
- موثق سیچانی، مریم (۱۳۹۲). *حوزه عمومی در فضای مجازی و مقایسه آن با فضای غیرمجازی*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، رشته: حقوق - حقوق مالکیت فکری، استاد راهنما: سید حسن شبیری زنجانی، استاد مشاور: مصطفی بختیاروند، دانشگاه قم، دانشکده حقوق، قم، ایران.
- میرهاشمی، سید محمدحسین (۱۴۰۰). بررسی همه‌گیری اطلاعاتی در کشورهای جهان پس از شیوع کرونا: ضرورت افزایش سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای در میان شهروندان. *دوفصلنامه علمی (مقاله علمی - پژوهشی)*، سال سوم، (۱)، بهار و تابستان، ۲۳۹-۲۵۰.
- هولاند (۱۹۴۵). بررسی تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی در آگاهی و دانش سیاسی شهروندان در جوامع مختلف. مقاله کارشناسی ارشد محمد حفاظتی (۱۳۷۲)، ۲۷-۱۹.
- یعقوبی، الهام (۱۳۹۶). *چگونگی شکل‌گیری حوزه عمومی در فضای مجازی مورد مطالعه: تحلیل محتوای صفحات اینستاگرام*. (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، رشته: علوم اجتماعی - جامعه‌شناسی، استاد راهنما: علی ساعی، استاد مشاور: محمد رضایی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، تهران، ایران.

Benkler, Yochai (2007). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Market and Freedom*. USA: Yale University Press.

Benkler, Yochai (2013). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Market and Freedom*. USA: Yale University Press.



- Dahlberg, Lincoln (2018). *The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere*. Pages 615-633 | Published online: 07 Dec 2018, <https://doi.org/10.1080/13691180110097030>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Boston: MIT Press. [Google Scholar]
- Livingston, Sonia (2018). *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies*. Pages 3-14 | Published online: 11 Aug 2018, <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>

## References

- Arjamandi, Gholamreza (1384). media literacy Social Education Growth, (27), 4-9. (In Persian)
- Bagheri, Akbari, Yousefi Siyakoche and Ansarifar (2019). Predicting the psychological well-being of students based on a healthy and happy lifestyle during the epidemic of the Covid-19 virus. Paper presented to the First National Congress of Universities and Covid-19. (In Persian)
- Baligh, Nasser (2010). An introduction to media literacy. Specialized Scientific Monthly Voice of the Islamic Republic of Iran, 2(7), 28-42. (In Persian)
- Benkler, Yochai. (2007). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Market and Freedom*. USA: Yale.
- Benkler, Yochai. (2013). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Market and Freedom*. USA: Yale University Press.
- Bushriyeh, Hossein (1376). *The history of political ideas in the 20th century*. Tehran: Ney. (In Persian)
- Clapper, Joseph (1960). The effects of mass communication, quarterly study and research of mass communication tools, 17(65), 7-25. (In Persian)
- Dahlberg, Lincoln (2018). *The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere*. Pages 615-633 | Published online: 07 Dec 2018, <https://doi.org/10.1080/13691180110097030>
- Eizadi, Loya (2019). Identifying the effective factors of crisis decision-making in media organizations: a systematic review with an emphasis on media literacy in a health crisis (in the Corona pandemic). *Iranian Journal of Health Education and Health Promotion*, 8(4), 390-406. (In Persian)
- Ghasemi, Mohammad (1388). Investigating the role of the media in creating national integration and sustainable security. *Quarterly Journal of Police Order and Security*. Number three. second year. (In Persian)
- Habermas and social interaction, Alireza Azizi, Aftab site on November 21, 2017.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Boston: MIT Press. [Google Scholar]

