

آرزو عطا یی: | بنزین، دستاویزی برای کلیک صفحات زرد



ساعت ۹ شب یک روز تعطیل سروصدای خیابان اصلی مرا به سمت پنجره می‌کشد. شلوغی غیرعادی و بیشتر از همیشه است؛ هر کس به خانه می‌آید از ترافیک عجیب و غریب شهر می‌گوید و دقایقی بعد در زیرنویس اخبار می‌بینم که یک خبر جعلی درباره افزایش قیمت بنزین منتشر شده و تمامی فضای شهر را درهم تنیده است.

واکنش همگانی به کوچک‌ترین اخبار جعلی درباره قیمت بنزین و نحوه توزیع آن با وجود بی‌تأثیر بودن پر کردن یک باک سوخت ارزان، نشان از اهمیت بنزین به عنوان کالایی کلیدی در حمل‌ونقل و اقتصاد ایران است. کلیدواژه‌ای که به جرأت شاید بتوان گفت حتی دلار را پشت سر گذاشته و تبدیل به یکی از حساس‌ترین عوامل تأثیرگذار بر اقتصاد ایران شده است.

این‌چنین است که هر خبری که در این باره منتشر می‌شود، فارغ از اهداف سیاسی پشت پرده، صحیح یا ناصحیح، شفاف یا غیرشفاف به سرعت

با تیترها، تفاسیر و حتی سوء تعبیر مختلف در سرتاسر فضای مجازی از خبرگزاری‌ها و شبکه‌های مجازی و زردترین و نامرتب‌ترین سایت‌های خبری و غیرخبری شروع به گردش می‌کند.

بنزین عاملی است که به نظر می‌رسد به دلیل حیاتی بودن آن در چرخه اقتصاد ایران و سرپا بودن بسیاری از مشاغل خرد و کلان به‌ویژه پس از اعلام افزایش قیمت ناگهانی آن در آبان ۹۸، تبدیل به دستاویزی برای کلیک خوردن سایت‌های زرد و صفحه‌های کاربران در فضای مجازی و حتی خبرگزاری‌های معتبر خبری شده است و متأسفانه به‌عنوان ابزاری برای سوءاستفاده از حساسیت صاحبان حرف و مشاغل مختلف و آحاد مردم به اخبار مربوط به قیمت و نحوه توزیع آن شده است، به نحوی که از بالاترین مقام‌های دولتی تا مدیران محلی پس از انتشار هر شایعه‌ای در این زمینه مجبور به تکذیب چندباره آن شده و تأکید مجدد بر پیشرو نبودن برنامه‌ای برای افزایش قیمت آن می‌کنند.

در این بین نباید نادیده گرفت که متأسفانه در برخی موارد افراد بدون تخصص و مسئولیت در حوزه سوخت و اقتصاد و حتی عناصر کلیدی سیاسی و رسانه‌ای جناح‌های مختلف منتقد دولت‌ها در دوره‌های مختلف، به این اخبار و التهاب‌ها دامن می‌زنند و فضایی را به‌وجود می‌آورند که از نگاه بیرونی افراد جامعه و برخلاف واقعیت موجود و با فریبکاری برخی در فضای مجازی در وارونه جلوه دادن اصل خبر و پایبند نبودن نمایندگان رسانه‌ها به منابع معتبر و رسمی و در پایان بی‌توجهی نمایندگان رسانه‌های خبری به محتوای اصلی خبر اولیه و دریافت اخبار از منابع رسمی، اخبار شفاف تبدیل به شایعه شده و اصل خبر نیز از سوی مردم، یک نمایش برنامه‌ریزی‌شده برای آماده‌سازی افکار عمومی و بالاتر از آن یک کمپین رسانه‌ای تلقی شده و تأثیر تکذیب‌های رسمی حتی بالاترین مقام‌های دولتی را کمرنگ می‌کند و همین موضوع هزینه و انرژی بیشتری از دولت و دست‌اندرکاران روابط عمومی‌ها برای بازگشت آرامش به فضای جامعه می‌گیرد.

در چنین فضایی که کوچک‌ترین و کم‌اهمیت‌ترین اخبار درباره برنامه‌های دولت برای تسهیل در روند توزیع سوخت و حتی جلوگیری از قاچاق سوخت و شفافیت عرضه و توزیع، تفسیرهای مختلف شده و از سوی رسانه‌های زردی که با رشدی قارچ‌گونه، روزانه در حال افزایش هستند، با تیتربهای عجیب خبری، کاملاً ناقص و حتی در جهت برخلاف محتوای اصلی خبر در فضای مجازی شروع به گردش می‌کند و سبب التهاب‌آفرینی در جامعه می‌شود و پس از تولید نگرانی و اضطراب، در واکنشی ناخودآگاهانه، افراد را به جایگاه سوخت می‌کشاند.

بنابراین به نظر می‌رسد حلقه مفقوده در حفظ امنیت روانی جامعه و تشخیص اخبار واقعی از شایعات، افزایش سواد رسانه‌ای در بین مردم و اطلاع‌رسانی شفاف، دقیق و به‌موقع از سوی نهادهای مرتبط با موضوع است. از طرفی لازم است دست‌اندرکاران رسانه‌ها، در این باره با دوراندیشی عمل کنند و نخبگان و کارشناسان حوزه رسانه، فرهنگسازی لازم درباره تشخیص فضای رسانه‌ای و شناخت اخبار زرد و کذب را پیش روی خود قرار دهند و در آخر، مالکان سایت‌های خبری و غیرخبری بزرگ و کوچک تخصصی و غیرتخصصی بر مدار اخلاق حرکت کنند و بدون سوءاستفاده از حساسیت مردم به موضوع سوخت، آن هم در شرایط اقتصادی کنونی کشور، از انتشار چنین اخباری خودداری کنند و آرامش روانی جامعه را فدای کلیک خوردن بیشتر صفحه‌های خود نکنند.

آرزو عطایی