

نقد و بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا با تکیه بر نظریه تکنوپولی

10.52547/ami.1085

محمدعلی عاشوری کیسمی / دکترای فلسفه هنر، دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجه، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران*
مریم پرویزی / دانشجوی دکتری فلسفه تطبیقی، دانشکده ادبیات و زبان‌های خارجه، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

دریافت: ۱۴۰۰/۲/۲۷ - پذیرش: ۱۴۰۰/۶/۷

چکیده

با شیوع ویروس کرونا، جهان شاهد اتفاقات جدیدی شد که تاکنون مشابه آن را ندیده بود. آثار پاندمی کرونا بی‌شک تا سال‌ها با بشر باقی خواهد ماند. رسانه‌های اجتماعی در جریان این همه‌گیری به شدت مورد استقبال کاربران قرار گرفتند. این توجه تنها از سوی افراد نبود و دولت‌ها و سازمان‌های مختلف هم توجه ویژه‌ای به این رسانه‌ها داشتند. این افزایش اهمیت رسانه‌ها، لزوم بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در جریان همه‌گیری را بسیار پراهمیت می‌کند. در نقد و بررسی تأثیرات رسانه، تکنوپولی از کلان‌ترین نظریات موجود است. این نظریه، کنترل فرهنگ و تفکر توسط تکنولوژی جهان امروز را پیش‌بینی می‌کند و ابزار مناسب برای بررسی نقش رسانه‌ها را در اختیار ما می‌گذارد. در این مقاله، کوشیده‌ایم تا با استفاده از روش تحلیلی-انتقادی و استفاده از نظریه تکنوپولی نقش رسانه‌های اجتماعی را در دوران پاندمی کرونا مورد نقد و بررسی قرار دهیم. در ابتدا، نظریه تکنوپولی تبیین شده، سپس نقش و تأثیرات رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا با استفاده از این نظریه مورد نقد و بررسی قرار می‌گیرد. یافته‌های پژوهش، حاکی از آن است که نیل پستمن در نظریه تکنوپولی بسیاری از آثار منفی رسانه‌ها که اکنون با آن روبه‌رو هستیم را پیش‌بینی کرده بود و می‌توانیم این آثار را با توجه به نقد پستمن کاهش دهیم؛ همان‌طور که پستمن احتمال می‌داد، امکان داد و ستد با تکنولوژی و رسانه وجود دارد. در موارد گوناگون، بشر موفق شده است تا تکنولوژی را به خدمت درآورد و از آن در جهت کمک برای رفع مشکلات پاندمی کرونا استفاده کند.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، تکنوپولی، پاندمی، کرونا، پستمن.

Critique and Analysis of Social Media's Role in the Corona Pandemic Based on Technopoly Theory

 [10.52547/ami.1085](https://doi.org/10.52547/ami.1085)

Mohammad Ali Ashouri Kisomi / Ph.D. in Philosophy of Art, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.*

m_ashori@atu.ac.ir

Maryam Parvizi / Ph.D. Student in Comparative Philosophy, Faculty of Persian Literature and Foreign Languages, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Received: 2021/5/17 - **Accepted:** 2021/8/29

Abstract

With the outbreak of the Coronavirus, the world witnessed new events that had never been seen before. The effects of the Coronavirus will undoubtedly remain with humanity for many years. Social media continued to be very popular among users during the pandemic. This attention was not only from individuals but governments and organizations as well. This increasing importance of social media makes it very important to examine the role of social media during the pandemic. In the criticism of media influences, technopoly is one of the macro theories. This theory predicts the control of culture and thought by technology in today's world and provides us with the appropriate tools to study the role of media. In this article, we criticized the role of social media in the Corona pandemic using the analytical-critical method and based on technopolitical theory. First, the technopoly theory will be explained, then the role and effects of social media during the Corona pandemic will be examined by this theory. The study's findings suggest that Neil Postman in Technopoly Theory had predicted many of the harmful effects of the media, but we can also overcome these effects. According to Postman, it is possible to trade with technology and media. In various cases, human beings have succeeded in using technology to solve the problems of the Coronavirus.

Keywords: social media, technopoly, pandemic, corona, Postman.

مقدمه

پس از شیوع و گسترش ویروس کویید-۱۹،^۱ تغییرات گسترده‌ای در جهان رخ داد. سیر این تغییرات بسیار سریع بوده و انبوهی از اطلاعات درباره این بیماری از طریق رسانه‌های اجتماعی در حال رد و بدل شدن است. آمارها نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی از اصلی‌ترین منابع دریافت اطلاعات و گفت‌وگو پیرامون این ویروس است (Chen, et al., 2020b).

پستمن نشان می‌دهد که رسانه‌ها تنها حامل پیام نیستند و نقش بسیار پراهمیت‌تری دارند (پستمن، ۱۳۸۷ الف: ۸۵). در عصر پستمن، رسانه فراگیر تلویزیون بود، بنابراین او به تلویزیون نگاه ویژه‌ای داشته است؛ با این حال، می‌توان بسیاری از دیدگاه‌های او را برای رسانه‌های جدید بسط داد. در حال حاضر، رسانه‌های اجتماعی تا حدود زیادی جایگاه تلویزیون را تصاحب کرده‌اند.

لغت‌نامه آکسفورد در سال ۲۰۱۶ میلادی، پسا-حقیقت^۲ را به‌عنوان کلمه سال خود برگزید. پسا-حقیقت، به‌دوره‌ای اشاره دارد که واقعیت عینی در شکل‌گیری افکار عمومی تأثیر کم‌تری نسبت به احساسات و اعتقادات شخصی دارد (Peters, 2017: 563). در کنار اصطلاح پسا-حقیقت، اصطلاحاتی همچون حباب فیلتر،^۳ حباب معرفتی،^۴ اتاق‌های بازتاب^۵ و... مورد توجه پژوهش‌گران حوزه رسانه و فلسفه قرار گرفتند. این اصطلاحات به‌شرایطی اشاره دارند که یافته‌های علمی در معرض خطر و تهدید قرار می‌گیرند و جامعه به‌جای یافته‌های علمی، به احساسات و اعتقادات شخصی بها می‌دهد. فرد پس از ورود به رسانه‌های اجتماعی، بیش‌تر دوستان و افرادی را دنبال می‌کند که به آن‌ها نزدیکی فکری یا وابستگی احساسی یا نسبی دارد. او ابتدا مطالب این گروه دوستان را مشاهده می‌کند. ساختار رسانه‌های اجتماعی این شرایط را تقویت می‌کند و محتوایی مطابق با علایق شخصی فرد و گروه دوستان را به‌عنوان پیشنهاد در معرض دید او قرار می‌دهد. تالی نوین در مقاله تأثیرگذار خود، این شرایط را حباب معرفتی می‌خواند. فرد در حباب معرفتی اگرچه اطلاعات از منابع دیگر را کم‌تر مشاهده می‌کند، اما امکان خارج شدن از این حباب را با مشاهده

اطلاعات دیگر دارد. اتاق بازرگانی به شرایطی اشاره دارد که فرد با توجه به اطمینانی که به گروه هم‌فکران (سیاسی-اجتماعی) خود دارد (حتی زمانی که با اطلاعات دیگر مواجه می‌شود)، آن‌ها را مورد توجه قرار نمی‌دهد و در نتیجه، خروج از اتاق‌های بازرگانی بسیار سخت اتفاق می‌افتد. اصطلاح حباب فیلتر مربوط به زمانی است که کاربر در موتورهای جست‌وجو و شبکه‌ها به دنبال اطلاعات است. این رسانه‌ها، نتایج جست‌وجو را بر اساس پیشینه و جست‌وجوهای قبلی فرد، مقابل او قرار می‌دهند. بنابراین پیشینه فرد در دریافت نتیجه جست‌وجو تأثیرگذار خواهد بود (Nguyen, 2020). ساختار رسانه‌های اجتماعی، محتوا را بر مبنای فیلترها و تاریخچه مخاطب به نمایش می‌گذارند و این موضوع می‌تواند به دریافت اطلاعات غلط برای برخی از کاربران منجر شود. به بیان دیگر، تکنولوژی به مرحله‌ای رسیده است که برای ما انتخاب می‌کند و تصمیم می‌گیرد که چه اطلاعاتی را دریافت کنیم و چه اطلاعاتی به دست ما نرسد. به زبان پستمن، اکنون تکنولوژی، فرهنگ و نحوه تفکر ما را کنترل می‌کند. پژوهش‌های بسیاری مانند هر سین (2020)، فولر (2020) و مک‌لارن (2020)، این موضوع را تأیید می‌کنند و به همین جهت، نظریه تکنوپولی هنوز رویکرد مناسبی برای بررسی نقش رسانه است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های بسیاری پیرامون نقش و تأثیرات شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است. این پژوهش‌ها به بررسی انواع تأثیرات مثبت، منفی و خنثای شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. نتایج پژوهش کوهی و واحیدیان (۱۳۹۹) نشان می‌دهد، شبکه‌های اجتماعی تأثیری در سرمایه فرهنگی کاربران ندارد. یافته‌های برخی از پژوهش‌ها مانند تقی‌پور و ولایتی (۱۳۹۵) و نعیمی و نوری ثمرین (۱۳۹۵) نشان از تأثیرات مخرب شبکه‌های اجتماعی دارد. در مقابل، یافته‌های پژوهش‌هایی مانند آریانی (۱۳۹۵) و نقیب‌السادات و فرهادی (۱۳۹۳) تأثیرات مثبت رسانه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه می‌تواند تأثیرات متعددی داشته باشد. دسته‌ای دیگر از پژوهش‌گران به بررسی ارائه راه کار مناسب برای تعامل با رسانه‌های

