

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

جستارهایی در

پانسکو



هو العزيز



وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

جستارهایی در پلاسکو

توزیع محدود

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

جستارهایی در پلاسکو

توزیع محدود- ویرایش دوم

۱۰ بهمن ۹۵

با جستارهایی از:

محمد آقاسی، علیرضا آقاییوسفی، ریحانه اصلان زاده، سیدمهدی اعتمادی فرد، آرمین امیر، حسین ایمانی جاجرمی، یاسر باقری، عبدالله بیجرانلو، ناصرالدین-علی تقویان، سمیه توحیدلو، مجتبی توسل، حمیدرضا جلایی پور، ریحانه جوادی، محمدرضا جوادی یگانه، ابراهیم حاجیانی، مهدی حسین زاده فرمی، هادی خانیکی، سیدمحمد مهدی خوبی، مجتبی دلیر، حسین راغفر، جبار رحمانی، محمد مهدی رحمتی، مهدی روزخوش، سعیده زادقناد، احسان سلطانی، احسان شاه قاسمی، غلامرضا صدیق اورعی، رضا صفری شالی، عباس عبدی، حامد طالبیان، حمید طاهری، فاطمه سادات علمدار، فردین علیخواه، موسی عنبری، غلامرضا غفاری، محمدجواد غلامرضا کاشی، محمد فاضلی، نعمت الله فاضلی، مقصود فراسخواه، جولان فرهادی بابادی، ناصر فکوهی، مجید فولادیان، سید احمد فیروزآبادی، محمدامین قانع راد، علی قنبری، محمدرضا کلاهی، مسعود کوثری، رضا مختاری اصفهانی، علیرضا مشهدی زاده، محمد معماریان، مهدی منتظری مقدم، نوح منوری، سیدجواد میری، سید عبدالامیر نبوی، آرش نصر اصفهانی، عباس نعمتی، سیدضیاء هاشمی، سیده راضیه یاسینی.

با مقدمه: سیدرضا صالحی امیری

به کوشش:

محمدرضا جوادی یگانه، جبار رحمانی، سعیده زادقناد، عبدالله بیجرانلو



۱۳۹۵



عنوان و نام پدیدآور	جستارهایی در پلاسکو/ به کوشش محمدرضا جوادی یگانه، جبار رحمانی، سعیده زادقناد، عبدالله بیچرانلو. با مقدمه سیدرضا صالحی امیری.
مشخصات نشر	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	۵۲۱ص.
موضوع	بلاها -- جنبه‌های جامعه‌شناختی.
موضوع	رسانه‌ها و افکار عمومی.
موضوع	مسائل اجتماعی -- ایران -- تهران.
موضوع	مدیریت بحران -- ایران -- تهران.
موضوع	بلاها -- آینده‌نگری.
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۵ ج ۲ / HV ۵۵۳
	وضعیت فهرست‌نویسی فیبا
	رده‌بندی دیویی
	۳۴۷/۳۶۳

جستارها





پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
به کوشش: محمدرضا جوادی یگانه، جبار
رحمانی، سعیده زادقناد، عبدالله بیچرانلو.
با مقدمه: سید رضا صالحی امیری، وزیر
فرهنگ و ارشاد اسلامی
صفحه‌آرا: وحید لنجان‌زاده
روی جلد: از مجموعه «ایستاده در غبار»،
اصغر خمسه. خبرگزاری مهر.

