

## بررسی شیوه بازنمایی پدیده پلاسکو در رسانه تلگرام

محمد احمدی<sup>۱</sup>

### چکیده

**هدف پژوهش:** موضوع پژوهش حاضر، بازنمایی پدیده پلاسکو در رسانه تلگرام است و هدف از انجام آن توصیف و تحلیل شیوه بازنمایی معانی، مضامین و دلالت پیام‌هایی است که درخصوص حادثه پلاسکو در رسانه تلگرام منتشر شده است.

**روش پژوهش:** در این پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی به همراه نشانه‌شناسی استفاده شده است. جامعه آماری شامل تمامی پیام‌های متنی (نوشتاری و بصری) مربوط به حادثه پلاسکو در پنج کانال منتخب تلگرام (اصلاح طلبان نیوز، ایسنا، جامعه شناسی، بی بی سی فارسی و مملکت) می باشد. نمونه مورد نظر براساس روش نمونه گیری هدفمند شامل ۱۴۲ پیام نوشتاری و عکس از بین ۶۷۰ پیام منتخب می باشد.

**یافته‌ها:** بررسی پیام‌های موجود در کانال‌های منتخب تلگرام به سه دسته از مفاهیم فرهنگی از جمله اسطوره سازی، شایعه پراکنی، تقدیرگرایی و مفاهیم اجتماعی اعم از مشارکت اجتماعی، همدلی اجتماعی، فردگرایی، سودجویی و منفعت طلبی اشخاص - نهادها، در آخر مفاهیم روانی شامل میل به ابراز هویت، اضطراب اجتماعی اشاره دارند. همچنین یافته‌های بخش دیگر از این پژوهش بیانگر جهت‌گیری‌ها و منافع فکری و سیاسی متفاوت کانال‌ها در انتشار و تأکید بر برخی اخبار و پیام‌ها با در نظر گرفتن شرایط زمینه‌ای رفتاری-فرهنگی مخاطبان به منظور پیگیری اخبار صحیح و قابل اعتماد در هنگام وقوع حوادث و بحران‌ها می باشد.

**نتیجه‌گیری:** اطلاعات بدست آمده نشان دهنده نقش فعال و مهم رسانه‌های اجتماعی در واکنش به چالش‌ها و بحران‌های جامعه است و براین واقعیت دلالت دارد که امروزه این قبیل رسانه‌ها بصورت مکمل و در کنار رسانه رسمی و حکومتی؛ نیاز کنشگران انسانی به تفسیر و تحلیل وقایع و رخدادهای اجتماعی را برآورده می‌سازند.

**کلید واژه:** پدیده پلاسکو، رسانه تلگرام، تحلیل محتوا، نشانه‌شناسی

## مقدمه

بخش اعظم دردها، رنج‌ها و مصیبت‌های انسان امروز حاصل عملکرد خودش است. تحولات گسترده حاصل از صنعتی شدن، رشد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، جنگ و تروریسم، ناکارآمدی‌های اقتصادی، نابسامانی‌های اجتماعی، تخریب محیط زیست، چیرگی ارزش‌های مصرفی، فردگرایی خودخواهانه، رقابت جویی و مدیریت‌های ناکارآمد در مجموع سلامت و بهزیستی انسان را تهدید می‌کند و او را آسیب پذیر کرده است.

به موازات رشد این فرایند، دسترسی به رسانه‌های جمعی به ویژه ظهور فضای سایبری و فناوری‌های نوین اطلاعاتی این امکان را فراهم کرده که انسان‌ها بیش از گذشته از خطرات احتمالی یا واقعی که آن‌ها را محاصره کرده مطلع شوند و در برابر آن واکنش نشان دهند.

حادثه پلاسکو نمونه‌ای از بحران‌ها و مخاطراتی است که ما به دست خود آفریدیم. علل وقوع این رخداد و پیامدها و آثار حاصل از آن نشانه بارز نقصان در سازماندهی امر جمعی و مشکلاتی است که انسان برای خود ایجاد کرده است.

در اواخر سال ۱۳۹۵ در بحبوحه فروریختن ساختمان پلاسکو، به ابتکار پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات کتابی با عنوان "جستارهایی در پلاسکو" چاپ و منتشر شد و تلاش شد تا در همان زمانی که احساسات جمعی و افکار عمومی غلیان دارد ابعاد مختلف آن حادثه مورد نقد و بررسی قرار گیرد.