اجتماعی پرداخته‌اند. پژوهش‌هایی مانند بسطامی (۱۳۹۰)، بیچرانلو (۱۳۹۱)، نصیری و همکاران (۱۳۹۱) و اژدری (۱۳۹۷) به اهمیت و تأثیر توجه به سواد رسانه‌ای و تعامل با رسانه پرداخته‌اند.

پستمن یکی از شناخته شده‌ترین متفکرین حوزه رسانه است که به اهمیت تعامل و آموزش استفاده از رسانه تأکید می‌کند. پژوهش‌های متعددی بر روی نظریه تکنوپولی صورت گرفته است. از جمله این پژوهش‌ها، می‌توان به فراهانی و همکاران (۱۳۹۸)، عباسی (۱۳۸۲)، شرفی و خشکاب (۱۳۸۸) و حافظیان (۱۳۸۲) اشاره کرد. با گسترش پاندمی کرونا و افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، توجه به نظریات حوزه رسانه اهمیت بیش‌تری پیدا می‌کند.

پستمن معتقد بود تکنوپولی در تمام جوامع به صورت هم‌زمان رخ نمی‌دهد، اما به تدریج جوامع مختلف پس از طی دوره‌های فرهنگی به سوی آن خواهند رفت (پستمن، ۱۳۸۷ ج: ۴۴-۴۵). اگرچه ایران و بسیاری را نمی‌توان تحت سیطره تکنوپولی دانست، اما نمی‌توان سرعت رو به رشد گسترش استفاده و اهمیت گرفتن جایگاه رسانه و تأثیر آن بر فرهنگ و نحوه تفکر را در دوران پاندمی کرونا نادیده گرفت. در این شرایط، باید نقش رسانه‌های اجتماعی را بسیار جدی گرفت. در پژوهش حاضر، قصد داریم با تکیه بر نظریه تکنوپولی و با استفاده از روش تحلیلی-انتقادی به بررسی و نقد نقش رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا بپردازیم.

۱. تکنوپولی

پستمن در ابتدای تحقیقات خود، قصد داشت آثار منفی تلویزیون بر جامعه را بررسی کند (اوانس، ۱۳۷۸: ۶۳)، اما مطالعه اولیه او به طرح نظریه کلان تکنوپولی در تکنولوژی و فرهنگ بدل شد که از مطرح‌ترین نظریات در حوزه فلسفه رسانه است. پستمن تکنولوژی را بی‌طرف نمی‌دانست و معتقد بود با رویکرد مشخص طراحی می‌شود. به عقیده او، در زمان استفاده و مواجهه با تکنولوژی، باید به ایده فراسوی طراحی آن نگاه کرد تا در زمان روبه‌رو شدن با هر تکنولوژی چشم‌ها باز باشند

(پستمن: ۱۳۸۵: ۳۵).

باید توجه کرد که در نظریه تکنوپولی، میان تکنولوژی و رسانه تفاوت‌هایی وجود دارد. از نظر پستمن، تکنولوژی بیش از ابزار و وسیله نیست و برای رسانه، همان نقش مغز برای ذهن را دارد. تکنولوژی مانند مغز، حد استفاده محدودی دارد و باید به شیوه‌ای مخصوص به کار گرفته شود. زمانی که تکنولوژی به رسانه بدل می‌شود، به تأثیر و نفوذ سیستم‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی که درون آن جای می‌گیرند، تن خواهد داد. تفاوت میان رسانه و تکنولوژی، امکان کنترل و دگرگونی اجتماعی را به وجود می‌آورد و می‌توان تکنولوژی را اهلی و سودمند انسان کرد (همو، ۱۳۷۱: ۴۱).

بنابر نظریه تکنوپولی، با گسترش تکنولوژی، رسانه به مرجع جوامع تبدیل شد. پستمن به لحاظ زیربنایی، تفاوتی میان رسانه، کتب مرجع و نشریات روشن‌فکری مشاهده نمی‌کند (همو، ۱۳۸۲ الف: ۳-۴). به بیانی دیگر، رسانه در طول زمان به مرجع تبدیل شد و در دسترس همگان قرار گرفت.

۱-۱. تکنوپولی و فرهنگ

پستمن فرهنگ را به سه دوره متمایز تقسیم کرد: فرهنگ ابزارها، فرهنگ تکنوکراسی و فرهنگ تکنوپولی یا انحصارگری تکنولوژی. فرهنگ ابزارها تا قرن ۱۷ اکثر جوامع را شامل می‌شد. در این دوره، ابزار، دخالت و نفوذی در فرهنگ نداشت، بلکه در خدمت فرهنگ بود و توسط انسان کنترل می‌شد. در فرهنگ تکنوکراسی، نقش کلیدی در دست ابزار بود. تمامی ویژگی‌های اجتماعی تابع این ابزار و سیر تحول آن قرار داشت. نظام تکنوکراسی، به بشریت اندیشه پیشرفت و ترقی را اعطا کرد و نوید دهنده نظم نوین در تأمین آزادی و اشکال جدید از سازمان‌دهی و تشکیلات اجتماعی بود. این نظام باعث افزایش سرعت در تمام بخش‌های زندگی انسان شد. پستمن، نظام تکنوکراسی را حد وسطی می‌داند؛ یعنی ضررها و منافع آن تقریباً با هم برابر هستند. در نظام تکنوپولی، رقبا از صحنه به نفع تکنولوژی حذف می‌شوند. تکنوپولی، بر ضد فرهنگ حرکت نمی‌کند، بلکه آن را نامرئی و بی‌اثر می‌کند (حافظیان، ۱۳۸۲: ۳۷-).

۳۸). در این روند، تکنولوژی از ابزار به قدرت مسلط بدل می‌شود. البته پستمن ظهور تکنوپولی را خودبه‌خود ندانسته و پنج رویداد را در آن مؤثر می‌داند:

۱. انقلاب صنعتی و اختراع چاپ؛
۲. انقلاب در پیام‌رسانی، اختراع تلگراف؛
۳. اختراع فوتوگرافی یا انقلاب گرافیک؛
۴. انقلاب اطلاعات و آغاز عصر فرستنده‌ها؛
۵. انقلاب در نرم‌افزارها و سخت‌افزارها (پستمن، ۱۳۸۲ الف: ۷-۸).

این رویدادها زمینه را برای دوران یکه‌تازی تکنولوژی آماده کردند. بنا به نظریه تکنوپولی، تمامی جوامع تحت سیطره تکنوپولی قرار ندارند؛ یعنی دوره‌های فرهنگی برای تمامی جوامع هم‌زمان رخ نداده است. پستمن جوامعی را که از آن‌ها به‌عنوان کشورهای جهان سوم یاد می‌شود، کشورهایی می‌داند که هنوز تحت سلطه تکنوپولی قرار نگرفته‌اند و آن‌ها را جوامع کاربرد-ابزار می‌نامد. در این جوامع، جهان نمادین دین، سیاست و آموزش هنوز تحت سلطه تکنولوژی نیست. این جوامع دارای ابزارهایی هستند که برای حل مسایل مادی جهان خلق می‌شوند، اما اجازه نمی‌دهند ابزار، زندگی اجتماعی و جهان نمادین را تحت کنترل درآورد. این جوامع هنوز در نظام تکنوکراسی حرکت می‌کنند. در این کشورها، تکنولوژی و جهان سنتی و نمادین در حال رقابت شدید با یکدیگر هستند. پس از این که تکنولوژی به پیروزی برسد و جهان سنتی را نامرئی کند، دوره تکنوپولی در این کشورها آغاز خواهد شد (همو، ۱۳۸۷ ج: ۴۴-۴۵). می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که از نظر پستمن، تکنوپولی سرانجام در تمامی جوامع رخ خواهد داد.

