

شنبه ۲۴ اسفند ۱۳۹۸ • ۱۹ رجب ۱۴۴۱ • ۱۴ مارس ۲۰۲۰

تلاش برای تغییر تصویر ایران

گردشگری به کمک بیاید



کند؟ چقدر هزینه برای چنین اقدامی می‌شود و آیا راهکارها پاسخگو هستند؟ یکی از نهادهایی که موظف به تغییر چهره ایران بعد از مسائل و اتفاقات سال ۹۸ و به خصوص بعد از شیوع ویروس کروناست، وزارت میراث فرهنگی است که می‌بایست برای این کار اقدام کند. اما چقدر کارشناس و تیم خبری در این وزارت عریض و طویل از الان روی این موضوع فکر می‌کنند؟ وزارت میراث فرهنگی یک اداره کل در بخش معاونت گردشگری دارد که بخشی از این وظیفه را به آن محول کرده اند به نام دفتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری. محمدابراهیم لاریجانی مدیر کل این دفتر در ایام اتفاقات سال ۹۸ که در پی آن تورهای گردشگری زیادی کنسل شده بود، برنامه‌ای را تدوین کرد به نام اقدام فوری تبلیغات اعتمادساز. او در این باره به خبرنگار مهر گفته بود:

پس از اتفاقات اخیر و اغتشاشات آبان ماه و قطعی اینترنت برنامه‌ای نوشتیم تا تلاش کنیم که تصویر مثبتی از ایران پس از این اتفاقات منتشر شود. این برنامه شامل تبلیغات و تصویرسازی‌ها و همکاری دستگاه‌ها با یکدیگر بود. اما بعد از آن به اتفاقات

محمدباقر خاتمی

کشورهای مختلف در جهان سعی می‌کنند ایران را منشا ویروس کرونا در جهان بدانند اقدامی که باعث می‌شود تا صنعت گردشگری ایران پس از کرونا با بحران های جدی تری مواجه شود.

کشورهای همسایه و بیگانه در حال کتمان حقیقت درباره منشأ ویروس کرونا هستند. آنها در خبرگزاری‌های رسمی خود به نوعی اطلاع رسانی می‌کنند که گویا ایران منشأ شیوع ویروس کرونا در جهان شده است آن طور که وقتی خبر از کشف بیمار ناقل ویروس می‌دهند روی ایرانی بودن آن رد بیشتر تکیه دارند تا بیمار بودن او.

این خبرها و این نوع اطلاع رسانی‌ها تنها یک صورت دارد که آن هم تخریب چهره ایران در جهان است شاید اگر فردا روزی اعلام کردند که اصلا چین در این ماجرا دخالتی ندارد و این ویروس از ایران منشأ گرفته نباید هیچ تعجبی کرد چرا که آنها با همدستی رسانه‌هایی که علیه ایران فعالیت می‌کنند تنها درصدد مقصر جلوه دادن ایران در هر موضوعی هستند.

به عنوان مثال بسته شدن مرزهای ترکیه با ایران و لغو پروازها از ایران به ترکیه در حالی انجام می‌شود که ترکیه به دلیل زیاده خواهی در خصوص سوریه و اشغال بخشی از خاک این کشور به بهانه مبارزه با تروریسم وارد نوعی تنش با ایران و روسیه شده است.

اکنون به نظر می‌رسد که مقامات ترکیه با بزرگنمایی در خصوص شیوع ویروس کرونا در ایران قصد انتقام‌گیری از تهران در خصوص سوریه را دارند چون در حالی که ایران روز یکشنبه چهارم اسفند میزبان مقامات رده بالای اروپایی بود ترکیه سفر کی هیأت از این کشور به تهران را به بهانه شیوع ویروس کرونا لغو کرد.

