

مقایسه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه در ایجاد همکاری در مردم برای مدیریت پاندمی کووید ۱۹

نسرین امینیان^۱، شهناز هاشمی^{۲*}، محمد سلطانی‌فر^۳، فریبا قربانی^۴

- (۱) گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
 (۲) مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران
 (۳) گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
 (۴) مرکز تحقیقات بیماری‌های نای، پژوهشکده سل و بیماری‌های ریوی، مرکز آموزشی، پژوهشی و درمانی سل و بیماری‌های ریوی بیمارستان دکتر مسیح دانشوری، دانشگاه علوم پزشکی شهید بهشتی و خدمات بهداشتی درمانی شهید بهشتی، تهران، ایران

چکیده:

رسانه‌ها چه در پلتفرم‌های تعاملی (دوسویه) یا غیر تعاملی (یک‌سویه)، نقش حیاتی اجتناب‌ناپذیری برای مدیریت COVID-19 دارند. در این پژوهش نقش دو نوع رسانه اعم از تعاملی یا غیر تعاملی در ابعاد مختلف بیماری کووید بررسی شده است. در این پژوهش نقش رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه در مشارکت مردم در کنترل همه‌گیری کووید ۱۹ بررسی گردید. در این مطالعه توصیفی تحلیلی با هدف کاربردی و به لحاظ زمانی مقطعی، پرسشنامه‌ای حاوی ۳۳ آیتم طراحی شد تا میزان دانش، نقش رسانه یک‌سویه و دوسویه در اطلاع رسانی، میزان مشارکت مردم و کنترل بار روانی بیماری را بررسی نماید. روایی و پایایی پرسشنامه اندازه‌گیری شد و با آلفای کرونباخ ۰/۸۸ پرسشنامه نهایی شده در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی منتشر گردید. سپس نتایج به دست آمده تحلیل شد. مطالعه توسط ۱۰۰ نفر در این مرحله تکمیل گردید که میانگین سنی $38/5 \pm 11/5$ سال داشتند و دامنه سنی ۱۲ تا ۷۲ سال را شامل می‌شدند. ۴۲/۳ درصد شرکت کنندگان مرد بودند. سطح دانش افراد از ۸ گویه تشکیل شد که در گروه رسانه‌های یک‌سویه میانگین $26/9 \pm 11/5$ و در گروه رسانه‌های دوسویه میانگین $24/6 \pm 12/16$ را کسب نمود. تفاوت معناداری در بین دو گروه مشاهده نشد ($P=0/44$). نگرش و عملکرد افراد متغیر مکنونی بود که از ۴ گویه تشکیل شد. در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه به ترتیب میانگین $18/73 \pm 11/4$ و $18/13 \pm 11/7$ را به دست آورد که تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند. اعتماد به رسانه با داشتن ۳ گویه در رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه به ترتیب نمرات $12/13 \pm 2/3$ و $9/9 \pm 3/3$ را بدست آورد که در افرادی که رسانه‌های یک‌سویه را نمرات ۴ و ۵ داده بودند، به طور معناداری بالاتر از افرادی که رسانه دوسویه را استفاده کردند داشته است ($P=0/006$).

در خصوص انطباق‌پذیری با در نظر داشتن ۳ متغیر میانگین نمرات بدست آمده $10/13 \pm 3/8$ و $10/8 \pm 3/7$ بود که تفاوت معناداری در بین دو گروه مشاهده نشد. نتایج این مطالعه نشان داد پرسشنامه تهیه شده در مدل ارائه شده به خوبی توانسته است نقش رسانه‌های مجازی در کنترل همه‌گیری کووید با ایجاد مشارکت را مشخص نمایند.

واژگان کلیدی: رسانه یک‌سویه، رسانه دوسویه، شبکه‌های اجتماعی، کووید ۱۹، دانش مردم

* نویسنده مسئول:

دکتر شهناز هاشمی، مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱، دانشگاه جامع علمی کاربردی، تهران، ایران. پست الکترونیک: shahnaz_hashemi@yahoo.com

مقدمه:

به طور کلی شیوع بالای بیماری کرونایروس جدید (Covid-19) و اقدامات پیشگیرانه برای مهار این بیماری از نگرانی‌های مهم بهداشت عمومی است. رسانه‌های مردمی به عنوان منبع امیدوار کننده ذکر شده‌اند تا اطلاعات مربوط به سلامت را تهیه کنند و روی رفتار مخاطبان در مقیاس وسیع اثر بگذارند. به ویژه، توسعه سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات در سال‌های اخیر، رسانه‌های دیجیتال را به عنوان کانال‌های غالب برای پخش اطلاعات بهداشتی فعال کرده است. مردم می‌توانند در آخرین اخبار، حقایق را بررسی کنند و اطلاعات کمی برای مدیریت بهداشت را دریافت نمایند [۱]. با توجه به اینکه کنترل این بیماری مسری ارتباط مستقیم با میزان مشارکت مردم دارد هر عاملی که بتواند مشارکت عموم جامعه را تقویت نماید تاثیر بسزایی در مدیریت این بحران اجتماعی به منظور پیشگیری از انتقال و انتشار بیماری دارد و مهم‌تر از عملکرد سیاست‌گذاران در قسمت تشخیص و درمان می‌باشد. مشارکت مردم با رعایت فاصله اجتماعی، استفاده درست از ماسک و استفاده درست از وسایل ضدعفونی کننده سبب صرفه جویی در منابع و از سویی استفاده درست از تجهیزات می‌گردد. در صورت داشتن اطلاعات ناکافی و استفاده غیردرست از تجهیزات، بی‌نظمی و اختلال بیشتری به وجود می‌آید [۲]. در این بیماری ویروسی که به یک بحران اجتماعی تبدیل شد، مردم نقش بسزایی در شکل‌گیری موج‌های مختلف کووید داشتند و مشارکت و تاثیرپذیری آن‌ها در شرایط جامعه باعث مدیریت موج‌های کووید در جامعه شد. نقش مشارکت مردم در جوامعی که کووید را به خوبی کنترل کردند و بعد از فروکش بیماری به سرعت وارد موج دیگری نشدند بسیار پررنگ می‌باشد. لذا در این خصوص آموزش عموم مردم و مدیریت دانش نقش بسیار پر اهمیتی در کنترل بیماری داشته است [۳].

Bozzola و همکاران چنین مطرح نمودند که توجه به پتانسیل رسانه‌های دیجیتال در تغییر رفتارهای پیشگیرانه و همچنین به حداقل رساندن خطر تهدیدات پاندمیک که در این زمینه برجسته شده‌اند، منجر به ارتباط بین اطلاعات مربوط به سلامت و رفتارهای کنترل

بیماری می‌شود [۴]. تحقیق در مورد اینکه آیا مردم به دنبال اطلاعات بهداشتی هستند و اینکه از رسانه‌های دیجیتال استفاده می‌کنند، در دهه گذشته گسترش یافته است. دانشمندان، با این حال، پیشنهاد کردند که نیاز به تحقیق دقیق‌تر از کانال‌های رسانه‌های دیجیتال مختلف وجود دارد.