پستمن تکنولوژی را یک حالت فرهنگی تفکر می‌داند. او معتقد است با حکومت تکنوپولی، فرهنگ برای اثبات حقانیت خود از تکنولوژی استفاده خواهد کرد. در چنین جامعه‌ای، رضایت افراد تحت پوشش و ساختار فرهنگ، به کمک تکنولوژی به دست می‌آید (همو، ۱۳۸۵: ۳۳). فرهنگ، اعتبار و تشخص و ارضای امیال و کامیابی خود را از تکنولوژی طلب می‌کند و این موضوع منجر به از میان رفتن عقاید و باورها می‌شود

(حافظیان، ۱۳۸۲: ۳۸) یا به‌طور دقیق‌تر، عقاید و باورهای جدید جایگزین می‌شوند. در نظام تکنوپولی، تکنولوژی‌های ارتباطی جای باور، ارزش و اخلاق را می‌گیرند. این موضوع باعث می‌شود تا معنویت و اخلاق قربانی شوند. زمانی امکان رشد و نمو تکنوپولی وجود دارد که سیستم ایمنی و سازمان تدافعی مقابله اطلاعات از هم بپاشد. در این شرایط، سیطره تکنولوژی و تفکر وابسته به آن، همه‌چیز را تحت سلطه خود درمی‌آورد (شرفی و خشکاب، ۱۳۸۸: ۲۵). اگرچه تکنولوژی قرار بود اختیارات انسان را افزایش دهد، اما برخلاف آن، منجر به کاهش اختیارات و خطا در انتخاب می‌شود (پستمن، ۱۳۸۶: ۱۱).

بنابر نظریه تکنوپولی، فرهنگ همواره برای تکنولوژی هزینه می‌پردازد. هرچه تکنولوژی بزرگ‌تر باشد، این هزینه بیش‌تر خواهد بود. برای پستمن سؤال درباره این‌که «یک تکنولوژی قادر به انجام چه چیزی نیست؟» بیش‌تر از این‌که «تکنولوژی جدید چه کاری می‌تواند بکند؟» ارزش و اهمیت دارد. از نظر او، با هر پیشرفت تکنولوژیک، یک گروه منفعت می‌برند و گروه دیگر ضرر می‌کنند. در دوره تکنوپولی و با انقلاب رایانه‌ای، برندگان اصلی شرکت‌های رایانه‌ای، دولت‌ها و بنگاه‌های چندملیتی و بازندگان آن‌ها عامه مردم هستند. اما همواره برندگان در تلاشند تا به بازندگان القا کنند که برنده واقعی آن‌ها هستند (همو، ۱۳۸۲: ۶-۱۰). تکنولوژی یک معامله فاستی است؛ یعنی چیزی را به انسان می‌دهد و در مقابل چیزی را از او می‌گیرد (همو، ۱۳۸۷: ج: ۳۵).

بر اساس نظریه تکنوپولی، هر تکنولوژی دارای فلسفه‌ای است. این فلسفه، مردم را مجبور به نوع مشخصی از تفکر، تقویت و یا تضعیف حس‌ها، تقویت یا تضعیف برخی از تمایلات فکری و اجتماعی می‌کند. تغییرات تکنولوژیک، خاصیت تقویت‌کنندگی ندارند، بلکه توازن اکولوژیکی را برهم می‌زنند. پس از آن‌که ماشین چاپ در اروپا اختراع شد، دیگر اروپای قدیمی که به آن ماشین چاپ اضافه‌شده باشد وجود نداشت؛ بلکه اروپای جدیدی با این تغییر تکنولوژیکی به‌وجود آمده بود (همو، ۱۳۸۲: ۱۰-۱۳). پس از گسترش تکنولوژی‌های مبتنی بر اینترنت، دوباره این اتفاق رخ داد و

جهان کنونی، دیگر جهان پیش از اینترنت نیست.

از منظر پستمن، مشکل در آن‌چه در رسانه به‌نمایش درمی‌آید، نیست، بلکه مشکل در خود رسانه است. رسانه از این جهت که همه موضوعات و مفاهیم را به‌شیوه‌ای سرگرم‌کننده ارائه می‌دهد، مورد انتقاد او است (همو، ۱۳۸۵: ۳۳-۳۵). پستمن سبک را به‌عنوان شکل یا شیوه واسطه انتقال پیام به‌مخاطب خنثی نمی‌داند. به‌عقیده او، سبک به‌کار رفته در رسانه، به‌نفع حالت تفریح و سرگمی و تقویت‌کننده این‌گونه مسایل است (همو، ۱۳۸۷ الف: ۸۵).

۱-۲. تکنوپولی و اطلاعات

بر اساس نظریه تکنوپولی، جوامع با الگوی ارتباطی معین و شناخته شده‌ای کنترل می‌شوند. الگوها، پارامترهای تفکر و آموزش، فرهنگ را مشخص می‌کنند. محیط اطلاعاتی، جهت‌دهی مشخصی به‌نظرات، نگرش‌های اجتماعی، تعاریف دانش و امکانات فکری می‌دهد. الگوی اطلاعاتی مانند ژن در موجود زنده، ویژگی‌های فرهنگ را می‌سازد. این الگوها بسیار قدرتمند هستند و وظایفشان را به‌صورت غیرقابل مشاهده انجام می‌دهند. با ایجاد یک تجدید ساختار در الگوی اطلاعاتی، می‌توان به‌وجود مجموعه‌ای از نارسایی‌های اجتماعی و فردی موجود پی برد (همو، ۱۳۸۵: ۳۴-۳۵). تکنولوژی بدون پرسش از چیستی، با اطلاعات ناپیوسته، جریانی دائمی از اطلاعات معیوب را ارسال می‌کند. این افزایش اطلاعات در کنار کاهش روایت، به‌کاهش نقش مرجعیت بنیان‌های اجتماعی مانند مذهب، خانواده، مدرسه و احزاب منجر شده است. این بنیان‌ها مانند فیلتر عمل می‌کردند و از مردم در مقابل اطلاعات ناخواسته حفاظت می‌کردند. به‌جهت تشبیه این حالت با بیماری ایدز که موجب نقص سیستم ایمنی بدن است، پستمن تشبیه ایدز فرهنگی را به‌کار می‌برد. از دست رفتن سیستم دفاعی، باعث شده است انسان‌ها ندانند چه چیزی درست و چه چیزی نادرست است. بنابراین با اختلال در تشخیص معناداری، یک اختلال عمومی به‌وجود آمده است (همو، ۱۳۸۶: ۷-۹).

در دنیای جدید، انسان با ماشین‌ها احاطه شده است. افراد دچار کوری شده‌اند و قدرت بینایی را برای درک معانی تکنولوژیک از دست داده‌اند. با ورود کامپیوتر، تکنوپولی وارد مرحله و تحول عظیمی شد. کامپیوتر به کامل‌ترین ماشین و ابزار این نظام بدل شد. کامپیوتر به جایگاهی رسید که مانند یک موجود زنده و هم‌ردیف انسان در نظر گرفته می‌شود. با رشد کامپیوترها، استفاده از آمار و تولید آن بسیار گسترش یافت. این اطلاعات انبوه باعث می‌شوند که نتوان اطلاعات بی‌فایده را از اطلاعات مفید تشخیص داد. همچنین، به‌نوعی عوام‌زدگی و تجاری کردن اطلاعات منجر شده که همه اطلاعات را با اعتباری یکسان در کنار هم قرار می‌دهد (حافظیان، ۱۳۸۲: ۳۸-۳۹). پستمن نه تنها ماشین‌هایی چون کامپیوتر و تلویزیون را جزئی از تکنولوژی می‌داند، بلکه تکنیک‌ها را هم به‌عنوان بخشی از آن می‌پندارد. تکنیک‌هایی همچون آمار، نظرسنجی، تکنیک‌های نظام‌مند و تکرارپذیری که تفکر درباره جهان را محدود می‌کند، از جمله تکنولوژی‌هایی هستند که از آن‌ها به‌عنوان تکنولوژی نامرئی یاد می‌کند (پستمن، ۱۳۸۷: ۳۳-۳۴).

پستمن مشکل امروز بشر را نه در کمبود اطلاعات، بلکه در گم کردن معنا می‌داند. حجم اطلاعات وسیع منجر شده است که انسان‌ها ندانند با آن‌ها چه کنند (همو، ۱۳۸۶: ۹-۱۲). او درباره آینده تکنولوژی معتقد بود که روزی تلویزیون، موبایل و کامپیوتر با یکدیگر ادغام می‌شوند و تکنولوژی همه‌چیز را باز تعریف خواهد کرد (همو، ۱۳۸۷ ج: ۳۴). اکنون تلفن‌های هوشمند را می‌توان به‌عنوان تجسم واقعی این پیش‌بینی مشاهده کرد.