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۹۳۰۷۶. Email: nashr@ric.ir

فهرست مطالب

پلاسکو از آغاز تا پایان ۷

مدیریت و سیاست شهری

- گزارش ملی پلاسکو / محمد فاضلی ۱۵
- پیام پلاسکو / سید ضیاء هاشمی ۲۵
- مدیریت شهری و درس های پلاسکو / حسین ایمانی جاجرمی ۳۱
- تحلیلی آسیب شناختی بر موقعیت بحران های کالبدی شهر / ناصر فکوهی ۳۵
- ماجرای «پیک نیک» و جامعه شناسی «پلاسکوها» / موسی عنبری ۴۳
- فروپاشی پلاسکو نماد فروپاشی الگوی توسعه شهری / محمد امین قانع راد ۴۹
- آتش پلاسکو روشن است! مگر... / مجتبی توسل ۵۷
- فاجعه ساختمان پلاسکو و درس هایی که نمی آموزیم / حسین راغفر ۶۵
- مسئولیت شهرداری در حادثه پلاسکو / علیرضا مشهدی زاده ۷۱
- مدیریت فرسوده / سید عبدالامیر نبوی ۷۹
- خوب، بد، زشت: درس های پلاسکو / محمد مهدی رحمتی ۸۷
- هزینه های استهلاک و بی توجهی به آن در پلاسکو / غلامرضا صدیق اورعی ۹۷
- ساختارهای خالق حادثه ساختمان پلاسکو / احسان سلطانی ۱۰۳
- آتش پلاسکو؛ احیاگر مشکلات تاریخی ایرانیان / رضا مختاری اصفهانی ۱۱۱
- چتری برای پلاسکو / یاسر باقری ۱۱۹
- قربانیان نامرئی پلاسکو / آرش نصر اصفهانی ۱۲۹
- عدم توازن امنیت حیات ایرانی / مهدی حسین زاده فرمی ۱۳۵

فرهنگ و جامعه

- ۱۴۳ پرسش پلاسکو / نعمت‌الله فاضلی
- ۱۵۵ پلاسکو و امر نمی‌دانم / سیدجواد میری
- ۱۶۱ با پلاسکو می‌توان «جامعه در آغوش خطر ایران» را اسکن کرد / جلالی پور
- ۱۶۹ ققنوس پلاسکو و تکوین مقوله «مردم» در غیاب حکمرانی کارآمد / جبار رحمانی
- ۱۷۵ ساختمان پلاسکو و احساس بی پناهی مردم / محمدجواد غلامرضا کاشی
- ۱۸۷ حادثه ساختمان پلاسکو و فرهنگ اعتماد / غلامرضا غفاری
- ۱۹۵ ظرفیت سرمایه اجتماعی و واقعه پلاسکو / سید احمد فیروزآبادی
- ۲۰۳ اعتماد؛ کلید جامعه خود-ترمیم‌گر / فردین علیخواه
- ۲۰۹ پلاسکو و نشانه‌شناسی یک ازدحام / مقصود فراستخواه
- ۲۱۵ پلاسکو، یادگیری و آگاهی ملی / ابراهیم حاجیان
- ۲۲۵ بررسی زمینه‌های بحران پلاسکو با تأکید بر منزلت اجتماعی / مهدی اعتمادی‌فرد
- ۲۳۳ ساختمان پلاسکو و اهمیت آموزش مهارت‌های زندگی / مجتبی دلیر

اخلاق اجتماعی و خلیقات ایرانی

- ۲۴۳ آیا مردم هم در فروریختن پلاسکو مقصرند؟ / محمدرضا جوادی یگانه
- ۲۵۱ حادثه پلاسکو و فرهنگ عمومی / محمدرضا کلاهی
- ۱۶۲ حادثه پلاسکو و مظلونان همیشگی: «مردم» / مهدی روزخوش
- ۲۷۱ تقدیرگرایی، گم‌گشتگی آینده، و ظهور فاجعه پلاسکو / مجید فولادیان
- ۲۷۹ همه ایرانی‌اند، بعضی‌ها ایرانی‌ترند / آرمین امیر
- ۲۸۹ پلاسکو، فقدان همدلی در زیست جمعی ایرانی / علی قنبری
- ۲۹۹ آیا آنها گوسفندند؟ / فاطمه سادات علمدار
- ۳۰۹ فرایند اندیشه نسلی؛ آنچه که انجام می‌دهیم / مهدی منتظری‌مقدم
- ۳۱۷ مناسک پلاسکو / سعیده زادقناد

رسانه‌های جمعی و اجتماعی

- ۳۲۷ پلاسکو: سیلی سخت فاجعه / مسعود کوشری
- ۳۴۱ تصویری از رسانه‌ای شدن یک حادثه / هادی خانیکی
- ۳۴۷ درباره روایت رسانه ملی از واقعه ساختمان پلاسکو / سیدمحمد مهدی خوبی
- ۳۵۵ ۱۲۴ دقیقه تعلیق / محمد معماریان
- ۳۶۵ اختلال رسانه‌ای و نقص جامعه‌پذیری / عباس عبدی

