



هله‌هوله خوری خبری ما را دچار اضافه وزن روانی و کم تحرکی در کسب آگاهی کرده است

خود را به امواج سونامی خبر نسپاریم

■ محمد مهر
رولف دوولبی در کتاب «هنر شفاف اندیشیدن» – ترجمه عادل فردوسی‌پور، بهزاد توکلی و علی شهروز – بخش «چرا نباید اخبار را دنبال کنی؟ یا توهم اخبار» را اینگونه آغاز می‌کند: زلزله در سوما ترا، سانحه هوایی در روسیه، مردی که ۳۰ سال دخترش را در زیر زمین زندانی کرد، جدایی هایدی کلم از سیل، حقوق‌های بالا در بانک‌های امریکا، حمله در پاکستان، استعفای رئیس جمهور مالی، رکورد جدید جهانی در پر تاب وزنه. آیا واقعا نیازی هست همه این چیزها را بدانی؟ ما به طرز عجاب آوری کم می‌دانیم. چسرا؟ چون دو قرن پیش. قالب مسمومی از اطلاعات را تحت عنوان اخبار خلق کردیم. اخبار برای ذهن به مثابه قند است برای بدن؛

اشتها آور، آسان هضم و در درازمدت بسیار مخرب. نویسنده تجربه‌اش در بیرون آمدن از آوار اخبار را اینگونه با مخاطب در میان می‌گذارد: سه سال قبل تجربه‌ای را شروع کردم. ممنوعیت خواندن و شنیدن اخبار. حق اشتراک تمام روزنامه‌ها و مجلاتم را لغو کردم. از شر تلویزیون و رادیو خلاص شدم. نوم‌افزار اخبار را از روی آیفونم حذف کردم. دست به هیچ روزنامه‌ای نمی‌زدم و وقتی در هواپیما کسی بهم پیشنهاد خواندن مطلبی را می‌داد عمداً به سمت او نشمنند، ترصمیمات بهتر و زمان بسیار بیشتری. و بهترین نکته؟ هیچ چیز مهمی را از دست نادم. شبکه اجتماعی من، فیس‌بوک نبود که شبکه‌ای در جهان واقعی و متشکل از خویشاوندان و آشنایان است و به‌عنوان فیلتر خبری برایم کار می‌کند و مرا در چرخه نگر می‌دارد.

- چند خبر و کلیپ در روز می‌بینید و می‌خوانید؟

فکر می‌کنید از صبح که خواب و بیدار و چشم بسته، دستمان را مثل پرنده‌ای دست‌آموز می‌فرستیم سراغ گوشی هم‌راهمان تا شب که بالاخره خستگی مفرط بدن مجابمان می‌کند گوشه‌ی را کنار بگذاریم، شاید هم این گوشی است که ما عمر ما را در مفرط متوسط خنجر خبر در روز می‌خوانیم و مهم‌تر از آن، ماحصل این خبرها چیست. چند صد و چند صد کلیپ، یا حتی به شکل دیوانه‌تر: چند هزار خبر و چند صد کلیپ، تعبیر قند برای خبر، واقع‌بینانه و جالبی است. در واقع ما مثل کسی هستیم که مدام می‌خواهد بانوشابه انرژی‌زا روزگارش را بگذراند؛ یعنی سطح انرژی‌اش را بالا می‌آورد، اما عملاً تغذیه‌ی باارزش اتفاق نمی‌افتد. یک بدن تا کی می‌تواند با نوسل به نوشابه انرژی‌زا روی پا ایستد؟

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما جذابیت دارد، ولی به محض اینکه از آن پشت‌صحنه آگاه می‌شویم خبر به سرعت کهنه می‌شود؛ یعنی همان خبر دیگر نمی‌تواند فردا ما را ذوق‌زده کند، مگر اینکه باز ابعاد تازه‌ای از آن پشت‌صحنه بر ما فاش شود، بنابراین ما به طور اعتیادآوری نیاز به خبرهای جذاب از بیرون داریم. با این توضیح که عمر جذابیت و تازگی این خبرها بسیار کوتاه‌است. البته طیف خبرهایی که ما را جذب می‌کنند، می‌تواند بسیار متنوع باشد؛ یعنی ما بدون آن که آگاه باشیم حتی به طرز ویران‌کننده‌ای به اخباری متمایل می‌شویم که ما را نگران می‌کند، البته رسانه‌ها هم با آگاهی از نیاز ما به نگران شدن، جریان تولید خبر را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که در جهت این خواست ما باشد. وقتی مثلا یک هواپیمای مسافربری سقوط می‌کند، احتمالاً دیده‌اید که رسانه‌ها از

کوچک‌ترین خبر مربوط به نقص فنی در پروازهای دیگر هم نمی‌گذرند و انگار دوست دارند التهاب خبری را همچنان زنده نگه دارند. وقتی چند قتل پشت‌سرهم و مشکوک روی می‌دهد، رسانه‌ها بسیار تمایل دارند که از عنوان «زنجیره‌های» استفاده کنند و در ادامه این پرسش را طرح کنند که آیا باید منتظر قتل‌های دیگر هم باشیم؟ طرح این سؤال از تمایل رسانه‌ها برای ادامه این قتل‌ها خبر می‌دهد و هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در راستای همان تولید نگرانی است که مخاطبان به دنبالش هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در ارتباط با قتل‌های پیشین هم نباشند با گمانه‌زنی به قتل‌های زنجیره‌ای وصل می‌شوند تا ابعاد هیولایی‌تری به این قتل‌ها داده شود یا اینکه رسانه‌ها تلاش می‌کنند از عناوین مخوف و تارک‌مثل خفاش، شیطان و فانی‌ان برای قاتل استفاده کنند تا مخاطب مجاب شود با یک سیاه‌چاله بزرگ روبه‌رو است.

