

مردم به اخبار مرگ بی‌توجه شده‌اند

یک عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی و یک دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، در پژوهشی به «بازنمایی موضوع مرگ و نمادهای هیجان‌ساز آن در کانال‌های خبری مجازی» پرداخته‌اند.



یک عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی و یک دانش‌آموخته کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، در پژوهشی به «بازنمایی موضوع مرگ و نمادهای هیجان‌ساز آن در کانال‌های خبری مجازی» پرداخته‌اند.

به گزارش ایسنا، در این پژوهش که در فصلنامه‌ی علمی پژوهش‌های مشاوره منتشر شده، آمده است: تبیین یافته‌های جمعیتی، از جمله عوامل مرگ‌ومیر، سابقه‌ی طولانی دارد. این خلدون از اندیشمندان پیشتازی است که به مسئله مرگ‌ومیر و تبیین علل و عوامل مؤثر بر آن پرداخته است. مرگ و فقدان در دوره تغییرات فرهنگی که انتظار می‌رود در آن افکار و رفتارهایی جدید اتخاذ یا در برابر آن مقاومت شود، موضوعات ارزشمندی برای مطالعه هستند. بر همین اساس مطالعه بازنمایی موضوعات مرگ در اخبار شبکه‌های مجازی می‌تواند نمایانگر تغییرات فرهنگی و جلوه‌های زندگی باشد.

به نظر می‌رسد اخبار مرگبار به دلیل ایجاد هیجان برای افراد جذابیت ویژه‌ای داشته باشد. این واقعیت را می‌توان بر اساس نظریات روان‌شناسان در مورد مرگ تبیین کرد. فروید اعتقاد داشت انسان هم‌غریزه زندگی دارد و هم‌غریزه مرگ. از نظر فروید پرخاشگری جزء مهمی از غریزه مرگ است. سابق پرخاشگری افراد را به تخریب، تسخیر و کشتن وامی‌دارد. فروید به این نتیجه رسید که پرخاشگری بخشی از سرشت انسان است. از نظر وی گرایش به پرخاشگری توجیهی است برای جنگ، قتل، غیبت کردن، کنایه زدن و تحقیر. از نظر فروم نیز آگاهی انسان از مرگ از یک طرف قدرت نامحدودی به او می‌دهد، از طرف دیگر وی را دچار احساس جدایی از بقیه طبیعت می‌کند. انسان به دلیل این تمایز خود با حیوانات، در جهان احساس تنها بودن، انزوا و ناتوانی می‌کند و دچار اضطرابی بنیادین می‌شود.

یکی از مکانیسم‌های گریز از این اضطراب، ویرانگری است که هم فرد و هم ملت‌ها از آن استفاده می‌کنند. هدف این احساس از میان برداشتن دیگران است. همچنین راس به عنوان متخصص پیشتاز در کار با بیماری‌های مرگبار اظهار می‌کند با مطالعه اقوام و فرهنگ‌های کهن به این نتیجه می‌رسیم که بشر همیشه از مرگ فراری بوده است. اما با توجه به دانش بنیادین در مورد پدیده طبیعی و گریزناپذیر مرگ، واکنش بشر به آن این است که ناخودآگاه، آن را برای خود غیرممکن می‌بیند. بنابراین اگر قرار باشد که زندگی روزی به پایان برسد، از طریق قتل یا مداخله بدخواهانه دیگران است و مرگ هم همیشه مال دیگران است.

یالوم نیز که با دیدگاهی وجودی با بیماران سرطانی در مراحل پایانی بیماری کار می‌کرد، بر این باور است که اگرچه واقعیت مرگ ممکن است بشر را نابود کند، تفکر درباره آن می‌تواند او را نجات دهد. تفکر به مرگ به افراد این درک را می‌دهد که چون فرصت زیستن در این دنیا یک بار دست می‌دهد، لازم است کامل زندگی کرد و با کمترین حسرت از این فرصت بهره برد. به نظر می‌رسد گرایش به اخبار مرگبار، چنانچه افراد با بی‌معنایی زندگی محدود روبه‌رو شده باشند، گرایشی وجودی برای مواجهه تمام‌عیار با زندگی است و چنانچه افراد از آگاهی به بی‌معنایی زندگی بگریزند، نقشی اجتنابی از نوع مورد نظر راس دارد که افراد با مشاهده مرگ دیگران، می‌فهمند آنان زنده هستند. بنابراین مواجهه با مرگ می‌تواند اثری دوبه‌لو داشته باشد.