- Heydari Zahraei, Masoumeh (2012). Media literacy and media education. Research and measurement, (37). (In Persian)
- Holland, 1945, Katz and Lazarsfeld, 1955. Investigating the impact of mass communication media on the political awareness and knowledge of citizens in different societies. Master's thesis of Mohammad Kaffi, 1372. 27-19. (In Persian)
- Iranpour, Prasto (1389). "Measure of media literacy and its role in the use of interactive media", Master's thesis, Tehran: Allameh Tabatabai University. (In Persian)
- Kallinikos, Alex (2013). A historical introduction to social theory. Translated by Akbar Masoumbeigi, Tehran: Age. (In Persian)
- Khayami Sakineh and Jahani Siddiqa (1400). The role of media literacy in the Corona crisis. Electronic publication of the Organization of Libraries, Museums and Documents Center of Astan Quds Razavi. (In Persian)
- Lazarsfeld, Burtleson and Godet (1948). Personal influence: the role that people play in mass communication, translated by Mohammad Reza Rostami, Tehran: Tablor. (In Persian)
- Livingston, Sonia (2018). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. Pages 3-14 | Published online: 11 Aug 2018, <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Malakeh, Hassan and others (1401). The relationship between media literacy and political awareness of Tehrani women. Journal of Women in Development and Politics, (78), 589-607. (In Persian)
- Mesaris, Paul (1385). Dimensions of media literacy. Quarterly study and research of mass communication tools, (68). (In Persian)
- Mirhashmi, Seyyed Mohammad Hossein (1400). Investigating the information epidemic in the countries of the world after the spread of Corona: the necessity of increasing information literacy and media literacy among citizens. Bi-quarterly scientific journal (scientific-research article), third year, (1), spring and summer, 239-250. (In Persian)
- Movassagh Sichani, Maryam (2012). Public domain in virtual space and its comparison with non-virtual space. (Master's Thesis), Field: Law - Intellectual Property Law, Supervisor: Seyed Hasan Shabiri Zanjani, Adviser: Mostafa Bakhtiarvand, Qom University, Faculty of Law, Qom, Iran. (In Persian)
- Outwit, William and Habermas, Jürgen (2016). Critical introduction. Translated by Leila Javafshani and Hassan Chavoshian, Tehran: Akhtaran. (In Persian)
- Piozzi, Michael and Habermas, Jürgen (2004). Jürgen Habermas, translated by Ahmad Tedin, Tehran: Hermes. (In Persian)
- Potter, James (2015). Definition of media literacy. Journal of Mass Communication Studies and Research, 17(65), 25-7. (In Persian)
- Riley (1959). Revision of Maltzke and Riley's communication models and presentation of intercultural communication model based on cultural axioms. 1401. (In Persian)

- Ritzer, George (1389). The foundations of contemporary sociological theory and its classical roots. Translated by Shahnaz Mesmiparast, Tehran: Third. (In Persian)
- Safari Hadi (1400). Corona infodemic in Persian social media. Academic Jihad Scientific Information Center publication. 221-234. (In Persian)
- Saidi Moghadam, Mehri (1390). Investigating the interaction of activism in the virtual and real public sphere among the students of Boali Sina University in Hamedan. (Master's thesis). Department of Social Sciences - Sociology, supervisor: Akram Mohammadi, consultant: Esdaleh Nakhdi, Bu Ali Sina University, Faculty of Economics and Social Sciences. (In Persian)
- Salehi, Seyedreza and Rajabi, Massoud (1387). The necessity of media literacy. Strategic Research Center Journal, (22). (In Persian)
- Saveh Durodi Mustafa (2017). Media literacy and crisis management. Supporting publications. 323. (In Persian)
- Schutzeschel, Rainer (2013). Basics of Sociology of Communication. Translated by Karamatullah Rasakh, Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Sediq Banaei, Helen (2015). "Our life depends on the media", Hamshahri Newspaper Research and Media Studies Center. 44. (In Persian)
- Seidman, Steven (2008). Conflict of votes in sociology. Translated by Hadi Jalili, Tehran: Ni. (In Persian)
- Shifteh, Mansoureh (2014). Investigating the relationship between virtual social networks and digital democracy (a case study of Mazandaran University students). (Master's thesis). Field: Social Sciences - Social Science Research (Social Science Research), Supervisor: Sharare Mehdizadeh, Advisor: Sosan Bastani, Al-Zahra University (Peace Be Upon Him), Faculty of Social and Economic Sciences, Tehran, Iran. (In Persian)
- Shokrkhah Yunus (1400). Corona news; From dream to reality. Iran Students News Agency (ISNA) website Iranpour, Prasto (1389). "Measure of media literacy and its role in the use of interactive media", Master's thesis, Tehran: Allameh Tabatabai University. 12 (In Persian)
- Shokrkhah, Yunus (2015). Media literacy is an opinion piece. Media Quarterly, (68). (In Persian)
- Soltanifar, Mohammad (1387). Censorship or media literacy. Journal of Media Literacy, 45(22). (In Persian)
- Turkan Ahmad and Jamali Far Seyed Hamed (1400). Media and Corona crisis with emphasis on media literacy. The article presented to the first national culture conference. (In Persian)
- Yaqoubi, Elham (2016). How the public sphere is formed in the studied virtual space: content analysis of Instagram pages. (Master's Thesis), Field: Social Sciences - Sociology, Supervisor: Ali Saei, Advisor: Mohammad Rezaei, Tarbiat Modares University, Faculty of Humanities, Tehran, Iran. (In Persian)