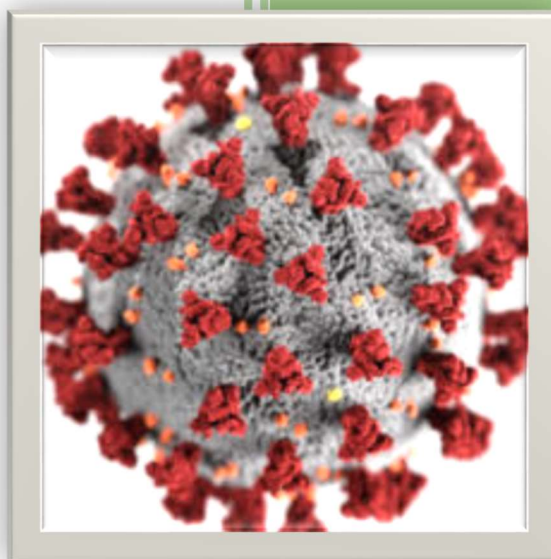


دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده علوم پزشکی
معاونت پژوهشی و فناوری



دیده‌بانی علمی بیماری کووید ۱۹



شماره هفتم:

شبکه‌های اجتماعی و سلامت روان در دوره کووید-۱۹

دکتر فاطمه زارعی، دکتر فرخنده امین شکروی

گروه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت دانشکده علوم پزشکی

دانشگاه تربیت مدرس

f.zarei@modares.ac.ir

فضای مجازی آمیخته از اطلاعات علمی و شبه علمی است که ممکن است باعث سردرگمی استفاده‌کنندگان شود. هدف از این سلسله مباحث علمی، ارائه اطلاعات معتبر، دارای شناسنامه و تهیه شده توسط اساتید درباره کووید ۱۹ می‌باشد.

شبکه‌های اجتماعی و سلامت روان در دوره کووید-۱۹

دکتر فاطمه زارعی، دکتر فرخنده امین شکروی

گروه آموزش بهداشت و ارتقای سلامت، دانشکده علوم پزشکی، دانشگاه تربیت مدرس

f.zarei@modares.ac.ir

مقدمه

از مدت‌ها قبل رسانه‌های جمعی به عنوان نیروهای قدرتمند در شکل‌گیری چگونگی درک جهان پیرامون شناخته شده‌اند. این شناخت، که بدنبال تحولات تکنولوژیکی از جمله در رادیو، تلویزیون، اینترنت و موبایل سرعت گرفته با حجم فزاینده‌ای از تحقیقات همراه است (۱). با شیوع ویروس کرونا، میلیون‌ها نفر در تلاش برای کسب آگاهی از آخرین تحولات به رسانه‌های اجتماعی روی آوردند. توییتر از افزایش حدود ۱۲ میلیون کاربر روزانه در سه ماه اول سال ۲۰۲۰ نسبت به سه ماه آخر ۲۰۱۹ خبر داده است (۲). همچنین فیس‌بوک از افزایش بی‌سابقه فعالیت کاربران خبر داده است.