■ **پاسخی که رسانه‌ها به نیاز ما به نگران شدن می‌دهند**

در واقع اینطور بگوییم وقتی ما از درون دچار نگرانی هستیم، می‌خواهیم شواهد این نگرانی را هم در بیرون ببینیم یا حتی خلق کنیم، بنابراین در فضای امروز، رسانه‌ها به این تحریف‌شناختی ما کمک می‌کنند، یعنی چون خواست ما نگران شدن است آنها با تولید اخبار نگران‌کننده عملاً به خواست ما پاسخ می‌دهند و دامن می‌زنند، مثل اینکه کسانی می‌خواهند وحشت‌زده شوند، بنابراین در دنیا کمپانی‌های فیلم‌سازی، کارگردان‌ها و بازیگرانی هستند که با تولید فیلم‌هایی در ژانر وحشت، این تقاضا را پوشش می‌دهند. وقتی شما صفحه حوادث یک روزنامه را می‌خوانید و در آن با اخباری از قتل، تجاوز و اختلاس روبه‌رو می‌شوید، خواه‌ناخواه نگران می‌شوید. چرا؟ چون ذهن انسان مجزبه به سلاح خطرناکی به نام تعمیم است، بنابراین دچار تحریف بزرگ‌گنمایی می‌شود و آن ذهن تارک‌باف، یک خیابان را که در آن قتل روی داده به همه خیابان‌ها تعمیم می‌دهد یا یک

■ **هله‌هوله خوری خبری را کنار بگذاریم**

اینکه ما نسخه «گوشی‌انت را بکوب زمین و خلاص!» ببچیم ممکن است هیجان‌انگیز و آوانگارد به نظر برسد، اما شاید نسخه معقول‌تری هم بشود تجویز کرد. اینکه ما بتوانیم به همه شبکه‌های اجتماعی نه بگوییم، گوشی‌مان را از بالای یک پل به رودخانه بیندازیم یا به آتش بکشیم احتمالاً افراطی خواهد بود، اما می‌توان راه متعادل‌تری هم در پیش گرفت: به جای هله‌هوله خوری خبری به خبرخوانی به اندازه و مفید روی آورد. فرض کنید یکی گرسنه است، اما به



شعبه بانک را که در آن اختلاس روی داده به همه شعب بانکی تعمیم می‌دهد یا یک کارگر افغانی را که مرتکب جنایت شده به همه کارگران افغانی ربط می‌دهد.

■ **این همه اعتبار منفی از کجا می‌آید؟**

اما مسئله از کجا شروع می‌شود؟ از یک خطای بنیادین در دنیای خبر. در واقع سنگ بنای خبر، کج برداشته شده‌است. ما به چه چیزی خبر یا حادثه می‌گوییم؟ آیا فقط قند، دزدی و تجاوز حادثه است؟ فقط قتلاری که به ایستگاه نمی‌رسد خبر است؟ و رسانه‌ها پاسخ می‌دهند حادثه وقتی اتفاق می‌افتد که قطار به ایستگاه نرسد. در واقع اغلب ما زمانی می‌توانیم یک مرد یا زن را تبدیل به سوزه خبری کنیم که یا خود مرتکب رفتار هولناکی شده یا اینکه راوی چالش‌های زندگی در ساحت‌های مختلف آن باشد. قبول دارم گاهی ما با خبرهای خوب و امیدوارکننده هم روبه‌رو هستیم، اما وزن این خبرها در برابر موج خبرهای نگران‌کننده چقدر است؟ البته شاید کسی بگوید اساساً زندگی بشر امروز همین است، اما می‌توان این سؤال را هم مطرح کرد که آیا این کیفیت از

سبک زندگی

سبک زندگی ۸۸۹۸۴۷۱



فکر می‌کنید از صبح که خواب و بیدار و چشم بسته، دستمان را مثل پرنده‌ای دست‌آموز می‌فرستیم سراغ گوشی هم‌راهمان تا شب که بالاخره خستگی مفرط بدن مجابمان می‌کند گوشه‌ی را کنار بگذاریم، شاید هم این گوشی است که ما را کنار می‌گذارد، به طور متوسط چند خبر در روز می‌خوانیم و مهم‌تر از آن ماحصل این خبرها چیست. چند صد خبر، چند ده کلیپ، یا حتی به شکل دیوانه‌تر: چند هزار خبر و چند صد کلیپ، تعبیر قند برای خبر، واقع‌بینانه و جالبی است. در واقع ما مثل کسی هستیم که مدام می‌خواهد بانوشابه انرژی‌زا روزگارش را بگذراند؛ یعنی سطح انرژی‌اش را بالا می‌آورد، اما عملاً تغذیه‌ی باارزش اتفاق نمی‌افتد

