

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 فراستخواه، جولان فرهادی بابادی، ناصر فکوهی، مجید فولادیان، سید احمد فیروزآبادی، محمدامین قانع‌راد، علی قنبری، محمدرضا کلاهی، مسعود کوثری، رضا مختاری اصفهانی، علیرضا مشهدی زاده، محمد معماریان، مهدی منتظری مقدم، نوح منوری، سیدجواد میری، سیدعبدالامیر 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	مشخصات نشر	مشخصات ظاهری
جستارهایی در پلاستیک/ به کوشش محمدرضا جوادی یگانه، جبار رحمانی، سعیده زادقناد، عبدالله بیچرانلو. با مقدمه سیدرضا صالحی امیری.	تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۵.	۵۲۱ص.
موضوع	بلاها - - جنبه‌های جامعه‌شناختی.	۳۴۷/۳۶۳
موضوع	رسانه‌ها و افکار عمومی.	وضعیت فهرست‌نویسی فیبا
موضوع	مسائل اجتماعی - ایران - تهران.	رده‌بندی دیویی
موضوع	مدیریت بحران - ایران - تهران.	
موضوع	بلاها - - آینده‌نگری.	
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۵ ج ۲ / HV ۵۵۳	

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

فاجعه پلاسکو: امکان بسیج اجتماعی و نقش رسانه‌ها

حامدطالبیان

عضو هیئت علمی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

چرا فجایع، یکی پس از دیگری اتفاق می‌افتد و وجدان عمومی را به شدت آزرده می‌کند، اما عزم و اراده یا دست‌کم حس وجود عزم یا اراده‌ای در جهت کاستن از آسیب در جامعه وجود ندارد. مهم‌ترین سرمایه هر انسانی در این دنیا، جان اوست، پس چرا بسیج اجتماعی برای کاهش خطرات زلزله یا تصادفات رانندگی اتفاق نمی‌افتد در حالی که هر روز فیلم‌های وحشتناک تصادف‌های رانندگی یا فیلم ریزش ساختمان، زنده و مستقیم پخش می‌شود. به باور من حافظه‌ای جمعی برای بسیج اجتماعی وجود ندارد و رسانه‌ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی یکی از مقصران اصلی این موضوع هستند؛ چه صدا و سیما باشد، چه رسانه‌های اجتماعی.

در ادامه این مقاله، ساختمان پلاسکو و فرازوفروید تاریخی‌اش را مرور می‌کنم و می‌کوشم نشان دهم، فرو ریختن ساختمان پلاسکو جلوی چشم میلیون‌ها ایرانی، ظرفیتی جمعی و مشترک برای بسیج اجتماعی به‌منظور کاهش آسیب بود. در ادامه مقاله، مروری کوتاه بر راهبردهای اصلی رسانه‌های رسمی و غیررسمی در واکنش به این فاجعه خواهم داشت و می‌کوشم آن را در زمینه نزاع‌های اجتماعی موجود تفسیر کنم. در پایان تلاش خواهم کرد توصیف کنم که چرا اگر تنها عامل تعیین‌کننده را نزاع میان رسانه‌ها پیرامون این فاجعه در نظر بگیریم، امکانی برای بسیج اجتماعی وجود ندارد.

ساختمان پلاسکو: حافظه‌ای جمعی

بناهای نمادین مهم‌تر از پلاسکو در تهران کم نیست اما ویژگی بارز این بنا حضور آن در زندگی روزمره همه شهروندان عادی این سرزمین است؛ چه تهرانی باشید، چه یکی از شهرستانی‌هایی که برای خرید پوشاک به تهران می‌آیند. بنای میدان آزادی، نماد یک انقلاب تاریخی و یادگار اوج مدرنیزاسیون آمرانه در دوران پهلوی است. کاخ گلستان، با دودمان قاجار پیوندی ناگسستگی دارد. برج میلاد، نماد بازسازی کشور در دوران پس از جنگ یا شاید نماد آشکار عظمت دستاوردهای صنعتی و عمرانی کشور در ۲۰ سال گذشته باشد. بازار تهران، نماد سنت و تاریخ است اما ساختمان پلاسکو اگر فرو نمی‌ریخت، بدون آن که ویژگی نمادین بارزی داشته باشد، هنوز هم در حافظه مشترک چندین نسل از ایرانیان به زندگی خود ادامه می‌داد؛ هرچند پشت صحنه، نه در متون رسانه‌ای یا نشست‌های خبری و علمی.