Abdulrazzaq و همکاران با بررسی توییت‌های کاربران توییتر به این نتیجه رسیدند که موضوعات به اشتراک گذاشته شده توسط کاربران در چهار موضوع اصلی شامل منشا Covid-19، منبع یک ویروس جدید کرونا، تاثیر Covid-19 بر مردم و کشورها و روش‌های کاهش شیوع Covid-19 دسته‌بندی می‌شوند [۵، ۶].

بر اساس بررسی مطالعات گذشته، با توجه به اطلاعات مربوط به Covid-19 دو نوع رابطه می‌تواند فرض شود. نخست کسب اطلاعات مربوط به Covid-19 از طریق رسانه‌های دیجیتال به طور مستقیم بر رفتارهای پیشگیرانه تاثیر می‌گذارد. دوم، اطلاعات کووید ۱۹ در رسانه‌های دیجیتال می‌تواند باعث افکار و نگرانی‌های مرتبط با سلامت با توجه به عفونت‌های خطرناک شود و درگیری‌های منحصر به فرد در این بیماری با تظاهرات غیر معمول مثل بروز سکسکه طولانی مدت گاهی با اطلاع‌رسانی از طریق رسانه‌ها، سبب مراجعه بهنگام بیماران می‌شود [۷]. همچنین برای کاهش نگرانی و حفظ وضعیت سلامت خوب، نگرانی با رفتارهای پیشگیرانه بیشتر همراه شود. علاوه بر این، روابط بین کسب اطلاعات مربوط به Covid-19 و رفتارهای پیشگیرانه ممکن است در کانال‌های مختلف رسانه‌های دیجیتال متفاوت باشد. بنابراین، در مطالعه که توسط Sahni و همکارانش انجام گرفت [۸]، امروزه در هر خانواده‌ای افراد از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و دسترسی آسان دارند که این موضوع هم فرصت و هم تهدید است که نمونه آن در اپیدمی بیماری کرونا که کل دنیا را درگیر خود کرد نقش شبکه‌های اجتماعی در کنار رسانه‌های رسمی و اصلی کشورها بسیار زیاد و تاثیرگذار بوده است. از روز اول پدید آمدن ویروس، مردم با گرفتن عکس، خبر، تحلیل و ... در شبکه‌های اجتماعی و در سطح گسترده پخش می‌شد توانستند هم نقش مهم و تاثیرگذاری را در آگاهی بخشی و اطلاع رسانی ایفا کنند



و هم هراس اجتماعی را داشته تا جایی که شبکه‌های تلویزیونی کشورهای مختلف که برند جهانی داشتند در این حوزه بسیار ناکام بودند.

لذا در این مطالعه با بررسی اثر رسانه‌های دوسویه و یک‌سویه در جلب همکاری مردم و نحوه عملکرد آنها به تاثیرگذاری این فضاها بالقوه در مدیریت پدیده اجتماعی کووید ۱۹ که مرتبط با سلامت بوده می‌پردازیم.

مواد و روش‌ها:

این پژوهش از نوع توصیفی، موردی، مقطعی و تحلیلی می‌باشد که به لحاظ زمانی بصورت مقطعی انجام شده است. از نظر نحوه جمع‌آوری داده‌ها از نوع پیمایشی و به لحاظ نتایج و پیامد پژوهش از نوع کاربردی است.

با مرور مقالات بانک‌های اطلاعاتی هیچ پرسشنامه اعتبار سنجی شده‌ای برای تعیین اثر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت مردمی در دوران کووید-۱۹ یافت نگردید. از این رو یک پرسشنامه برای تعیین اثر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت مردمی در دوران کووید-۱۹ طراحی شد.

در ابتدای پرسشنامه آنلاین به شرکت کنندگان احتمالی در خصوص هدف مطالعه و اهمیت آن توضیح داده شد. افراد واجد شرایط در صورت تمایل با رضایت آگاهانه وارد مطالعه شدند. اطلاعات دریافتی بدون درج نام و نام خانوادگی گزارش گردید و به افراد اطمینان داده شد که این اطلاعات کاملاً محرمانه و محفوظ باقی می‌مانند.

با روش پرسشگری، پرسشنامه محقق‌ساخته به عنوان ابزار گردآوری داده‌ها بکار گرفته شد. پرسشنامه شامل دو بخش اطلاعات جمعیت‌شناختی و بررسی میزان استفاده و اثر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت اجتماعی مردم در دوران کرونا با طیف لیکرت ۵ گزینه‌ای (خیلی زیاد تا خیلی کم) بود. رسانه‌های مورد بررسی در این مطالعه رسانه‌های ارتباط جمعی (شبکه‌های اجتماعی مجازی) اینستاگرام و واتس‌آپ، رسانه‌های یک‌سویه و کسب اطلاعات از اطرافیان بود. روایی پرسشنامه به صورت کیفی و با استفاده از نظر متخصصان رسانه و پزشکان متدولوژیست بررسی و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت.

دو تا سه جلسه متمرکز گروهی با شرکت دو متخصص رسانه با سابقه، یک فوق تخصص ریه، یک متخصص عفونی و یک متخصص طب اورژانس دارای سوابق

پژوهشی و درمانی در بیمارستان مسیح دانشوری تشکیل شد. جلسات به زبان فارسی و به مدت تقریبی بین ۲ تا ۳ ساعت بود. در این جلسات هر آیتم و سوال مورد بحث قرار گرفت و نظرات و پیشنهادات به اشتراک گذاشته شد. سپس پرسش‌ها در دو قسمت عوامل مربوط به فرد و اثرات رسانه بر فرد، دوباره طراحی و تعریف شدند. به منظور برطرف کردن هرگونه ابهام، محققین و مجریان اصلی متخصصین رسانه و درمانگر بیماران کرونا را به یک نشست علمی دعوت نموده و در آن همه پرسش‌ها و ابهامات را مورد بحث و بررسی قرار دادند. متخصصین هر سوال را بر اساس بازخوردهای نشست علمی دوباره ارزیابی نمودند و در نهایت پرسشنامه تنظیم شد.

ده متخصص پرسشنامه را بررسی کردند که CVI^۱ برابر ۰/۸۵ به دست آمد. سپس پرسشنامه در فضای مجازی اطلاع‌رسانی و افراد دعوت به تکمیل آن شدند. با توجه به اینکه پرسشنامه حاوی ۲۰ سوال بود، با در نظر گرفتن ۵ شرکت کننده به ازای هر گویه، ۱۰۰ پرسشنامه تکمیل شد.