در آن زمان، فضای مجازی به عرصه‌ای پر جنب و جوش برای اطلاع‌رسانی، تحلیل و ارزیابی عملکرد مسئولان و ابراز همدردی و همدلی با خانواده‌های بازماندگان تبدیل شد. حجم عظیم واکنش‌هایی که در فضای مجازی به اشتراک گذاشته شد، نشان می‌داد که واقعه پلاسکو همچون یک ترومای ملی افکار عمومی مردم را به خود مشغول ساخته بود. از طریق شبکه‌های اجتماعی فعال در فضای مجازی مجموعه‌ای از اندیشه‌ها و افکار رد و بدل می‌شد و پاره‌ای از کنش‌ها و تعاملات هم شکل می‌گرفت.

تحلیل پیام‌هایی که در این فضا منعکس شده این قابلیت را دارد که نشان دهد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در هنگام وقوع شرایط بحرانی چگونه عمل می‌کنند، مردم چگونه با آن‌ها ارتباط برقرار می‌کنند و این قبیل رسانه‌ها چگونه در امور اجتماعی مداخله پیدا می‌کنند؟

تحلیل و بررسی واکنش‌هایی که مردم در فضای مجازی به حادثه پلاسکو نشان دادند از آن حیث اهمیت می‌یابد که این حادثه را می‌توان نوعی اسکن از وضعیت موجود در جامعه دانست که نشان می‌دهد امروزه چه رسانه‌هایی در رخدادهای اجتماعی بیشتر نقش آفرین شده‌اند و بازیگران در

هنگام بروز حوادث چگونه به کنشگری در این عرصه می پردازند (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۴۱).

پژوهش حاضر کوشش دیگری است برای آن که نحوه ارتباط رسانه های اجتماعی با حادثه پلاسکو را مورد کنکاش قرار دهد. در این راستا پاسخگویی به دو پرسش زیر مدنظر است:

- پیام های مربوط به حادثه پلاسکو در شبکه های اجتماعی (منتخب) چگونه ارائه شده اند؟
- پیام های مورد نظر چه معانی، مفاهیم و دلالت هایی را متبادر ساخته اند؟

### چهارچوب مفهومی پژوهش

در جوامع امروز، رسانه های گروهی با ورود به عرصه زندگی و اشاعه سریع اخبار و انتشار رخدادهای اجتماعی از طریق شبکه های اجتماعی، مطبوعات، رادیو تلویزیون، سینما و تئاتر، پوستر و غیره افکار عمومی را شکل می دهد، و سرعت توزیع و اشاعه اخبار و اطلاعات مدیون این نوع از رسانه ها می باشد.

بحران های عصر حاضر بدون نقش فعال این نوع از رسانه ها علل الخصوص رسانه های مجازی به نحو شایسته ای قابل مدیریت نیست. این رسانه ها در جامعه ای که جناح های سیاسی، تشکل ها و نهادهای مدنی با ضعف و فقر اطلاعاتی مواجه هستند، نه تنها روی رفتار و مناسبات مردم با دولت، نهادها و سازمان ها تأثیرگذار باشند و جهت افکار عمومی را شکل دهند، بلکه می توانند با آگاهی بخشی و ایفای نقش نظارتی از بروز بسیاری از بحران های بالقوه پیشگیری و در صورت بروز آن ها را پایش و به فرصت سازی از بحران بوجد آمدن بپردازند. از این رو افزایش نقش وسایل نوین ارتباط جمعی مثل فضای مجازی در بخش های مختلف زندگی بشری سبب شده است از آن ها در تحولات گوناگون مورد استفاده شود و نقش آن در اطلاع رسانی، هموار سازی و گسترش بحران ها برجسته گردد. از سوی دیگر رسانه های گروهی این امکان را دارند که ضمن انعکاس واقعیت از بزرگنمایی و کاستی ها خودداری کرده و به جای بحران نمایی و بحران افزایی به بحران زدایی، مهار، کنترل و کاهش خسارت بحران سهم مهمی داشته باشد.

با این اوصاف رسانه ها بر شناخت و درک عموم از جهان تأثیر می گذارند، به این معنا که آگاهی و ذهنیت مردم نسبت به جهان بستگی به محتوایی دارد که از رسانه ها دریافت می کنند؛ زیرا رسانه ها واسطه و میانجی بین آگاهی های فردی و ساختارهای گسترده تر اجتماعی و سازنده معنا هستند. رسانه ها همچون آینه برای انعکاس واقعیت عمل نمی کنند، بلکه بر ساخت اجتماعی واقعیت تأثیر می گذارند. بر این اساس، بازنمایی، ساخت رسانه ای واقعیت است.