فرازوفروید این بنا، چه پیش از انقلاب و چه پس از انقلاب با زندگی روزمره شهروندان گره خورده است. قبل از انقلاب ساختمانی جدید بود در قلب تجاری تهران، یکی از نخستین برج‌های آن زمان و شاید



یکی از اولین رستوران‌های سلف‌سرویسی ایران؛ شامل فروشگاه‌های پوشاک در طبقات پایین و فواره‌های آبی که تا طبقه سوم بالا می‌آید. ساختمانی شیک و مدرن، حتی به تعریف امروزی با کاربری پاساژ و مرکز خرید. رقیبی جدید برای بازار سنتی. محل عرضه کالاهای لوکس خارجی و نماد نوعی سبک زندگی تازه متولد شده: خرید کردن، وقت گذراندن، نمایش وفور و فراوانی، دیدن کالاهای خارجی، قرار گرفتن در معرض تبلیغات، دیدن عکس هنرپیشه‌ها، بیرون غذا خوردن، چراغانی و فواره و تفریح یا جایی برای انتخاب برند. چیزی به اسم پاساژ که نیای چیزهای جدیدتری مانند مال، مگامال، هایپرستار و عناوین مشابه محسوب می‌شود. مدلی نوظهور برای شهروندانی که باید طرح‌های مدرنیزاسیون دوره آخر پهلوی دوم را درونی می‌کردند. حامل فرهنگی جدید اما کم‌خطرتر از مکان‌های دیگری چون دیسکو، کاباره یا می‌خانه. نزدیک‌تر به خیابان لاله‌زار، شانزله‌یزه آن زمان تهران تا خیابان خیام، مرز غربی بازار امروزی رو به افول؛ اگر پروژه مگامال‌های پایتخت به ثمر بنشیند.

با این وجود، حتی شهروندان معمولی اواسط دهه ۴۰، کسانی که در پلاسکو وقت می‌گذراندند، تنها طبقه متوسط تازه‌متولد شده در دوران پهلوی دوم نبودند اما همین طبقه بود که دست بالا را در قدرت داشت چون هم حمایت حکومت را با خود داشت که سودای فرهنگی و اجتماعی گسترش طبقه متوسط - به روایتی خاص را در سر می‌پرراند - و هم نیروهای اقتصادی خصوصی، سودای قدرت‌مندتر شدن سرمایه‌داری صنعتی را با قدرت به پیش می‌راندند. تجربه روزمره سبک زندگی طبقه متوسطی رفتن به پاساژهایی چون پلاسکو بود.

پلاسکو، نماد سرمایه‌داری، که با وقوع انقلاب مصادره شد، به مالک دولتی جدید، بنیاد مستضعفان واگذار شد و کارگاه‌های تولید پوشاک را به طبقات بالایی این ساختمان اضافه کرد. پی‌گیری سیاست‌های