پرسش‌ها در ۴ متغیر مکنون شامل دانش افراد، نگرش و عملکرد افراد، اعتماد به رسانه و انطباق با شرایط کووید خلاصه شدند و در دو گروه شامل افرادی که به استفاده از رسانه‌های دوسویه مانند واتساپ، تلگرام، اینستاگرام امتیاز ۴ و ۵ داده بودند و گروهی که به استفاده از رسانه‌هایی مانند تلویزیون و رادیو برای کسب اطلاعات بیشترین امتیاز را دادند مقایسه شدند.

ملاحظات اخلاقی:

پرسشنامه فاقد نام بود. از کلیه شرکت کنندگان دعوت شد تا با رضایت خود پرسشنامه را تکمیل کنند. به پاسخ دهندگان توضیح داده شد که اطلاعات بصورت محرمانه خواهد بود و فقط برای انجام این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد.

روش تحلیل داده‌ها:

اطلاعات به دست آمده برای بررسی اعتبار محتوا که توسط ۱۰ فرد خبره تکمیل شد؛ در نرم افزار اکسل جمع‌آوری گردید و بعد از تایید پرسشنامه، اطلاعات به

¹ Content Validity Index

دست آمده از شرکت کنندگان در نرم افزار SPSS ثبت گردیدند.

متغیرهای کیفی به صورت درصد و متغیرهای کمی به صورت میانگین و انحراف از معیار مشخص شدند. مقایسه‌ها از طریق مربع کای (در موارد متغیرهای کیفی) و تی تست (در موارد متغیرهای کمی) انجام گرفت. با توجه به اینکه دو متغیر مستقل شامل رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه در مطالعه وجود داشتند، مقایسه‌ها با جمع بندی نمرات لیکرت ۵ تایی در گویه‌ها و متغیرهای مکنون با t-test انجام گرفت.

نتایج:

نرخ پاسخدهی در این مطالعه ۵۸٪ بود و مطالعه توسط ۱۰۰ نفر تکمیل شد. میانگین سنی 14.5 ± 3.5 سال بود و دامنه سنی ۱۳ تا ۶۹ سال را شامل می‌شد. ۴۵/۳ درصد شرکت کنندگان مرد و ۵۴/۷ درصد زن بودند. در این مطالعه ۶۴/۶ درصد شرکت کنندگان دارای مدرک کارشناسی و بالاتر بودند.

در خصوص منابع یک‌سویه و دوسوی این پرسش مطرح شد که منابع اطلاعاتی مختلف (اعم از تلگرام، واتساپ، اینستاگرام، صدا و سیما، دوستان و شبکه اجتماعی) تا چه حدی اولویت شما برای کسب اطلاعات در زمینه کووید می‌باشد؟

در پاسخ به منابع اطلاعاتی مورد استفاده ۴۲/۷ درصد از شرکت کنندگان، استفاده از اینستاگرام، ۲۸/۷ درصد از شرکت کنندگان واتساپ، ۲۷/۶ درصد از شرکت کنندگان تلگرام، ۳۸/۹ درصد از شرکت کنندگان صدا و سیما، ۳۲/۴ درصد از شرکت کنندگان دوستان و ۵۵/۲ درصد از شرکت کنندگان شبکه اجتماعی را زیاد و خیلی زیاد اعلام کردند.

با توجه به همپوشانی استفاده از منابع اطلاعاتی؛ افرادی که رسانه‌های دوسویه را نمرات ۴ یا ۵ داده بودند در صورتی که به رسانه‌های یک‌سویه نمرات ۴ یا ۵ نداده بودند در گروه رسانه‌های دوسویه و افرادی که به رسانه‌های یک‌سویه نمرات ۴ یا ۵ دادند و به رسانه‌های دوسویه نمره ۴ یا ۵ ندادند؛ در گروه رسانه یک‌سویه قرار گرفتند که به ترتیب گروه رسانه یک‌سویه و دوسویه ۳۵ درصد و ۴۲ درصد از شرکت کنندگان را شامل می‌شدند و ۲۳ درصد شرکت کنندگان انتخاب‌های بینابینی داشتند.

در پاسخ به این سوال که آیا در زمینه‌های مختلف بیماری کووید ۱۹ از جمله ضدعفونی کردن وسایل منزل، نحوه درمان، زمان بستری بیماری، نحوه انتقال بیماری، واکسیناسیون، علائم بیماری، زمان انجام سی تی اسکن بیماران مبتلا، اقدامات پس از ترخیص بیماران نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟ در خصوص نحوه ضدعفونی کردن وسایل منزل کمترین فراوانی (۲۶/۷ درصد) و در خصوص اقدامات پس از ترخیص (۴۹ درصد) بیشترین فراوانی وجود داشت (نمودار شماره ۱).

بررسی متغیرهای مکنون

متغیرهای مکنون شامل سطح دانش افراد، نگرش و عملکرد درست در خصوص رعایت پروتکل‌ها، اعتماد به رسانه در خصوص کنترل بیماری و میزان انطباق‌پذیری در نمودار شماره ۲ آورده شده است.

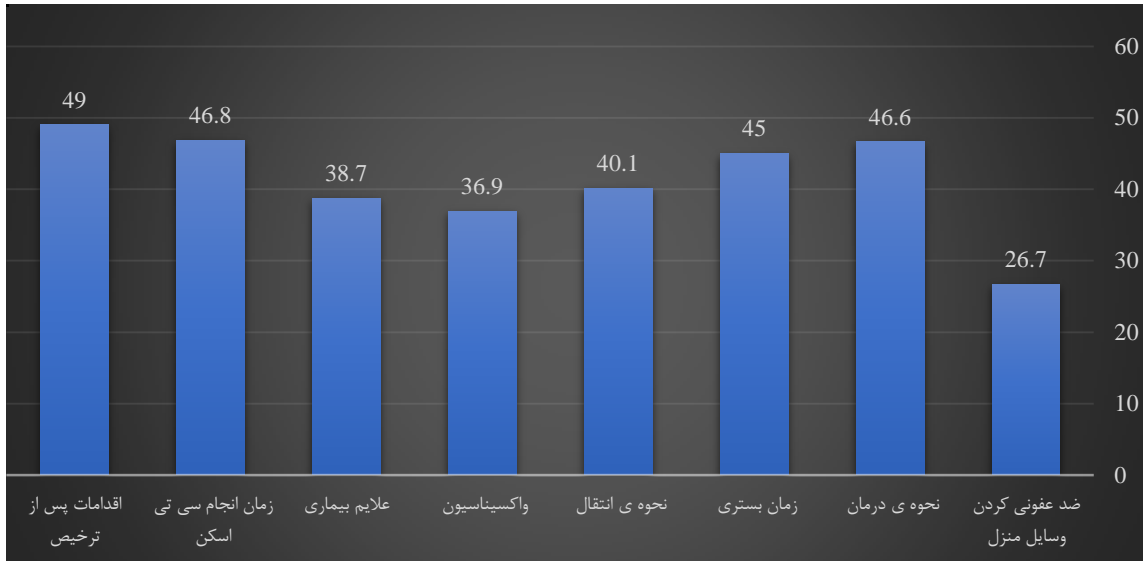
بررسی دانش افراد در گروه‌های مختلف

سطح دانش افراد از ۸ گویه تشکیل شد که در گروه رسانه‌های یک‌سویه میانگین 11.5 ± 2.9 و در گروه رسانه‌های دوسویه میانگین 12.16 ± 2.6 را کسب کرد.