رویکردهای مختلفی در امر بازنمایی وجود دارد و بازنمایی از منظرهای متفاوتی بررسی می شوند. بر این اساس می توان گفت که تمام کردارهای دلالتی با بازنمایی سر و کار دارند. بازنمایی ها می توانند درباره حالت ذهنی یا احساسی باشند. بازنمایی در رسانه ها از نظر ریچارد دایر عبارت است از نحوه ساختی که رسانه های جمعی از جنبه هایی از واقعیت مثل افراد، اماکن، اشیا، اشخاص، هویت های فرهنگی و دیگر مفاهیم مجرد می سازد و تجلی و نمودار شدن آن ممکن است به صور گفتاری، نوشتاری یا تصاویر متحرک باشد (رحیمیان، ۱۳۹۵: ۱۵۲). به عقیده هال در مسیر بازنمایی، دو استراتژی توسط رسانه ها در دستور کار قرار می گیرند: «بدیهی نمایی» یا «طبیعی سازی» و «کلیشه سازی» (stereotyping) قرار می گیرند.

واقعیت براساس بازنمایی های رسانه ای شکل می گیرد و ساخته می شود. هیچ امر فرازبانی، فراگفتمانی و فراتاریخی وجود ندارد که به نحو عینی و شفاف انعکاس یابد؛ بلکه هرگونه فهم و شناختی از واقعیت، امری است که در زبان و گفتمان ساخته می شود. معنا نه اکتشافی طبیعی، که برساخته ای اجتماعی است. معانی و بازنمایی رسانه ای اگرچه برساخته ای اجتماعی و فرهنگی است، اما ایدئولوژی و گفتمان سعی می کند آن معانی و بازنمایی را امری «طبیعی» و فراگفتمانی و فرازبانی جلوه دهد. به عبارتی، یکی از استراتژی هایی که در ایدئولوژی و گفتمان به کار گرفته می شود تا در قالب عقل سلیم درآید، «طبیعی سازی» است (مهدی زاده، ۱۳۸۷: ۲).

کلیشه سازی نیز یک پدیده را در حد چند خصیصه یا ویژگی ساده تقلیل می دهد. در حقیقت، کلیشه سازی تعداد اندکی از خصیصه های ساده، پایدار، به سادگی قابل فهم و البته منفی در یک پدیده را در نظر می گیرد و همه چیز درباره پدیده را به آن خصیصه ها تقلیل می دهد و آن صفات را اغراق آمیز و ساده ساخته و ثابت و ابدی می پندارند (Hall, 2003: 258).

کلیشه سازی همچنین با اتخاذ راهبرد تقسیم ویژگی های بهنجار و قابل قبول را از نابهنجار و غیرقابل پذیرش جدا می سازد و سپس هر چیزی را در درون بهنجار و قابل قبول ننگد و متفاوت و ضد با خود باشد طرد می کند. به این ترتیب، کلیشه سازی نه به مثابه معنایی غیرواقعی و ساده لوحانه از یک پدیده بلکه به منزله ساده سازی (simplication) یک پدیده و موضوع پیچیده، چندلایه و چندخصیصه ای برای فهم پذیر و باورپذیر شدن ویژگی های واقعا موجود آن است. (Ibid).

پس می توان گفت که مفهوم بازنمایی در رسانه ناظر بر عملکرد رسانه ها و فرستندگان در شیوه ارائه پیام محسوب می شود. دالگران بازنمایی را بعدی از تولیدات رسانه ای می داند که شامل این زمینه ها است: مطالبی که رسانه ها عرضه می کنند، نحوه انعکاس موضوعات، انواع گفتمان های مطرح و ماهیت مباحث و مناظرات ارائه شده است. بازنمایی به ابعاد اطلاعاتی و فرا اطلاعاتی تولیدات رسانه ای از جمله ابعاد نمادین و بدیهی آن آثار اشاره دارد. از این رو نوع پیام و چگونگی بازنمایی آن در رسانه های جمعی از اهمیت فراوانی برخوردار است و مفهوم بازنمایی بر این مساله تاکید دارد که

انواع بازنمایی های رسانه ای از هر دیدگاهی قابل تحلیل انتقادی هستند، زیرا رسانه خود در معرض اعمال نفوذ منابع قدرتمند و سازمان یافته قرار دارند. از این رو از دیدگاه نقد ایدئولوژیک می توان درباره بازنمایی رسانه ای فراوان سخن گفت (دالگران، ۱۳۸۰: ۳۰-۳۱).