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**
چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما جذابیت دارد، ولی به محض اینکه از آن پشت‌صحنه آگاه می‌شویم خبر به سرعت کهنه می‌شود؛ یعنی همان خبرهای جذاب از بیرون داریم. با این توضیح که عمر جذابیت و تازگی این خبرها بسیار کوتاه‌است. البته طیف خبرهایی که ما را جذب می‌کنند، می‌تواند بسیار متنوع باشد؛ یعنی ما بدون آن که آگاه باشیم حتی به طرز ویران‌کننده‌ای به اخباری متمایل می‌شویم که ما را نگران می‌کند، البته رسانه‌ها هم با آگاهی از نیاز ما به نگران شدن، جریان تولید خبر را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که در جهت این خواست ما باشد. وقتی مثلا یک هواپیمای مسافربری سقوط می‌کند، احتمالاً دیده‌اید که رسانه‌ها از

جای اینکه وعده باارزش و باکیفیت بخورد مدام در طول روز خودش را با هله‌هوله سیر می‌کند. غذاهایی که حاوی انرژی هستند، اما از ارزش غذایی لازم برخوردار نیستند و نیاز واقعی بدن را تأمین نمی‌کنند، بنابراین اگر کسی می‌خواهد به ذهن و روان خود آسیب نزند، لازم است در رژیم مصرف خبر دست به تجدیدنظر بزند و قوانین و قواعدی را در این باره وضع کند؛ گر نه آن سیل پشت در او را با خود خواهد برد.

■ **ما به چه چیزی خبر می‌گوییم؟ حکما به چه چیزی خبر می‌گویند؟**

در واقع یک نکته کلیدی، بسیار مهم و تعیین‌کننده این است که شما به چه چیزی خبر می‌گویید؟ نگاه شما به خبر می‌تواند در امان ماندن از عوارض اعتیادآور به فناوری‌های مدرن پیشگیری کند. مثلا ممکن است کسی اساساً خبرهای مربوط به کتاب کودک را خیر نداند یا دیگری ممکن است چنین رفتاری با خبرهای حوزه سلامت داشته باشد، بر عکس ممکن است کسی خبرهای حوزه سلامت را دنبال کند و اخبارهای حوزه سیاست را دنبال نکند. البته اگر فراخ‌تر به داستان نگاه کنیم احتمالاً ادعای خواهیم کرد که خبر معنایی بسیار گسترده‌تر می‌تواند باشد به این معنا که وقتی ما مثلا به یک انش هنری می‌پردازیم، یک زمان یا داستان کوتاه را می‌خوانیم یا یک کتاب عمیق فلسفی یا غزلی را مرور می‌کنیم در واقع دنبال کسب خبر هستیم. این تعریف نمی‌تواند بیراه باشد، بزرگان ما با این نوع نگاه، به خبر به مثابه آگاهی نگاه می‌کردند، مثلا حافظ می‌گوید: «ای بی‌خبر بگوش که صاحب خبر شوی» معلوم است که منظور حافظ این نبوده که مثلا تلویزیون را روشن کن و بین بازی برق شیراز و استقلال چند چند شد، یا مثلا برویم پشت کاخ شاه شجاع گوش بایستیم، منظورش هم از صاحب خبر، صاحب امتیاز یک روزنامه یا سایت خبری نبوده، روشن است اینجا بی‌خبر کسی است که جان‌آگاهی ندارد و صاحب خبر به استناد مصرع دوم همین شعر – تا راهرو نباشی کی راهبر شوی – جان‌آگاه است.

■ **هله‌هوله خوری خبری را کنار بگذاریم**
اینکه ما نسخه «گوشی‌انت را بکوب زمین و خلاص!» ببچیم ممکن است هیجان‌انگیز و آوانگارد به نظر برسد، اما شاید نسخه معقول‌تری هم بشود تجویز کرد. اینکه ما بتوانیم به همه شبکه‌های اجتماعی نه بگوییم، گوشی‌مان را از بالای یک پل به رودخانه بیندازیم یا به آتش بکشیم احتمالاً افراطی خواهد بود، اما می‌توان راه متعادل‌تری هم در پیش گرفت: به جای هله‌هوله خوری خبری به خبرخوانی به اندازه و مفید روی آورد. فرض کنید یکی گرسنه است، اما به

