

Investigating the Impact of Organizational and Social Media on Covid-19 Prevention through mediation perception of Individual Risk Perception and the moderating Role of Gender

Ali Rashedi*

Zohreh Mousavi Kashi**

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of organizational and social media on covid19 prevention through the mediation of individual risk perception and the moderating role of gender. The present study is a descriptive survey. The main question of the research is to investigate the effect of organizational and social media on people's perception of Corona pandemic and its effect on the prevention of Covid disease. The statistical population includes the personnel of Saipa Company, whose number is 7000 people who were selected using Cochran's formula of 364 samples. Research data were collected through a researcher-made questionnaire and finalized through the Delphi method, using the opinion of experts. Reliability was confirmed by Cronbach's alpha and hypotheses were analyzed and tested using PLS3 software and structural equation method. Findings indicate that social and organizational networks have an effect on the perception of individual risk, social media has an effect on preventive measures against coronary heart disease, but organizational media has no effect on preventive measures. On the other hand, the role of gender adjustment on the indicators was evaluated, and it was found that gender does not adjust any of the indicators.

Keywords: organizational media, social media, covid19, individual risk perception

* Ph.D. Student, Department of Industrial Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran, ali10118@yahoo.com

** Assistant Professor, Department of Industrial Management, Karaj Branch, Islamic Azad University, Karaj, Iran (Corresponding Author), zohreh_mousavi_k@yahoo.com

Date received: 23.11.2020, Date of acceptance: 20.01.2021

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

بررسی تاثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر پیشگیری از کرونا با میانجیگری ادراک ریسک فردی و نقش تعدیلگر جنسیت

علی راشدی*

زهرة موسوی کاشی**

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تاثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر پیشگیری از کرونا با میانجیگری ادراک ریسک فردی و نقش تعدیلگر جنسیت است. پژوهش حاضر، توصیفی پیمایشی است سوال اصلی پژوهش بررسی تاثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی در درک افراد از پاندمی کرونا و تاثیر در میزان پیشگیری از بیماری کووید-۱۹ می باشد. جامعه آماری شامل پرسنل شرکت سایپا که تعداد آنها ۷۰۰۰ نفر که با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۴ نمونه انتخاب شدند. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه محقق ساخته جمع آوری و از طریق روش دلفی، با استفاده از نظر خبرگان نهائی شده است. پایائی از طریق الفای کرونباخ تأیید و با استفاده از نرم افزار PLS3 و روش معادلات ساختاری به تحلیل و آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد. یافته‌ها حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی و سازمانی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر، رسانه‌های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر، اما رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه تاثیر ندارند. از سوی دیگر نقش تعدیل‌گری جنسیت بر روی شاخصه‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته، و مشخص گردید جنسیت، هیچکدام از شاخص‌ها را تعدیل نمی‌کند.

کلیدواژه‌ها: رسانه سازمانی، رسانه اجتماعی، کرونا، ادراک ریسک فردی

* دانشجوی دکتری مدیریت صنعتی، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران، ali10118@yahoo.com
** استادیار گروه مدیریت، واحد کرج، دانشگاه آزاد اسلامی، کرج، ایران (نویسنده مسئول)،
zohreh_mousavi_k@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۰۳، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۱

۱. مقدمه

تهدیدات عمده بهداشت عمومی در طول ۵۰ سال گذشته رو به افزایش است. به طور خاص، می توان به بیماری های عفونی مانند اپیدمی ایدز در اواخر دهه ۱۹۷۰ و به دنبال آن سندرم شدید تنفسی حاد (Sars-Cov) در آسیا (۲۰۰۲-۲۰۰۳)، همه گیری H1N1 در سراسر جهان در سال ۲۰۰۹، سندرم تنفسی خاورمیانه (MERS-COV) در عربستان سعودی (۲۰۱۲)، ظهور مجدد ویروس ابولا در آفریقا (۲۰۱۴)، و ویروس Zika در سال ۲۰۱۶ و اخیراً کوید ۱۹ در کل جهان اشاره نمود. بیماریهای همه گیر ویروسی - عفونی یک چالش بزرگ در قرن بیست و یکم هستند. در سالهای اخیر، شیوع بیماری ابولا و سندرم تنفسی خاورمیانه منجر به خسارات زیادی به جوامع از نظر سلامت و اقتصاد شده اند (khaled 2016). براساس گزارش سازمان جهانی بهداشت، کوید در ۳۰ دسامبر 2019 در شهر ووهان کشور چین شروع شد و به سرعت افراد زیادی از مردم این کشور را درگیر خود کرد. این سازمان در 30 ژانویه سال 2020 از کرونا به عنوان یک نگرانی جهانی نام برد که کنترل آن نیازمند یک واکنش بین المللی هماهنگ است. این ویروس ناشناخته و جدید توانست جهان پیشرفته کنونی با تمام فنآوریهای فوق بشری را تهدید کند. چنانکه بعد از گذشت تقریباً دو ماه از شیوع کرونا (20 فوریه 2020) کشور چین گزارش کرد که 75465 نفر در این کشور به این بیماری مبتلا شده اند.

این افزایش قابل توجه در بیماریهای عفونی، باعث شده تا کشورهای مختلف با چالش های بسیاری مواجه شوند. بدین منظور مقامات بهداشت عمومی در سطوح محلی، ملی و جهانی فعالیت می کنند تا در زمان مناسب اقدام صحیح انجام دهند. پرداختن به چنین چالش هایی در عصر فناوری اطلاعات (Information Technology) خواستار استفاده مؤثر از پیشرفت فن آوری های جدید و رویکردهای کشف، ردیابی، گزارش دهی، پیش بینی و بهبود سیستم های اخطار اولیه و پاسخ مناسب است (Milinovich 2014).

امروزه رسانه های دیجیتال و فناوری ارتباطات نقش مهمی در پرداختن به عمده مسائل بهداشت عمومی و توسعه دارند. در حال حاضر قدرت جهانی رسانه های دیجیتالی در تحول بخش های مختلف جامعه به ویژه ارائه خدمات بهداشت عمومی به رسمیت شناخته شده است. رسانه های اجتماعی، انقلابی را در نحوه افشای نگرانی های مربوط به سلامت شخصی افراد و بیان عقاید در مورد موضوعات بحث برانگیز بهداشت عمومی (Suggs 2012b) ایجاد کرده و به یک بستر مهم برای مباحث مربوط به علم و سلامت بدون زمان و

مکان تبدیل شده اند. SM (Social Media) فن آوری های واسطه رایانه ای هستند که ایجاد و به اشتراک گذاری اطلاعات، ایده ها، علایق شغلی و سایر شکل های بیان را از طریق جوامع و شبکه های مجازی امکان پذیر می سازند. (Obar 2015)

در ایران، ۴۵.۴۱ میلیون نفر کاربر تلفن همراه هوشمند برای برقراری ارتباط در سال ۲۰۱۹ به برنامه های پیام رسان دسترسی داشتند (Statista.com 2019)

مشارکت و تعامل برای دستیابی به اهداف بهداشتی مقرون به صرفه و پایدار ضروری است. مردم معمولاً به صورت آنلاین هستند و اطلاعات در مورد موضوعات اجتماعی را از طریق SM دریافت می کنند. در دسترس بودن دستگاه ها و سیستم عامل های دیجیتال نیز باعث شده است تا مؤسسات مختلف توسعه، طیف وسیعی از مداخلات SM را برای تغییر اجتماعی و رفتاری طراحی و پیاده سازی کنند. (Fayoyin 2016)

از سوی دیگر سازمان ها جهت جلوگیری از آسیب های اقتصادی ناشی از چنین رویدادهایی اقدام به تهیه رسانه های سازمانی می نمایند. در این رسانه ها اغلب اوقات تشکیلات سازمان عادت دارند در نشریاتشان از خود تعریف و تمجید کنند و با این کار ارزش واقعی خود را از بین ببرند. درحالی که به جای این نشریات پرطمطراق می توانند روزنامه، مجله و یا خبرنامه هایی جایگزین شوند که از لحاظ نوشتاری و طراحی در بهترین سطح ممکن باشند.

ارتباط گران یک سازمان معمولاً از تکنیک های گفتاری، نوشتاری و دیداری و یا ترکیبی از همه آنها در جهت نیل به اهداف خود بهره می جویند و پیام های خود را از طریق رسانه هایی به عموم افراد مورد نظر منتقل می کنند که بعضاً تحت کنترل مدیران قرار دارند. در این حالت ارتباط گران در ارائه اطلاعات و اخبار خود جانب احتیاط را در به کارگیری برخی عناصر خبری مانند چه، چگونه، چه وقت و چه کسی رعایت می کنند. البته این روند همیشه به این منوال نیست، زیرا برخی از رسانه های سازمانی وجود دارند که به موارد فوق توجه خاصی نشان می دهند و از آزادی عمل بیشتری برخوردارند. در این راستا ارتباط گران موفق که همواره ضرورت سازگاری رسانه با پیام و مخاطب را مدنظر دارند، به این نکته واقفند که در این کارکرد، تسلط و آگاهی آن ها از تغییرات چشمگیر در فناوری های ارتباطی، رسانه ها و نیازهای اطلاعاتی مخاطبان در عصر اطلاعات از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است.