بنابر آنچه در چارچوب مفهومی تحقیق حاضر آمده، از حادثه پلاسکو می توان به عنوان الگوی تحلیلی خوبی در راستای فهم شیوه و روش بازنمایی واقعیت توسط رسانه ها در وهله اول و سپس بازنمایی این معانی و مفاهیم در نزد مردم دانست. از این رو مطالعه حاضر درصدد است تا به بررسی کمیت و کیفیت معانی و مفاهیم موجود از حادثه پلاسکو و شیوه بازتاب واقعیت توسط رسانه های نوین مربوط به این حادثه با استفاده از نظریه بازنمایی استوارت هال و با تکیه او بر دو اصل کلیشه سازی و عادی سازی روند اخبار در جریان وقوع حوادث و انتشار آن در فضای مجازی بپردازد.

### روش پژوهش

در پژوهش حاضر به منظور توصیف پیام ها و شناسایی معانی و مفاهیم و دلالت های آن ها از روش نشانه شناسی به همراه تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تلخیصی استفاده شده است. در این روش محقق با شناسایی و کمی کردن کلمات یا مضامین ویژه ی موجود در متن، می کوشد که به فهم چگونگی کاربرد این کلمات یا محتوای آن ها در متن کمک کند. این کمیت سازی نه تنها تلاشی برای فهم معنای کلمات است، بلکه اغلب برای کشف کاربرد این کلمات در متن است. در کل تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تلخیصی هدفش پرداختن به چیزی فراتر از شمارش است، که همان تحلیل محتوای پنهان و نهفته موجود در کلمات است (عادل مهربان، ۱۳۹۴: ۴۴). جامعه آماری این تحقیق شامل تمام پیام های متنی (نوشتاری و بصری) است که از تاریخ ۳۰ دی ۱۳۹۵ تا یک ماه بعد از آن درباره واقعه پلاسکو در رسانه تلگرام منتشر شد.

محقق دلیل انتخاب رسانه تلگرام برای بررسی پدیده مورد نظر را تاثیر گذاری این رسانه در جهت دهی به افکار عمومی به سبب برخورداری از محبوبیت و حجم بالای کاربران، تسهیل در دسترسی، انبوه اطلاعات و شیوه های گوناگون آرایه آن دانسته است. همچنین دلیل انتخاب بازه زمانی مورد اشاره، حجم انبوه اطلاعات رد و بدل شده از حادثه پلاسکو در تاریخ مذکور بوده است.

روش نمونه گیری پژوهش حاضر هدفمند بوده و شامل مراحل زیر می باشد:

نخست؛ پنج کانال اصلاحات نیوز<sup>۱</sup> ایسنا<sup>۲</sup>، جامعه‌شناسی<sup>۳</sup>، مملکت<sup>۴</sup> و بی‌بی‌سی فارسی بر اساس روش نمونه گیری هدفمند متناسب با معیار ناهمسان انتخاب شدند، بدین صورت که در این روش نمونه گیری محقق کانال هایی را که دارای انبوه اطلاعات و شیوه های گوناگون در ارایه آن می باشند به عنوان نمونه گیری اولیه برای بررسی پیام ها در نظر گرفته شد.

در وهله دوم از بین ۶۷۰ پیام اولیه براساس نمونه گیری هدفمند شامل عکس و نوشته داخل گروه ها، محقق ۱۴۲ پیام نوشتاری و تصویری را با در نظر گرفتن دسته های مختلف معنایی و مفهومی برای بررسی بیشتر معنا و مفهوم متون پیام های موجود در گروه ها از حادثه پلاسکو به شیوه تصادفی انتخاب کرد. در این روش نمونه گیری محقق نخست تمامی پیام ها را گردآوری و دسته بندی کرده و سپس بر حسب تصادف و بدون سوگیری یا اخذ دیدگاه خاصی به گزینش پیام ها برای بررسی ثانویه اقدام خواهد کرد.