- ۳۷۱ مصیبت به منزله درنگی برای آینده / سمیه توحیدلو
- ۳۸۱ پلاسکو در ذهن مردم فروریخت / عباس نعمتی و حمید طاهری
- ۳۸۷ درس‌های فاجعه پلاسکو برای تلویزیون ایران / عبدالله بیچرانلو
- ۳۹۵ سرکشی تحمل‌ناپذیر نمادها / ناصرالدین علی تقویان
- ۴۰۵ که نه خاطر تماشا، نه هوای باغ دارد / ریحانه جوادی
- ۴۱۷ حادثه ساختمان پلاسکو و افکار عمومی / رضا صفری شالی
- ۴۲۵ اختلال جمعی / علیرضا آقاییوسفی
- ۴۳۳ سلفی‌بگیران پلاسکو / احسان شاه قاسمی
- ۴۴۱ خوش‌حالی‌ها و خوش‌بختی‌های رسانه ملی / نوح منوری
- ۴۴۷ فاجعه پلاسکو: امکان بسیج اجتماعی و نقش رسانه‌ها / حامد طالبیان
- ۴۵۵ شوک درمانی افکار عمومی و دیگر هیج / محمد آقاسی
- ۴۶۱ کنش سیاسی و عکاسی از فاجعه / ریحانه اصلانزاده

برای آینده

- ۴۷۱ از فروریزش نماد مدرنیته تا برساخت فرهنگ رشادت / سیده راضیه یاسینی
- ۴۸۱ علاج واقعه / جولان فرهادی بابادی

رسانه‌های جمعی و اجتماعی



درباره روایت رسانه ملی از واقعه ساختمان پلاسکو

سید محمد مهدی خوبی

دکترای مطالعات فرهنگی و مدرس دانشگاه علامه طباطبائی

زمانی که حادثه‌ای اتفاق می‌افتد، بی‌شک تنها بخشی از آن چیزی که کل فاجعه را در بر می‌گیرد، اتفاق افتاده است. وقوع فاجعه، زمانی تکمیل می‌شود که ابعادی به اتفاق اضافه شوند؛ ابعادی که در لحظه وقوع اتفاق فاجعه‌بار، کوچک‌ترین نقشی در واقع شدن آن نداشته‌اند، اما پس از اتفاق، فاجعه را تکمیل می‌کنند. بخشی از تکمیل شدن فاجعه، روایت فاجعه است. روایان فاجعه و یا هر اتفاقی دیگر، بی‌شک ناظران بی‌طرف و بازگوکنندگان بدون دخل و تصرف واقعه نیستند، بلکه هر روایتی، چیزی به فاجعه اضافه می‌کند یا از آن می‌کاهد. این روایات و روایان آن، بخشی از کل فاجعه‌اند. نگاه انتقادی به این روایت‌هاست که ابعاد فاجعه را برای ما مشخص‌تر می‌کند. فاجعه‌ای که فراتر از یک اتفاق ناگوار مانند آتش گرفتن و فروریختن ساختمان پلاسکو است.

در این جستار، در صدد خواهم بود که نگاهی انتقادی از روایت اتفاق پلاسکو توسط رسانه ملی ارائه دهم، روایتی که نه تنها خود بخشی از فاجعه است، بلکه فاجعه را برمی‌سازد.

ریموند ویلیامز در کتاب «تلویزیون، تکنولوژی و شکل فرهنگی»^۱ و جان فیسک در کتاب «فرهنگ تلویزیون»^۲، برای تلویزیون و انواع بازنمایی‌های صورت گرفته توسط این رسانه، کارکردی ایدئولوژیک قائل هستند. این کارکرد ایدئولوژیک به این معناست که تلویزیون و اصولاً رسانه، نه می‌تواند و نه می‌خواهد که تمام ابعاد آن چیز را که بازنمایی می‌کند، بازگو نماید. در خلال فرایند بازنمایی، تلویزیون در اصل آن چیزی که بازنمایی می‌کند، دخل و تصرف می‌نماید و در صدد بازنمایی معنای مطلوب ایدئولوژیک خود از واقعه است. اصولاً آن چیز که بازنمایی می‌شود، گول-زننده است، چرا که ادعای تمامیت دارد، اما در خلال بازنمایی واقعه، درصدد است که با حذف و اضافات از واقعه، تمامیت‌اش را از آن خود کند.