تفاوت معناداری بین دو گروه مشاهده نشد ($P=0.44$)

نگرش و عملکرد افراد متغیر مکنونی بود که از ۴ گویه تشکیل شده بود که در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه به ترتیب میانگین 1.4 ± 1.7 و 1.7 ± 1.3 را به دست آورد. این دو تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند. اعتماد به رسانه به داشتن ۳ گویه در رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه به ترتیب نمرات 2.3 ± 1.2 و 3.3 ± 0.9 را بدست آورد که در افرادی که رسانه‌های یک‌سویه را نمرات ۴ و ۵ داده بودند، به طور معناداری بالاتر از افرادی که رسانه دوسویه را استفاده کردند داشته است ($P=0.006$). در خصوص انطباق‌پذیری با در نظر داشتن ۳ متغیر میانگین نمرات بدست آمده 3.8 ± 1.0 و 3.7 ± 1.0 بود که تفاوت معناداری در بین دو گروه مشاهده نشد.

در خصوص گویه‌های مربوط به بررسی سطح دانش، تفاوت معناداری بین گروه‌های رسانه یک‌سویه و دوسویه مشاهده نشد. بیشترین تفاوت در این فاکتور مربوط به نیاز به کسب اطلاعات بیشتر در مورد اقدامات پس از ترخیص بود که افرادی که به رسانه یک‌سویه نمره بالاتری داده بودند نیاز به کسب اطلاعات بیشتری در



نمودار شماره ۱ - درصد فراوانی گزینه‌هایی که افراد نیاز به کسب اطلاعات در مورد آن دارند.

بیشتری داده بودند امتیاز $4 \pm 1/44$ و اشخاصی که به رسانه‌های دوسویه امتیاز بیشتری دادند امتیاز $3/10 \pm 1/74$ را درج کردند که به طور معناداری ($P=0/02$) در گروه رسانه یک‌سویه بالاتر بود (جدول شماره ۴)

بحث:

نتیجه مطالعه حاضر نشان داد در ایام اپیدمی کووید، ۳۸/۹ درصد از شرکت کنندگان صدا و سیما و ۵۵/۲ درصد از شرکت کنندگان شبکه اجتماعی را با درج نمرات زیاد و خیلی زیاد منابع کسب اطلاعات خود اعلام کردند. در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه، به ترتیب ۳۵ درصد و ۴۲ درصد از شرکت کنندگان امتیاز ۴ و ۵ داده بودند و ۲۳ درصد شرکت کنندگان انتخاب‌های بینابینی داشتند. همچنین در این مطالعه مشخص گردید در خصوص نحوه ضدعفونی کردن وسایل منزل ابهامات کمتری وجود داشته ولی همچنان در خصوص اقدامات پس از ترخیص حدود نیمی از شرکت کنندگان نیاز به دریافت اطلاعات بیشتری داشته‌اند. هر دو گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه در خصوص سطح دانش افراد تفاوتی با یکدیگر نداشتند. همچنین نگرش و عملکرد افراد در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه تفاوت معناداری با یکدیگر نداشتند. اعتماد به رسانه در افرادی که رسانه‌های یک‌سویه را نمرات ۴ و ۵ داده بودند به طور معناداری بالاتر از افرادی که رسانه دوسویه را

مقایسه با گروه رسانه دوسویه داشتند (به ترتیب $3/56 \pm 1/70$ در مقابل $2/78 \pm 1/78$ در گروه‌های یک‌سویه و دوسویه).

در خصوص آیت‌های مربوط به نگرش و عملکرد افراد، گروه رسانه یک‌سویه به طور معناداری بیشتر موافق تاثیرگذاری موفق واکسیناسیون برای کووید ۱۹ بودند.

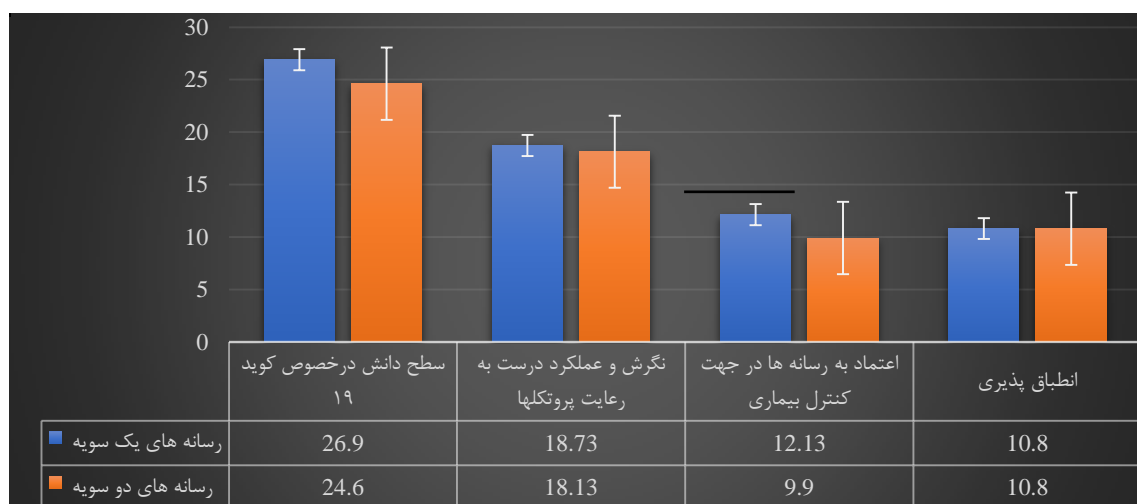
($4/22 \pm 0/49$ در مقابل $4/15 \pm 0/82$ ؛ $P=0/02$)

سایر موارد از قبیل نگرش و عملکرد در خصوص استفاده از ماسک، رعایت فاصله اجتماعی و استفاده از مواد ضد عفونی تفاوتی بین گروه‌های مطالعه نداشت (جدول شماره ۲).

در خصوص اعتماد به رسانه‌ها، افرادی که به استفاده از رسانه‌های یک‌سویه نمرات بالاتری دادند، به این سوال که چه میزان رسانه‌های خارجی برای کسب اطلاعات در مورد کرونا مورد استقبال شما بوده است؟ امتیاز بیشتری دادند ($3/06 \pm 1/49$ در مقابل $2/59 \pm 1/64$ ؛ $P=0/01$).

برای این پرسش که در خصوص بیماری کووید ۱۹، شبکه‌های اجتماعی چه میزان در ارائه اطلاعات به شما سهم داشته‌اند؟ رسانه‌های یک‌سویه به طور معناداری نمره بالاتری از گروه دو سویه گرفت. ولی امتیاز دریافت شده از دو گروه در خصوص کسب اطلاعات درست در دو گروه تفاوت معناداری نداشت (جدول شماره ۳).