■ **اعتیاد به خبرهای بیرونی از بی‌خبری درون می‌آید**
اغراق آمیز نیست اگر بگوییم علت اعتیاد ما به خبرهای بیرونی به بی‌خبری از احوالات خودمان برمی‌گردد. درست مثل وقتی که ما می‌خواهیم به چالش‌های درون خود پشت کنیم، بنابراین مدام در خیجالی‌ها باز و بسته می‌کنیم و هله‌هوله‌ها را در شکم‌مان می‌ریزیم. باز کردن مداوم صفحات شبکه‌های اجتماعی و بگردی‌های افسار گسیخته هم دقیقاً شبیه باز و بسته کردن در خیجالی است. من چون نمی‌خواهم با آنچه در درونم می‌گذرد روبه‌رو شوم مدام در چیزهایی را در بیرون از خود باز می‌کنم. فرق نمی‌کند در خیجالی یا اینستاگرام یا تلگرام، مدام کلیپ‌هایی از این و آن می‌بینم، در صورتی که اگر آخر همان ماه از من بپرسند کدام یک از آن خبرها یا کلیپ‌ها را به یاد داری یا مصرف آن خبرها و کلیپ‌ها در نهایت چه دستاوردی داشته واقعا پاسخی ندارم. چرا؟ به خاطر اینکه نیاز واقعی من نبوده است مثل وقتی که من واقعا گرسنه نیستم و صرفا براساس ملال درون غذا می‌خورم، بنابراین آن غذا چون نیاز من نبوده چینی در بدن من نخواهد داشت و صرفا بدن مرا دچار زحمت، تورم، تلاش مضاعف، فرسودگی و اضافه‌وزن خواهد کرد، درست مثل وقتی که ما از تورم و تراکم اخبار بیرونی رنج می‌بریم.

سبک ارتباط



در هیاهوی خبرها از هم بی‌خبریم

زنده به گور شدن در گوشی!

به یکی می‌گویی قبر، حرفت را ناتمام می‌گذاری و می‌گویی بله قبر جای خوشایندی نیست. چرا نیست؟ به خاطر بی‌خبری‌اش، به خاطر سوت و کوری‌اش، آدم از خودش می‌پرسد این هم که نشد کار و زندگی، آدم یک گوشه‌ای دراز بکشد و از هیچ جایی هم خبر نداشته باشد.

به یکی دیگری می‌گویی قبر، او هم حرفت را ناتمام می‌گذارد و می‌گوید بله خوشایند نیست. آدم زیر آوار خبر دفن می‌شود. خبر، خبر، خبر، چه خبر است؟ این همه خبر، آدم وقتی نتواند درست و حسابی چیزی را هضم کند؛ یعنی نتوانسته است بر آن مسلط شود. وقتی هم نتوانی چیزی یا پدیده‌ای را هضم کنی یعنی به احتمال زیاد او بالا خواهد آمد و تو را احاطه خواهد کرد و این یعنی آوار.

این اتفاق برای ما در عصری که زندگی می‌کنیم افتاده است، ما از سوت و کوری می‌ترسیم، بنابراین مدام خبر تولید می‌کنیم یا خودمان را در متن خبرها قرار می‌دهیم که احساس نکنیم در قبر خوابیده‌ایم، اما بعد از مدتی دقیقا این حس را داریم که انگار زنده به گور شده‌ایم. با چه؟ یا همان سر و صدایی که قرار بوده به ما حس زندگی بدهد؛ یعنی آن سر و صدا آنقدر بالا آمده که ما را احاطه کرده است.

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

نگاهی به دور و بر خودمان بیندازیم، انقدر پر از سر و صدا هستیم که حتی حال یک سلام را هم نداریم. هر کسی در قیر خودش خوابیده، ایستاده یا نشسته و کسی با کسی کاری ندارد. این خاصیت همه گورستان‌های دنیاست. هیچ قبری دستش را دور گردن بغل نمی‌اندازد، هیچ قبری با قیر بغل دستهای احوالپرسی نمی‌کند. مثلا همسایه می‌خواهد از خانه‌اش بیرون بزند و صدای گام‌ها در راه‌پله یا آمدن آسانسور را می‌شنود، منتظر می‌ماند تا همسایه از مجتمع بیرون بیاید و بعد در را باز کند. چرا؟ به این حال، یک حال گورستانی می‌گویند، انقدر در سرم سر و صدا و خبرهای جور واجور است که حال یک خبرگیری تازه نیست، اما این تمایل به بی‌خبری از کجا می‌آید؟ از ماندن زیر آوار خبر و یک احتمال همیشگی که در ذهن‌ها می‌چرخد. مگر قرار است چه بگوییم و چه بشنویم؟ همان حرف‌های تکراری همیشگی:

– سلام

– چطورید؟ خوبید؟

– ممنون، و حشمت می‌شویم. چرا؟ چون عامل تولید با افتحال سر و صدا کنارمان نیست. انگار

همین! و از این جلوتر نمی‌رود. اسمش اخبارگیری و احوالپرسی است، اما به نام احوالپرسی، تن ندادن به احوالپرسی است. خب حالا چه کنیم؟ منتظر می‌مانیم یا همسایه در آسانسور را باز کند و برود پایین تا نکند ما یا همسایه در آسانسور روبه‌رو شویم. حرفی برای گفتن نداریم، آسانسور هم لاید یک خبر دیگر است. مَرده با مُرده که حرف نمی‌زند.