همچنین استوارت هال در مقاله «مسئله بازنمایی»^۳ بر این عقیده است که اگرچه بازنمایی‌های صورت گرفته توسط رسانه‌ها، امکان این را ندارند که کل ابعاد اتفاق و یا آن چیز که بازنمایی می‌کنند را در بر بگیرند و تنها معنایی مطلوب و اختیار شده از اتفاق بازنمایی می‌شود، اما این معنای مطلوب، به کلی ممکن است که توسط مخاطب به گونه‌ای دیگر دریافت شود. وی استدلال می‌کند که امکان سه برداشت توسط مخاطب از بازنمایی‌های صورت گرفته وجود دارد: (۱) برداشت معنای مطلوب رسانه، (۲) برساخته شدن معنایی که اگرچه کاملاً منطبق با معنای مطلوب رسانه نیست، اما مغایر آن هم نیست، و (۳) برساخته

1. Williams, R. (2003). Television, technology and cultural form. London: Routledge.

2. Fiske, J. (1987). Television Culture. London: Methuen.

3. Hall, S. (1997) «The Work of Representation» In S. Hall (Ed.), Representation: Cultural Representation and Signifying Practices (pp. 13-74). London: Sage Publications.



شدن معنایی کاملاً در تضاد با معنای مطلوب رسانه در بازنمایی واقعه. این که یک رسانه به چه میزان توفیق داشته باشد که مخاطب را با معنای مطلوب بازنمایی شده خود همراه کند، بستگی به کاربرد متفاوت استراتژی‌های بازنمایی توسط رسانه، در باور پذیرکردن بازنمایی خود از امر واقع دارد.

پوشش رسانه‌ای از اتفاق ساختمان پلاسکو توسط رسانه ملی، به این جهت سوال برانگیز است که با مشی این رسانه در پرداختن به اتفاقات فاجعه‌بار دیگر متفاوت است. این تفاوت، به‌خاطر تفاوت در اصل فجایع اتفاق افتاده نیست، بلکه تفاوت در رویکرد رسانه ملی به این اتفاق، ناظر به استفاده از استراتژی بازنمایی‌ای است که توسط این رسانه، برای از آن خود کردن فاجعه اختیار شده است. این از آن خود کردن همان‌طور که ذکر شد، حاوی رویکردی ایدیولوژیک در برجسته کردن وجوهی از واقعه و ندیده گرفتن وجوهی دیگر از آن است. به زعم نگارنده، رسانه ملی در بازنمایی واقعه پلاسکو و همراه کردن مخاطب با معنای مطلوبش از این بازنمایی، به توفیقی نسبی رسیده است، یعنی قسم دوم سه نوع برداشتی که هال از بازنمایی‌های رسانه‌ای ارائه کرده است. حال به این خواهم پرداخت که این رسانه از چه استراتژی‌ای در بازنمایی واقعه پلاسکو استفاده کرده است.

اول: تصرف فاجعه

در ساعات اولیه اتفاق پلاسکو، شاهد بروزرسانی فیلم‌ها و عکس‌های متفاوتی از این اتفاق در فضای مجازی بودیم. فیلم‌ها، توسط مردمی تهیه شده بود که در نزدیکی ساختمان حضور داشتند و به سیاق سابق، توسط دستگاه‌های تکنولوژیک خود در صدد ثبت اتفاق برآمدند، اما سوال این‌جاست که چرا اشتیاق مردم ما برای ثبت فجایع و اتفاقات توسط خودشان این‌قدر زیاد است. جواب ساده است: ارائه نگاهی