از بین موارد مربوط به انطباق‌پذیری افراد، در خصوص اینکه تا چه میزان افراد نگران ابتلا به بیماری کووید هستند، اشخاصی که به رسانه‌های یک سویه، نمره



نمودار شماره ۲ - مقایسه سطح دانش افراد، نگرش و عملکرد درست در خصوص رعایت پروتکل‌ها، اعتماد به رسانه در خصوص کنترل بیماری و میزان انطباق‌پذیری در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه

کارکرد رسانه‌ها نشان می‌دهد در پوشش خبری این بحران همواره ترس از واکنش‌های اجتماعی وجود داشته است. با وجود نقاط ضعف پوشش خبرها، رسانه‌ها تلاش کردند با جریان مداوم اخبار جعلی که از طریق برخی رسانه‌های اجتماعی پخش می‌شد نیز مبارزه کنند. پیشرفت جدید در این دوره، استفاده از چتروم برای ارائه اطلاعات و بروزرسانی‌های بهداشتی در مورد این بیماری همه‌گیر بوده است [۱۱،۱۰].

رسانه‌های خبری آنلاین^۱ و رسانه‌های اجتماعی دو کانال رسانه‌ای هستند که بیشترین استفاده را در محیط رسانه‌ای جدید دارند. [۱۲]. در طول همه‌گیری، مردم عمدتاً به رسانه‌های اجتماعی و پس از آن تلویزیون و روزنامه‌ها برای به دست آوردن اطلاعات مربوط به Covid-19 متکی بودند. رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان منبع اصلی اطلاعات، گاهی تأثیر منفی بر نگرش‌ها و رعایت اقدامات پیشگیرانه دارند. در مقابل مطالعه‌ای که در عربستان به منبع دریافت اطلاعات پرداخت، نشان داد کسب اطلاعات مستقیم از وزارت بهداشت بهترین گزینه بوده است و تأثیر مثبتی بر روی نگرش‌ها و عملکردها داشته است. چرا که تلویزیون و روزنامه‌ها هم به عنوان

استفاده کردند داشته است و در خصوص انطباق‌پذیری نیز تفاوت معناداری در بین دو گروه مشاهده نشد.

آنچه حایز اهمیت است این است که در آغاز هزاره سوم میلادی تحولات تاریخی مبتنی بر تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، بنیان‌های مادی جامعه را دچار دگرگونی اساسی و بنیادی کرده و گسترش و انتشار فناوری‌های جدید و ارتباطات، مرزهای سنتی زمان و مکان را درنوردیده است [۹].

یکی از کارکردهای اساسی رسانه‌ها، از جمله شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی از تحولات و وقایعی است که در محیط اجتماعی واقع می‌شوند. پیشرفت به‌تازگی وسایل ارتباط جمعی در قرن حاضر، جهان را به دهکده کوچکی تبدیل کرده که انسان‌ها امکان اطلاع‌یابی از همه وقایع و حوادث جهان را به طور سریع و جامع دارند. در عصر ارتباطات هیچ حادثه‌ای هر چند در دورترین نقاط، منحصر به یک منطقه جغرافیایی خاص نیست و از این رو سه ویژگی فرازمانی، فرامکانی و سرعت فوق‌العاده از خصیصه‌های وسایل ارتباط جمعی است. امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها در رسانه‌ها رسوخ کرده و از خصوصی‌ترین رفتار انسان‌ها تا بزرگترین تغییرات نهادهای اجتماعی و ساختارهای فرهنگی و سیاسی از طریق رسانه‌ها ارائه می‌گردد [۱].

نقش رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی موارد پزشکی خاص یا بحران‌های بهداشت عمومی از مدت‌های قبل در حوزه مطالعات ارتباطات مورد توجه بوده است. تجزیه و تحلیل

¹ Online news media (ONM)

جدول شماره ۱ - مقایسه گویه‌های مختلف در بررسی سطح دانش افراد در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه

P-value	رسانه دوسویه	رسانه یک سویه	گویه‌ها
۰٫۹	۲٫۸۱ ± ۱٫۸۹	۲٫۸۶ ± ۱٫۸۴	آیا در بخش ضدعفونی کردن وسایل منزل نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۶	۳٫۳۷ ± ۱٫۷۳	۳٫۵۷ ± ۱٫۵۶	آیا در رابطه با نحوه درمان کووید ۱۹ نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۱	۳٫۰۷ ± ۱٫۸۸	۳٫۶۳ ± ۱٫۵۲	آیا در رابطه با زمان بستری بیماری کووید ۱۹ نیاز به اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۳	۳٫۱۴ ± ۱٫۷۵	۳٫۵۶ ± ۱٫۷۰	آیا در مورد نحوه انتقال بیمار کووید ۱۹ به مراکز درمانی نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۵	۲٫۸۹ ± ۱٫۷۸	۳٫۱۹ ± ۱٫۸۶	آیا در رابطه با واکسیناسیون کووید نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۹	۳٫۰۴ ± ۱٫۹۰	۳٫۰۹ ± ۱٫۷۴	آیا در رابطه با علائم بیماری کووید نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۰۷	۲٫۷۵ ± ۱٫۸۱	۳٫۵۳ ± ۱٫۷۶	آیا در مورد زمان انجام سی‌تی‌اسکن بیماران مبتلا به کووید ۱۹ نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟
۰٫۰۷	۲٫۷۸ ± ۱٫۷۸	۳٫۵۶ ± ۱٫۷۰	آیا در مورد اقدامات پس از ترخیص بیماران کووید ۱۹ نیاز به کسب اطلاعات بیشتری دارید؟

دوسویه استفاده می‌کنند بیشتر در معرض دریافت لینک پرسشنامه بوده‌اند.

طبق نتایج پژوهش فریبا جعفری و همکاران، اخبار شبکه‌های ایران و آلمان در مرحله اول پاندمی کرونا به ابعاد و موضوعات متأثر از پاندمی کووید ۱۹، در جامعه توجه داشته‌اند. ضمن این که شیوه‌های ارائه خبر و ارزش‌گذاری‌های رسانه‌ای با تأثیر از سیاست‌های رسانه‌ای دو کشور شباهت‌ها و تفاوت‌هایی دارند. همچنین یافته‌های لایدن برگه در سال ۲۰۱۴ و فاولستیش در سال ۲۰۰۸، در تجزیه و تحلیل محتوای برنامه‌های خبری مهم آلمان و فرانسه، تأیید می‌کند که در آلمان بیشتر به تفکیک دیدگاه‌ها و اخبار عینی توجه می‌شود. در حالی که در بخش‌های خبری ایران، شبکه یک و شبکه دو سیما (حدود یک سوم از کل اخبار)، مرز میان خبر اصلی و تفسیر برای بیننده گاه‌ها واضح نیست. [۱۵]. داشتن نگرش خنثی در ارائه اخبار، بدون بیان هر نوع تحلیل (مثبت یا منفی)، یا توجیه شخصی به منظور خاص به وسیله گزارشگر حکایت از رویکرد بی طرفانه رسانه دارد.