در حالی که توجه بیشتری به نقش رسانه‌ها در هنگام شیوع بیماری‌های عفونی شده است، اما در مورد مکانیسم‌های اساسی که استفاده از رسانه‌ها بر ادراک ریسک فردی و رفتارهای پیشگیرانه در طی چنین شیوع‌هایی تأثیر می‌گذارد، اطلاعات کمی وجود دارد. علاوه بر این در مورد اندازه‌گیری نقش SM و OM در پیشگیری از بیماری کرونا مطالعات بسیار کمی وجود دارد، اگرچه اندازه‌گیری این نقش می‌تواند به طراحی استراتژی‌های مناسب ارتباطی برای مردم و تقویت درک جامعه از برنامه‌های پیشگیری کمک کند (Onnela 2016). بر این اساس تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر پیشگیری از کرونا با میانجیگری ادراک ریسک فردی و نقش تعدیلگر جنسیت انجام می‌شود.

۲. پیشینه تحقیق

۱.۲ تأثیر قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها به منظور ادراک ریسک فردی

از مدتها قبل رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عناصر مهم به منظور اطلاع‌رسانی در درک مخاطرات در نظر گرفته می‌شدند (Snyder 1995)، به ویژه هنگامی که افراد تجربه و دانش لازم در مورد خطرات موضوعی که برای اولین بار اتفاق افتاده است را جهت سلامتی خود ندارند. به عنوان مثال، در هنگام شیوع بیماری عفونی، برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد خطرات به رسانه‌های جمعی اعتماد می‌کنند. (oh 2015) مطالعات قبلی نشان داده است که رسانه‌ها می‌توانند به طور قابل ملاحظه‌ای روی درک عمومی از موضوعات خطرناک مانند آنفولانزای H₁N₁ (oh 2015)، آنفولانزای مرغی (Fung 2011) یا آنسفالوپاتی اسفنجی گاو (Paek 2016) تأثیر بگذارند.

افراد در مورد خطر از طریق رسانه‌ها می‌آموزند که نه تنها پیام‌های خطر را دریافت، بلکه مسائل ریسک را نیز برایشان تفسیر می‌کند. اطلاعات ریسک به روشی پردازش می‌شود که باعث کاهش خطر می‌شود و به نوبه خود بر درک خطر افراد تأثیر می‌گذارد (Chong 2018). به عنوان مثال، پوشش رسانه‌ای از شیوع بیماری‌های عفونی می‌تواند ادراک خطر عمومی از این بیماری را تقویت یا افزایش دهد (Ali 2019).

در توضیح تأثیر رسانه بر ادراک ریسک، رسانه‌ها می‌توانند بر درک عموم مردم از خطرات تأثیر بگذارند، هنگامی که رسانه‌ها احساسات خود را از طریق نمایش‌های واضح

از مسائل مربوط به خطر ارائه می نمایند (Snyder 1995). احساسات مربوط به خود، احساساتی زودگذر هستند که از افکار مربوط به زندگی و خود فرد ناشی می شوند (Dunlop 2008).

انتشار اطلاعات می تواند به شدت در رفتار افراد تأثیر بگذارد و عملکرد متقابل اعمال شده توسط دولت ها را تغییر دهد. از این نظر، مدل هایی برای پیش بینی شیوع ویروس و همچنین شروع به پاسخگویی رفتاری مردم با توجه به مداخلات بهداشت عمومی و پویایی ارتباطات می کنند. (Viboud 2019; Louis 2019; Shaman 2013)

سیستم عامل های رسانه های اجتماعی مانند یوتیوب و توئیتر دسترسی مستقیم به محتوای بی سابقه ای را فراهم می کنند و ممکن است شایعات و اطلاعات مشکوک را با در نظر گرفتن ترجیحات و نگرشهای کاربران، الگوریتم ها و واسطه سازی و تسهیل ارتقا محتوا و در نتیجه گسترش اطلاعات تقویت کنند (Kulshrestha 2017) این تغییر الگو عمیقاً بر ساخت ادراکات اجتماعی (Schmidt 2017) و قالب بندی روایت ها، در سیاست گذاری، ارتباطات سیاسی و همچنین تحول در بحث عمومی (Stardini 2016; Schmidt 2018) به ویژه هنگامی که موضوعات بحث برانگیز هستند تأثیر می گذارد (Del Vicario 2016a). در واقع، کاربران آنلاین تمایل دارند اطلاعاتی را بدست آورند که مطابق با شناخت خودشان باشد و از سوی دیگر اطلاعات مخالف را نادیده بگیرند (Zollo 2017; Baronchelli 2018) بر این اساس گروه های قطبی را پیرامون روایت های مشترک تشکیل می دهند (Del Vicario 2016b; Bail 2018). بعلاوه، وقتی قطبش زیاد است، اطلاعات غلط به راحتی گسترش می یابد (Del Vicario 2019; Wardle 2017) برخی از مطالعات اشاره می نماید که اخبار جعلی و اطلاعات نادرست ممکن است سریعتر و گسترده تر از اخبار مبتنی بر واقعیت پخش شوند (Vosoughi 2018) با این حال، این ممکن است مختص یک پلتفرم باشد. تعریف "اخبار جعلی" ممکن است ناکافی باشد، زیرا در سیاست اغلب زدن اخبار مخالف را غیرقابل اعتماد یا جعلی می دانند (Ruths 2019).

احساسات مربوط به خود مانند ترس یا عصبانیت می توانند به شدت اعتقادات افراد را در مورد چگونگی تأثیر خطرات بر آنها، که به عنوان درک خطر از سطح شخصی شناخته می شوند، رفتارهای آنها را برای کنترل ریسک شکل دهند (Dunlop 2008; Paek 2016).

با بررسی مطالعات قبلی در مورد نقش احساسات خودمختار و ادراک ریسک فردی در رابطه بین استفاده از رسانه ها، درک خطر و پیامدهای رفتاری، این مطالعه پیشنهاد می کند

که احساسات مربوط به خود با نحوه تأثیر استفاده از رسانه های اجتماعی و سازمانی در رابطه با تأثیرگذاری بر ادراک ریسک در سطح شخصی و رفتارهای پیشگیرانه مرتبط است. در یک بیماری عفونی اطلاعات مربوط به بحران بهداشت عمومی در رسانه های اجتماعی غالباً از نظر عاطفی ارائه می شود (Do 2016). شیوع بیماری عفونی یک واقعه منفی است و منجر به تعداد زیادی عفونت و مرگ و میر غیرقابل پیش بینی می شود (You 2017)، در چنین شرایطی، شیوع بیماری عفونی می تواند بیانگر نگرانی های مردم عادی نسبت به شیوع آن باشد، خصوصاً از طریق رسانه های اجتماعی (Ofoghi 2016). یک مطالعه جدید نشان داد که ترس و عصبانیت به طور مداوم در توئییت ها در حین شیوع ابولا بیان شده است (Ofoghi 2016). این احتمال وجود دارد که کاربران رسانه های اجتماعی هنگام دریافت و به اشتراک گذاری اطلاعات مرتبط با بیماری عفونی، در معرض محتوای عاطفی قرار بگیرند که نتیجه آن واکنش های شدید عاطفی است. ترس و عصبانیت دو احساس برجسته در توئیتر در هنگام شیوع MERS بودند (Do 2016). در حال حاضر، در مورد ادراک ریسک فردی در استفاده از رسانه های اجتماعی و سازمانی، اطلاعات کمی وجود دارد که نشان می دهد ادراک ریسک فردی و رفتارهای پیشگیرانه در هنگام شیوع بیماری عفونی و ویروسی می تواند تأثیر گذار باشد. بنابراین، ما بررسی می کنیم که ادراک ریسک فردی ناشی از استفاده رسانه های اجتماعی و سازمانی در مورد یک بیماری عفونی بر انجام رفتارهای پیشگیرانه مرتبط با این بیماری تأثیر می گذارد. یعنی:

فرضیه ۱: شبکه های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی دارای تأثیر معنا دار است

فرضیه ۲: رسانه های سازمانی بر ادراک ریسک فردی دارای تأثیر معنا دار است

۲.۲ تأثیر رسانه های اجتماعی در پیشگیری از بیماری

تحولات در رسانه های دیجیتال نتایج قابل توجهی را در نقش SM در سطح جهان به همراه آورده است (Fayoyin 2016). به دلیل شناخت جهانی از قدرت تحول آمیز رسانه های دیجیتال، SM بدون توجه به جنسیت، تحصیلات، نژاد، وضعیت بهداشتی و یا دسترسی به مراقبت های بهداشتی به طور گسترده ای توسط همه بخش های جامعه پذیرفته شده است (Fisher 2012; Shaw 2011). علاوه بر این، SM فرصت های بهتری را برای کاربران فراهم کرده است تا کانال های ارتباطی را باز کنند و زنجیره ارزش محتوا را ایجاد نمایند. (Roblek

(2013) از دیدگاه سیستماتیک، SM، به عنوان یک کانال اطلاعات، تعامل بین مؤلفه های هر سیستم را تسهیل نموده تا ارتباط راحت و ایجاد دانش مشترک انجام شود. (Holten 2011)