این تغییر چهره ایران در جهان بیشترین تأثیر را روی صنعت گردشگری می‌گذارد صنعتی که با یک خبر نیز دل گردشگران را خالی می‌کند. اما در این حوزه ایران چقدر توانسته فعالیت کند؟ آیا می‌تواند این چهره را به واقعیت تبدیل

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

شهادت طلبی مدافعان حرم و ایثارگری مدافعان سلامت بیانگر آن است که ایران اسلامی از سرمایه‌های منحصربه‌فرد برخوردار است که در هر مقطعی کشور را برای عبور از بحران‌های بزرگ کمک می‌کند.

«رحیم نیرمانی» مدیر کل اسناد و انتشارات بنیاد شهید و امور ایثارگران، هم‌زمان با ۲۲ اسفندماه در یادداشتی به مناسبت روز بزرگداشت شهدا نوشت:

امام خمینی (ره) پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی فرمان تأسیس ۱۶ نهاد انقلابی را صادر فرمودند که هر کدام از این نهادهای انقلابی در راستا و در جهت تحقق یک یا چند آرمان انقلاب صیانت از خانواده‌ها داشته باشد. کمک در کاهش بحران‌های کشور با ترویج فرهنگ و روحیه ایثار و شهادت و تبدیل تهدیدهای دشمنان به فرصت، تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی از جمله کارکردهای این نهاد مقدس در دوران‌های مختلف است. همچنین کادرسازی برای نظام از طریق شناسایی و حمایت از نخبگان شاهد و ایثارگری، صیانت از خانواده‌ها و بنیاد شهید و ایثارگران، معرفی الگوهای ایثارگری بزرگداشت یاد و خاطره شهیدان معزز، جانبازان عزیز و آزادگان سرافراز، سازمان‌دهی تشکل‌های ایثارگری، بسترسازی استفاده از ترویج روحیه ایثار برای تسریع در توسعه و پیشرفت ملی و حتی دیپلماسی ایثار به شبکه ملی از دیگر اقدامات بنیاد شهید و امور ایثارگران می‌باشد. این بنیاد با سازمانی منسجم، ساختاریافته و عملیاتی و با تجربه‌ای ارزشمند و گران‌سنگ همواره سعی دارد در ترویج و توسعه فرهنگ الوالی ایثار و شهادت و خدمت به خانواده معزز ایثارگری اقدام نماید.

بنیاد شهید و امور ایثارگران و انقلاب ایدئولوژیک و فرهنگی
انقلاب اسلامی بر خلاف همه انقلاب‌های صورت گرفته در دنیا انقلابی ایدئولوژیک و فرهنگی بوده است. از این‌رو بنیاد شهید و امور ایثارگران به عنوان یک نهاد انقلابی، سازمانی با اهداف مقدس، کمال‌گرا، اخلاق محور و ارزشی است. این بنیاد بیش از چهل سال رسالت عظیم و بزرگی همچون صیانت، پاسداشت، خدمت رسانی و حمایت از خاندان معزز شهدا و ایثارگران و تکریم و تعظیم این عزیزان و رسیدگی به امور شهدا، جانبازان و آزادگان و ترویج فرهنگ الوالی ایثار و شهادت را به عهده دارد. بنیاد شهید و امور ایثارگران هویت، صلابت، فرهنگ و موجودیت سازمانی خود را از واژگان مقدس و الهی همچون شهادت، ایثارگری، فداکاری و از خود گذشتگی بر گرفته است.

بنیاد شهید و امور ایثارگران و اقتدار ملی

شهادت و روحیه ایثارگری مایه غور، عزت، اقتدار ملی و قدرت بازدارندگی ایران اسلامی است. ملت ایران به عنوان ملتی ولایی فرهنگ عاشورایی و مکتب امام حسین (ع) از آرمان، الگو و هویت

کمیته گردشگری و فضاهای ورزشی پیشنهاد ایجاد فرصت سفر همگانی بعداز بحران کرونا و تشویق مردم به سفر در اعیاد فطر و قربان با ملحوظ کردن بنزین سفر را به هیات دولت ارائه داد.