اقتصادی سوسیالیستی در دهه اول انقلاب، حافظه مشترک خرید کردن را از بین نبرد و به جای شیک بودن و مدرن بودن، هرچه بیشتر به منطق بازار سنتی نزدیک شد، همان گونه که چرخ دستی‌ها، راه‌شان را به پاساژ پیدا کردند. رونق پلاسکو به عنوان نماد جامعه مصرفی، حالا دیگر به پایان رسیده بود. خریداران حالا همه مردم بودند و فرودستان، علاوه بر بازار، مشروعیت ایدئولوژیک خرید کردن از پاساژ پلاسکو را هم به دست آوردند، بدون آن که نیازی به مدرن شدن و تبدیل شدن به طبقه متوسط اقتصادی و فرهنگی داشته باشند. جنگ که به پایان رسید و سیاست‌های لیبرالی به جریان افتاد، ساخت طبقه متوسط جدید هم در دستور کار قرار گرفت و پلاسکو، دیگر ظرفیتی نمادین برای طبقه متوسط نداشت اما هنوز هم خرید کردن و پاساژگردی تجربه و حافظه مشترک طبقات اجتماعی مختلفی بود که از این بنا بازدید می‌کردند.

با همه این فرازونشیب‌ها، ساختمان پلاسکو، هنوز هم قدیمی‌ترین نماد تجربه زندگی روزمره، پیرامون امر خرید بود، حتی به شیوه طبقه متوسطی. با وجود بسیاری از مخالفت‌های سیاسی و ایدئولوژیک، همین تجربه مشترک است که سرزنده، قدرت مند و پویا، همین امروز در مال‌ها و مگامال‌های شهر تهران، تقاضای اقتصادی می‌سازد، شهروندان عادی را با خرید و تفریح و غذا سرگرم می‌کند و موتور محرک قوام یافتن بیشتر سرمایه‌داری شهری، در برابر خرده‌بورژوازی سنتی مستقر در بازار است. چیزی که طبقه اجتماعی و تفاوت فرهنگی نمی‌شناسد. کافی است به چهره‌ها و پوشش زنان و مردان مگامال کورش سری بزنید، تجربه مشترک همه شهروندان معمولی و عادی که حافظه‌ای مشترک برای خرید، زنده کردن نوستالژی، وقت‌گذرانی، دیدن ماهی‌های طبقه منفی یک یا هر چیز دیگر در پلاسکو را می‌سازند و آن‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد. همین‌ها با ابزارهای رسانه‌ای مجانی در دسترس، رقیب رسانه‌های رسمی در شکل دادن به افکار عمومی



شده‌اند.

ساختمان پلاسکو: خاطره ویرانی

هم ابعاد فاجعه، بسیار شدید بود و هم پوشش رسانه‌ای، بسیار وسیع بود. نخستین فیلم‌ها از فروریختن شبه‌سینمایی ساختمان را، بر خلاف بسیاری از وقایع مشابه که مردم با موبایل‌هایشان، نخستین شاهدان فاجعه هستند، خود صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران پخش کرد، هنگامی که در حال پوشش خبری آتش‌سوزی بود. همه مردم، زنده و مستقیم ریزش ساختمان پلاسکو را با کیفیت و سرعتی فراتر از حد انتظار در تلویزیون‌ها یا بلافاصله در گوشی‌های همراه خود مشاهده کردند. آمادگی لازم برای قرار گرفتن در معرض این رویداد، از ساعت‌ها قبل فراهم شده بود، زیرا نخست آتش‌سوزی و سپس فاجعه ریزش ساختمان رخ داد. تأیید خبر ماندن تعدادی از آتش‌نشانان در زیر آوار، شوک عظیم قبلی را عظیم‌تر کرد، تا این‌که پوشش رسانه‌ای این حادثه فراتر از این سرخط، اخبار بسیاری از رسانه‌های جهانی را نیز تشکیل داد، واکنش‌های جهانی به همراه داشت، نزاع‌های سیاسی بسیاری را دامن زد و واکنش‌های گسترده مردمی ایجاد کرد. در زمان نگارش این مقاله، به مدت یک هفته، پوشش زنده تصویری از محل حادثه در شبکه خبر ادامه دارد و بر مبنای مشاهداتم، به نظر می‌رسد که شایعات، اخبار، تحلیل‌ها، واکنش‌ها، عکس‌ها و مباحثه‌ها درباره این رویداد در مجاری غیر رسمی از جمله رسانه‌های اجتماعی و گفت‌وگوهای میان مردم، همچنان ادامه دارد و به پایان نرسیده است.