نقش دوگانه شبکه‌های اجتماعی در آگاه‌سازی همگانی درباره کووید-۱۹

در کنار نقش مفید شبکه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی، ترویج کمپین‌ها، ترویج فاصله‌گذاری اجتماعی و تقبیح سفرهای غیر ضروری، این رسانه‌ها موجی از اطلاعات درباره بیماری کرونا با هدف کسب محبوبیت در بین کاربران تولید می‌کنند. به طوری که مدیر کل سازمان بهداشت جهانی، به اقدامات فوری با هدف جلوگیری از نشر اطلاعات غلط (Infodemic Coronavirus) تاکید کرده است. در یک ویدئوی پر بازدید ادعا شده‌است که هوای گرم سشوار، می‌تواند کووید-۱۹ را از بین ببرد. یک پست توییتر از تزریق ویتامین C به جریان خون برای معالجه بیماری ویروسی خبر می‌دهد (۲). این ادعاها گاه خطرناک و نگران‌کننده است و مردم هم ناخواسته آنها را در محافل گسترش می‌دهند. به گفته‌ی آزمایشگاه تحلیلی رسانه‌های اجتماعی آنچه در بستر این شبکه‌ها درباره‌ی کووید-۱۹ در حال نشر و یا باز نشر می‌باشد اغلب به‌طور ناخواسته اطلاعات غلط به قصد نشان دادن تأیید، استدلال، جلب توجه و سرگرمی می‌باشند. کاربران بیش از آنکه به اعتبار پیام توجه داشته باشند تحت تأثیر مقاصد یادشده قرار می‌گیرند (۳). صرف‌نظر از صحت پیام‌های منتشر شده، درک پیامدهای پدیده "بمباران اطلاعات" کووید ۱۹ و تأثیر آن بر سلامت روان، موضوع قابل تأملی است.

پیام برای عموم: استفاده‌ی خردمندانه از رسانه‌های اجتماعی هم بستر را برای سازمان‌های مسئول بهداشت و درمان فراهم می‌کند و هم مردم را در مواجهه با اخبار غلط مصون می‌سازد. پویش‌های زیر نظر سازمان‌های معتبر بهداشتی - درمانی نیز از طریق همین سکوه‌های شبکه‌های اجتماعی می‌توانند پرش‌های چشم‌گیر و بلندی در آموزش و اطلاع‌رسانی صحیح داشته باشند.

تحلیل روان‌شناختی رفتار از تأثیر پیام‌های دریافت شده در بستر فضای مجازی بر سلامت روان

با اعلام وضعیت اضطراری بهداشت عمومی نسبت به این بیماری اتخاذ تدابیر گسترده و متنوع برای جلوگیری از بروز بیماری و محدود کردن شیوع آن، سبک زندگی و فعالیت‌های روزمره میلیون‌ها نفر به طرز چشم‌گیری تغییر کرده است. هرگونه تغییر و تطابق با شرایط جدید می‌تواند با استرس و فشار روانی همراه باشد. در همین راستا سازمان بهداشت جهانی دستورالعمل‌هایی برای مدیریت این مشکل از نظر پزشکی و روان‌شناختی صادر کرده است (۴). از این رو، به نظر می‌رسد تبیین روان‌شناختی تأثیر هجوم پیام‌ها و اطلاعات درباره بیماری کرونا بر سلامت روان افراد دریافت‌کننده پیام‌ها با تکیه بر تئوری اعتقاد بهداشتی (Health Belief Model) - یکی از جامع‌ترین تئوری‌های تغییر رفتار فردی در اتخاذ رفتار بهداشتی - میسر است (۵). بر اساس این تئوری اتخاذ رفتارهای پیش‌گیرانه مانند ماندن در خانه، رعایت بهداشت فردی، استفاده از ماسک و محلول ضدعفونی‌کننده و پرهیز از سفرهای غیر ضروری. با تقویت برخی باورها محتمل است.

دریافت اطلاعات زیاد و هراس‌آور درباره کرونا، با تقویت باور "تهدید ابتلا به کرونا" اگر چه ممکن است سبب افزایش رعایت بهداشت شود اما موجب ایجاد احساس ترس، استرس و اضطراب و در پی آن بروز واکنش دفاعی روان می‌گردد. برخی از رایج‌ترین مکانسیم‌های دفاعی روان ناشی از تهدید درک شده عبارتند از:

۱. واکنش دفاعی انکار: این واکنش اغلب در افرادی که واقعیت وجود ویروس را انکار و کتمان می‌کنند بیشتر دیده می‌شود. این افراد معمولاً در انجام توصیه‌های بهداشتی بیشترین کوتاهی را دارند.
۲. واکنش دفاعی دلیل‌تراشی: این واکنش با جملاتی نظیر مرگ دست خداست خود را نشان می‌دهد. برخی افراد با بیان این دلیل‌ها به توصیه‌های بهداشتی بی‌توجهی می‌کنند.
۳. واکنش دفاعی شوخ طبعی: این مکانیزم دفاعی را بیشتر در بین کاربران فضای مجازی می‌بینیم. این افراد با ساختن جوک و طنز درباره کرونا سعی در کوچک شمردن مسئله و کاهش اضطراب خود دارند.