دیده‌اید وقتی آدم در موقعیتی قرار می‌گیرد که مهمه می‌شود دیگر هیچ صدایی نمی‌شنود؟ فرض کنید شما در محاصره آدم‌هایی افتاده‌اید (مایقی تو استخوان و ریشه‌ای» تفسیر کرد. مولانا می‌گوید: علت اینکه جان ما بیشتر و از زشمندتر از جان حیوان است، به خاطر این است که ما از یک حیوان باخبرتر هستیم، اما منظور مولانا از خبری آن سطح نازل از خبرهایی که عموداً در رسانه‌های بیبینم و می‌شنویم نیست، چون او در جای دیگری تمایز حیوان به انسان را در اندیشه می‌داند و آشکارا می‌گوید اگر اندیشه را از انسان بگیرند استخوان و رگ و ریشه‌ای بیش نخواهد بود. پس منظور مولانا هم از خبر، همان آگاهی و معرفت است و روشن است این آگاهی در درجه اول آگاهی به خود است، آگاهی به «من کیستم؟» نه اینکه بدانم بیرون از من چه اتفاقی می‌افتد.

■ **اعتیاد به خبرهای بیرونی از بی‌خبری درون می‌آید**
اغراق آمیز نیست اگر بگوییم علت اعتیاد ما به خبرهای بیرونی به بی‌خبری از احوالات خودمان برمی‌گردد. درست مثل وقتی که ما می‌خواهیم به چالش‌های درون خود پشت کنیم، بنابراین مدام در خیجالی‌ها باز و بسته می‌کنیم و هله‌هوله‌ها را در شکم‌مان می‌ریزیم. باز کردن مداوم صفحات شبکه‌های اجتماعی و بگردی‌های افسار گسیخته هم دقیقاً شبیه باز و بسته کردن در خیجالی است. من چون نمی‌خواهم با آنچه در درونم می‌گذرد روبه‌رو شوم مدام در چیزهایی را در بیرون از خود باز می‌کنم. فرق نمی‌کند در خیجالی یا اینستاگرام یا تلگرام، مدام کلیپ‌هایی از این و آن می‌بینم، در صورتی که اگر آخر همان ماه از من بپرسند کدام یک از آن خبرها یا کلیپ‌ها را به یاد داری یا مصرف آن خبرها و کلیپ‌ها در نهایت چه دستاوردی داشته واقعا پاسخی ندارم. چرا؟ به خاطر اینکه نیاز واقعی من نبوده است مثل وقتی که من واقعا گرسنه نیستم و صرفا براساس ملال درون غذا می‌خورم، بنابراین آن غذا چون نیاز من نبوده چینی در بدن من نخواهد داشت و صرفا بدن مرا دچار زحمت، تورم، تلاش مضاعف، فرسودگی و اضافه‌وزن خواهد کرد، درست مثل وقتی که ما از تورم و تراکم اخبار بیرونی رنج می‌بریم.



در واکن مترو کنار آدم‌هایی هستیم

که روی صندلی‌ها یشان جمع شده‌اند، هر کسی برای خودش مجمع‌الجزایر خبر است، اما جزایری جدا از هم. هر کسی خود را در آن مستطیل تارک و کوچک محصور کرده است، یک قبر کوچک، هر کس در قبر خودش خوابیده است

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما جذابیت دارد، ولی به محض اینکه از آن پشت‌صحنه آگاه می‌شویم خبر به سرعت کهنه می‌شود؛ یعنی همان خبرهای جذاب از بیرون داریم. با این توضیح که عمر جذابیت و تازگی این خبرها بسیار کوتاه‌است. البته طیف خبرهایی که ما را جذب می‌کنند، می‌تواند بسیار متنوع باشد؛ یعنی ما بدون آن که آگاه باشیم حتی به طرز ویران‌کننده‌ای به اخباری متمایل می‌شویم که ما را نگران می‌کند، البته رسانه‌ها هم با آگاهی از نیاز ما به نگران شدن، جریان تولید خبر را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که در جهت این خواست ما باشد. وقتی مثلا یک هواپیمای مسافربری سقوط می‌کند، احتمالاً دیده‌اید که رسانه‌ها از

کوچک‌ترین خبر مربوط به نقص فنی در پروازهای دیگر هم نمی‌گذرند و انگار دوست دارند التهاب خبری را همچنان زنده نگه دارند. وقتی چند قتل پشت‌سرهم و مشکوک روی می‌دهد، رسانه‌ها بسیار تمایل دارند که از عنوان «زنجیره‌های» استفاده کنند و در ادامه این پرسش را طرح کنند که آیا باید منتظر قتل‌های دیگر هم باشیم؟ طرح این سؤال از تمایل رسانه‌ها برای ادامه این قتل‌ها خبر می‌دهد و هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در راستای همان تولید نگرانی است که مخاطبان به دنبالش هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در ارتباط با قتل‌های پیشین هم نباشند با گمانه‌زنی به قتل‌های زنجیره‌ای وصل می‌شوند تا ابعاد هیولایی‌تری به این قتل‌ها داده شود یا اینکه رسانه‌ها تلاش می‌کنند از عناوین مخوف و تارک‌مثل خفاش، شیطان و فانی‌ان برای قاتل استفاده کنند تا مخاطب مجاب شود با یک سیاه‌چاله بزرگ روبه‌رو است.