گاناسجران و همکارانش در سال ۲۰۲۰ بیان می‌کنند که در هند مردم بیشتر اطلاعات جدید را از رسانه‌های

منبع اطلاعات گاهی تأثیر منفی بر نگرش شرکت کنندگان داشته‌اند [۱۳].

در این خصوص، طاووسی و همکاران مطالعه‌ای با هدف بررسی میزان استفاده شهروندان تهرانی از اطلاعات سلامت رسانه‌های ارتباط جمعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی انجام دادند. این مطالعه توصیفی با کمک پرسشنامه محقق ساخته (پس از بررسی روایی و پایایی) بر روی ۱۱۹۶ شهروند تهرانی انجام گرفت. در این مطالعه بیشترین میزان استفاده از اطلاعات سلامت در رسانه‌های ارتباط جمعی به ترتیب در مورد تلویزیون (۸۱٪) اینترنت (۶۴٪) و رسانه‌های مکتوب (۵۸٪) و میزان استفاده از اطلاعات سلامت های شبکه اجتماعی مجازی حدود ۵۶٪ بود. استفاده از اطلاعات سلامت رسانه‌های ارتباط جمعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی در گروه سنی ۲۴ تا ۳۵ سال، متاهلین، افراد با تحصیلات ۱۳ سال به بالا و شاغلین بیش از دیگر گروه‌ها بود [۱۴]. در مطالعه حاضر فراوانی افرادی که به رسانه‌های دوسویه امتیاز بالاتری برای کسب اطلاعات دادند، بیشتر از رسانه یک‌سویه بوده است که نشان می‌دهد امکان تورش انتخاب در نمونه‌گیری وجود داشته است و افرادی که از رسانه‌های

جدول شماره ۲ - مقایسه گویه‌های مختلف در بررسی نگرش و عملکرد افراد در خصوص کووید ۱۹ در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دو سویه

گوپه ها	رسانه یک‌سویه	رسانه دوسویه	p-value
پس از گذشت ۵ موج از شیوع بیماری، در حال حاضر چقدر در زدن ماسک دقت دارید؟	۴,۰۹ ± ۰,۸۴	۴,۰۷ ± ۰,۷۳	۰,۶
چقدر موافق رعایت فاصله اجتماعی در مدیریت کووید ۱۹ هستید؟	۴,۱۳ ± ۰,۸۴	۴,۱۷ ± ۰,۶۹	۰,۷
آیا هنوز مقید به استفاده از مواد ضدعفونی کردن دست در خارج از منزل هستید؟	۴,۱۱ ± ۰,۸۵	۴,۱۹ ± ۰,۴۸	۰,۹
چقدر موافق واکسیناسیون در مدیریت اپیدمی کووید ۱۹ هستید؟	۴,۲۲ ± ۰,۴۹	۴,۱۵ ± ۰,۸۲	۰,۰۲

واکسیناسیون برای کووید ۱۹ بودند و سایر موارد از قبیل نگرش و عملکرد در خصوص استفاده از ماسک، رعایت فاصله اجتماعی، استفاده از مواد ضدعفونی تفاوتی بین گروه‌های مطالعه نداشت.

گونزالس پادپلا و همکارانش در خصوص اثر رسانه بر اطلاع‌رسانی کووید اعلام کردند که در هیچ دوره‌ای از تاریخ بشر به این اندازه امکان ارتباط در دوران یک پاندمی نبوده است. فضای رسانه‌های مجازی نقش مهمی در انتشار اطلاعات داشته‌اند ولی فواید و مضرات آن باید مورد توجه قرار گیرد. برای اولین بار استفاده از رسانه‌های اجتماعی در انتشار سریع اطلاعات جدید و مهم، یافته‌های علمی جدید، پروتکل‌های تشخیصی درمانی و پیگیری، مقایسه رویکردهای متفاوت در جهان و برداشتن موانع جغرافیایی نقش مهمی داشته‌اند [۱۷].

همچنین در خصوص مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (واتساپ، تلگرام، اینستاگرام و منابع یک سویه) در دوران کرونا اغلب شرکت کنندگان حدود ۲ تا ۳ ساعت از وقت خود را صرف استفاده از رسانه‌های برای کسب اطلاعات در خصوص کرونا می‌کنند.

در مواقع آشفتگی و سردرگمی، مردم هم اطلاعات محلی مربوط به خود و هم اطلاعات بین‌المللی را از منابع معتبر سازمان جهانی بهداشت می‌خواهند. در حالی که دلیل این امر نامشخص است، یک دلیل احتمالی می‌تواند این باشد که آنها داستان‌هایی در مورد فشار ناشی از بیماری همه‌گیر در خانواده و دوستان در کشور خود شنیده‌اند و اطلاعاتی را که با آنها به اشتراک می‌گذارند بیشتر پذیرا هستند. نقش رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعات

اجتماعی دیجیتال دریافت کرده‌اند. افراد برای دریافت اخبار واقعی به منابع رسمی مراجعه نموده‌اند. ضمناً رسانه‌های اجتماعی بر تصمیم‌سازان اثر داشته است و منجر به اضطراب و هراس در بین مردم نشده است. تکیه مردم به رسانه‌های اجتماعی در دوران پاندمی متفاوت از زمان عادی و بیشتر با هدف بقا بوده است. این محققین نشان دادند که بیشترین استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی و پس از آن اخبار تلویزیون در حین قرنطینه بوده است. استفاده از اینترنت و اخبار تلویزیون در طول قرنطینه افزایش یافت و استفاده از روزنامه‌ها، رادیو و مجلات به میزان قابل توجهی کاهش یافت. بیشترین اضطراب ناشی از اخبار مرتبط با کووید از طریق رسانه‌های جمعی در گروه سنی ۴۰ تا ۴۹ سال (۲۷/۳ درصد) و در گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال کمترین (۱۴/۴۹ درصد) گزارش شده است. حدود ۴۳/۱۸ درصد از افراد گروه سنی ۳۰ تا ۳۹ سال دچار ترس شدند و ۲۸ درصد از گروه‌های سنی ۵۰ تا ۵۹ به دلیل اخبار مرتبط با کووید در رسانه‌ها وحشت داشتند. مشخص شده است که بیشترین استفاده از رسانه‌های اجتماعی در گروه سنی ۲۰ تا ۲۹ سال و پس از آن در گروه سنی ۱۰ تا ۱۹ سال است. در نهایت قابل ذکر است رسانه‌های جمعی نقش بسیار مهمی در انتشار اطلاعات مربوط به کووید به عموم مردم در شمال هند دارند. با این حال، اطلاعات گمراه کننده یا نادرست باید به منظور منافع عمومی بررسی شود [۱۶]. در مطالعه پیش رو در خصوص آیت‌های مربوط به نگرش و عملکرد افراد، گروه رسانه یک‌سویه به طور معنی داری بیشتر موافق تاثیرگذاری موفق