گردآوری و تحلیل داده ها: به منظور دستیابی به اطلاعات، ابتدا محقق به عضویت کانال های و گروه های رسانه مذکور در آمد. در مرحله بعد پیام‌های مربوطه گردآوری و کدگذاری شدند، سپس امر خلاصه سازی و تجمیع اطلاعات ذیل مقولات مدنظر به انجام رسید. بر این اساس پیام هایی که هم پوشانی مفهومی داشتند، در زیرمجموعه مقوله اجتماعی، فرهنگی، روانی قرار گرفتند. به منظور اطمینان خاطر از اعتبار سنجه ها از دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی و اساتید این حوزه تقاضا شد نظر خود را در باره مقولات استخراج شده اعلام کنند. بر این اساس اغلب مقولات استخراج شده توسط اساتید و متخصصان این حوزه با مقولات اولویه همپوشانی داشت و بدین وسیله مقولات حاضر از اعتبار صوری مطلوبی برخوردار بودند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

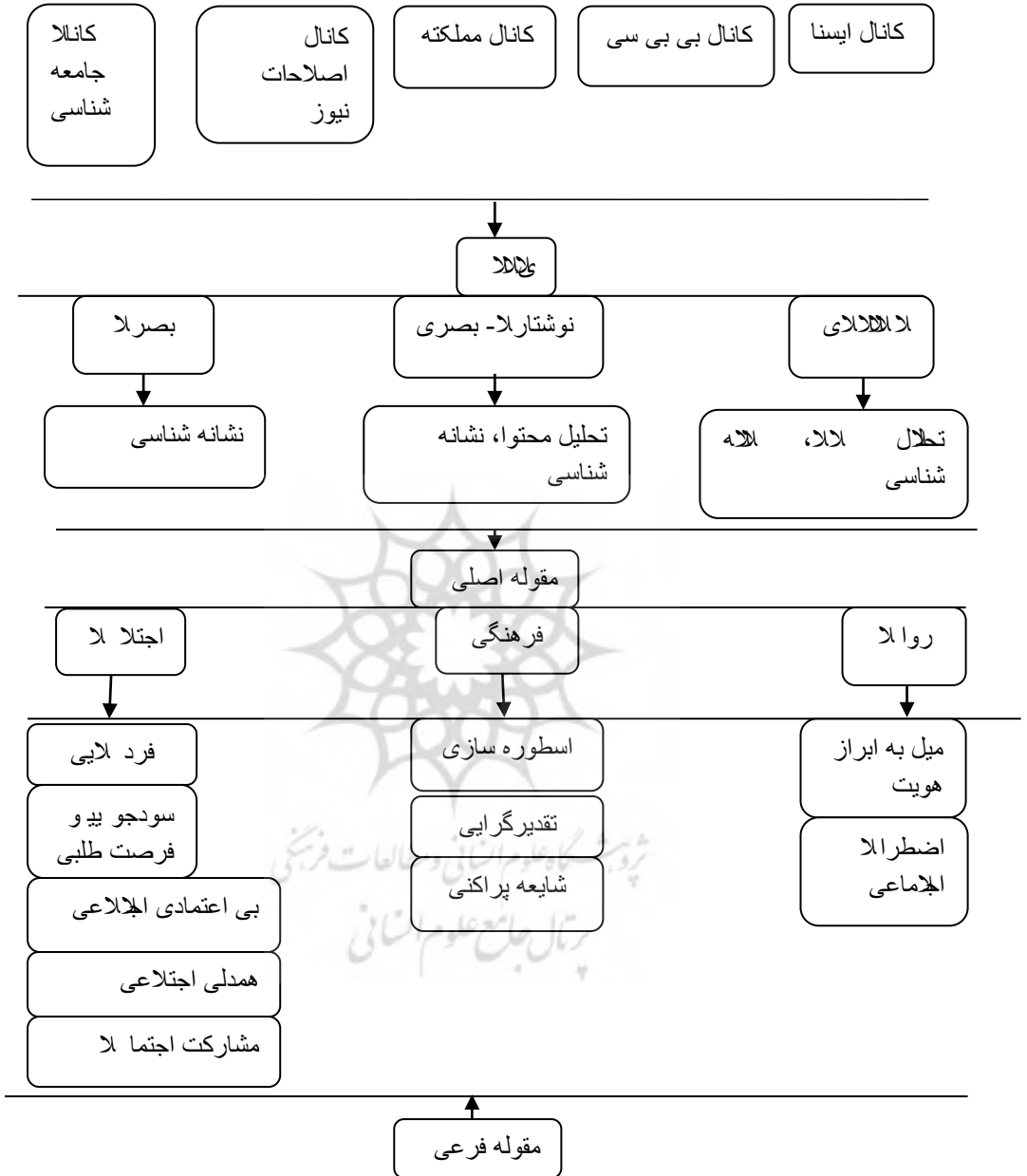
۱. @eslahtalabnews

۲. @isna

۳. @mamlekate

۴. @bbcpersian

مدل مفهومی پژوهش



نمودار شماره (۱). مدل مفهومی پژوهش بر اساس روش و یافته ها

یافته های پژوهش

جدول شماره ۱. مقولات فرعی و مفاهیم آن

ردیف	مفاهیم	مقوله فرعی
۱	قهرمانی و دلاوری آتش نشان ها، تلقی آتش نشان ها به مثابه شهید، فرشته و فداکار و ناجی مردمان شهر	اسطوره سازی
۲	امنیتی بودن حادثه، سرقتی ساختمان به نفع دولت، وقوع انفجار در حادثه پلاسکو، زنده بودن حادثه دیدگان زیر آور، برقراری تماس با افراد زیر آوار، مرگ افغانی های زیر آوار، نابودی و تخریب سفارت ترکیه	شایعه پراکنی
۳	نماز خواندن سر محل حادثه، قربانی کردن گوسفند در محل حادثه، سوخته نشدن قرآن در میان آتش، طلب کمک از خدا، تبیین دینی علل وقوع حادثه، آوردن معجزات الهی	تقدیرگرایی