■ **پاسخی که رسانه‌ها به نیاز ما به نگران شدن می‌دهند**

در واقع اینطور بگوییم وقتی ما از درون دچار نگرانی هستیم، می‌خواهیم شواهد این نگرانی را هم در بیرون ببینیم یا حتی خلق کنیم، بنابراین در فضای امروز، رسانه‌ها به این تحریف‌شناختی ما کمک می‌کنند، یعنی چون خواست ما نگران شدن است آنها با تولید اخبار نگران‌کننده عملاً به خواست ما پاسخ می‌دهند و دامن می‌زنند، مثل اینکه کسانی می‌خواهند وحشت‌زده شوند، بنابراین در دنیا کمپانی‌های فیلم‌سازی، کارگردان‌ها و بازیگرانی هستند که با تولید فیلم‌هایی در ژانر وحشت، این تقاضا را پوشش می‌دهند

■ **هله‌هوله خوری خبری را کنار بگذاریم**

اینکه ما نسخه «گوشی‌انت را بکوب زمین و خلاص!» ببچیم ممکن است هیجان‌انگیز و آوانگارد به نظر برسد، اما شاید نسخه معقول‌تری هم بشود تجویز کرد. اینکه ما بتوانیم به همه شبکه‌های اجتماعی نه بگوییم، گوشی‌مان را از بالای یک پل به رودخانه بیندازیم یا به آتش بکشیم احتمالاً افراطی خواهد بود، اما می‌توان راه متعادل‌تری هم در پیش گرفت: به جای هله‌هوله خوری خبری به خبرخوانی به اندازه و مفید روی آورد. فرض کنید یکی گرسنه است، اما به

■ **اعتیاد به خبرهای بیرونی از بی‌خبری درون می‌آید**

اغراق آمیز نیست اگر بگوییم علت اعتیاد ما به خبرهای بیرونی به بی‌خبری از احوالات خودمان برمی‌گردد. درست مثل وقتی که ما می‌خواهیم به چالش‌های درون خود پشت کنیم، بنابراین مدام در خیجالی‌ها باز و بسته می‌کنیم و هله‌هوله‌ها را در شکم‌مان می‌ریزیم. باز کردن مداوم صفحات شبکه‌های اجتماعی و بگردی‌های افسار گسیخته هم دقیقاً شبیه باز و بسته کردن در خیجالی است. من چون نمی‌خواهم با آنچه در درونم می‌گذرد روبه‌رو شوم مدام در چیزهایی را در بیرون از خود باز می‌کنم. فرق نمی‌کند در خیجالی یا اینستاگرام یا تلگرام، مدام کلیپ‌هایی از این و آن می‌بینم، در صورتی که اگر آخر همان ماه از من بپرسند کدام یک از آن خبرها یا کلیپ‌ها را به یاد داری یا مصرف آن خبرها و کلیپ‌ها در نهایت چه دستاوردی داشته واقعا پاسخی ندارم. چرا؟ به خاطر اینکه نیاز واقعی من نبوده است مثل وقتی که من واقعا گرسنه نیستم و صرفا براساس ملال درون غذا می‌خورم، بنابراین آن غذا چون نیاز من نبوده چینی در بدن من نخواهد داشت و صرفا بدن مرا دچار زحمت، تورم، تلاش مضاعف، فرسودگی و اضافه‌وزن خواهد کرد، درست مثل وقتی که ما از تورم و تراکم اخبار بیرونی رنج می‌بریم.

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما جذابیت دارد، ولی به محض اینکه از آن پشت‌صحنه آگاه می‌شویم خبر به سرعت کهنه می‌شود؛ یعنی همان خبرهای جذاب از بیرون داریم. با این توضیح که عمر جذابیت و تازگی این خبرها بسیار کوتاه‌است. البته طیف خبرهایی که ما را جذب می‌کنند، می‌تواند بسیار متنوع باشد؛ یعنی ما بدون آن که آگاه باشیم حتی به طرز ویران‌کننده‌ای به اخباری متمایل می‌شویم که ما را نگران می‌کند، البته رسانه‌ها هم با آگاهی از نیاز ما به نگران شدن، جریان تولید خبر را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که در جهت این خواست ما باشد. وقتی مثلا یک هواپیمای مسافربری سقوط می‌کند، احتمالاً دیده‌اید که رسانه‌ها از

کوچک‌ترین خبر مربوط به نقص فنی در پروازهای دیگر هم نمی‌گذرند و انگار دوست دارند التهاب خبری را همچنان زنده نگه دارند. وقتی چند قتل پشت‌سرهم و مشکوک روی می‌دهد، رسانه‌ها بسیار تمایل دارند که از عنوان «زنجیره‌های» استفاده کنند و در ادامه این پرسش را طرح کنند که آیا باید منتظر قتل‌های دیگر هم باشیم؟ طرح این سؤال از تمایل رسانه‌ها برای ادامه این قتل‌ها خبر می‌دهد و هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در راستای همان تولید نگرانی است که مخاطبان به دنبالش هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در ارتباط با قتل‌های پیشین هم نباشند با گمانه‌زنی به قتل‌های زنجیره‌ای وصل می‌شوند تا ابعاد هیولایی‌تری به این قتل‌ها داده شود یا اینکه رسانه‌ها تلاش می‌کنند از عناوین مخوف و تارک‌مثل خفاش، شیطان و فانی‌ان برای قاتل استفاده کنند تا مخاطب مجاب شود با یک سیاه‌چاله بزرگ روبه‌رو است.