مرگ تهدیدی برای زندگی است که بشر را با احساس ناامنی مواجه می‌کند. احساس امنیت یکی از نیازهای بنیادین بشر است. در حالی که زندگی روزمره در برنامه‌های تلویزیونی، متن‌آهنگ‌ها، اخبار، یا حتی یک قدم زدن معمولی، سرشار از صحنه‌هایی است که یادآوری می‌کند زندگی بدون شک پایان خواهد یافت. در واقع رسانه‌های خبری از مهم‌ترین منابع آگاهی دادن به مردم در زمینه جنایت و خشونت هستند و تیتراهای خبری هر روز هشدارهایی در مورد رویدادهای غم‌انگیز می‌دهند. به نظر می‌رسد زمانی که مرگی رخ می‌دهد، زمینه لازم برای یک داستان، فراهم شده است و صنعت خبری از سرشماری‌های مربوط به این داستان‌ها استقبال می‌کند.

مرگ، در چهار دهه گذشته یکی از خبرسازترین موضوعات بوده است. مطالبی در مورد قتل و تصادفات که در گذشته صفحات حوادث را به خود اختصاص می‌داد، اکنون غالباً کل صفحه اول روزنامه‌ها را اشغال کرده است. اخبار مرگ جدای از حوادث و رویدادهای ناشی از بلایا و تصادفات روزمره، که منجر به تهدید به مرگ یا مرگ قریب الوقوع می‌شود، شامل

حوزه وسیعی از موضوعات است. نمونه ای از این موارد شامل پوشش رسانه ای اخبار مربوط به مشکلات زیست محیطی و مرگ حیوانات، بیماری های مرگبار، مرگ سیاستمداران یا فعالان سیاسی، مرگ هنرمندان یا ورزشکاران می شود. بنابراین بشر در محاصره داستان های رنج دیگران قرار گرفته است و مرگ، خواه در اثر یک تصادف رانندگی، قتل یا حتی حمله یک کوسه باشد، به یک منبع آماده برای اخبار تبدیل شده است و دسترسی خبرنگاران به این اخبار بسیار آسان و مستلزم حداقل هزینه است.

ارزشمندی اخبار به میزان جذابیت آن بستگی دارد و یکی از جذابترین حوزه های خبری، حوزه حوادث و به ویژه موضوع مرگ است. ایجاد جذابیت برای مخاطب منجر به نبردی میان گزارش اخبار جالب توجه و حفاظت از شهروندان در برابر آسیب های روان شناختی در نتیجه این اخبار هیجان برانگیز می شود و ممکن است به بی اعتنایی به اصول اخلاقی و حتی قوانین بیانجامد. برای مثال پژوهش ها نشان می دهد یکی از شیوه های خبرنگاران برای ایجاد هیجان، برچسب قضاوت خطا زدن به دعوی دادگاه های مربوط به قتل، آنهم بدون سند است. این ایجاد هیجان به قیمت خروج از رویه عینیت داشتن منجر می شود. چرا که آنان برای اثبات ادعای خود به فلانی گفت و شنیده شده است، متوسل می شوند تا به این ادعا مشروعیت ببخشند.

یافته های پژوهشی نشانگر آن است که رقابت بر سر تظاهر به این نحوه عینیت بخشی به اخبار، موجب می شود عموم مردم نتوانند واقعیت را از غیر واقعیت تشخیص دهند. این اقدامات به شدت به امنیت و اعتماد مردم که یک سرمایه روان شناختی و اجتماعی است لطمه می زند و این در حالی است که مسئولیت مهم رسانه ها این است که حقوق اساسی شهروندان را مورد توجه قرار دهند. حفظ تعادل بین گزارش واقعیت عینی و در نظر گرفتن حقوق شهروندی از یک طرف و تعادل بین جذابیت خبر و رعایت رفاه روان شناختی و مراقبت در برابر ایجاد ناامنی، رعب و وحشت در اخبار مربوط مرگ و قتل کار ساده ای نیست و معضلاتی به وجود می آورد.

رسالت بی طرفی و عینی نگری و در عین حال اجتناب از آسیب، اقتضا می کند خبرنگاران تصمیم بگیرند که کدام جنبه واقعیت را پنهان و کدامیک را آشکار سازند تا در عین جلب توجه خوانندگان خبر، از حقوق اساسی آنان به عنوان شهروند تخطی نکنند. با توجه به رویارویی مداوم مردم با اخبار مرگ و وجود خلا تحقیقاتی، به نظر می رسد پژوهش در این زمینه برای ترسیم الگوی اخلاقی و حافظ تعادل میان مرگ آگاهی از یک طرف و احساس ناامنی یا بی تفاوت شدن نسبت به مرگ از طرف دیگر ضروری باشد. به همین دلیل در مقاله حاضر از طرفی مضامین بازنمایی شده اخبار مرگ در شبکه های خبری مجازی و از طرف دیگر نمادهای به کار رفته در گزارش خبری به منظور برانگیختن هیجانات و جلب توجه مخاطب بررسی شده است.