۱-۳. تکنوپولی و آموزش

پستمن آموختن فیزیک، زیست‌شناسی و علوم مشابه را به‌عنوان دانش نمی‌داند. از نظر او، دانش، رویکردی اخلاقی است که به انسان‌ها آینده‌ای متعادل و احساس فروتنی و تواضع نسبت به یادگیری می‌دهد. یادگیری، آموختن چگونه پرسیدن است. پس از آموختن این موضوع، دیگر هیچ‌کس قادر نیست فرد را از یادگیری آن‌چه

می‌خواهد بیاموزد، باز دارد (همو، ۱۳۸۵: ۳۲-۳۴). پستمن در تعبیری دیگر، اطلاعات را زباله و انسان‌ها را به‌عنوان سطل زباله می‌خواند که در دریایی از اطلاعات غوطه‌ور هستند و حتی تکه‌ای چوب برای فرار از این مهلکه ندارند. اطلاعات بدون در نظر گرفتن هدف و مخاطب در حجم وسیع، با سرعت زیاد، بدون معنا و مفهوم به‌سمت انسان‌ها می‌آیند (همو: ۱۳۸۶: ۶).

پستمن معتقد بود اگر بپذیریم که رسانه قادر است فرآیند آموزش را تسهیل کند، به‌معنای پذیرش آن است که آموزش و سرگرمی را جدایی‌ناپذیر می‌دانیم. آموزش‌های فاقد ضرورت ساختاری و مقدمات مرتبط را می‌توان به‌عنوان سرگرمی نامید (همو، ۱۳۸۵: ۳۲-۳۵). هوشیاری بشر بسیار شکننده و سرکوب و نابودی آن کار چندان دشوار نیست. علاقهٔ مفرط مردم و مرکزیت فرماندهی فرهنگی، رسانه را به ابزار اصلی از بین رفتن هوشیاری بدل کرده است (همو، ۱۳۸۷: ب: ۲۰).

به‌عقیدهٔ پستمن در جریان آموزش، مهم‌ترین کاری که می‌توان انجام داد، کمک به ایجاد حس استقلال و آموزش هنر تجزیه و تحلیل مسایل است. با این روش، افراد قادر خواهند بود با جسارت، آرامش و هوشمندی به‌فرهنگ نگاه کنند. در آموزش، نباید به‌سمت آن رفت که چگونه افراد هوشمندتری پدید آورد، بلکه باید برعکس رفت و خود را وقف از میان برداشتن حماقت و نادانی کرد (همو، ۱۳۸۷: الف: ۸۲-۸۳).

۱-۴. تکنوپولی و راه‌هایی از معضلات تکنولوژی و ابداعات آن

به اعتقاد پستمن، تلاش بسیار اندکی صرف رفع نیازهای فرهنگ شده است. حال آن‌که او می‌خواهد پیش از آن‌که به استخدام تکنولوژی درآییم، آن را به‌خدمت درآوریم (همو، ۱۳۸۲: ب: ۱۵). پستمن نمی‌خواست تکنولوژی را از میان ببرد، بلکه قصد او تغییر نگرش انسان‌ها نسبت به‌تکنولوژی بود (همو، ۱۳۸۶: ۱۰). بر اساس نظریهٔ تکنوپولی، باید فرهنگ با تکنولوژی داد و ستد و مذاکره داشته باشد. البته در این فرایند، چیزهایی به‌دست می‌آید و چیزهایی هم از دست می‌رود (همو، ۱۳۸۵: ۳۴). تا زمانی که فواید تکنولوژی با گرایش به‌کسب قدرت و سیطره بر طبیعت باشد،

پستمن تصور مترادف دانستن ابداعات تکنولوژی با پیشرفت انسانی را کودکانه می‌داند. از نظر او، صحیح‌ترین نگاه به تکنولوژی، حالتی است که بدانیم تکنولوژی محصول خلاقیت انسانی است و خیر و شر بودن آن بسته به آگاهی از عملکرد تکنولوژی و تأثیر آن بر انسان است. بخشی از هوش انسان در جایی متبلور می‌شود که ابزار و ماشین می‌سازد. پس نباید راه را بر این تبلور هوش بست. نیاز نداریم خود را از شر ماشین خلاص کنیم، بلکه نیاز داریم ببینیم آیا می‌شود ماشین را قدری مهار و در کنترل درآورد؟ (همو، ۱۳۸۷ الف: ۷۸-۸۹).

به عقیده پستمن، برای رهایی از مواجهه با اطلاعات وسیع و بی‌مفهوم، در قدم اول، باید با شاعران، هنرمندان، خدانشناسان و فیلسوفان مشورت کرد. آن‌ها می‌توانند حال را روشن کنند و به آینده انسان جهت دهند (همو، ۱۳۸۶: ۶-۷). باید دانست بدون رسانه و تکنولوژی قادر به انجام چه کارهایی هستیم و یا چه چیزهایی را از دست می‌دهیم (همو، ۱۳۸۵: ۳۵).

۲- ظهور ویروس کووید-۱۹

پس از ظهور اولین علائم ویروس کرونا^۱ در ووهان چین، در طول مدت زمان کوتاهی، این ویروس به تمام نقاط جهان منتقل شد و به شکل پاندمی (دنیاگیری) درآمد. طی یک سال، بر اساس آمار رسمی، میلیون‌ها انسان به این ویروس مبتلا شدند و عده بسیاری جان خود را از دست دادند.

۲-۱. نقش رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا

کرونا از جهات مختلف، زندگی انسان را دچار اختلال کرد. این اختلال سبب شد تا کرونا از جمله مباحث مهم و مورد توجه رسانه‌ها باشد. پستمن در نظریه خود، پیش‌بینی کرده بود رسانه‌ها به مرجع اصلی جمع‌آوری اطلاعات تبدیل می‌شوند. پژوهش کیم و همکاران (2012: 3)، منصور (2018)، براون و همکاران (2019) و بسیاری پژوهش‌های دیگر، نشان می‌دهند که اکنون رسانه‌های اجتماعی تبدیل

به مرجع اصلی مخاطبان برای جمع‌آوری اطلاعات شده‌اند. اگرچه بسیاری مواقع ممکن است آثار مخربی در رسانه‌های اجتماعی بروز کنند، اما بخشی از زندگی روزمره هستند و روش‌هایی مانند فیلترینگ نمی‌توانند نقش بازدارنده‌ای ایفا کنند. به‌عنوان نمونه، با وجود فیلترینگ تلگرام در ایران، هنوز میلیون‌ها کاربر ایرانی از این پلتفرم استفاده می‌کنند (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۹). اکنون بهتر است به‌جای حذف و کنار گذاشتن تکنولوژی، همان‌طور که پستمن گفته بود، نگرش افراد جامعه نسبت به تکنولوژی را اصلاح (پستمن، ۱۳۸۶: ۱۰) و تکنولوژی را برای عبور از دوران پاندمی کرونا، در خدمت انسان درآوریم. برای این منظور، نیاز است نقش رسانه در دوران پاندمی کرونا را بررسی کنیم.

۲-۱-۱. رسانه‌های اجتماعی و گسترش اضطراب، استرس و ترس

پژوهش‌های صورت گرفته در ایران، مانند کریمی‌فرد (۱۳۹۹) و توکلی (۱۳۹۹)، تأثیر رسانه‌های اجتماعی در ایجاد اضطراب و ترس در دوران کرونا را نشان می‌دهند. بر اساس نتایج پژوهشی‌های مختلف، انتشار اطلاعات غلط، استرس‌زا و اغراق‌آمیز در رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا، می‌تواند باعث گسترش ترس، استرس، افسردگی و اضطراب در سالمندان و بیماران شود (Ahorsu et al., 2020: 1-9). بر اساس یافته‌های تحقیقات انجمن روان‌شناسان امریکا، مواجهه مکرر افراد با بحران کرونا در رسانه‌ها، به افزایش اضطراب و استرس شدید منجر می‌شود. محتوای نادرست برخی سایت‌ها و صفحات رسانه‌های اجتماعی سلامت افراد را به‌خطر می‌اندازند. آمارها نشان می‌دهند هر روز اطلاعات نادرست در مورد منشأ، نحوه انتقال، راه‌های پیش‌گیری، درمان و... به‌صورت گسترده در رسانه‌ها منتشر می‌شوند. این اطلاعات نادرست گاهی شامل داروها و روش‌های درمانی هم می‌شوند. تحقیقات نشان می‌دهد در دوره پاندمی کرونا، تجویز داروهای گیاهی و شیمیایی مختلف بدون پشتوانه علمی توسط سودجویان در رسانه‌های اجتماعی رواج یافته است (Hussain, 2020: 59). پژوهشی که روی تبلیغات فیسبوک برای پیش‌گیری از کرونا صورت گرفت، نشان