در فاجعه ریزش پلاسکو، کافی است راهبردهای اصلی رسانه‌های رسمی و غیررسمی و ارتباطات میان‌فردی طبقات مختلف اجتماعی را مرور کنیم تا بتوانیم به حدسی نزدیک به واقع درباره افکار کلیت افکار عمومی بزنیم. برای مثال، علاوه بر اخبار آواربرداری و سرنوشت



آتش‌نشانان، بعضی از راهبردهای اصلی صدا و سیمای جمهوری اسلامی را در یک هفته گذشته برای همه مخاطبان می‌توان چنین خلاصه کرد: به اخبار رسانه‌های اجتماعی و شایعات توجه نکنید؛ با گفت‌وگو با مسئولان، مقصران و مسئولان احتمالی حادثه را شناسایی کنید؛ تا آن‌جا که امکان دارد، نقش بعضی از گروه‌های سیاسی از جمله شهرداری تهران را کم‌رنگ کنید. در رسانه‌های اجتماعی، برعکس، همان چیزهایی بیش‌تر در معرض دید قرار می‌گرفت که نقش گروه‌هایی را بیشتر پررنگ می‌کرد، شایعات و اخبار غیررسمی و نامعتبر به سرعت پوشش وسیعی می‌یافت و وجدان جمعی آن‌چنان احساس درد خود را بروز می‌داد که همه از جمله شهروندانی را که در محل حادثه ازدحام کرده بودند، بر خلاف معمول، سرزنش می‌کرد. جالب آن‌که سرزنش شهروندان حاضر در محل حادثه، تنها راهبردی بود که رسانه‌های رسمی و غیررسمی بر سر آن اشتراک نظر داشتند.

در گفت‌وگوهای میان مردم نیز ادامه همین اختلاف نظر را می‌توان دنبال کرد: کسانی که اخبار را در گفت‌وگوها رد و بدل می‌کردند، کسانی که از روز برای‌شان واضح‌تر بود که ساختمان منفجر شده است، کسانی که مقصران پشت پرده احتمالی را برای دیگران افشا می‌کردند، کسانی که به «جماعت سلفی‌بگیر» فحش می‌دادند و کسانی که نگرانی از زلزله یا وقوع حوادث مشابه را ابراز می‌کردند. به باور من، یک‌ماه بعد، تنها خاطره‌ای که از ریزش ساختمان پلاسکو در اذهان عمومی باقی خواهد ماند، از قضا، تنها همین ترس مبهم ریزش ساختمانی دیگر، در نقطه‌ای دیگر خواهد بود.

نزاع رسانه‌ای در روزهای گذشته، با تأکیدش بر «بازنمایی» به جای «بازتاب»، تنها به شکاف‌های اجتماعی دامن زده است. نخست،

۱. عبارتی نزدیک به این عبارت را نخستین‌بار در یکی از کافه‌های مرکز شهر تهران از زبان مردی جوان شنیدم.