در حال حاضر، سایت های SM به طور فزاینده ای توسط مردم به عنوان محلی برای ابراز نگرانی های بهداشتی و بحث در مورد مسائل عمومی مورد استفاده قرار می گیرند (Suggs 2012a; Ziebland 2012) و همچنین برای سواد بهداشتی و تلاش کلی برای بهبود سلامت ضروری شده اند. نتایج مطالعات (Sathyamala 2005; Shaw 2011) نشان داد که در زمان تغییر در محیط جهانی، GPEI (Global Polio Eradication Initiative) باید مجدداً در مورد مدیریت اقدامات قبلاً انجام شده اندیشیده و سعی در اولویت قرار دادن آنها داشته باشد. آنها باید چالش های موجود در ریشه کن کردن فلج اطفال را در سراسر جهان درک کنند و سعی نمایند نشان دهند که چگونه SM می تواند نقش مهمی در ارتباطات جمعی داشته باشد (Lahariya 2007). در طی سالهای ۲۰۰۰-۲۰۰۷، هند و پاکستان تلاش های زیادی برای ریشه کن کردن فلج اطفال انجام دادند (Obregon 2010) با این حال، ابتکارات صورت گرفته توسط دولتهای هر دو کشور نتوانستند بر کل جمعیت تاثیر بگذارند. اما SM در هر دو کشور برای دستیابی به اهداف ریشه کن کردن فلج اطفال کمک شایانی نموده تا این موارد به کل جمعیت انتقال داده شود (Chhabra 2012; Obregon 2010). که در مورد الزامات کمک به ایجاد عاری از فلج اطفال در هند، افزایش سریع جمعیت، زیرساخت های ضعیف و سایر چالش ها بحث کرد.

(Yadav 2015) مشخص کردند که کارزارهای آگاهی نقش مهمی در از بین بردن فلج اطفال دارند و ثابت کردند که آگاهی گسترده در مورد ماهیت پیشگیری قطره فلج اطفال می تواند منجر به "هندوستان بدون فلج اطفال" شود. (Rubin 2016) هنگام توصیف تجربیات خود در پاسخ به سوالات مربوط به واکسن، اهمیت شبکه های اجتماعی را در یک کارزار ملی واکسن فلج اطفال توضیح داد. در همان سال، (Orr 2016) استدلال کرد که چگونه SM به بستر مهمی برای بحث در رابطه با موضوعات بهداشت عمومی تبدیل شده و توضیح داد که چگونه مردم از طریق SM مانند فیس بوک، وبلاگها و توییتر به دانش مربوط به مشکلات مرتبط با سلامت دسترسی داشتند. به طور کلی، SM در حال حاضر یک بستر پذیرفته شده برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات مربوط به سلامتی و بحث در مورد مسائل عمومی است (Cochi 2016; Fayoyin 2016; Siddique 2016; Onnela 2016). در نتیجه فرضیه ۳: رسانه های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است

۳.۲ تاثیر رسانه های سازمانی در پیشگیری از بیماری

سازمان بهداشت جهانی (WHO) شیوع ویروس SARS-CoV-2 (که در ابتدا با نام ۲۰۱۹-nCoV شناخته می شد) را به عنوان یک تهدید شدید جهانی شناسایی کرد (Quattrocchi, 2017). همانطور که قبلاً در سال ۲۰۱۷ توسط گزارش خطر جهانی مجمع جهانی مهم تحقیقاتی تعیین چگونگی جستجوی افراد برای اطلاعات و تاثیر این اطلاعات بر رفتار و تصمیمات آنها است (Sharot 2020)، به ویژه هنگامی که نحوه اطلاع رسانی اخبار و گزارش آن می تواند نوع استفاده از آن را تغییر دهد. اپیدمی COVID-19 نیز تحت تاثیر این محیط اطلاعاتی می باشد. اقتصاد پیش بینی شده بود، خطرات جهانی به هم پیوسته هستند. به ویژه در مورد اپیدمی COVID-19 (عفونی) بیماری ناشی از ویروس کرونا انسانی که اخیراً کشف شده است نشان دهنده نقش حیاتی اطلاعات در استفاده از یک چرخه اخبار غیرمستقیم است.

اصطلاح (Zarocostas 2020) infodemic (Accessed:2010-09-30) برای ترسیم خطرات پدیده های اطلاعات غلط در طول مدیریت شیوع ویروس (Mendoza 2010; Starbird 2014) ابداع شده است، زیرا حتی می تواند با افزایش و پاسخگویی اجتماعی به روند اپیدمی سرعت ببخشد (Louis 2019) به عنوان نمونه، CNN اخیراً شایعه ای را در مورد احتمالی قفل شدن در لومباردی (منطقه ای در شمال ایتالیا) از بروز همه گیری پیشگویی کرده و اخبار را ساعاتی قبل از اعلام خبر نخست وزیر ایتالیا منتشر کرده است. در نتیجه، مردم بیش از حد به قطارها و فرودگاهها هجوم برده تا از لومباردی به مناطق جنوبی فرار کنند قبل از این که مسیرها بسته شود و باعث شد تا ابتکار عمل دولت با هدف مهار اپیدمی و افزایش احتمال سرایت را مختل کرد. بنابراین، یک چالش مهم تحقیقاتی تعیین چگونگی جستجوی اطلاعات توسط افراد و تاثیر این اطلاعات بر تصمیمات و رفتار آنها است (Sharot 2020)، به ویژه هنگامی که نحوه ارایه و گزارش خبر بر نحوه مصرف و تصمیم گیری تاثیر گذار می باشد. که این موضوع در مورد اپیدمی COVID-19 نیز وجود داشته و تحت تاثیر این محیط اطلاعاتی می باشد.

یکی از مواردی که در زمینه اطلاع رسانی استفاده می گردد رسانه های سازمانی می باشند که اطلاعات آن می تواند بر رفتار افراد تاثیر گذار باشد در این مقاله به بررسی تاثیر رسانه های سازمانی نیز پرداخته می شود که به شرح ذیل ارایه می گردد.

بررسی تأثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر ... (علی راشدی و زهره موسوی کاشی) ۲۰۱

فرضیه ۴: رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تأثیر معنا دار است

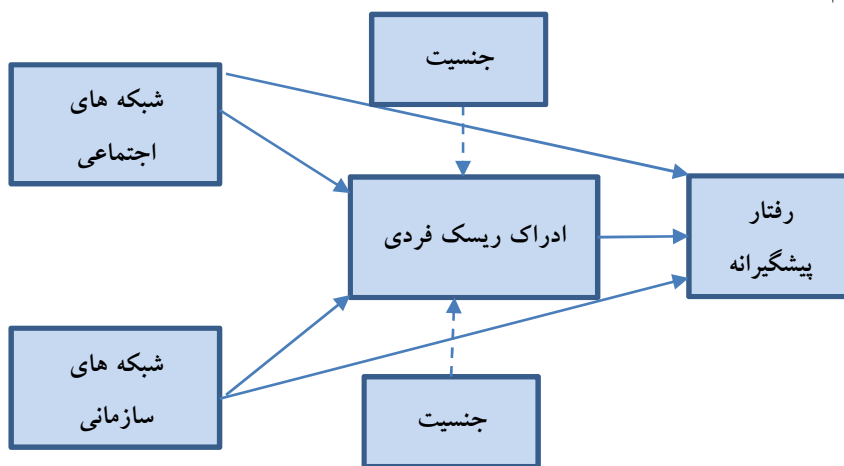
از سوی دیگر با عنایت به پیشینه ارائه شده به بررسی ادراک ریسک فردی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا و همچنین نقش جنسیت در ادراک ریسک فردی پرداخته می‌شود تا مشخص شود که آیا جنسیت در ادراک ریسک‌های بیماری کرونا تأثیر دارد یا خیر؟ در نتیجه:

فرضیه ۵: ادراک ریسک فردی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تأثیر معنا دار است

فرضیه ۶: فاکتور جنسیت نقش تعدیلگر در ادراک ریسک فردی دارد.

فرضیه ۷: فاکتور جنسیت نقش تعدیلگر در اقدامات پیشگیرانه دارد.

با توجه به پیشینه پژوهش و مطالعات انجام شده و همچنین بررسی انجام شده توسط خبرگان دانشگاهی با هدف تعدیل و تصدیق مدل پژوهش، مدل نهایی مطابق با شکل ۱ ترسیم می‌گردد.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳. روش شناسی

۱.۳ جامعه و نمونه آماری

ما در تیر ماه سال ۱۳۹۹ در جریان شیوع کرونا یک نظرسنجی آنلاین از گروه خودروسازی سایپا انجام دادیم. داده ها از طریق پرسشنامه بصورت الکترونیکی جمع آوری شد. بر اساس فرمول کوکران و با عنایت به تعداد پرسنل گروه خودروسازی سایپا که ۷۰۰۰ نفر می باشد ۳۶۴ نفر تعیین گردیده که بصورت تصادفی از جامعه مذکور انتخاب شده اند. تجزیه و تحلیل داده های آماری با استفاده از نرم افزارهای SPSS و SmartPLS انجام گرفت. همانطور که توضیح داده شد ابزار مورد استفاده در این پژوهش پرسشنامه بوده که یکی از جدایی ناپذیرترین و محوری ترین بخشهای تحقیق است. ابزار مطالعه به پنج قسمت اصلی تقسیم شد: بخش ۱، توصیفی. این بخش مشخصات نمایندگان پاسخ دهنده مانند سن، جنسیت، سمت سازمانی و غیره را مشخص می کند. بخش ۲، برای ارزیابی قرار گرفتن شرکت کنندگان در معرض خطر مربوط به کرونا از طریق رسانه های اجتماعی در حین شیوع کرونا با تعداد ۱۴ سوال، بخش ۳، ارزیابی قرار گرفتن شرکت کنندگان در معرض خطر مربوط به کرونا از طریق رسانه های سازمانی در حین شیوع کرونا با ۹ سوال، بخش ۴ ادراک ریسک فردی با ۹ سوال، بخش ۵ رفتارهای پیشگیرانه را ارزیابی کردیم که در آن از پاسخ دهندگان سؤال می شد که از زمان تأیید اولین بیمار کرونا، چه تعداد مکرر درگیر رفتارهای پیشگیرانه هستند.