می‌دهد بسیاری از روش‌ها و داروهایی که در این تبلیغات معرفی می‌شوند، تنها با هدف افزایش فروش و کسب درآمد از سوی شرکت‌ها و افراد بوده و تأثیر درمانی نداشتند (Mejova and Kalimeri, 2020). بسیاری از اینفلوئنسرها، شرکت‌ها و سلبریتی‌ها، به‌جهت کسب منافع مالی به تبلیغ انواع داروها، مواد خوراکی و وسایل پیش‌گیری اقدام کردند که اثرگذاری آن‌ها توسط مراجع ذی‌صلاح تأیید نشده است. این افراد و شرکت‌ها بدون پشتوانه علمی و تنها به‌جهت کسب سود مالی، اقدام به این تبلیغات می‌کنند. پستمن توصیه می‌کرد که باید در مواجهه با هر تکنولوژی، چشم‌ها باز باشد و ایده پشت طراحی آن را دید. سودجویان از ترس و اضطراب مخاطبان سوء استفاده می‌کنند و به‌عنوان روش‌های درمانی، منفعت‌طلبی خود را پنهان می‌کنند. این افراد از ترس مخاطبان و بحرانی بودن شرایط، سوء استفاده کرده و در رسانه‌های اجتماعی اقدام به انتشار اطلاعات غلط برای گمراه کردن مخاطبان می‌کنند.

۲-۱-۲. نشر اطلاعات غلط در رسانه‌های اجتماعی

در بستر شبکه اجتماعی، اطلاعات متناقض در دسترس کاربران قرار می‌گیرند. اطلاعات نادرست که به‌صورت عمدی و غیر عمدی در این شبکه‌ها منتشر می‌شوند، تشخیص مخاطبان را با اختلال روبه‌رو می‌کنند. سازمان جهانی بهداشت در موضوع ویروس کرونا ۲۰۱۹ از این اتفاق به‌عنوان اینفودمیک^۷ یاد می‌کند. اینفودمیک اطلاعات بیش از حدی است که منجر می‌شود فرد نتواند اطلاعات و منابع قابل اعتماد را به‌درستی به‌دست آورد (Mirbabaie et al., 2020: 1). پستمن نشان داده بود که تکنولوژی با روانه کردن انبوهی از اطلاعات و کاهش مرجعیت بنیان‌های اجتماعی، سیستم دفاعی افراد را در مقابل اطلاعات ناخواسته و غلط مختل می‌کند و تشخیص صحیح از غلط برای موجودی بی‌دفاع در برابر دریایی از اطلاعات بدون معنا و مفهوم کار دشواری خواهد بود. شاید چندان دور از حقیقت نباشد اگر بگوییم توجه به پیش‌بینی‌های پستمن می‌توانست تا حدودی از گسترش اینفودمیک جلوگیری کند.

ابهام در اعلام علل و روش درمان علمی بیماری، یکی از دلایلی است که منجر

به‌گسترش اطلاعات غلط می‌شود. در جریان تهدید بیماری‌های جدید، انتشار اخبار از منابع معتبر، بسیار مهم است. بدون اخبار معتبر، ترس‌های عمومی گسترش پیدا کرده و منجر به بروز شایعات فراوان و در نتیجه، افزایش استرس جامعه خواهد شد. اطلاع‌رسانی از طریق افراد غیرمتخصص به یک معضل در دورهٔ پاندمی کرونا تبدیل شده است. در بسیاری از رسانه‌ها، اخبار مربوط به این ویروس توسط سیاست‌مداران و خبرنگاران منتشر می‌شود. اظهارات دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور وقت امریکا و ژائیر بولسونارو، رئیس‌جمهور برزیل، در مورد ویروس کرونا، بارها از سوی کارشناسان بهداشت و درمان مورد انتقاد قرار گرفت. عدم اطلاع کافی و علمی این افراد منجر به گسترش اخبار نادرست دربارهٔ این ویروس شد (Latif et al., 2020). این سیاست‌مداران و دولت‌ها با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و با دلایل سیاسی اخبار غلط را منتشر می‌کردند.^۸ دولت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی برندگان اصلی استفاده از تکنولوژی هستند، ولی بهای این پیروزی گاهی افزایش تعداد بیماران و مرگ‌ومیرها در نتیجه است.

برخی از تحقیقات، نشان می‌دهند که در دوران پاندمی کووید-۱۹، انتشار عمومی داده‌ها، آمار و اطلاعات در برخی رسانه‌ها عوارض مخربی برجای گذاشته و منجر به دامن زدن به شایعات شده است (Chan et al., 2020). پست‌من به‌مانند نشان داده بود که آمار و اطلاعات انبوه، شکلی از تکنولوژی هستند و می‌توانند آثار مشابهی با تکنولوژی داشته باشند. زمانی که اطلاعات انبوه از بیماری به سمت مخاطبان سرازیر می‌شوند، نه تنها نمی‌توانند جنبهٔ آموزشی داشته باشند و فرصتی برای پرسش مخاطب باقی نمی‌گذارند، بلکه تأثیرات مخربی را هم ایجاد می‌کنند.

۲-۱-۳. رسانه و گسترش نژادپرستی در دوران پاندمی کرونا

پست‌من پیش‌بینی کرده بود که تکنولوژی، اخلاق و معنویت را قربانی خواهد کرد. در دوران پاندمی کرونا، شاهد به‌وقوع پیوستن این پیش‌بینی بوده‌ایم. یکی از نمونه‌های قربانی شدن اخلاق در بحران کرونا را می‌توان تشدید نژادپرستی دانست. از جمله، تیرت یک روزنامهٔ فرانسوی، با اعتراض کاربران چینی توئیتر با هشتگ «من یک ویروس

نیستیم»^۹ به‌عنوان «هشدار زرد» دسته‌بندی شد. در ابتدای گسترش کرونا، برخی از رسانه‌ها، این ویروس را پاندمی ویروس چینی خطاب کردند. این نام‌گذاری نژادپرستانه اولیه با تیتراهایی خبری همچون «کودکان چینی در خانه بمانید» و «چین بیمار واقعی آسیاست»، همراه بود. گسترش این گونه مطالب در رسانه‌ها به افزایش رفتارهای نژادپرستانه علیه چینی‌ها در نقاط مختلف جهان انجامید. دامنه این تبعیض گسترده‌تر شد و گزارش‌های بسیاری از بیگانه‌هراسی علیه چینی‌ها و آسیایی‌ها در کشورهای مختلف جهان مانند آمریکا، کانادا، انگلستان، استرالیا و برخی کشورهای اروپایی انتشار پیدا کرده است. حتی در برخی موارد، از مسافران چینی هتل‌ها درخواست ترک کشور میهمان شد. گرچه تبعیض نژاد از جمله موارد نقض حقوق بشر محسوب می‌شود، اما این موضوع به‌توقف رویکرد بسیاری از رسانه‌ها منجر نشد (Wen et al., 2020: 332-334) و شاهد سقوط اخلاقی در برخی رسانه‌ها هستیم.

۴-۱-۲. رسانه‌های اجتماعی و تبدیل آموزش به سرگرمی

پستمن در دیدگاه انتقادی خود، درباره تبدیل شدن آموزش به سرگرمی در رسانه‌ها هشدار داده بود. زمانی که آموزش بدون ساختار و مقدمات رسانه‌های آموزش در رسانه‌ها ارایه می‌شود، آثار مخربی برجای می‌گذارد. همراه با گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی، اینفلوئنسرها ظهور پیدا کردند. این افراد که در بسیاری از مواقع فاقد صلاحیت کافی برای آموزش هستند، دسترسی به مخاطبان بسیاری دارند. شایان توجه است که تأثیرگذاری اینفلوئنسرها در گروه‌های هم‌سن بسیار بیش‌تر از منابع و مراجع علمی است (de Rezende Pinto et al., 2017: 68) و سخنان آن‌ها مورد پذیرش مخاطبان زیادی قرار می‌گیرد. برخی پژوهش‌گران معتقدند که بسیاری از اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها، با عدم اطلاع کافی و تنها با تمرکز بر سرگرمی، به انتشار تئوری‌های توطئه منجر شده‌اند و سلامت افراد را به‌خطر انداخته‌اند (Allington et al., 2020: 1-7). اگرچه شاید هدف بسیاری از این افراد به‌خطر انداختن سلامت افراد جامعه نباشد، اما با تبدیل همه‌چیز به سرگرمی، ناخواسته این تأثیر را گذاشته‌اند.