■ **پاسخی که رسانه‌ها به نیاز ما به نگران شدن می‌دهند**

در واقع اینطور بگوییم وقتی ما از درون دچار نگرانی هستیم، می‌خواهیم شواهد این نگرانی را هم در بیرون ببینیم یا حتی خلق کنیم، بنابراین در فضای امروز، رسانه‌ها به این تحریف‌شناختی ما کمک می‌کنند، یعنی چون خواست ما نگران شدن است آنها با تولید اخبار نگران‌کننده عملاً به خواست ما پاسخ می‌دهند و دامن می‌زنند، مثل اینکه کسانی می‌خواهند وحشت‌زده شوند، بنابراین در دنیا کمپانی‌های فیلم‌سازی، کارگردان‌ها و بازیگرانی هستند که با تولید فیلم‌هایی در ژانر وحشت، این تقاضا را پوشش می‌دهند

■ **هله‌هوله خوری خبری را کنار بگذاریم**

اینکه ما نسخه «گوشی‌انت را بکوب زمین و خلاص!» ببچیم ممکن است هیجان‌انگیز و آوانگارد به نظر برسد، اما شاید نسخه معقول‌تری هم بشود تجویز کرد. اینکه ما بتوانیم به همه شبکه‌های اجتماعی نه بگوییم، گوشی‌مان را از بالای یک پل به رودخانه بیندازیم یا به آتش بکشیم احتمالاً افراطی خواهد بود، اما می‌توان راه متعادل‌تری هم در پیش گرفت: به جای هله‌هوله خوری خبری به خبرخوانی به اندازه و مفید روی آورد. فرض کنید یکی گرسنه است، اما به

■ **اعتیاد به خبرهای بیرونی از بی‌خبری درون می‌آید**

اغراق آمیز نیست اگر بگوییم علت اعتیاد ما به خبرهای بیرونی به بی‌خبری از احوالات خودمان برمی‌گردد. درست مثل وقتی که ما می‌خواهیم به چالش‌های درون خود پشت کنیم، بنابراین مدام در خیجالی‌ها باز و بسته می‌کنیم و هله‌هوله‌ها را در شکم‌مان می‌ریزیم. باز کردن مداوم صفحات شبکه‌های اجتماعی و بگردی‌های افسار گسیخته هم دقیقاً شبیه باز و بسته کردن در خیجالی است. من چون نمی‌خواهم با آنچه در درونم می‌گذرد روبه‌رو شوم مدام در چیزهایی را در بیرون از خود باز می‌کنم. فرق نمی‌کند در خیجالی یا اینستاگرام یا تلگرام، مدام کلیپ‌هایی از این و آن می‌بینم، در صورتی که اگر آخر همان ماه از من بپرسند کدام یک از آن خبرها یا کلیپ‌ها را به یاد داری یا مصرف آن خبرها و کلیپ‌ها در نهایت چه دستاوردی داشته واقعا پاسخی ندارم. چرا؟ به خاطر اینکه نیاز واقعی من نبوده است مثل وقتی که من واقعا گرسنه نیستم و صرفا براساس ملال درون غذا می‌خورم، بنابراین آن غذا چون نیاز من نبوده چینی در بدن من نخواهد داشت و صرفا بدن مرا دچار زحمت، تورم، تلاش مضاعف، فرسودگی و اضافه‌وزن خواهد کرد، درست مثل وقتی که ما از تورم و تراکم اخبار بیرونی رنج می‌بریم.

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما جذابیت دارد، ولی به محض اینکه از آن پشت‌صحنه آگاه می‌شویم خبر به سرعت کهنه می‌شود؛ یعنی همان خبرهای جذاب از بیرون داریم. با این توضیح که عمر جذابیت و تازگی این خبرها بسیار کوتاه‌است. البته طیف خبرهایی که ما را جذب می‌کنند، می‌تواند بسیار متنوع باشد؛ یعنی ما بدون آن که آگاه باشیم حتی به طرز ویران‌کننده‌ای به اخباری متمایل می‌شویم که ما را نگران می‌کند، البته رسانه‌ها هم با آگاهی از نیاز ما به نگران شدن، جریان تولید خبر را به گونه‌ای تنظیم می‌کنند که در جهت این خواست ما باشد. وقتی مثلا یک هواپیمای مسافربری سقوط می‌کند، احتمالاً دیده‌اید که رسانه‌ها از