غیررسمی به آنچه اتفاق افتاده است، یعنی تلاش در جهت تثبیت کردن و به رسمیت شناخته شدن هویتی شهروندی که در رسانه‌های رسمی، عمدتاً مغفول مانده است. این تثبیت به این معنی است که اعتمادی به صداها‌ی رسمی در بازنمایی وقایع وجود ندارد، به همین علت مفهوم شهروند-خبرنگار در صدد رفع انحصار از بازگو کردن یک اتفاق و یا یک خبر است. این که برخی از مردم، بدون در نظر گرفتن شرایط و اولویت‌های امداد رسانی در صدد شکل‌دهی به روایت خود از واقعه بودند، مسئله ثانویه در مقابل اشتیاق برای ثبت اتفاقات است. این اشتیاق، دلیل عدم اعتماد به رسانه‌هایی است که صدایی رسمی از وقایع را بازگو می‌کنند. اما در فاجعه‌ی ساختمان پلاسکو، رسانه ملی توانست بعد از مدتی انحصار نشان دادن واقعه را در اختیار گیرد. مردم به علت حضورشان در صحنه‌ی واقعه، تقبیح شدند و همین مردم بدون در نظر گرفتن امکانات امدادرسانی به قربانیان حادثه پلاسکو، مقصرین تأخیر در امدادرسانی شناخته شدند. تقصیر مردم، بزرگ شد، تا تقصیر کسان دیگر پوشانده شود. برخی از فیلم‌های پخش شده در فضای مجازی، به‌وضوح نشان‌گر عدم وجود امکانات مناسب برای امدادرسانی است، اما رسانه ملی توانست مردم را از محل واقعه دور کند، رسانه‌های دیگر را به حاشیه براند و خود یک‌ه‌تاز عرصه خبررسانی از حادثه پلاسکو شود. اما سوال این است که این یک‌ه‌تازی چطور توجیه و مقبول شد.

دو: برساختن درام

زمانی که رسانه‌ی ملی، فاجعه را در اختیار گرفت، برای جلب اعتماد مردم برای قبول آنچه نشان می‌دهد از استراتژی ساختن درام استفاده کرد. استراتژی ساخت درام، یا داستانی پر از احساس از واقعه، استراتژی است که توسط بسیاری از رسانه‌ها در بازنمایی



وقایع استفاده می‌شود. این رویکرد در نشان دادن واقعه، به شدت احساس مخاطب را درگیر خود می‌کند و وی را از پرداختن به مقولات جدی در تفکر نسبت به فاجعه بازمی‌دارد. در موقعیت‌های فاجعه‌بار مثل اتفاق ساختمان پلاسکو، همراه کردن مردم با صدای رسانه و یا جلب اعتماد آنان، مستلزم همراه کردن مردم با احساساتی است که تعقل را به مرحله‌ی دوم می‌فرستد. شکی در این نیست که واقعه ساختمان پلاسکو، واقعه‌ای غم‌بار و به‌شدت متأثرکننده است، اما بازهم این غم و احساسات ناشی از این فاجعه، در مرحله ثانوی اهمیت قرار می‌گیرند. ساخت درام از فاجعه، چرخش اطلاعات را تحت تأثیر قرار می‌دهد و آن را به اولویت‌های بعدی در مواجهه با فاجعه بدل می‌سازد. تلویزیون همان‌طور که می‌تواند بهترین خبررسان و تسهیل‌کننده چرخش اطلاعات باشد، همچنین بر اساس خصلت ایدئولوژیک خود، می‌تواند بهترین درام‌ساز و مخفی‌کننده اطلاعات نیز باشد. به‌خصوص زمانی که انحصار را در اختیار دارد. در این میان و در برانگیختن احساسات مردم با میانجی ساخت درام، تلویزیون بی‌شک احتیاج به قهرمانانی دارد که پیش‌برنده داستانش باشند. آتش‌نشانان، قهرمان این داستان بودند. در فداکاری و جان‌فشانی آتش‌نشانان درگیر در واقعه پلاسکو شکی نیست، اما با نگاهی غیر احساسی به فاجعه و با در نظر گرفتن مرگ این آتش‌نشانان در اثر حادثه شغلی، به این نتیجه می‌رسیم که از دست دادن این آتش‌نشانان فداکار درصد ناچیزی از کل مخاطرات شغلی در ایران را تشکیل می‌دهد. بر اساس گزارش سایت الف، منتشر شده در اردیبهشت ۱۳۹۴، سالیانه حدود ۱۴۰۰ نفر در ایران جان خود را بر اثر مخاطرات شغلی از دست می‌دهند. همچنین بر اساس گزارش خبرگزاری مهر، به نقل از معاون وزیر کار، میزان مرگ و میر ناشی از بیماری‌های شغلی در دوران بازنشستگی،