در تحقیقاتی که روی اینستاگرام صورت گرفته، موضوعاتی همچون گذران وقت (Huang and Su, 2018)، کسب لذت (Kusumasondjaja and Tjiptono: 2019)، مشاهده پست‌های دوستان و اطلاع از جدیدترین ترندها (Huang and Su, 2018)، به‌عنوان اصلی‌ترین دلایل استفاده از این رسانه اجتماعی شناخته می‌شوند. اگرچه سرگرمی به‌خودی خود خطری نداشته و امری مطلوب است، اما زمانی که همه‌چیز به‌شکل سرگرمی در مقابل مخاطب قرار بگیرد، آثار منفی نمایان می‌شوند. مخفی شدن پشت زرق و برق تکنولوژی، منجر به‌خطا در انتخاب شده و حل مسایل را دشوار می‌کند.

۲-۱-۵. به‌خدمت درآوردن رسانه‌های اجتماعی در دوران کرونا

پژوهش‌های مختلفی برای کشف تعداد بیماران و افراد مشکوک به کووید-۱۹ انجام شده است. برخی از این محققان، توانستند با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، روند گسترش را پیش‌بینی کنند (Qin et al., 2020). یکی از ابزارهای سنجش اطلاعات، رسانه‌های اجتماعی هستند که حتی امکان بررسی وضعیت روانی جوامع را هم به‌پژوهش‌گران می‌دهند. برخی محققان، از این ابزارها، برای سنجش گسترش اطلاعات و باورهای غلط در مورد ویروس کرونا استفاده کرده‌اند (Chen et al., 2020). می‌توان مشاهده کرد که رسانه‌های اجتماعی، کارکردهای مثبت بسیاری را در دوران کرونا داشته‌اند. پست‌ها به‌ما نشان داده بود باید بتوانیم تکنولوژی را اهلی کنیم و آن را در خدمت انسان درآوریم. این‌گونه پژوهش‌ها نشان می‌دهند راهی که پست‌ها نشان داده بود، کاربردی بوده است و می‌توان امید داشت که امکان اهلی کردن و به‌خدمت درآوردن تکنولوژی وجود دارد.

اگرچه تکنولوژی چیزی را می‌گیرد، اما در مقابل چیزی را هم به انسان می‌دهد. با گسترش دامنه رسانه‌های اجتماعی، رفت‌وآمدها به‌حداقل رسیده است. کاهش ارتباطات مستقیم نقش مؤثری در پیش‌گیری و جلوگیری از گسترش کووید-۱۹ داشته است (Feng et al. 2020: 3618). در دوران گسترش این بیماری، افراد

بسیاری برای تأمین مایحتاج خود (مادی و معنوی) به سایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌ها روی آورده‌اند. رسانه‌های اجتماعی به‌منظور برقراری ارتباط با دوستان و خانواده برای کاهش انزوا و افسردگی که با اضطراب طولانی مدت همراه است، می‌توانند به‌عموم مردم کمک کنند. بسیاری از مردم جهان در دوران پاندمی و دوری از خانواده و کاهش رفت‌وآمد، دوران قرنطینه را با رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانند. سال‌مندان با خانواده‌هایشان، دانشجویان با والدینشان، کادر درمانی با خانواده و... از طریق همین رسانه‌ها ارتباط برقرار می‌کنند (Hussain, 2020: 59). در کشورهای مختلف، بسیاری از کسب‌وکارها پس از شروع قرنطینه با مشکلات مالی و ورشکستگی روبه‌رو شدند. امکان ارتباط کاری و فروش در رسانه‌های اجتماعی توانست بخشی از این معضلات را برطرف کند.

پستمن امکان تعامل با تکنولوژی را غیرممکن نمی‌داند و می‌خواهد افراد از عملکرد تکنولوژی و تأثیر آن بر انسان آگاه شوند و سپس آن را به‌کار گیرند. برخی از پژوهش‌ها، نشان می‌دهند که در مبحث آموزش، عده‌ای موفق به انجام این مهم شده‌اند. به‌عنوان نمونه، می‌توان به تحقیقاتی که در مورد آموزش استفاده از لوازم پیش‌گیری در رسانه‌های اجتماعی انجام شده، اشاره کرد. این تحقیقات نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند برای آموزش و پیش‌گیری در جریان همه‌گیری، مفید و نقش مثبتی داشته باشند (Al-Dmour et al., 2020). پژوهش هانگ و همکاران (2016)، جیکاس و گرنت (2013) و اوانس (2013)، نمونه‌هایی از تعامل با رسانه‌ها برای استفاده‌های آموزش را در دوران پاندمی کرونا نشان می‌دهند.^{۱۰} هم‌کلام با پستمن، می‌توان گفت که خیر و شر بودن آن بسته به آگاهی از عملکرد و تأثیر تکنولوژی است و زمانی که این آگاهی وجود داشته باشد، تکنولوژی و رسانه در خدمت انسان خواهد بود.

نتیجه

اگرچه پستمن پیش از ظهور رسانه‌های اجتماعی، نظریه تکنوپولی را رایج کرد، اما

تحقیقات جدید در حوزه رسانه‌های اجتماعی، صحت پیش‌بینی وی را نشان می‌دهند. اکنون رسانه و تکنولوژی به قدرتی دست یافته است که تفکر و فرهنگ را کنترل می‌کند و حتی تصمیم می‌گیرد انسان چه محتوایی را مشاهده کند و چه محتوایی دور از چشم او قرار گیرد. در این وضعیت و براساس نظریه تکنوپولی، مهم‌ترین کاری که می‌توانیم برای آموزش انجام دهیم، کمک به احساس استقلال و آموزش هنر تجزیه و تحلیل است. بشر باید از تجربه و بیروس کرونا و نقش رسانه‌های اجتماعی در این دوران، کسب تجربه کند تا در صورت بروز بحران‌های مشابه در آینده، بتواند آسیب‌های کم‌تری را شاهد باشد و به جای آن، تکنولوژی در اختیار انسان باشد. در بررسی نقش رسانه در دوران پاندمی کرونا با تکیه بر نظریه تکنوپولی، نتایج زیر به دست آمده است:

- برخی از سیاست‌مداران، شرکت‌ها، اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها از وجود اضطراب و استرس، عدم دسترسی به اطلاعات صحیح، استفاده و در شبکه‌های اجتماعی به انتشار اطلاعات غلط اقدام می‌کنند. این اقدامات گاهی آثار بسیار زیان‌باری داشته‌اند و جان انسان‌ها را به خطر انداخته‌اند. جهت جلوگیری از اطلاعات غلط، برخی از شبکه‌های اجتماعی، با استفاده از الگوریتم‌های هوشمند و پیشنهادات سایر کاربران بر روی محتوای غلط برچسب‌های مختلف گذاشته و یا آن را حذف می‌کنند. گسترش و توسعه این‌گونه روش‌ها، می‌تواند تا حدود زیادی جلوی انتشار اطلاعات غلط را بگیرد.
- تولید و نشر اطلاعات و آمارهای انبوه که فاقد ساختار و بدون مقدمات در شبکه‌های اجتماعی ارایه می‌شوند، جنبه آموزشی ندارند و می‌توانند انتخاب افراد را دچار اختلال کنند. توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای و گنجاندن آن در برنامه‌های درسی توسط سیاست‌گذاران آموزشی، می‌تواند به کاربران کمک کرده تا در مواجهه با اطلاعات انبوه دچار اشتباه در انتخاب نشوند.
- ظهور نمونه‌هایی از نژادپرستی در رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی کرونا، نشان می‌دهد نیاز به توجه جدی‌تری به موضوع اخلاق وجود دارد. وجود کدهای اخلاقی در برخی موارد، می‌تواند خبرنگاران، سیاست‌مداران، رسانه‌ها و شرکت‌ها را از اظهارات نژادپرستانه و غیر اخلاقی باز دارد.

- زمانی که در شبکه‌های اجتماعی همه‌چیز به‌عنوان سرگرمی توسط افراد غیر متخصص در مقابل مخاطب قرار بگیرد، ممکن است سلامت جسمی و روانی افراد به‌خطر افتد. از این‌رو، نیاز است تا مخاطبان در شرایط بیماری‌های همه‌گیر برای آموزش و کسب اطلاع، به‌جای رجوع به صفحات تفریحی و غیر علمی، از منابع معتبر موجود در شبکه‌های اجتماعی استفاده کنند. دانشگاه‌ها، مؤسسات پژوهشی و علمی و سازمان‌های بین‌المللی در بیش‌تر شبکه‌های اجتماعی صفحات رسمی دارند. در برخی از رسانه‌های اجتماعی، این صفحات با برچسب‌های تأیید شده برای کاربران نمایش داده می‌شود که برای شناسایی منبع معتبر توسط کاربر مفید خواهد بود.