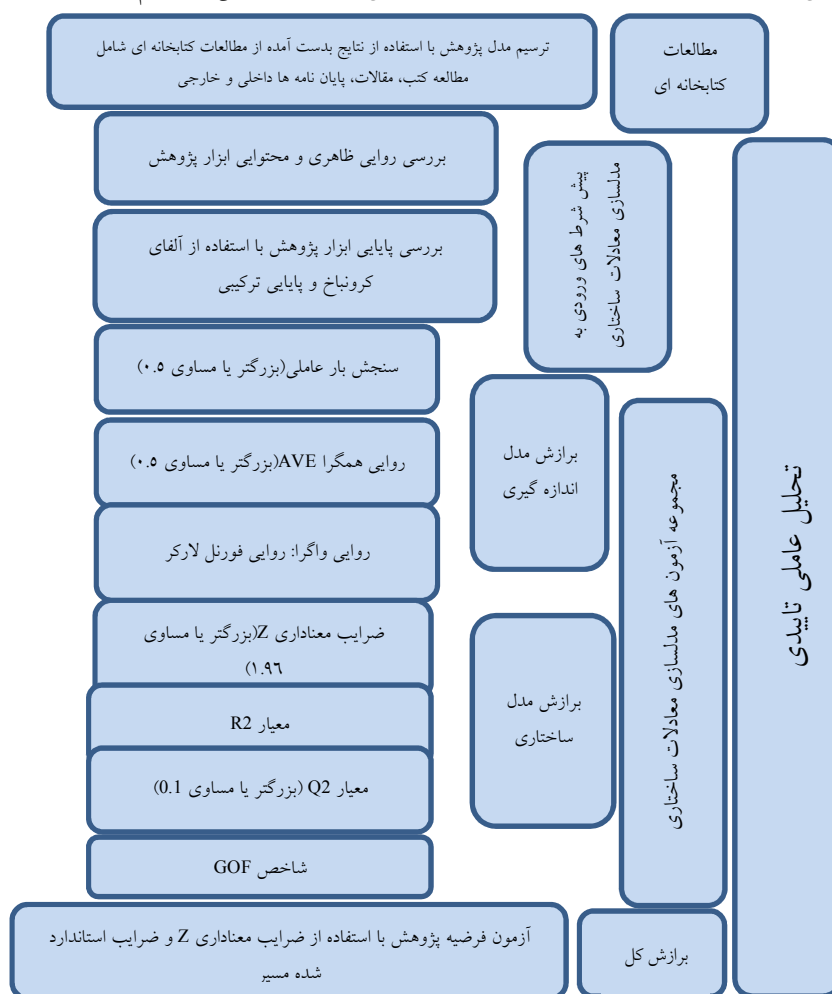
مطابق با الگوی تحقیق، پرسشنامه برای اطمینان از پاسخ های بی طرفانه شرکت کنندگان طراحی شده است. این پرسشنامه مقیاس پنج امتیازی لیکرت است، از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق، با ارزش ۱-۵؛ یک کمترین و پنج بالاترین است. که میانگین و انحراف معیار شاخص ها به شرح جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. میانگین و انحراف معیار شاخص ها

شاخص	میانگین	انحراف معیار
قرار گرفتن در معرض اطلاعات رسانه های اجتماعی	۳.۶	۰.۹۷
قرار گرفتن در معرض اطلاعات رسانه های سازمانی	۳.۵۸	۰.۹۱
ادراک ریسک فردی	۲.۱۴	۱.۲۷
رفتارهای پیشگیرانه	۴.۰۶	۰.۸۸

بررسی تأثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر ... (علی راشدی و زهره موسوی کاشی) ۲۰۳

پژوهش حاضر با توجه به ماهیت آن از نوع تحقیقات کاربردی است. و از نظر روش توصیفی پیمایشی می باشد. چهارچوب نظری و پیشینه پژوهش از راه قیاسی، و جمع آوری داده ها و نتیجه نهایی برای آزمون رد یا پذیرش فرضیه ها از راه استقرایی و از طریق پرسشنامه انجام می شود. با توجه به اینکه این پژوهش در محیط واقعی یعنی گروه خودروسازی سایپا انجام شده است جز تحقیقات میدانی به شمار می آید. که بصورت پیمایشی در دو بخش مطالعات کتابخانه ای و میدانی مطابق با شکل ۲ انجام شده است.



شکل ۲. روش شناسی پژوهش

مطابق با شکل ۲، بخش اول، مطالعات کتابخانه ای، شامل بررسی پیشینه پژوهش، مطالعه کتب، مقالات و پایان نامه های داخلی و خارجی و استفاده از نظرات کارشناسان جهت استخراج، جرح و تعدیل شاخص ها و تایید چارچوب مفهومی پیشنهادی و بخش دوم، مطالعات میدانی است. در همین راستا از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است پرسشنامه شامل ۴ بعد با مجموع سوال (قرار گرفتن در معرض رسانه های اجتماعی: ۱۴ سوال، قرار گرفتن در معرض رسانه های سازمانی: ۹ سوال، ادراک ریسک فردی: ۹ سوال، رفتارهای پیشگیرانه: ۱۱ سوال طراحی شده که روایی ظاهری و محتوای آن بر مبنای ادبیات پژوهش و مطرات خبرگان دانشگاه به تایید رسیده است. جهت پیش آزمون و روایی سوالات محقق ساخته، از روش دلفی استفاده کرده و پرسشنامه طراحی شده در اختیار ۱۴ نفر از اساتید و متخصصین این حوزه که سابقه کاری بالای ۱۵ سال داشته اند قرار گرفت و در نهایت پس از سه بار رفت و برگشت و به طریق روش دلفی روایی صوری و محتوایی پرسشنامه مورد تایید خبرگان قرار گرفت. پایایی پرسشنامه در این مرحله با استفاده از دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی بررسی می گردد که در هر دو روش، ضریب پایایی بایستی بزرگتر یا مساوی ۰.۷ باشد.

۲.۳ آمار توصیفی پژوهش:

مطابق جدول ۲ میزان افراد شرکت کننده، جنسیت، تحصیلات و سمت سازمانی افراد مشخص شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی پژوهش

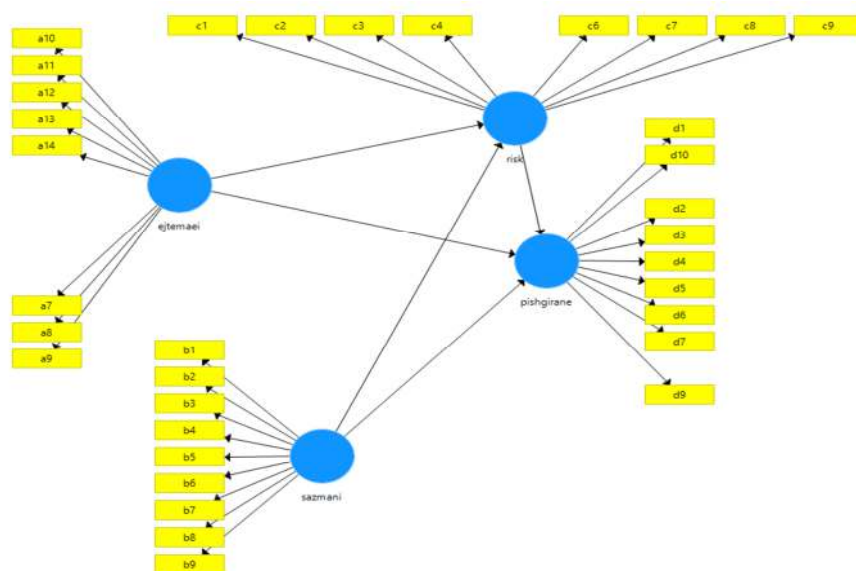
فرآوانی	جنسیت	فرآوانی	سن	فرآوانی	سمت سازمانی	فرآوانی پاسخ	تحصیلات
۹۲	زن	۱۲	۲۰-۲۵	۱۱	کارگر	۲	زیر دیپلم
		۵۰	۲۶-۳۵	۵۶	کارمند	۱۴	دیپلم
		۲۰۷	۳۶-۴۵	۲۱۶	کارشناس	۲۸	فوق دیپلم
۲۷۲	مرد	۸۳	۴۶-۵۵	۳۲	مسئول	۲۰۶	لیسانس
		۱۱	بالاتر از ۵۵	۲۰	رئیس	۱۱۴	فوق لیسانس و بالاتر
				۲۱	مدیر		
۸	معاون						

پژوهش حاضر به منظور مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی و سازمانی بر ادراک و ریسک فردی افراد جهت پیشگیری از بیماری در هنگام شیوع ویروس کرونا می‌باشد، در نخستین گام، پایایی ابزار پژوهش مطابق با جدول ۳ جهت مدل شکل ۳ مورد مطالعه قرار گرفته است. شایان ذکر است تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس نظرات ۳۶۴ نفر از پرسنل گروه خودروسازی سایپا انجام شده است.