جدول شماره ۳ - مقایسه گویه‌های مختلف در بررسی اعتماد به رسانه در خصوص کووید ۱۹ در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دو سویه

گوپه‌ها	رسانه یک سویه	رسانه دوسویه	p-value
چه میزان رسانه‌های خارجی برای کسب اطلاعات در مورد کرونا مورد استقبال شما بوده است؟	۳,۰۶ ± ۱,۴۹	۲,۵۹ ± ۱,۶۴	۰,۰۱
در خصوص بیماری کووید ۱۹، شبکه‌های اجتماعی چه میزان در آرایه اطلاعات به شما سهم داشته‌اند؟	۴,۰۷ ± ۰,۷۶	۳,۳۹ ± ۱,۵۴	۰,۰
به نظر شما رسانه‌های اجتماعی چقدر در اطلاع‌رسانی درست در خصوص کووید نقش داشته‌اند؟	۳,۰۸ ± ۱,۱۶	۳,۴۱ ± ۱,۵۴	۰,۰۷

جدول شماره ۴ - مقایسه گویه‌های مختلف در انطباق در خصوص کووید ۱۹ در گروه رسانه‌های یک‌سویه و دو سویه

گوپه‌ها	رسانه یک سویه	رسانه دوسویه	p-value
چه میزان نگران ابتلا به بیماری کرونا هستید؟	۴ ± ۱,۴۴	۳,۱۰ ± ۱,۷۴	۰,۰۱
چه میزان از ابتلا به بیماری کرونا مضطرب هستید؟	۳,۱۲ ± ۱,۵۳	۳,۱۰ ± ۱,۷۰	۰,۰۹
چه میزان نسبت به ابتلا به بیماری کرونا دچار افسردگی شده اید؟	۳,۶۷ ± ۱,۰۴	۳,۴۸ ± ۱,۵۲	۰,۰۵

از رسانه‌های سنتی همبستگی مثبت دارد. در عربستان منابع بین فردی، مانند دوستان و یا خانواده و خودآموزی، کمترین منابع اطلاعاتی بین عموم مردم بوده است که در مطالعه ما سهم ۳۲/۲٪ را شامل شد. در نمونه‌های مقایسه‌ای از بریتانیا، ایالات متحده، ایتالیا، استرالیا، نیوزلند و کره جنوبی، منابع بین‌فردی جزو قابل اعتمادترین منابع اطلاعات مرتبط با کووید-۱۹ بودند [۲۰]. علاوه بر این، برخی مطالعات نشان داده‌اند که برخی از افراد به هیچ منبع اطلاعاتی خاصی در مورد Covid-19 وابسته نبودند، بلکه در عوض خودشان به دنبال اطلاعات بودند شاید کسانی که نگران سلامتی و پیشگیری از بیماری خود هستند ترجیح می‌دهند اطلاعات مربوط به کووید-۱۹ را خودشان از طریق اینترنت به دست آورند و خودآموزی بر نگرش‌ها یا رفتارهای پیشگیرانه تأثیری دارد.

در مطالعه حاضر ما دریافتیم در خصوص اعتماد به رسانه‌ها، افرادی که به استفاده از رسانه‌های یک‌سویه نمرات بالاتری دادند، به این سوال که چه میزان رسانه‌های خارجی برای کسب اطلاعات در مورد کرونا مورد استقبال شما بوده است؟ امتیاز بیشتری دادند و این

زمانی برجسته می‌شود که اطلاعات محدودی توسط رسانه‌های سنتی ارائه شود. در این مطالعه، رسانه‌های سنتی مانند روزنامه‌ها و تلویزیون سومین منبع اطلاعاتی رایج در بین عموم مردم عربستان سعودی بودند [۱۳]. این در حالی است که در طول بحران آنفولانزای H1N1، رسانه‌های جمعی نقش مثبتی در کاهش هراس از طریق افزایش دانش عمومی و اتخاذ اقدامات پیشگیرانه ایفا کردند [۱۸]. لین و لاگو نشان دادند که استفاده از تلویزیون و روزنامه تمایل به واکسیناسیون علیه H1N1 را در میان کاربران رسانه افزایش داده است [۱۹]. با این حال، مطالعه ما نشان داد که پاسخ دهندگانی که از تلویزیون و روزنامه به عنوان منبع اصلی خود برای کسب اطلاعات مربوط به کووید ۱۹ استفاده می‌کردند امید بیشتری برای کنترل Covid-19 با انجام واکسیناسیون داشتند. با توجه به اهمیت تلویزیون به عنوان منبع اطلاعاتی، می‌توان از آن برای حمایت از دستور کار بهداشت عمومی از طریق قرار دادن پزشکان در اخبار تلویزیونی استفاده کرد. بنابراین، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند منبع مهمی از اطلاعات در طول بحران‌های شیوع باشد. در مطالعات مختلف سن با دریافت اطلاعات

- Drug Targets-Infectious Disorders). 2022 Feb 1; 22(1):118-20.
- 8) Sahni H, Sharma H. Role of social media during the COVID-19 pandemic: Beneficial, destructive, or reconstructive? *International Journal of Academic Medicine*. 2020 Apr 1; 6(2):70-5.
 - 9) Jeffres LW. Mass communication theories in a time of changing technologies. *Mass Communication and Society*. 2015 Sep 3; 18(5):523-30.
 - 10) H. Abshirini, M. Lotfinia, M. J. Namazi, M. Rezasoltani, and A. M. E. Mofrad, "An Unusual Foreign body in Esophagus; Report of a Case," Prof. RK Sharma, vol. 13, no. 3, p. 415, 2019.
 - 11) J.-P. Allem, "Social media fuels wave of coronavirus misinformation as users focus on popularity, not accuracy," *Recuper. el*, vol. 8, 2020.
 - 12) J. Lee, K. Kim, G. Park, and N. Cha, "The role of online news and social media in preventive action in times of infodemic from a social capital perspective: The case of the COVID-19 pandemic in South Korea," *Telemat. Informatics*, vol. 64, p. 101691, 2021, doi: 10.1016/j.tele.2021.101691.
 - 13) N. Alshareef, I. Yunusa, and M. K. Al-Hanawi, "The influence of COVID-19 information sources on the attitudes and practices toward COVID-19 among the general public of Saudi Arabia: Cross-sectional online survey study," *JMIR Public Heal. Surveill.*, vol. 7, no. 7, 2021, doi: 10.2196/28888.
 - 14) Mahmood Tavousi, Samira Mohammadi, Jila Sediqi, Rahele Rostami, Ali Asghar Haeri Mehrizi, "The extent of Tehrani citizens' use of social media and virtual social network health information: a demographic study," *Education and Community Health*, vol. 21, no. 6, pp. 104–109, 2019.
 - 15) Jafari Fariba, Nasralhi Kasmani Akbar, Farhani Ali Akbar, Delavar Ali. Media Comment in Health News Coverage: Covid-19 Pandemic Case. *Journal of Healthcare Management* 2021; 12 (3).
 - 16) K. Ganasegeran, A. Swee, H. Ch, and I. Looi, "COVID-19 in Malaysia : Crucial measures in critical times," pp. 1–7, 2020.
 - 17) González-Padilla DA, Tortolero-Blanco L. Social media influence in the COVID-19 Pandemic. *Int Braz J Urol*. 2020 Jul; 46(suppl.1):120-124.
 - 18) L. Zhang, Y. Kong, and H. Chang, "Media Use and Health Behavior in H1N1 Flu Crisis: The Mediating Role of Perceived Knowledge and Fear," *Atl. J. Commun.*, vol. 23, no. 2, pp.