در دومین نشست کمیته گردشگری و فضاهای ورزشی در خصوص پیشگیری و مقابله با بیماری کرونا، اعضای این کمیته در خصوص ایجاد فرصت سفر همگانی و تخفیف هتل‌ها و تأسیسات گردشگری در سراسر کشور به توافق رسیدند و این پیشنهاد برای تصویب به‌همراه دیگر مصوبات کمیته از سوی علی اصغر مونسان وزیر میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی به سعید نمایی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و رئیس ستاد ملی مدیریت کرونا ارسال شد. در این نشست که به میزبانی وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی و با حضور نمایندگان وزارتخانه‌های بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، ورزش و جوانان، راه و شهرسازی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سازمان حج و زیارت) و پلیس اطلاعات و امنیت عمومی ناجا و معاونت‌های این وزارتخانه برگزار شد، موضوعات مختلف مرتبط با حوزه گردشگری در

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

می‌بایست هفته‌های فرهنگی و تور آشناسازی و نشست‌های رو در رو برگزار می‌کردیم که حدود ۱۳ مورد پروژه تبلیغاتی برای این موضوع تهیه شده بود. برای این پروژه‌ها تأمین اعتبار هم کردیم ولی به موضوع ویروس کرونا برخورد کردیم. این درحالی بود که همه برنامه‌های وزارت خانه‌های دیگر به آنها ابلاغ شده بود. ضمن اینکه این طرح در ستاد اطلاع رسانی و تبلیغات کشور نیز به ریاست وزیر کشور مصوب و ابلاغ شده بود و حمایت وزیر کشور را در پی داشت. این برنامه‌ها برای ۵ ماه از بهمن تا پایان خرداد ۹۹ تدوین و اعتبار لازم هم تأمین شده بود. حتی برای جشن سال نوی چینی حدود ۱۰ هزار چینی در تورهای گردشگری ایران ثبت نام کرده بودند که ویروس کرونا موجب کنسلی این تورها شد.

زمانی که دفتر بازاریابی و تبلیغات این برنامه را تدوین کرده بود با ۴ بحران رو به رو بودند اکنون به این بحران‌ها ویروس کرونا نیز افزوده شده است. حالا باید این برنامه تغییر کند. باید از الان روی کشورهایی کار شود که قصد دارند تا چهره ایران را تخریب کنند آن هم کشورهایی که صنعت گردشگری شان را مدیون سفر ایرانی‌ها به آنجا هستند.

ضمن اینکه کمک‌های دانشگاهی و گروه‌های پژوهشی نیز نباید در تدوین این برنامه‌ها نادیده گرفته شود. می‌بایست بسیاری از گروه‌های دانشگاهی و پژوهشی راهکارهای خود را در این باره به وزارت میراث فرهنگی عرضه کنند. یکی از این بخش‌ها گروه پژوهشی گردشگری است که تحت نظارت پژوهشگاه میراث فرهنگی کشور در حال فعالیت است اما آیا این گروه پژوهشی از هم اکنون در این زمینه فعال شده است؟

آیا اساتید دانشگاه و فعالان گردشگری شروع به رصد راهکارها کرده اند؟ آیا کسی به این فکر کرده که کشورها به مواجه با چنین بحران‌هایی چه اقداماتی می‌کنند؟ و یا برنامه‌های اداره کل تبلیغات و بازاریابی در این زمینه چقدر مؤثر خواهد بود؟