۴. واکنش دفاعی متقابل یا متضاد: در این نوع واکنش افراد نه تنها توصیه‌های بهداشتی را رعایت نمی‌کنند، بلکه برعکس، سعی می‌کنند با انجام رفتارهای پر خطر مانند روبوسی کردن واکنش متضادی نشان دهند.
۵. واکنش درون‌فکنی: در این واکنش عده‌ای با درون‌فکنی کردن علایم بیماری ناشی از ویروس کرونا، سعی در بیمار جلوه‌دادن خود دارند. مثلاً به محض کوچک‌ترین سرفه، خود را ناقل ویروس کرونا می‌دانند.
۶. مکانیزم دفاعی کوچک‌انگاری: گروهی با کوچک جلوه‌دادن شرایط به وجود آمده، از اضطراب خود می‌کاهند.
۷. مکانیزم جابه‌جایی: این افراد به منظور کاهش اضطراب خود - به دلیل عدم توان مقابله با هجمه پیام‌ها و اخبار مربوط به کرونا - از گروه‌ها و شبکه‌های اجتماعی خارج می‌شوند.
۸. واکنش دفاعی والایش: این عالی‌ترین نوع واکنش است. فرد به واسطه اضطراب پیش‌آمده رفتاری درست و جامعه-پسند از خود نشان می‌دهد. مثلاً در مدت قرنطینه با بکارگیری خلاقیت، یک اثر هنری از خود به یادگار می‌گذارد و یا به کتاب‌خوانی روی می‌آورد.

مدیریت دریافت پیام‌های درباره کووید-۱۹

اکنون این موضوع قابل طرح است چگونه می‌توان پیام‌های صحیح پیرامون Covid-19 را دریافت کرد. پنج راهکار بیان شده زیر می‌تواند شما را تا حد زیادی در تشخیص اخبار صحیح از اخبار جعلی کمک نماید.

✓ **راهکار اول: توجه به اعتبار منبع ارسال پیام:** همواره منبع ارسال‌کننده پیام را مورد توجه قرار دهید. در طی شیوع این بیماری پیام‌های زیادی به "متخصصان تایوانی"، "پزشکان ژاپنی" یا "دانشگاه استنفورد" ارجاع داده شده‌است (۳). بر روی لینک‌های ذکر شده در ذیل محتوای ارائه شده کلیک نمایید. در اکثر شایعات لینک‌ها ساختگی هستند. بنابراین با یک کلیک ساده به بدون منبع بودن متن پی خواهید برد. بعلاوه برخی حساب‌های جعلی از واقعیت تقلید می‌کنند. به عنوان مثال، حساب کاربری غیر رسمی توئیتر BBCNewsTonight، که به نظر می‌رسد مانند حساب رسمی BBCNews است، داستانی دروغین درباره تست مثبت کروناویروس یک بازیگر معروف انگلیسی به اسم دانیل رادکلیف را به اشتراک گذاشت (۴).

✓ **راهکار دوم: راستی‌آزمایی منبع پیام:** اگر در داخل پیام به مصاحبه یک فرد با یک رسانه اشاره شده بود، حتماً با یک جستجو، منبعی که ذکر شده را بررسی نمایید. خواهید دید اصلاً چنین متنی در منبعی که گفته شده وجود ندارد.