جدول ۳. بررسی پایایی ابزار پژوهش

ابعاد پرسشنامه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
قرار گرفتن در معرض رسانه‌های اجتماعی	۱۴	۰.۹۴۴	۰.۹۵۳
قرار گرفتن در معرض رسانه‌های سازمانی	۹	۰.۹۵۳	۰.۹۵۹
ادراک ریسک فردی	۹	۰.۹۲۲	۰.۹۳۶
رفتارهای پیشگیرانه	۱۱	۰.۹۴۴	۰.۹۵۴

همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، پایایی ابزار پژوهش مورد تأیید قرار گرفته است. در ادامه نوبت به مجموعه آزمون‌های تحلیل عاملی تأییدی بر مبنای مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم افزار Smart PLS می‌رسد.



شکل ۳. مدل معادلات ساختاری

۳.۳ برآزش مدل های اندازه گیری

با توجه به مدل پژوهش، در نخستین گام از بررسی برآزش مدل های اندازه گیری، بارهای عاملی هر یک از نماگرها با حد مطلوبیت بزرگتر یا مساوی ۰.۵ مورد بررسی قرار می گیرد. مطابق با نتایج بدست آمده شاخص های $d11, d8, c5, a6, a5, a4, a3, a2, a1$ حد مطلوب را کسب ننموده و از مدل حذف می شوند. در بررسی مجدد بارهای عاملی برای شاخص های باقیمانده این معیار برای تمامی آنها مورد تایید قرار گرفته است. در ادامه روایی همگرا تحت عنوان AVE برای هر یک از سازه ها مطابق با جدول ۴ مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۴ بررسی روایی همگرا سازه های مدل پژوهش

شخص	AVE
قرار گرفتن در معرض رسانه های اجتماعی	۰.۷۱۷
قرار گرفتن در معرض رسانه های سازمانی	۰.۷۲۴
ادراک ریسک فردی	۰.۶۵۱
رفتارهای پیشگیرانه	۰.۷۰۴

مطابق با جدول ۴ روایی همگرا برای سازه های مدل پژوهش مورد تایید قرار گرفته است. در ادامه روایی واگرا تحت عنوان متد فورتل و لارکر به مقایسه میزان همبستگی یک سازه با شاخص هایش در مقابل همبستگی آن سازه با سایر سازه ها می پردازد. مطابق با روش فورتل و لارکر همبستگی بین ابعاد مرتبه اول پژوهش با ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده مربوط به هر بعد (قطر اصلی) مقایسه می شود و در صورتیکه این شاخص برای هر بعد، از همبستگی آن بعد با ابعاد دیگر بیشتر باشد، روایی واگرا (فورتل-لارکر) مورد تایید قرار می گیرد. جدول ۵ نتایج بررسی روایی واگرای مدل پژوهش را نشان می دهد.

جدول ۵. بررسی روایی واگرای مدل اندازه گیری

	پیشگیرانه	اجتماعی	ریسک	سازمانی
پیشگیرانه	0.839			
اجتماعی	0.370	0.847		

بررسی تأثیر رسانه‌های سازمانی و اجتماعی بر ... (علی راشدی و زهره موسوی کاشی) ۲۰۷

ادراک ریسک فردی	0.364	0.231	0.807	
سازمانی	-0.014	0.292	-0.375	0.851

مطابق با نتایج بدست آمده (جدول ۵)، روایی و آگرایی مدل اندازه‌گیری مورد تایید قرار گرفته است. نتیجتاً برازش مدل‌های اندازه‌گیری مناسب و قابل تایید ارزیابی می‌شود.

۴.۳ برازش‌های مدل‌های ساختاری

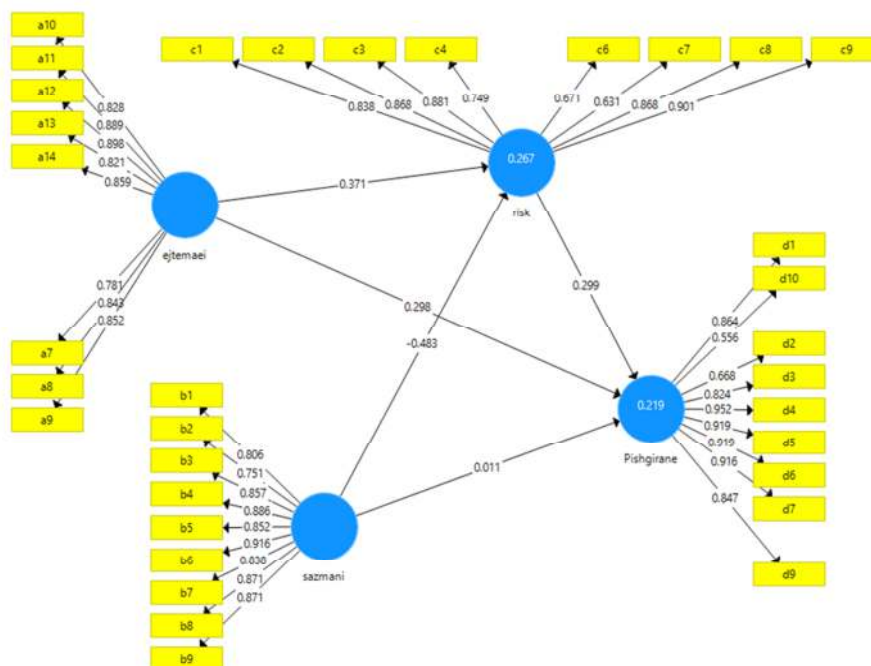
در نخستین گام از بررسی برازش مدل‌های ساختاری پژوهش، مقدار معناداری برای هر یک از شاخص‌ها بیشتر از ۱.۹۶ بوده و مورد تایید قرار گرفته است. در ادامه، شاخص‌های R^2 ، Q^2 برای سازه‌های درون‌زا و شاخص GOF برای بررسی برازش مدل کلی مطابق با جدول ۶ مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۶. بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی پژوهش

GOF	Q^2	R^2	AVE	t-value	بار عاملی	متغیرها			
۰.۷۱۷			۰.۷۱۷	۲۸.۷۶۶	۰.۷۸۱	A7			
				۳۵.۵۱۲	۰.۸۴۳	A8			
				۴۴.۱۸۲	۰.۸۵۲	A9			
				۲۷.۱۴۱	۰.۸۲۸	A10			
				۴۳.۸۱۶	۰.۸۸۹	A11			
				۵۷.۱۱۴	۰.۸۹۸	A12			
				۲۷.۰۶۸	۰.۸۲۱	A13			
				۳۰.۱۵۴	۰.۸۵۹	A14			
				۰.۷۲۴	-	۰.۷۲۴	۲۹.۶۲۹	۰.۸۰۶	B1
							۱۹.۹۸۶	۰.۷۵۲	B2
							۳۲.۴۵۱	۰.۸۵۷	B3
							۴۱.۶۸۳	۰.۸۸۶	B4
							۴۳.۸۲۲	۰.۸۵۱	B5
							۸۳.۶۵۹	۰.۹۱۶	B6
۳۴.۵۹۴	۰.۸۳۹	B7							
۴۹.۳۴۰	۰.۸۷۲	B8							
۴۹.۶۴۸	۰.۸۷۱	B9							
۰.۱۶۲	۰.۲۶۷	۰.۶۵۱	۴۳.۷۰۱	۰.۸۳۹	C1				
			۵۳.۹۸۰	۰.۸۶۸	C2				
			۵۱.۱۷۰	۰.۸۸۱	C3				
			۲۴.۷۱۴	۰.۷۴۹	C4				

				۱۸.۴۰۸	۰.۶۷۱	C6
				۱۵۸۰۹	۰.۶۳۱	C7
				۵۸.۳۵۱	۰.۸۶۷	C8
				۸۸.۳۶۲	۰.۹۰۱	C9
	۰.۱۴۵	۰.۲۱۹	۰.۷۰۴	۴۰.۲۳۷	۰.۸۶۴	D1
				۱۶.۵۲۱	۰.۶۶۷	D2
				۲۰.۶۳۸	۰.۸۲۵	D3
				۱۴۳.۲۹۶	۰.۹۵۲	D4
				۶۹.۰۴۵	۰.۹۱۹	D5
				۶۸.۸۳۶	۰.۹۱۹	D6
				۶۹.۵۵۱	۰.۹۱۶	D7
				۲۳.۷۶۳	۰.۸۴۷	D9
				۱۱.۲۱۳	۰.۵۵۶	D10

همانطور که در جدول ۶ مشاهده می شود تمامی معیارهای بررسی برازش مدل اندازه گیری، مدل ساختاری و مدل کلی پژوهش مورد تایید قرار گرفته است.