کوچک‌ترین خبر مربوط به نقص فنی در پروازهای دیگر هم نمی‌گذرند و انگار دوست دارند التهاب خبری را همچنان زنده نگه دارند. وقتی چند قتل پشت‌سرهم و مشکوک روی می‌دهد، رسانه‌ها بسیار تمایل دارند که از عنوان «زنجیره‌های» استفاده کنند و در ادامه این پرسش را طرح کنند که آیا باید منتظر قتل‌های دیگر هم باشیم؟ طرح این سؤال از تمایل رسانه‌ها برای ادامه این قتل‌ها خبر می‌دهد و هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در راستای همان تولید نگرانی است که مخاطبان به دنبالش هستند، همچنین قتل‌های دیگری که ممکن است واقعا در ارتباط با قتل‌های پیشین هم نباشند با گمانه‌زنی به قتل‌های زنجیره‌ای وصل می‌شوند تا ابعاد هیولایی‌تری به این قتل‌ها داده شود یا اینکه رسانه‌ها تلاش می‌کنند از عناوین مخوف و تارک‌مثل خفاش، شیطان و فانی‌ان برای قاتل استفاده کنند تا مخاطب مجاب شود با یک سیاه‌چاله بزرگ روبه‌رو است.

■ **پاسخی که رسانه‌ها به نیاز ما به نگران شدن می‌دهند**

در واقع اینطور بگوییم وقتی ما از درون دچار نگرانی هستیم، می‌خواهیم شواهد این نگرانی را هم در بیرون ببینیم یا حتی خلق کنیم، بنابراین در فضای امروز، رسانه‌ها به این تحریف‌شناختی ما کمک می‌کنند، یعنی چون خواست ما نگران شدن است آنها با تولید اخبار نگران‌کننده عملاً به خواست ما پاسخ می‌دهند و دامن می‌زنند، مثل اینکه کسانی می‌خواهند وحشت‌زده شوند، بنابراین در دنیا کمپانی‌های فیلم‌سازی، کارگردان‌ها و بازیگرانی هستند که با تولید فیلم‌هایی در ژانر وحشت، این تقاضا را پوشش می‌دهند

■ **هله‌هوله خوری خبری را کنار بگذاریم**

اینکه ما نسخه «گوشی‌انت را بکوب زمین و خلاص!» ببچیم ممکن است هیجان‌انگیز و آوانگارد به نظر برسد، اما شاید نسخه معقول‌تری هم بشود تجویز کرد. اینکه ما بتوانیم به همه شبکه‌های اجتماعی نه بگوییم، گوشی‌مان را از بالای یک پل به رودخانه بیندازیم یا به آتش بکشیم احتمالاً افراطی خواهد بود، اما می‌توان راه متعادل‌تری هم در پیش گرفت: به جای هله‌هوله خوری خبری به خبرخوانی به اندازه و مفید روی آورد. فرض کنید یکی گرسنه است، اما به

■ **اعتیاد به خبرهای بیرونی از بی‌خبری درون می‌آید**

اغراق آمیز نیست اگر بگوییم علت اعتیاد ما به خبرهای بیرونی به بی‌خبری از احوالات خودمان برمی‌گردد. درست مثل وقتی که ما می‌خواهیم به چالش‌های درون خود پشت کنیم، بنابراین مدام در خیجالی‌ها باز و بسته می‌کنیم و هله‌هوله‌ها را در شکم‌مان می‌ریزیم. باز کردن مداوم صفحات شبکه‌های اجتماعی و بگردی‌های افسار گسیخته هم دقیقاً شبیه باز و بسته کردن در خیجالی است. من چون نمی‌خواهم با آنچه در درونم می‌گذرد روبه‌رو شوم مدام در چیزهایی را در بیرون از خود باز می‌کنم. فرق نمی‌کند در خیجالی یا اینستاگرام یا تلگرام، مدام کلیپ‌هایی از این و آن می‌بینم، در صورتی که اگر آخر همان ماه از من بپرسند کدام یک از آن خبرها یا کلیپ‌ها را به یاد داری یا مصرف آن خبرها و کلیپ‌ها در نهایت چه دستاوردی داشته واقعا پاسخی ندارم. چرا؟ به خاطر اینکه نیاز واقعی من نبوده است مثل وقتی که من واقعا گرسنه نیستم و صرفا براساس ملال درون غذا می‌خورم، بنابراین آن غذا چون نیاز من نبوده چینی در بدن من نخواهد داشت و صرفا بدن مرا دچار زحمت، تورم، تلاش مضاعف، فرسودگی و اضافه‌وزن خواهد کرد، درست مثل وقتی که ما از تورم و تراکم اخبار بیرونی رنج می‌بریم.

■ **چرا دیوانه‌وار دنبال خواندن خبرهای بیرون هستیم؟**

چرا ما در دام خوانش‌ها و دنبال کردن‌های دیوانه‌وار خبر می‌افتیم؟ برای اینکه خبر حاوی نوعی جذابیت و تازگی است، در واقع ما دنبال تازه‌های بیرون می‌گردیم، تازه‌هایی که البته به سرعت کهنه می‌شوند. نتیجه‌ی بازی استقلال و پرسپولیس برای ما خبر جذاب و تازه است، اما به سرعت کهنه می‌شود. دانستن پشت‌پشت زندگی هنر پیشه‌ها برای ما