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

محمدباقر خاتمی در جریان سفر به تهران

اخبار

حمله «ویروس اخبار بد» به ایرانی‌ها

علی اکبر جنتاب‌زاده

نخبگان به‌جای آگاه کردن جامعه از مخاطرات روانی ناشی از انتشار اخبار بد، نظر جامعه را به‌سمت مسائل دیگری منحرف می‌کنند که عموماً چندان ضروری یا حتی با اهمیت نیستند. متأسفانه سال ۱۳۹۸ برای ایرانیان سال سختی بود؛ وقایع و فجایع مختلفی از همان ابتدای سال و اکنون هم ویروس کرونا. اما مردم ما امسال از جانب یک نیروی بسیار قدرتمندتر مورد تهاجم قرار گرفتند: سیل اخبار بد. طی ماه‌های اخیر، خبرگزاری‌های خارجی و داخلی با سرعتی سرسام‌آور مشغول انتشار اخباری سیاه و سفید پیرامون وقایع ایران بوده‌اند. جامعه ایران صبح خود را با اخبار بدی آغاز می‌کند که هرکدام از آن‌ها به‌تنهایی می‌تواند یک شوک عظیم باشد، اما ظاهراً ما عادت کرده‌ایم که روزانه با اخبار بد مواجه شویم. این پدیده تنها در ساحت مطالعات میان‌رشته‌ای علوم انسانی قابل تحلیل است، در حالی که به‌نظر می‌رسد حلقه‌های دانشگاهی ما بحث در مورد این مسئله را نادیده می‌گیرند. حتی بسیاری از دانشگاهیان و متفکران جامعه در بند همین تله گرفتار می‌شوند. آن‌ها نه‌تنها اخبار بد را مصرف می‌کنند، بلکه برخی از آن‌ها حتی مشغول تولید چنین اخباری هستند و به شرایط استرس‌زای ناشی از انتشار گسترده اخبار بد دامن می‌زنند. با افزایش انتشار اخبار بد، مجادله‌های سیاسی دربارهٔ این اخبار نیز بالا می‌گیرد. نخبگان به‌جای آگاه کردن جامعه از مخاطرات روانی ناشی از انتشار اخبار بد، نظر جامعه را به‌سمت مسائل دیگری منحرف می‌کنند که عموماً چندان ضروری یا حتی با اهمیت نیستند. رسانه نیز در این کارزار طبیعتاً جانب اخبار بد را می‌گیرد، بدون این‌که تأثیرات مضر این رویکرد، بر روان جامعه را درک کند.

امروزه کسانی که در تکاپوی به‌روز ماندن در زمینه آگاهی از اخبار هستند، اشتباهی سیری‌ناپذیر برای مصرف اخبار بد دارند. تیتیرهای دردناک، افشاگری‌های کذب، جنجال‌های خبرنگاران و اخبار بد درباره اتفاقات بد، هم‌چنان این افراد را به‌خود جلب می‌کند. خوانندگان جراید، بینندگان تلویزیون و کاربران شبکه‌های اجتماعی بی‌آن‌که درباره خطرهای رفتارشان آگاه باشند، به‌خاطر مصرف بی‌رویه اخبار بد آن‌چنان خود را یک‌سره در معرض ویروس جدیدی بنام «ویروس اخبار بد» قرار داده‌اند که حتی اگر مطالعات علمی و یافته‌های دانشمندان به آن‌ها یادآوری کند چنین رویکردی چه مخاطراتی در بر دارد، مغفون می‌شوند که توطئه‌ای در کار است تا آن‌ها را از دانستن حقیقت باز دارد. این طرز فکری بغایت اشتباه است. حقیقت این است که فعالان رسانه‌ای و کسانی‌که از دل صرفاً یک خبر بد، یک فاجعه و بحران بیرون می‌کشند، عملاً در حال نابود کردن شبکه عصبی جامعه خویش هستند؛ آن هم صرفاً برای سرگرم شدن یا کسب پول و شهرت.