شکل ۴. ضرایب بار عاملی

۵.۳ نقش جنسیت در تأثیر رسانه‌های بر پیشگیری از بیماری کرونا

برای اینکه بتوانیم نقش جنسیت را در تأثیر رسانه‌ها بررسی کنیم تمامی شاخص‌های اندازه‌گیری شده برای کل مدل را در خصوص زن‌ها و مرد‌های پاسخ‌دهنده را مورد ارزیابی قرار داده که نتایج آن در خصوص نقش زن‌ها در جدول ۷ و نقش مرد‌ها در جدول ۸ آمده است.

جدول ۷. بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، ساختاری و مدل کلی پژوهش در خصوص زن‌ها

متغیرها	بار عاملی	t-value	AVE	R ²	Q ²	GOF
A4	۰.۶۴۱	۶.۸۶۲	۰.۶۴۱	-		۰.۴۱
A6	۰.۶۰۱	۶.۱۳۳				
A7	۰.۸۰۶	۱۶.۸۳۱				
A8	۰.۸۰۴	۲۷.۹۲۵				
A9	۰.۸۷۰	۲۳.۶۳۳				
A10	۰.۸۲۹	۱۵.۳۴۲				
A11	۰.۹۰۱	۲۹.۲۵۲				
A12	۰.۸۸۲	۲۰.۶۵۸				
A13	۰.۷۲۶	۸.۵۷۴				
A14	۰.۸۰۵	۱۶.۴۶۷				
B1	۰.۷۸۳	۱۲.۵۶۶	۰.۷۱۶	-		۰.۴۱
B2	۰.۷۳۵	۹.۴۵۴				
B3	۰.۸۶۶	۱۷.۶۱۵				
B4	۰.۸۷۶	۱۷.۹۸۰				
B5	۰.۷۶۶	۱۰.۵۲۵				
B6	۰.۸۸۵	۲۵.۰۲۵				
B7	۰.۸۶۷	۱۸.۹۸۰				
B8	۰.۹۱۵	۳۰.۲۱۶				
B9	۰.۹۰۱	۲۶.۹۳۰				
C1	۰.۸۰۳	۱۲.۷۲۴	۰.۶۴۸	۰.۲۷۰	۰.۱۴۰	۰.۴۱
C2	۰.۸۵۴	۱۵.۷۵۴				
C3	۰.۸۷۲	۱۸.۹۳۹				
C4	۰.۷۸۸	۱۲.۷۹۰				
C6	۰.۷۷۵	۱۴.۲۰۸				

				۵.۲۰۸	۰.۵۴۲	C7
				۲۰.۹۴۲	۰.۸۵۲	C8
				۳۰.۶۵۶	۰.۸۹۸	C9
	۰.۱۱۱	۰.۲۰۳	۰.۷۶۹	۲۰.۴۳۷	۰.۸۹۹	D1
				۱۰.۴۶۳	۰.۷۶۵	D2
				۳۰.۴۱۷	۰.۹۲۰	D3
				۶۲.۶۵۴	۰.۹۶۱	D4
				۳۹.۴۷۲	۰.۹۳۸	D5
				۳۴.۲۵۱	۰.۹۲۵	D6
				۴۱.۹۸۸	۰.۹۳۹	D7
				۱۸.۳۹۰	۰.۸۸۰	D9
۵.۵۸۲	۰.۶۳۰	D11				

جدول ۸. بررسی برازش مدل اندازه گیری، ساختاری و مدل کلی پژوهش در خصوص مردها

GOF	Q ²	R ²	AVE	t-value	بار عاملی	متغیرها			
۰.۴۳		-	۰.۷۱۶	۲۳.۱۸۲	۰.۷۶۲	A7			
				۲۷.۴۶۴	۰.۸۲۵	A8			
				۳۶.۷۹۲	۰.۸۴۲	A9			
				۲۰.۸۸۹	۰.۸۲۴	A10			
				۳۲.۴۵۲	۰.۸۷۹	A11			
				۵۵.۰۲۱	۰.۹۰۰	A12			
				۲۸.۸۶۹	۰.۸۵۰	A13			
				۲۷.۹۲۷	۰.۸۷۰	A14			
				۰.۱۷۱	۰.۲۸۰	۰.۶۵۵	۲۶.۵۷۹	۰.۸۱۲	B1
							۲۰.۷۸۹	۰.۷۸۳	B2
							۲۷.۱۳۳	۰.۸۵۴	B3
							۳۷.۷۲۹	۰.۸۸۸	B4
							۵۳.۴۷۶	۰.۸۸۱	B5
							۸۵.۴۵۴	۰.۹۲۹	B6
	۲۶.۷۶۷	۰.۸۲۷	B7						
	۳۵.۶۷۹	۰.۸۵۸	B8						
	۳۷.۰۶۰	۰.۸۶۰	B9						
					۴۰.۷۸۱	۰.۸۴۵	C1		
					۴۹.۲۷۴	۰.۸۷۱	C2		
					۴۶.۳۸۵	۰.۸۸۳	C3		
					۲۰.۶۲۶	۰.۷۴۴	C4		
					۱۳.۳۱۴	۰.۶۵۲	C6		
					۱۵.۲۴۳	۰.۶۵۰	C7		
					۵۱.۱۶۶	۰.۸۷۷	C8		
					۸۰.۷۶۴	۰.۹۰۴	C9		

				۳۲.۷۳۳	۰.۸۵۲	D1
				۱۲.۷۵۳	۰.۶۴۰	D2
				۱۴.۶۸۷	۰.۷۸۷	D3
				۱۱۳.۱۳۲	۰.۹۴۷	D4
	۰.۱۶۴	۰.۲۵۶	۰.۶۸۹	۵۵.۸۹۴	۰.۹۱۶	D5
				۵۹.۵۲۴	۰.۹۱۸	D6
				۵۸.۹۷۱	۰.۹۰۷	D7
				۱۹.۱۶۰	۰.۸۴۱	D9
				۱۰.۵۶۳	۰.۵۷۶	D10
						D11

۶.۳ تعدیل گری جنسیت در تأثیر رسانه های سازمانی و اجتماعی

با استفاده از فرمول تحلیل گروهی هنسلر مقدار t را برای نقش تعدیل گری جنسیت مورد بررسی قرار داده و از فرمول زیر محاسبه می کنیم

$$t = \frac{R_1 - R_2}{\sqrt{\left(\frac{(n_1 - 1)^2}{n_1 + n_2 - 2} \times s_1\right) + \left(\frac{(n_2 - 1)^2}{n_1 + n_2 - 2} \times s_2\right)} \times \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

۱. بر اساس محاسبات انجام شده میزان t برای تأثیر رسانه های سازمانی بر ادراک ریسک فردی ۰.۰۷ می باشد که متغیر جنسیت رابطه میان رسانه های سازمانی و ادراک ریسک فردی را تعدیل نمی کند.

۲. بر اساس محاسبات انجام شده میزان t برای تأثیر رسانه های اجتماعی بر رفتار پیشگیرانه ۰.۵۲ می باشد که متغیر جنسیت رابطه میان رسانه های اجتماعی و رفتار پیشگیرانه را تعدیل نمی کند.

۳. بر اساس محاسبات انجام شده میزان t برای تأثیر رسانه های سازمانی بر رفتار پیشگیرانه ۰.۶ می باشد که متغیر جنسیت رابطه میان رسانه های سازمانی و رفتار پیشگیرانه را تعدیل نمی کند.

۴. بر اساس محاسبات انجام شده میزان t برای تأثیر ریسک ادراک فردی بر رفتار پیشگیرانه ۰.۷۹ می باشد که متغیر جنسیت رابطه میان ریسک ادراک فردی و رفتار پیشگیرانه را تعدیل نمی کند.

۵. بر اساس محاسبات انجام شده میزان t برای تأثیر رسانه های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی ۰.۱۲ می باشد که متغیر جنسیت رابطه میان رسانه های اجتماعی و ادراک ریسک فردی را تعدیل نمی کند.

۷.۳ بررسی فرضیه های پژوهش

جهت آزمون فرضیه ها از روش تحلیل مسیر با رویکرد حداقل مربعات جزئی در مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. برای این منظور ابتدا ضرایب معناداری هر یک از فرضیه ها مورد بررسی قرار گرفته (t-value بزرگتر از ۱.۹۶) و در ادامه شدت تاثیرات با استفاده از ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه ها مطابق با جدول ۹ بررسی می شود.