افراد همچنین به شبکه های اجتماعی نیز اعتماد داشتند و البته این افراد بیشتر نگران ابتلا به کووید بوده‌اند. مطالعه حاضر نشان داد رسانه‌های یک‌سویه و دوسویه به طور کلی تفاوتی در آرایه اطلاعات به مخاطبین خود نداشته‌اند. البته این تحقیق محدودیت‌ها و سوگیری‌هایی نیز دارد که لازم است مورد توجه قرار گیرد. از جمله این موارد دسترسی متفاوت، سطح سواد و سن افرادی است که از رسانه‌های یک‌سویه یا دوسویه استفاده می‌کنند. انجام تحقیقاتی که نیازهای جامعه را شفاف سازد و مبتنی بر آن بتوان تولید محتوا و تفسیر اخبار و اطلاعات را آرایه نماید [۲۱] و همچنین کنترل متغیرهای مخدوشگر احتمالی برای مدیریت اطلاع رسانی در حوزه سلامت حایز اهمیت است.

منابع:

- 1) Rahmanzadeh. The function of virtual social networks in the age of globalization. *Strategic studies of public policy*. 2010 Mar 1;1(1):49-78., vol. 1, no. 1, pp. 49–78, 2010.
- 2) Shadi, Shafaghi, Ghorbani Fariba, Taranian Zohreh, Doozandeh Neda, and Varahram Mohammad . "Incorrect use of protective equipment against COVID-19 can cause more inconvenience, a questionnaire-based study of 7000 participants," *Int. J. Prev. Med.*, vol. 13, 2022.
- 3) Shahrouz Rahbari, Yazdan Abdulmohammadi. Opportunities and challenges of knowledge management in Iran's healthcare system with a focus on the COVID-19 epidemic. *Nafs Quarterly*.2021;8(2).
- 4) Bozzola E, Spina G, Tozzi AE, Villani A. Global measles epidemic risk: current perspectives on the growing need for implementing digital communication strategies. *Risk Management and Healthcare Policy*. 2020 Dec 3:2819-26.
- 5) Abdulrazzaq Alhabuobi T. Levels of Warning in the Text Messages Sent by the Saudi Ministry of Health during COVID-19 Pandemic. *Arab World English Journal (AWEJ) Volume*. 2021 Dec; 12.
- 6) Abdelmottlep, Mamdooh, Muhammad Abdul Razzaq, and Yousra Hassaan. "Visual Analysis of Twitter Data to Support Decision-Making in Law Enforcement: An Analytical Study of COVID-19." (2021).
- 7) Dadras O, Asghari A, Nosratzahi A. Persistent hiccups as an atypical initial presentation of COVID-19: a case report. *Infectious Disorders-Drug Targets (Formerly Current*

- 67–80, 2015, doi:
10.1080/15456870.2015.1013101.
- 19) C. A. Lin and C. Lagoe, “Effects of News Media and Interpersonal Interactions on H1N1 Risk Perception and Vaccination Intent,” *Commun. Res. Reports*, vol. 30, no. 2, pp. 127–136, 2013, doi:
10.1080/08824096.2012.762907.
- 20) B. Browne, “Global attitudes to COVID-19 pandemic and response,” p. 20, 2020.
- 21) F. Ghorbani, E. Vaziri, S. Shafaghi, S. Lajevardi, M. Sadr, and M. Feizabadi, “Probing Society Expectations to Manage COVID-19 Pandemic,” *Electron. Res. J. Soc. Sci. Humanit.*, 2021.

Comparison of Interactive and Non-interactive Media in Creating People Cooperation for the Management of the COVID-19 Pandemic

Nasrin Aminian¹, Shahnaz Hashemi^{*2}, Mohammad Soltanifar³, Fariba Ghorbani⁴

- 1) Department of Social Communication Sciences, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran
- 2) Center for Applied Scientific Education of Culture and Art, Unit 41, Comprehensive University of Applied Sciences, Tehran, Iran
- 3) Department of Social Communication Sciences, Faculty of Humanities, Research Sciences Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran
- 4) Tracheal Diseases Research Center, National Research Institute of Tuberculosis and Lung Diseases (NRITLD), Shahid Beheshti University of Medical Sciences, Tehran, Iran

Abstract:

Media either in interaction or non-interaction platforms have got an inevitable crucial role to manage COVID-19. In this study, the role of two types of media including interaction or non-interaction ones are investigated. In this cross-sectional study, a questionnaire containing 33 items was designed to examine the role of media in the level of knowledge, people's attitude and practice regarding COVID-19, to what extent the participants had trusted to the information obtained from media and cope to the pandemic. The validity and reliability of the questionnaire were measured and with Cronbach's alpha of 0.88, the finalized questionnaire was distributed via different social networks. Then the obtained results were analyzed. The study was completed by 100 people with the mean age of 38.5 ± 11.5 years and the age range was [72-12] years and 42.3% of the participants were male. The knowledge level of people consisted of 8 items, which in the non-interactive media group had an average of 26.9 ± 11.5 and in the interactive media group, the average was 24.6 ± 12.16 . No significant difference was observed between the two groups. $P = 0.44$

People's attitude and performance was a latent variable that consisted of 4 items. In the group of non-interactive and interactive media, the mean score of observing the protocols for manage COVID-19 was 18.73 ± 1.4 and 18.13 ± 1.7 , respectively, which were not significantly different. Trust in the media with 3 items in obtained scores of 12.13 ± 2.3 and 9.9 ± 3.3 , in non-interactive and interactive media respectively, $P = 0.006$

Regarding adaptability, with 3 variables, the average scores was 10.13 ± 3.8 and 10.8 ± 3.7 , and no significant difference was observed between the two groups.

The results of this study showed that the questionnaire prepared in the presented model has been able to determine the role of virtual media in controlling the covid epidemic by creating participation.

Keywords: One-way media, two-way media, social networks, Covid-19, people's knowledge

* Corresponding Author:

Shahnaz Hashemi, Center for Applied Scientific Education of Culture and Art, Unit 41, Comprehensive University of Applied Sciences, Tehran, Iran, E-mail: shahnaz_hashemi@yahoo.com