تحلیل مضامین اخبار مرگ در کانال های خبری مجازی نشان داد بازنمایی اخبار مرگ در 10 مضمون اصلی عوارض جسمانی و بیماری (عدم دریافت عضو، فشار خون، سکته قلبی، سرطان، استرس و کم خوابی)، حوادث غیرعمد (حوادث رانندگی، حوادث شغلی، ریزش و انفجار معدن، سقوط، عدم رعایت نکات ایمنی، ازدحام جمعیت، بلایای طبیعی)، مرگ مغزی (در اثر حوادث و بیماری)، سوء مصرف الکل و مواد (ایست قلبی در اثر مصرف مواد، مسمومیت از الکل)، خودکشی (خودکشی نافرجام، خودکشی منجر به فوت، عملیات انتحاری)، کشتار جمعی (کشتار مردم معترض، نسل کشی)، قتل (قتل غیر عمد، قتل عمد، قتل مشکوک، قتل خانوادگی)، قصاص، سهل انگاری منجر به مرگ (سهل انگاری در مراجعه به متخصص، سهل انگاری والدین) و مرگ و کشتار حیوانات صورت گرفته است.

همچنین بازنمایی شیوه های جلب توجه و افزایش هیجان در پنج مضمون صحنه پردازی دراماتیک و برجسته سازی، نمادهای محرک تصور و خیال، نمادهای کمی مبالغه آمیز، به کاربردن نمادهای اهمیت (شهرت و قدرت) و اشاره به تابوها طبقه بندی شد. مقایسه پژوهش ها و اخبار در مورد مرگ نشان داد میان بازنمایی عوامل مرگ و میر در پژوهش ها و اخبار، در بررسی و ارائه شیوه های پیشگیری در پژوهش هاست. در حالی که در اخبار مرگ و میر، آگاهی بخشی و ارائه راهکارهای مفید پیشگیرانه تقریباً در حد صفر بوده است. این مسأله موجب نشخوار مداوم رویدادهای منفی می شود که هیجانات اندوه، ترس و خشم را افزایش و موجب احساس ناامنی مردم می شود.

یکی از مهم ترین مسئولیت های روزنامه نگاران، به تصویر کشیدن واقعیت صحیح و بدون جانبداری، تجزیه و تحلیل و رمزگشایی رویدادهای رخ داده در جامعه است که انجام این مأموریت چندان آسان نیست. اقدامات خبرنگاران همیشه عواقبی در بردارد. متخصصان اظهار می کنند که رسانه های اصلی در گزارش هرگونه وضعیت تعارض آمیز، نقش بسیار با اهمیتی دارند. آنها تأکید می کنند که خبرنگاران در شرایط تعارض آمیز باید حوادث را به طور مستقل و بی طرفانه به همان صورتی که می ببینند، گزارش کنند. مرگ و آگاهی از آن یکی از این شرایط تعارض آمیز است. برخی پژوهش ها نشان می دهد آگاهی از مرگ اگرچه می تواند نتایج منفی ایجاد کند، باعث حرکت افراد به سمت مسیرهای مثبت تر و

کمک به زندگی خوب هم شود. رسانه های جدید موجب شده است مرگ برای افرادی که با آن مستقیما یا غیرمستقیم درگیرند و البته برای عموم مردم نیز امری شایع تلقی شود. نشر پی در پی اخبار بیماری، مرگ و فقدان در رسانه های مجازی در سطح فیزیکی و روانشناختی هاله رمزآلود پایان زندگی را از بین برده است. بر همین اساس این میزان مواجهه با اخبار می تواند مرگ آگاهی را کاهش دهد.

تاثیر دوگانه مواجهه با مرگ در دوره شیوع کرونا کاملا مشهود بود. از طرفی در آغاز بحران، اخبار مرگ ناشی از کرونا، توجه مردم را به خطر قریب الوقوع جلب کرد و از طرف دیگر برای افراد دارای تاب آوری ضعیف در برابر استرس، به اضطراب غیرقابل تحمل و فلج شدن زندگی روزمره انجامید. اما پس از تداوم شرایط و رویارویی پیوسته با اخبار مرگ، به نظر می رسد هاله رمزآلود پایان زندگی قدرت برانگیختن توجه خود را از دست داده باشد؛ به گونه ای که مردم به این اخبار بی توجه شده اند.