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد زمانی که رسانه‌های اجتماعی با آگاهی از عملکرد و تأثیرات آن مورد استفاده قرار گیرند، می‌توانند تأثیرات مثبتی در کنترل بیماری یا کاهش آثار آن داشته باشند. بنابراین به‌جای شیوه‌های سلبی مواجهه با رسانه‌های اجتماعی، می‌توان با آموزش تجزیه و تحلیل تأثیر و عملکردهای رسانه، جنبه‌های مثبت آن را افزایش داد. تکنولوژی محصول خلاقیت انسان بوده و خیر و شر بودن آن بسته به آگاهی از عملکرد و تأثیر تکنولوژی است.

پی‌نوشت‌ها

1. COVID-19
2. post-truth
3. filter bubble
4. epistemic bubble
5. echo chambers

۶. دانشمندان تا اواسط قرن بیستم، به‌دنبال کشف ویروس‌های ناشناخته بودند. در سال ۱۹۶۵، پژوهش‌گری از دانشگاه شیکاگو، افراد مبتلا به‌سرماخوردگی را مورد آزمایش قرار داد و ویروس جدیدی به‌نام 229E را کشف کرد. محققان متوجه شدند که این ویروس شبیه ویروسی است که در دهه ۱۹۳۰ در مرغ‌های مبتلا به برونشیت کشف شده بود. ویروس دیگری به‌نام OC43 نیز در سال ۱۹۶۷ توسط محققان کشف شد. اصطلاح «کرونا ویروس» در سال ۱۹۶۸ براساس بررسی این ویروس انتخاب شد، زیرا ویروس OC43 دارای سطح تاج‌دار بود. نام ویروس‌ها براساس ساختار ژنتیکی آن‌ها انتخاب می‌شود. کمیته بین‌المللی طبقه‌بندی ویروس‌ها، در ۱۱ فوریه ۲۰۲۰، ویروس جدید را «کروناویروس- سندرم حاد تنفسی-۲ (SARS-CoV-2)» نامید. این نام به‌دلیل ارتباط ژنتیکی این ویروس با ویروس عامل طغیان بیماری سارس، در سال ۲۰۰۳ انتخاب شده است. علی‌رغم ارتباط ژنتیکی، این دو ویروس متفاوت

هستند. سازمان جهانی بهداشت در ۱۱ فوریه ۲۰۲۰، این بیماری جدید را «کووید-۱۹» نامید. این نام‌گذاری با توجه به دستورالعمل‌های پیشین سازمان جهانی بهداشت حیوانات (OIE) و سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد (FAO) انجام شد. رئیس سازمان جهانی بهداشت گفت: «ما باید به دنبال نامی می‌گشتیم که نه به گسترهٔ جغرافیایی و نه به حیوان یا انسان و گروهی از مردم اشاره نمی‌کرد و هم‌زمان تلفظ آن هم دشوار نمی‌بود» ... «داشتن نام مهم است؛ چراکه از رواج نام‌های دیگر که بار معنایی غلط دارند و یا به نوعی انگ‌آمیز هستند جلوگیری می‌کند. ضمناً این نوع نام‌گذاری در ایجاد یک استاندارد برای نام‌گذاری ویروس‌ها و بیماری‌های ناشی از آن‌ها در آینده هم کمک می‌کند». نام کووید-۱۹ خلاصه شدهٔ کرونا (Corona)، ویروس (Virus) و بیماری (Disease) و عدد ۱۹ است که به سال ۲۰۱۹ - زمان شناسایی و شیوع آن ۳۱ دسامبر ۲۰۱۹ - اشاره دارد (تدروس آدهانوم گیریسوس، ۲۰۲۰: سایت رسمی سازمان جهانی بهداشت).

7. Infodemic

۸. یکی از مهم‌ترین اقداماتی را که برای جلوگیری از این آثار پیش آمد، می‌توان برچسب‌هایی دانست که رسانه‌های اجتماعی روی پست‌های پرمخاطب می‌گذارند. به‌عنوان مثال، برچسب اطلاعات گمراه‌کننده و غلط بر روی برخی از توییت‌های پرمخاطب به‌نمایش درمی‌آید. یکی از پژوهش‌هایی که دربارهٔ تأثیر این برچسب‌ها صورت گرفته است، نشان می‌دهد پست‌هایی که برچسب گمراه‌کننده دارند، کم‌تر مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرند (Mena, 2020: 181). برخی از پژوهش‌ها، نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی دارای سیستم قدرتمند نظارت می‌توانند به‌جهت افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی بسیار مفید باشند (Kaeisani and Karisani, 2020). البته باید در نظر داشت که این قدرت کنترل برخلاف نظر پست‌من، از بالا به پایین است؛ به این معنی که مالکان رسانه‌های اجتماعی قدرت کنترل دارند.

9. JeNeSuisPasUnVirus

۱۰. در بسیاری از پژوهش‌ها، نقش رسانه‌های اجتماعی، برای آموزش در دوران کرونا، مثبت ارزیابی شده است. به‌عنوان نمونه، می‌توان به پژوهش هانگ و همکاران (2016)، جیکاس و گزنت (2013) و اوانس (2013) اشاره کرد. رسانه‌های اجتماعی برای آموزش دانشگاهی در دروس تئوری، توانستند در دوران کرونا مؤثر واقع شوند، اما برای دروس عملی و میدانی، موفقیت چشم‌گیری نداشتند (Nadeak, 2020: 1769). البته باید در نظر داشت وجود زیرساخت‌های کافی و دسترسی به گوشی‌های هوشمند، هنوز یک چالش بسیار مهم است. به‌عنوان مثال، در ایران حدود ۲۱ درصد دانش‌آموزان هنوز دسترسی به آموزش مجازی ندارند (غملامی، ۱۳۹۹: ۶۳).

منابع

- آریانی، ابراهیم. (۱۳۹۵). «کاربرد رسانه‌های اجتماعی مجازی در آموزش دانشجویان». *ره‌آورد نور*. ۱۵(۵۶). ۱۰-۱۹.
- اژدری، بهناز. (۱۳۹۷). «نقش سواد رسانه‌ای در هویت‌یابی و ضرورت آموزش آن در رشتهٔ علوم سیاسی». *جستارهای سیاسی معاصر*. ۹(۲۸). ۸۳-۱۰۴.
- بسطامی، حسن. (۱۳۹۰). «آگاهی، آموزش، تفریح». *زمانه*. ۹(۹۹). ۷۸-۷۹.
- بیچرانلو، عبدالله. (۱۳۹۱). «توسعهٔ سواد رسانه‌ای، مهم‌ترین راهبرد مخاطب‌محور پیش‌روی سازمان‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور». *وسایل ارتباط جمعی «رسانه»*.

۲۳(۸۶). ۱۰۸-۹۳.

اوانس، دانیلا لسللی. (۱۳۷۸). «انسان تیپوگرافیک نقد آرای مک لوهان و پستمن».

ترجمه یونس شکرخواه. رسانه. ۱۰(۲). ۶۵-۶۲.

پستمن، نیل. (۱۳۷۱). «چگونه رسانه‌های گروهی فرهنگ را دگرگون می‌کنند».

ترجمه ش. رستگار. اطلاعات سیاسی - اقتصادی. ۷(۵۷ و ۵۸). ۴۲-۳۷.

پستمن، نیل. (۱۳۸۲ الف). «مکانیزم و هدف غول‌های رسانه‌ای». سیاحت غرب. ۱(۳).

۱۰-۳.

پستمن، نیل. (۱۳۸۲ ب). «پنج نکته درباره تکنولوژی». سیاحت غرب. ۱(۹). ۱۵-۵.

پستمن، نیل. (۱۳۸۵). «نیل پستمن چه می‌گوید؟: گزیده‌ای از اندیشه‌ها و دیدگاه‌های

محقق و نویسنده آمریکایی». سیاحت غرب. ۴(۳۳). ۳۶-۳۲.

پستمن، نیل. (۱۳۸۶). «فرهنگ و اجتماع: عصر ارتباطات، موهبت یا مصیبت؟».

سیاحت غرب. ۵(۴۸). ۱۴-۵.

پستمن، نیل. (۱۳۸۷ الف). «غائله انگیزی در فن‌آوری، زبان آموزش». ترجمه رضا بهار.

رواق هنر و اندیشه. ۷(۳۰). ۸۹-۷۴.

پستمن، نیل. (۱۳۸۷ ب). «انفجار صوت: تلویزیون ابزار اصلی فاجعه». ترجمه اسماعیل

اسفندیاری. رواق هنر و اندیشه. ۷(۲۵ و ۲۶). ۲۳-۱۳.

پستمن، نیل. (۱۳۸۷ ج). «از فرهنگ به تکنولوژی». ترجمه اسماعیل اسفندیاری. رواق

هنر و اندیشه. ۷(۲۷). ۴۷-۳۲.