جدول ۹. بررسی فرضیه های پژوهش

فرضیه ها		فرضیه های پژوهش
شبکه های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۱
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۳۷۱
رسانه های سازمانی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۲
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: -۰.۴۸۳
رسانه های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۳
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۲۹۸
رسانه های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۴
نتیجه: مورد تایید نیست	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۰۱۱
ادراک ریسک فردی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۵
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۲۹۹

جدول ۱۰. بررسی فرضیه های پژوهش جنسیت زن

فرضیه ها			فرضیه های پژوهش
شبکه های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است			فرضیه ۱
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۴۲۲	ضریب معناداری: ۴.۵۱۳
رسانه های سازمانی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است			فرضیه ۲
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: -۰.۵۱۱	ضریب معناداری: ۶.۶۴۲
رسانه های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است			فرضیه ۳
نتیجه: مورد تایید است	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۴۷۰	ضریب معناداری: ۵.۳۳۹
رسانه های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است			فرضیه ۴
نتیجه: مورد تایید نیست.	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: -۰.۱۸۵	ضریب معناداری: ۱.۹۲۰
ادراک ریسک فردی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است			فرضیه ۵
نتیجه: مورد تایید نیست	نوع رابطه: مستقیم	ضریب مسیر: ۰.۰۴۲	ضریب معناداری: ۰.۴۳۰

جدول ۱۱. بررسی فرضیه های پژوهش جنسیت مرد

فرضیه ها		فرضیه های پژوهش
شبکه های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است		فرضیه ۱

ضریب معناداری: ۶.۴۳۰	ضریب مسیر: ۰.۳۷۰	نوع رابطه: مستقیم	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۲	رسانه های سازمانی بر ادراک ریسک فردی دارای تاثیر معنا دار است		
ضریب معناداری: ۹.۶۹۱	ضریب مسیر: -۰.۴۸۳	نوع رابطه: مستقیم	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۳	رسانه های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		
ضریب معناداری: ۴.۶۸۴	ضریب مسیر: ۰.۲۵۶	نوع رابطه: مستقیم	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۴	رسانه های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		
ضریب معناداری: ۱.۳۰۹	ضریب مسیر: ۰.۰۷۳	نوع رابطه: مستقیم	نتیجه: مورد تایید نیست.
فرضیه ۵	ادراک ریسک فردی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا دارای تاثیر معنا دار است		
ضریب معناداری: ۷.۳۱۴	ضریب مسیر: ۰.۳۸۵	نوع رابطه: مستقیم	نتیجه: مورد تایید است.

۴. بحث و نتیجه گیری - پیشنهادات:

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تاثیر رسانه های سازمانی و اجتماعی در ادراک ریسک فردی و پیشگیری از بیماری کرونا صورت گرفته است. بر همین اساس این پژوهش با توجه به مدل ارایه شده مجموعه ای از پرسنل گروه خودروسازی سایپا را مورد بررسی قرار می دهد. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول کوکران تعیین گردیده و بصورت تصادفی انتخاب شده اند. داده های پژوهش با استفاده از پرسش نامه جمع آوری شده که پایایی آن با استفاده از دو معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی مورد بررسی قرار گرفته است.

پس از جمع آوری نمونه‌ها، برازش مدل پژوهش از سه منظر مدل اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی پژوهش مورد بررسی و تایید قرار گرفته است. بررسی مدل ساختاری و کلی پژوهش با استفاده از شاخص‌های به ترتیب R^2 ، Q^2 و GOF نشان از تایید برازش مدل ارائه شده دارد. میزان برازش کلی برای مدل پژوهش ۰.۴۲ می‌باشد که نشان از برازش قوی برای مدل پژوهش دارد. در نهایت به منظور بررسی فرضیه‌های پژوهش از روش تحلیل میسر با رویکرد حداقل مربعات جزئی در مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است، برای این منظور ابتدا ضرایب معناداری (t-value بزرگتر از ۱.۹۶) و سپس شدت تأثیرات با استفاده از ضرایب استاندارد شده مسیرهای مربوط به فرضیه‌ها بررسی شده است. بنابر نتایج بدست آمده در این مرحله، فرضیه‌ها در سه حوزه کلی، مردها و زنها مورد بررسی قرار گرفت.

در قسمت کلی فرضیه‌های پژوهش، رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا تأثیر نداشتند اما سایر فرضیه‌ها که شامل تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر اقدامات پیشگیرانه و ادراک ریسک فردی و همچنین تأثیر رسانه‌های سازمانی بر ادراک ریسک فردی مورد تایید قرار گرفت. در نتیجه در حوزه کلی رسانه‌های اجتماعی هم بر ادراک ریسک فردی تأثیر گذار بوده و هم بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا موثر بوده‌اند. اما در حوزه رسانه‌های سازمانی فقط این رسانه بر ادراک ریسک فردی موثر بوده است.

در قسمت بررسی شده در خصوص مردها برای فرضیه‌های بیان شده نیز به مانند فرضیه کلی پژوهش رسانه‌های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی و اقدامات پیشگیرانه موثر بوده اما رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه تأثیر نداشته و فرضیه مردود شده است.

در قسمت بررسی شده در خصوص زن‌ها نیز رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه از بیماری کرونا و همچنین ادراک ریسک فردی تأثیر گذار می‌باشد. اما در خصوص تأثیر رسانه‌های سازمانی بر اقدامات پیشگیرانه فرضیه مردود و همچنین تأثیر ادراک ریسک فردی بر پیشگیری از بیماری کرونا مردود بوده و تأثیری ندارد.

در کل می‌توان بیان نمود که تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ادراک ریسک فردی و همچنین پیشگیر افراد از بیماری کرونا بسیار محسوس‌تر بوده، اما رسانه‌های سازمانی بر پیشگیری از بیماری کرونا تأثیر آنچنانی نداشته‌اند. تا در خصوص تعیین نقش جنسیت نیز

رسانه های سازمانی و اجتماعی نقش موثری در پیشگیری از کرونا دارند اما در خصوص زن ها رسانه های سازمانی با اختلاف بسیار اندک می توانستند در پیشگیری از کرونا نقش موثری داشته باشند.

از سوی دیگر نقش تعدیل گری جنسیت بر روی شاخصه ها مورد ارزیابی قرار گرفت که مشخص گردید جنسیت هیچکدام از شاخص ها را تعدیل نمی کند و تقریباً جواب مردها و زنها به یک شکل می باشد.

در سال های اخیر، رسانه های اجتماعی به یک منبع اطلاعاتی مهم و مهم برای ارتباط با ریسک و بحران، به ویژه در هنگام شیوع بیماری های عفونی تبدیل شده اند. کسب و تبادل اطلاعات از طریق رسانه های اجتماعی در هنگام شیوع بیماری عفونی می تواند ارتباطات مربوط به این بیماری را پیچیده کند، زیرا احساسات می توانند نقش مهمی در شکل گیری ادراک خطر عمومی یا رفتارهای بعدی داشته باشند..

برای تحقیقات آینده، احساسات می توانند مورد بررسی قرار گیرند، بررسی انواع احساسات که می توانند در درک خطر و رفتارهای آنها در هنگام شیوع بیماری عفونی تأثیر داشته باشند، ارزشمند است. به عنوان مثال، اضطراب با تمایل ارزیابی از مواجهه با تهدیدهای وجودی نامشخص همراه است و همراه با گرایش عملی برای کاهش عدم اطمینان است.

همچنین تحقیقات آینده باید بر عواملی متمرکز باشد که از رسانه های اجتماعی و داده های مبتنی بر اینترنت توسط آژانس های بهداشتی جهت جلوگیری استفاده می کنند. رسانه های اجتماعی، وبلاگ ها، مجامع علمی و سایر ارتباطات الکترونیکی نیز جنبه های اجتماعی پیش بینی نشده ای دارند که باید مورد مطالعه قرار گیرند زیرا می تواند بر رفتار انسان تأثیر بگذارد. این به نوبه خود بر اطلاعات تولید شده توسط رسانه های اجتماعی و به طور کلی اینترنت تأثیر دارد.

از موضوعاتی بسیار مهم می توان نقش رسانه های سازمانی را در این زمینه پیشنهاد نمود که سازمانها می توانند با بکارگیری روشهای جدیدتر و بروزتر و استفاده از اطلاعات دقیق تر نسبت به اطلاع رسانی گسترده جهت پرسنل خود اقدام نمایند. موضوعی که در این مطالعه مشاهده گردید این است که رسانه های سازمانی نقش موثری در ادراک ریسک فردی توسط افراد داشته است اما شاید بتواند با طراحی فضای جدیدتر و اطلاع رسانی های مناسب و تغییر کانال های اطلاع رسانی در پیشگیری از بیماری کرونا نیز تاثیر گذار

باشند که با توجه به اینکه این موضوع فقط در گروه خودروسازی سایپا مورد بررسی قرار گرفته قابل تعمیم به تمام سازمان‌ها نبوده و نیاز به بررسی بیشتر داشته باشد.