- ✓ **راهکار سوم: توجه به جعل پیام:** پیام‌هایی که کلیدواژه‌هایی مانند منبع آگاه، منبع مطلع، یک مقام مسئول، جمعی از استادان، گروهی از پژوهشگران را دارند باور نکنید. هر کسی می‌تواند با چنین کلیدواژه‌هایی یک پیام و خبر جعلی منتشر کند. نبود منبع یا نامشخص بودن منبع، از نشانه‌های جعلی بودن خبر و یا شایعه بودن آن است.
- ✓ **راهکار چهارم: توجه به اغراق در پیام:** تشویق بیش از حد برای به اشتراک گذاشتن پیام، یکی از تکنیک‌های انتشار پیام در فضای مجازی است. کلیدواژه‌هایی مانند "فوری"، "لطفاً برای همه بفرستید"، "توجه توجه" و "اگر عزیزانتان را دوست دارید، فوراً کنید" در صدر محتوا باید شما را یک قدم از معتبر بودن متن دور کند. شایعات، فوریت‌بخشی ساختگی دارند و احساسات شما را بر می‌انگیزند تا شما بدون بررسی، متن را برای سایرین ارسال نمایید.
- ✓ **راهکار پنجم: توجه به گمنامی فرستنده پیام:** منبع معتبر یعنی رسانه‌هایی که در قبال مخاطب و محتوا دارای مسئولیت حقوقی، اخلاقی و اجتماعی هستند. کانال‌ها و صفحات شبکه‌های اجتماعی ناشناس منبع معتبر نیستند؛ چرا که گردانندگان آنها را نمی‌شناسیم و آن‌ها با توجه به همین ویژگی ناشناس بودن برای نشر شایعه استفاده می‌کنند و مسئولیت حقوقی، اخلاقی و اجتماعی را نیز متوجه به خود نمی‌دانند.

پیام برای عموم: بهترین منابع برای مراجعه به اطلاعات بهداشتی درباره Covid-19 کانال‌ها و وبسایت‌های بهداشتی رسمی و وبسایت سازمان بهداشت جهانی هستند. منابع اولیه معمولاً از مقالات خبری بهتر هستند. با این که پیام‌های رسمی و رسانه‌های اصیل هم ممکن است مرتکب اشتباه شوند؛ اما از منابع غیرقابل اطمینان در رسانه‌های اجتماعی قابل اعتمادتر هستند.

منابع:

- 1- Patrícia Arriaga Coronavirus Disease (COVID-19): The Impact and Role of Mass Media during the Pandemic University Institute of Lisbon (ISCTE) Lisbon, Portugal. Available in <https://www.frontiersin.org/research-topics/13638/coronavirus-disease-covid-19-the-impact-and-role-of-mass-media-during-the-pandemic>
- 2- Jon-Patrick Allem. Social media fuels wave of coronavirus misinformation as users focus on popularity, not accuracy. University of Southern California Available in: <https://theconversation.com/social-media-fuels-wave-of-coronavirus-misinformation-as-users-focus-on-popularity-not-accuracy-135179> Access: April 6, 2020
- 3- Morrison FP, Kukafka R, Johnson SB, editors. Analyzing the structure and content of public health messages. AMIA Annual Symposium Proceedings; 2005: American Medical Informatics Association.

- 4- Gianluca Castelnuovo, Coronavirus Disease (COVID-19): Psychological, Behavioral, Interpersonal Effects, and Clinical Implications for Health. Catholic University of the Sacred Heart Milano, Italy. Available in: <https://www.frontiersin.org/research-topics/13561/coronavirus-disease-covid-19-psychological-behavioral-interpersonal-effects-and-clinical-implication>
- 5- Glanz K, Rimer BK, Viswanath K, editors. Health behavior and health education: theory, research, and practice. John Wiley & Sons; 2008 Aug 28.
- 6- Samantha Vanderslott. How to spot coronavirus fake news?. Available in <https://theconversation.com/how-to-spot-coronavirus-fake-news-an-expert-guide-133843> Access: March 20, 2020.