واکنش گسترده طبقه متوسطی پرتعداد که به صورت تاریخی و به دلایل مختلف، اعتماد چندانی به رسانه‌های رسمی کشور ندارد، پوشش رسانه‌ای صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران را بی‌اثر کرده است. از نظر این‌ها، یک مسئول خوب تنها یک مسئول مرده است، چون مدیران میانی، همگی ناکارآمد، بی‌کفایت، ناخیرخواه و تشنه قدرت بیشتر یا دست کم حفظ جایگاه خود هستند؛ سیاست، امری شیطانی است و سیاست‌گذار به ذات خود دروغگو. اگر رسانه‌ای هم داشته باشید که نه در خیر که در گزارش و تفسیر و میزگرد، هدفش ارائه روایتی ویژه باشد که در آن نقش کم‌تری برای بعضی از ابعاد فاجعه قائل شده باشد یا تلاش کند تا صدای بعضی کمتر از دیگران شنیده شود، به جای انعکاس دادن ابعاد مختلف فاجعه، بازنمایی ویژه‌ای ارائه کرده است که به تشدید اسطوره سیاست‌گذار بی‌کفایت دروغگو دامن می‌زند. اگر تلاش کنید بازتاب‌های خبری و تحلیلی در رسانه‌های اجتماعی را نامشروع جلوه دهید، شایعات و افسانه‌های کوچک و خیابان را گسترده‌تر کرده‌اید و اگر نتوانید همه مسئولان و مقصران احتمالی را جلوی دوربین حاضر کنید، چشم‌ها دائماً برای شناسایی همین مقصران، پشت صحنه به جست‌وجو خواهند پرداخت. همین طبقه متوسط است که با ابزارهای رسانه‌ای خود در رسانه‌های اجتماعی و حمایت و هم‌دلی رسانه‌های جایگزین روایتی دیگر را نشر خواهد داد که نتیجه منطقی آن شکل نگرفتن حافظه‌ای جمعی برای اقدامی جمعی است.

زنان و مردانی بی‌شمار، عموماً از طبقات متوسط، که با تلگرام یا در ارتباطات میان‌فردی واقعی خود با یکدیگر پیام ردوبدل می‌کنند، در اینستاگرام عکس‌های آتش‌نشانان را به اشتراک می‌گذارند یا در پست‌های متنی خود در توئیتر خشم خود را قربانی‌شدن آتش‌نشانان به خاطر فساد اداری، بوروکراسی ناکارآمد، بی‌کفایتی یا هر علت دیگری



فریاد می‌زنند، ناگزیر به جای انعکاس علل حادثه با اطلاعات محدود و بر مبنای پیش‌فرض‌های کلیشه‌ای خود، بازنمایی ویژه‌ای از فاجعه برمی‌سازند که گره‌گاه، آن انکار هر آن چیزی است که از مجاری رسمی بیان شود. سیاست‌گذاران، منبع پیام‌هایی هستند که از مجاری رسمی بیان می‌شود. نتیجه منطقی انکار مجاری رسمی، به تدریج انکار خود منابع رسمی است. همین منابع رسمی هستند که باید سیاست‌گذاری کنند، بسیج اجتماعی ایجاد کنند و با حمایت افکار عمومی، تغییرات را با مقاومت کم‌تر به پیش برانند. اگر گفته‌های رهبران سیاسی را باور نکنید، اقداماتی را که لازم می‌دانند نیز، باور نخواهید کرد و بدون کاربرد زور، انگیزه‌ای برای عمل نخواهید داشت.

پلاسکو، حافظه‌ای جمعی و مشترک پیرامون امر خرید بود برای بسیاری از ایرانیان، چه نمادی از جامعه مصرفی طبقه متوسطی باشد، چه ساختمانی رو به افول اما فروریختن آن می‌تواند چیزی بیشتر از خاطره‌ای مبهم از ویرانی ناشی از ترسی فروخته باشد. امکانی است برای بسیج اجتماعی، سیاست‌گذاری و اقدام دولت و ملت در جهت کاهش آسیب اگر نزاع رسانه‌ای بر سر اهداف سیاسی کوتاه‌مدت، رقابت میان پلتفرم‌های محتوا، نزاع‌های طبقاتی یا شکاف دولت-ملت را بر آن بار نکنیم. رسانه ملی، بنا به تعریف می‌تواند بازتاب نظرات افکار عمومی همه شهروندان باشد. رسانه‌های اجتماعی نیز کارکردی بیش از ابراز خشم و مخالفت دارند و می‌توانند بازتاب اقدام جمعی مشترکی باشند که وفاق اجتماعی بر سر آن برقرار است، اما تا رسیدن به این نقطه، به نظر می‌رسد که باید همچنان چشم دوختن به فاجعه‌ای دیگر را انتظار بکشیم.





فصلنامه علمی، پژوهشی و آموزشی
فصلنامه علمی، پژوهشی و آموزشی