تقی‌پور، فائزه و ولایتی، ساره. (۱۳۹۵). «آسیب‌شناسی فرهنگی استفاده از شبکه‌های

اجتماعی (موبایلی) در میان کارشناسان زن شاغل در شهرداری منطقه یک تهران».

مدیریت فرهنگی. ۱۰(۳۱). ۱۰۲-۸۳.

توکلی، محمداله. (۱۳۹۹). «مقابله با استرس ناشی از همه‌گیری ویروس covid-19».

دانشگاه علوم پزشکی جیرفت. ۷(۱). ۲۵۴-۲۵۳.

حافظیان، مقداد. (۱۳۸۲). «مقابله فن‌آوری و فرهنگ». کیهان فرهنگی. ۲۰۵. ۳۶-

۳۹.

- خبرگزاری فارس. (۱۳۹۹، آذر ۲۶). «تعداد کاربران فارسی زبان در تلگرام، اینستاگرام و توئیتر». بازیابی شده از: <http://fna.ir/flbyk7>.
- سایت رسمی سازمان جهانی بهداشت. به آدرس: www.who.int.
- شرفی، محمدرضا و خشکاب، شهربانو. (۱۳۸۸). «بررسی تقابل فرهنگ و تکنولوژی؛ ظهور تکنوپولی». مهندسی فرهنگی. ۴ (۳۳ و ۳۴) ۱۸-۲۸.
- عباسی، شهاب‌الدین. (۱۳۸۲). «دین، فناوری و تلویزیون از دید نیل پستمن». پژوهش‌های ارتباطی. ۱۰ (۳۵) ۷۹-۹۶.
- غمامی، سید محمد مهدی. (۱۳۹۹). «کرونا و حق بر آموزش». کیهان فرهنگی. ۳۷ (۴۰۴-۴۰۶) ۶۳-۶۵.
- فراهانی، معصومه و همکاران. (۱۳۹۸). «چالش‌های اجتماعی و اخلاقی خانواده‌های ایرانی بر اساس اندیشه‌های پستمن». زن و مطالعات خانواده. ۱۲ (۴۶) ۲۵-۴۶.
- کریمی‌فرد، حسین. (۱۳۹۹). «پاندمی کرونا: قدرت نرم؛ نقش و کارکرد رسانه و افکار عمومی (با تأکید بر ایران و آمریکا)». مطالعات قدرت نرم. ۱۰ (۱) ۷۷-۱۱۳.
- کوهی، محسن و واحدیان، مرتضی. (۱۳۹۹). «بررسی نقش فضای مجازی در سرمایه فرهنگی (مطالعهٔ موردی: دانشجویان پیام نور مرکز اصفهان)». مطالعات هنر و رسانه. ۲ (۴) ۸۵-۱۱۱.
- نصیری، بهاره و همکاران. (۱۳۹۱). «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم». مطالعات رسانه‌ای. ۷ (۱۸) ۱۴۹-۱۵۸.
- نعامی، عبدالزهرا و نوری ثمرین، شهرام. (۱۳۹۵). «پیش‌بینی اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی براساس احساس تنهایی و عزت نفس در دانشجویان دختر». زن در فرهنگ و هنر. ۸ (۲) ۱۹۳-۲۰۴.
- نقیب‌السادات، سیدرضا و فرهادی، پریرسا. (۱۳۹۳). «بررسی جایگاه رسانه‌ها در ارتقای سواد رسانه‌ای به‌منظور تحقق جامعهٔ دانایی محور». وسایل ارتباط جمعی «رسانه». ۲۵ (۹۷) ۴۵-۶۲.

- and Initial Validation. Int J Ment HealthAddict". *International Journal of Mental Health andAddiction*. 20(3).1-9.
- Al-Dmour, H. et al., (2020). "Influence of social media platforms on public health protection against the COVID-19 pandemic via the mediating effects of public health awareness and behavioral changes : integrated model". *Journal of medical Internet research*. 22(8). e19996.
- Allington, D. et al., (2020). "Health-protective behaviour, social media usage and conspiracy belief during the COVID-19 public health emergency". *Psychological Medicine*. 51(10). 1-7.
- Braun, L.A. et al., (2019). "Information needs, communication and usage of social media by cancer patients and their relatives". *Journal of Cancer Research and Clinical Oncology*. 145(7). 1865-1875.
- Chan, A. K. et al., (2020). "Social media for rapid knowledge dissemination: early experience from the COVID-19 pandemic". *Association of Anaesthetists*. 75(12). 1579-1582.
- Chen, E. et al., (2020). "Covid-19: The first public coronavirus twitter dataset". *arXiv preprint arXiv:2003.07372*.
- Chen, E. et al. (2020 B). "Tracking social media discourse about the covid-19 pandemic : Development of a public coronavirus twitter data set". *JMIR Public Health and Surveillance*. 6(2). e19273.
- de Rezende Pinto, M. et al., (2017). "Investigating the influencers of materialism in adolescence". *Tourism & Management Studies*. 13(1). 66-74.
- Evans, C. (2013). "Twitter for teaching: Can social media be used to enhance the process of learning?". *British Journal of Educational Technology*. 45(5). 902-915.

- Feng, L. X. et al., (2020). "Modelling the effects of media coverage and quarantine on the COVID-19 infections in the UK". *Mathematical Bio-sciences and Engineering*. 17(4). 3618-3636.
- Fuller, S. (2020). "A post-truth proactionary look at the pandemic. Postdigital". *Science and Education*. 2(3). 551-555.
- Gikas, J., and Grant, M. M. (2013). "Mobile computing devices in higher education: Student perspectives on learning with cellphones, smartphones & social media". *The Internet and Higher Education*. 19. 18-26.
- Harsin, J. (2020). "Toxic White masculinity, post-truth politics and the COVID-19 infodemic". *European Journal of Cultural Studies*. 23(6). 1060-1068.
- Hong, J. C. et al. (2016). "Internet cognitive failure relevant to self-efficacy, learning interest, and satisfaction with social media learning". *Computers in Human Behavior*. 55. 214-222.
- Huang, Y. T., and Su, S. F. (2018). "Motives for Instagram use and topics of interest among young adults". *Future Internet*. 10(8). 77.
- Hussain, W. (2020). "Role of social media in covid-19 pandemic". *The International Journal of Frontier Sciences*. 4(2). 59-60.
- Karisani, N., and Karisani, P. (2020). "Mining Coronavirus (COVID-19) Posts in Social Media". *arXiv preprint arXiv:2004.06778*.
- Kim, K. S. et al. (2012). "Social media as information source : Undergraduates' use and evaluation behavior". *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48(1), 1-3.
- Kusumasondjaja, S., and Tjiptono, F. (2019). "Endorsement and visual complexity in food advertising on Instagram". *Internet Research*. 29(4).

- Latif, F. et al. (2020). "Role of electronic media in mitigating the psychological impacts of novel coronavirus (COVID-19)". *Psychiatry Research*. 113041.
- Mansour, E. (2018). "The adoption and use of social media as a source of information by Egyptian government journalists". *Journal of Librarianship and Information Science*. 50(1). 48-67.
- McLaren, P. (2020). "Religious nationalism and the coronavirus pandemic: Soul-sucking evangelicals and branch covidians make America sick again". *Postdigital Science and Education*. 2. 700-721.
- Mejova, Y. and Kalimeri, K. (2020, June). "COVID-19 on Facebook ads: competing agendas around a public health crisis". *The 3rd ACM SIG-CAS Conference on Computing and Sustainable Societies*. pp. 22-31.
- Mena, P. (2020). "Cleaning up social media: The effect of warning labels on likelihood of sharing false news on Facebook". *Policy & Internet*. 12(2). 165-183.
- Mirbabaie, M. et al. (2020). "Social media in times of crisis: Learning from Hurricane Harvey for the coronavirus disease 2019 pandemic response". *Journal of Information Technology*. Doi:0268396220929258.
- Nadeak, B. (2020). "The Effectiveness of Distance Learning Using Social Media during the Pandemic Period of COVID-19: A Case in Universitas Kristen Indonesia". *International Journal of Advanced Science and Technology*. 29(7). 1764-1772.
- Nguyen, C. T. (2020). "ECHO CHAMBERS AND EPISTEMIC BUBBLES". *Episteme*. 17(2). 141-161.
- Peters, M. A. (2017). "Education in a post-truth world". *Educational Phi-*

losophy. 49(6). 563-566.

Qin, L. et al. (2020). "Prediction of number of cases of 2019 novel coronavirus (COVID-19) using social media search index". *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 17(7). 2365.

Wen, J. et al. (2020). "Effects of misleading media coverage on public health crisis : A case of the 2019 novel coronavirus outbreak in China". *Anatolia*. 31(2). 331-336.