اخبار بد که اکنون سال‌هاست در رأس هرم اخبار قرار گرفته و گوی سبقت را از سایر اخبار داخلی و خارجی روده است، ریشه‌ای عمیق و پی‌شینه‌ای طولانی در صفحات «خوداوت» روزنامه‌ها دارد. اخبار مربوط به جنایات، خیانت‌ها و مرگ‌های دردناک به‌خاطر حوادث عجیب، هرروز تندتر و زنده‌تر از روز قبل در حال انتشار هستند. اگرچه شکل و جنس صفحات حوادث روزنامه‌ها و مجلات زرد ایران طی سال‌های اخیر دست‌خوش دگرگونی‌هایی شده است، اما هرگز فرصت تنفس به مغز و روان مخاطب ایرانی نداده اند. سیل خروشان اخبار بد هم‌اکنون در ایران تبدیل به تهدیدی جدی شده است. بنابراین، درست است اگر بگوئیم که ویروس و همه‌گیردار و همه‌گیر واقعی در ایران که سال‌هاست بر جامعه غلبه کرده و بزرگ‌ترین خطر برای سلامت روانی جامعه بنشمار می‌رود، «ویروس اخبار بد» است! این ویروس مستقیماً حس امنیت و آرامش جامعه را هدف قرار می‌دهد و به‌همین دلیل است که متخصصان و کارشناسان بیشتر روی خطر بروز پنیک اجتماعی ناشی از ویروس کرونا تأکید می‌کنند تا خود بیماری کرونا. ویروس اخبار بد، مردم را متقاعد می‌کند که همواره در معرض خطرهای جدی قرار دارند. اعتیاد به اخبار بد در میان برخی «خبر خورها» آن‌چنان شدید است که اگر روز خود را با خواندن یا شنیدن یک خبر بد آغاز نکنند، تا شب دچار التهاب و اشتغنی خواهند.

سرت همض اخبار بد

«الف دابلی» نویسنده و محقق آمریکایی در کتاب «هنر شفاف اندیشیدن» می‌گوید طی دهه‌های اخیر «انسان متوجه شده که رژیم غذایی نامناسب، زندگی را به‌خطر می‌اندازد و بیماری‌های زیادی نظیر سکنه و دیابت به‌دنبال دارد. با این حال، بسیاری از ما هنوز متوجه نیستیم که خبر برای مغز مانند شکر است برای بدن! هضم اخبار برای مغز به‌سادگی هضم شکر برای بدن است.» شکر می‌تواند به‌سادگی جذب بدن شود و برای بدن مضر است. رسانه یک‌سره تکه‌های بسیار کوچکی از اخبار را به خورد مغز ما می‌دهد. این تکه‌های خبر آن‌قدر کوچک هستند که اگر آن‌ها را در جادگانه در نظر بگیریم، اصلاً دچار نگرانی نمی‌شوید و فهم و جذب آن‌ها نیاز چندانی به فکر کردن ندارد. این دقیقاً دلیل اصلی سیری‌ناپذیری مغز ما در مصرف خبر است. ما از مصرف خبر سیر نمی‌شویم. نقطه مقابل این وضعیت را می‌توان در مطالعه کتاب یا مقاله دید. خواندن و هضم کردن اطلاعات موجود در یک کتاب یا مقاله طولانی نیاز به فکر کردن دارد. گزاره‌ها و خبرهایی که رسانه در اختیار شما قرار می‌دهد، برای مغز مانند شکلاتیهایی در زوروق‌های رنگ و وارنگ است. به گفته دابلی «موز ما با اطلاعات از سایر همان‌طور برخورد می‌کنیم که بیست سال پیش با غذاها برخورد می‌کردیم.» اخبار بد بسیار سریع‌تر از سایر اخبار جذب مغز می‌شود و اثری عمیق‌تر روی ناخودآگاه فرد می‌گذارد. دلیل اصلی سرعت بالای جذب اخبار بد، امکان همدان‌پنداری مخاطب با کسانی است که درگیر یک سانحه بوده‌اند. شما ذاتاً تمایل دارید خودتان را جای افراد درگیر حادثه بگذارید. رسانه از این تمایل به‌