کتاب‌نامه

- Ali, K., Zain-ul-abdin, K., Li, C., Johns, L., Ali, A. A., & Carcioppolo, N. . 2019. 'Virus going viral: Impact of fear-arousing sensationalist social media messages on user engagement.', *Science Communication*, 41: 314-38.
- Bail Christopher A, Argyle Lisa P, Brown Taylor W, Bumpus John P, Haohan Chen, MB Fallin Hunzaker, Jaemin Lee, Mann Marcus, Friedolin Merhout, Volfovsky Alexander. 2018. 'Exposure to opposing views on social media can increase political polarization.', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115: 9216-21.
- Baronchelli, Andrea. 2018. 'The emergence of consensus: a primer.', *Royal Society open science*, 5: 172189. Cecile Viboud, Alessandro Vespignani. 2019. 'The future of influenza forecasts.', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116: 2802-04.
- Chhabra, E. . 2012. 'The end of Polio in India', *Stanford Social Innovation Review*, 10: 62-64.
- Chong, M., & Choy, M. 2018. 'The social amplification of haze-related risks on the internet.', *Health Communication*, 33: 14-21.
- Cochi, S.L., Hegg, L., Kaur, A., Pandak, C. and Jafari, H. . 2016. 'The global polio eradication initiative: Progress, lessons learned and polio legacy transition planning', *Health Affairs*, 35: 277-83.
- Del Vicario Michela, Bessi Alessandro, Zollo Fabiana, Petroni Fabio, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Stanley H Eugene, Quattrociocchi Walter. 2016a. 'The spreading of misinformation online.', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113 554-59.
- Del Vicario Michela, Vivaldo Gianna, Bessi Alessandro, Zollo Fabiana, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Quattrociocchi Walter. 2016b. 'Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on facebook.', *Scientific reports*, 6.
- Del Vicario Michela Quattrociocchi, Walter, Scala Antonio, Zollo Fabiana. 2019. 'Polarization and fake news: Early warning of potential misinformation targets.', *ACM Transactions on the Web*, 13: 1-22.
- Do, H. J., Lim, C. G., Kim, Y. J., & Choi, H. J. . 2016. 'Analyzing emotions in twitter during a crisis: A case study of the 2015 Middle East respiratory syndrome outbreak in Korea. Paper presented at 2016 International Conference on Big Data and Smart Computing (BigComp), Hong Kong, China', <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=7425960&isnumber=7425793>.
- Dunlop, S., Wakefield, M., & Kashima, Y. 2008. 'Can you feel it? Negative emotion, risk, and narrative in health communication', *Media Psychology*, 11: 52-75.
- Fayoyin, A. . 2016. 'Engaging social media for health communication in Africa: approaches, results and lessons', *Journal of Mass Communication & Journalism*, 6: 1-7.

- Fisher, J. and Clayton, M. . 2012. 'Who gives a tweet: assessing patients' interest in the use of social media for health care?', *World Views on Evidence-Based Nursing*, 9 100-08.
- Fung, T. K., Namkoong, K., & Brossard, D. . 2011. 'Media, social proximity, and risk: A comparative analysis of newspaper coverage of avian flu in Hong Kong and in the United States', *Journal of Health communication*, 16: 889-907.
- Holten, R. and Rosenkranz, C. . 2011. 'Designing viable social systems: the role of linguistic communication for self-organization', *Kybernetes*, 40: 559-80.
- Kulshrestha Juhi, Eslami Motahhare, Messias Johnatan, Zafar Muhammad Bilal, Ghosh Saptarshi, Gummadi Krishna P, Karahalios Karrie. 2017. 'Quantifying search bias: Investigating sources of bias for political searches in social media.', In *Proceedings of the 2017 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work and Social Computing*: 417-32.
- khaled. 2016. 'The Potential of Social Media and InternetBased Data in Preventing and Fighting Infectious Diseases: From Internet to Twitter', *Springer International Publishing Switzerland* 2016: 13-139.
- Lahariya, C. . 2007. 'Global eradication of polio: the case for finishing the job', *Bulletin of the World Health Organization*, 85: 487-92.
- Louis Kim, Shannon M Fast, Natasha Markuzon. 2019. ' Incorporating media data into a model of infectious disease transmission', *PloS one*, 4.
- Mendoza Marcelo, Poblete Barbara, Castillo Carlos. 2010. 'Twitter under crisis: Can we trust what we rt?', In *Proceedings of the first workshop on social media analytics*: 71-79.
- Milnovich GJ, Avril SM, Clements AC, Brownstein JS, Tong S, Hu W. 2014. ' Using internet search queries for infectious disease surveillance: screening diseases for suitability', *BMC Infect Dis*, 14.
- Obar, J.A. and Wildman, S. 2015. 'Social media definition and the governance challenge: an introduction to the special issue', *Telecommunications Policy*, 39: 745-50.
- Obregon, R. and Waisbord, S. . 2010. 'The complexity of social mobilization in health communication: top-down and bottom-up experiences in polio eradication', *Journal of Health Communication*, 15: 25-47.
- Ofoghi, B., Mann, M., & Verspoor, K. . 2016. 'Towards early discovery of salient health threats: A social media emotion classification technique', *Biocomputing 2016: Proceedings of the Pacific Symposium ,Hawaii: 2016 Pacific Symposium on Biocomputing.*: 504-15.
- oh, S.-H., Paek, H.-J., & Hove, T. 2015. 'Cognitive and emotional dimensions of perceived risk characteristics, genre-specific media effects, and risk perceptions: The case of H1N1 influenza in South Korea', . *Asian Journal of Communication*, 25: 14-32.
- Onnela, J.P., Landon, B.E., Kahn, A.L., Ahmed, D., Verma, H., O'Malley, A.J., Bahl, S., Sutter, R.W. and Christakis, N.A. . 2016. 'Polio vaccine hesitancy in the networks and neighborhoods of malegaon, India. *Social science & medicine*', *Social Science & Medicine*, 153: 99-106.

- Orr, D., Baram-Tsabari, A. and Landsman, K. . 2016. 'Social media as a platform for health-related public debates and discussions: the Polio vaccine on Facebook', *Israel Journal of Health Policy Research*, 5: 1-11.
- Paek, H.-J., Oh, S.-H., & Hove, T. 2016. 'How fear-arousing news messages affect risk perceptions and intention to talk about risk. ', *Health Communication*, 31: 1051-62.
- Quattrociocchi, Walter. 2017. 'Part 2-social and political challenges: 2.1 western democracy in crisis?', In *Global Risk Report World Economic Forum*.
- Roblek, V., Pejic Bach, M., Meško, M. and Bertoncej, A. . 2013. 'The impact of social media to value added in knowledge-based industries', *Kybernetes*, 42: 554-68.
- Rubin, L. and Landsman, K. . 2016. 'The importance of social networking in a national polio vaccine campaign', *Pediatrics*, 138: 1-3.
- Ruths, Derek. 2019. 'The misinformation machine.', *Science*, 363: 348.
- Sathyamala, C., Mittal, O., Dasgupta, R. and Priya, R. . 2005. 'Polio eradication initiative in India: deconstructing the GPEI', *International Journal of Health Services*, 35: 361-83.
- Schmidt Ana Lucia, Zollo Fabiana, Scala Antonio, Betsch Cornelia, Quattrociocchi Walter. 2018. 'Polarization of the vaccination debate on facebook.', *Vaccine*, 36: 3606-12.
- Schmidt Ana Lucia, Zollo Fabiana, Del Vicario Michela, Bessi Alessandro, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Stanley H Eugene, Quattro ciocchi Walter. 2017. 'Anatomy of news consumption on facebook.', *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114: 3035-39.
- Shaman Jeffrey, Karspeck Alicia, Wan Yang, Tamerius James, Lipsitch Marc. 2013. ' Real-time influenza forecasts during the 2012–2013 season', *Nature communications*, 4: 1-10.
- Shaw, R.J. and Johnson, C.M. . 2011. "Health information seeking and social media use on the internet among people with diabetes', *Online Journal of Public Health Informatics*, 3: 1-9.
- Siddique, A.R., Singh, P. and Trivedi, G. . 2016. 'Role of social mobilization (network) in polio eradication in India', *Indian Pediatric*, 53: 50-56.
- Snyder, I.b& Rouse, r. a. 1995. 'the media can have more than an impersonal impact:the case of AIDS risk perceptions and behavior', *health communication*, 7: 125-45.
- Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral. 2018. 'The spread of true and false news online.', *Science*, 359: 1146-51.
- Starbird Kate, Maddock Jim, Orand Mania, Achterman Peg, and Mason Robert M. 2014. 'Rumors, false aqs, and digital vigilantes: Misinformation on twitter after the 2013 boston marathon bombing.', *IConference 2014 Proceedings*.
- Starnini Michele, Frasca Mattia, Baronchelli Andrea. 2016. 'Emergence of metapopulations and echo chambers in mobile agents.', *Scientific reports*, 6.
- Suggs, L.S. and Ratzan, S.C. . 2012a. 'Global E-health communication', *The Handbook of Global Health Communication*, Wiley Blackwell, UK: 251-73, Statista.com. 2019. 30.04.1399 . 'Number of social network users in Iran'.
- Tali Sharot, Cass R Sunstein. 2020. 'How people decide what they want to know', *Nature Human Behaviour*: 1-6.

- Wardle Claire, Derakhshan Hossein. 2017. 'Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.', Council of Europe report, 27.
- Yadav, S. and Srivastava, A. . 2015. 'The impact of 'awareness campaigns' in the eradication of polio from India', SIMS Journal of Management Research, 1: 41-47.
- You, M., Joo, J., Park, E., Noh, G.-Y., & Ju, Y. 2017. 'Emerging infectious disease content in newspaper editorials: Public health concern or leadership issue?', ? Science Communication, 39: 313-37.
- Zarocostas, John. 2020. 'How to fight an infodemic.', The Lancet, 395: 676.
- Ziebland, S.U.E. and Wyke, S. . 2012. 'Health and illness in a connected world: how might sharing experiences on the internet affect people's health?', Milbank Quarterly, 90: 219-49.
- Zollo Fabiana, Bessi Alessandro, Del Vicario Michela, Scala Antonio, Caldarelli Guido, Shekhtman Louis, Havlin Shlomo, Quattrociocchi Walter. 2017. 'Debunking in a world of tribes.', PloS one, 12.