شش برابر میزان کشته‌شدگان در اثر حوادث شغلی است^۱. لذا این که از روز وقوع حادثه، آتش‌نشانان به عنوان قهرمانان این فاجعه شناخته شدند، به دلیل آن نیست که شغل آنها مخاطره‌برانگیزتر از مشاغل دیگر است؛ بلکه دلیل، احتیاج به قهرمان است در بر ساخت درامی که پوشاننده و یا جلوگیری‌کننده از چرخش اطلاعات است. رسانه‌ی ملی با توان هر چه تمام‌تر، ساخت درام از واقعه پلاسکو را پی‌گیری کرد و در ساختن داستان احساسی، آتش‌نشانان را به قهرمانان این داستان مبدل ساخت و هیچ‌گونه اطلاعات معناداری در اختیار مخاطب قرار نداد، بلکه مخاطب و شهروندان را در مقابل قهرمانان خود قرار داد و فاجعه را به داستانی قهرمانی فروکاهید. در این میان، پخش زنده از محل ساختمان پلاسکو که همچنین نیز ادامه دارد، گول‌زننده‌ترین شگرد رسانه‌ی ملی بود. پخش زنده از ساختمان پلاسکو در هنگام آواربرداری، با سه زاویه‌ی دوربین و با فاصله از محل ساختمان، توهم در جریان بودن را برای مخاطب به همراه داشت. این توهم به این معنی است که ما در جریان آن چیز که می‌بینیم قرار داریم و به‌طور زنده از محل واقعه، اطلاعات کسب می‌کنیم، اما پر واضح است که دیدن لودرهایی که شبانه روز بالا و پایین می‌روند و فعالیت‌هایی امدادی که منطبق آن را درک نمی‌کنیم، در کنار چهره خسته و مغموم آتش‌نشانان، تسکینی بر آلام احساسی است، نه در برگیرنده اطلاعات و نگاهی جدید به واقعه که اگر این‌طور بود حداقل اطلاعات درستی از تعداد قربانیان در اختیار ما قرار می‌گرفت، نه این که مدام به ما گوشزد شود که مأمورین فداکار در حال انجام فعالیت هستند، بدون در اختیار قرار گذاشتن هیچ اطلاعات معناداری از فاجعه. گویا تلاش رسانه ملی بر این بوده است که به شهروندان القاء شود که آسوده بخوابید، قهرمانان شما بیدارند. در این میان و در ساختن نگاه مطلوب احساسی به واقعه پلاسکو،

1. <http://www.mehnews.com/news/3774132/>



از آن جهت بر این باور هستیم که رسانه‌ی ملی بر اساس مطلوب خود، عملکردی تأثیرگذار داشته است که توانسته همراهی بخشی عظیم از مردم را که ابتدا دست به تقبیح آن‌ها به خاطر اخلال در امدادرسانی زد را حاصل کند. مردم را تبدیل به مقصرین فاجعه کرد، سپس از فاجعه درام مطلوب خود را ساخت و بعد توانست با میانجی‌گری هنرمندان و برنامه‌های پر مخاطب تلویزیونی مانند نود و خندوانه، مردم را در مقابل قهرمانان درام خود قرار دهد و حسی از گناه و تقصیر را به آن‌ها بدهد و آنان را مسؤل و پاسخگوی فقدان آتش‌نشانان سازد، به نحوی که مردم برای فراموشی این تقصیر و صحنه گذاشتن بر وجوه قهرمانی درامی که توسط رسانه ملی ساخته شده بود، برای تشکر به ایستگاه‌های آتش‌نشانی رفتند و قهرمانان خود را تحسین کردند، طرفه آن‌که آتش‌نشانان بر اساس خصلت مبارزه با آتش و هیئت جذاب خود، توان قهرمان شدن را داشته‌اند، اما به طور مثال کارگران ساختمانی که بیشترین میزان مرگ و میر شغلی از آن‌هاست و یا کارگران معدن که بیشترین میزان مرگ بر اثر بیماری‌های شغلی را دارند، هیچ‌گاه امکان تبدیل شدن به قهرمان را ندارند، گویا تا زمانی که فاجعه‌ای رسانه‌ای نشود و یا مسؤلیتی در قبال فاجعه‌ای شناخته نشود که باید پوشانده شود، قهرمانی هم در کار نیست.





فصلنامه علمی، پژوهشی و آموزشی
دانشگاه شیراز