۴	یاس و ناامیدی از رفتار و برخورد نامناسب مردم و مسولین در مواجهه با بحران ها، ترس و اضطراب از آینده مبهم اقتصادی، وحشت از زندگی در شهر پرمخاطره، بی توجهی نهادها و تکرار حوادثی نظیر پلاسکو، نگرانی درباره آینده شغلی، از بین رفتن اموال، بیمه نبودن مغازه ها.	اضطراب اجتماعی
۵	سلفی انداختن با ساختمان پلاسکو، انتشار عکس های خود از حادثه در فضای مجازی، انتشار اخبار دسته اول با حضور در محل حادثه با هشتگ پلاسکو و اسامی اشخاص، حضور اشخاص مهم در محل حادثه جلوی دوربین	میل به ابراز هویت



همدلی اجتماعی	روشن کردن شمع بیاد آتش نشان‌ها، دنلوشته‌ها و نقاشی‌ها، پوشیدن لباس آتش نشان‌ها، سیاه کردن صورت با دود، دیوار نویسی و خاطره نویسی از آتش نشان‌ها، ساختن مجسمه آتش نشان‌ها	۶
مشارکت اجتماعی	حضور در مراکز اهدای خون، حضور در مراسم تدفین شهدا، بسیج مردم در کمک به بازماندگان حادثه و توزیع غذا در بین آتش نشانان حاضر در صحنه توسط مردم	۷
بی اعتمادی اجتماعی	شفاف نبودن اخبار، دولتی بودن رسانه، عدم توجه به نیازهای مخاطب، عدم جذابیت اخبار، بدبینی درباره نحوه عملکرد مدیران، عدم همکاری مردم با نهادهای دولتی در عین حادثه	۸
سودجویی و فرصت طلبی	درگیری جناح‌های سیاسی، نقد و تخریب حاکمیت، بهره برداری اقتصادی، منزلتی و سیاسی اشخاص و جناح‌های فکری از حادثه پلاسکو، توهین و تحقیر مدیران اعم از سیاسی، شهری و رسانه‌ای	۹
فردگرایی	عدم توجه به هشدارهای ماموران امنیتی و خدمات رسانی، میل به گرفتن فیلم و عکس از محل حادثه، تجمع مردم و اختلال در امر امداد رسانی، کم اهمیت بودن جان افراد زیر آوار، تخلیه هیجانات کاذب با حضور در محله حادثه	۱۰

### معانی و مفاهیم پیام‌های موجود در رسانه تلگرام

در این بخش محقق برای دست‌یابی به مفاهیم و معانی پیام‌های حاضر در فضای مجازی از حادثه پلاسکو نخست؛ تمام پیام‌ها را پس از نشانه‌شناسی اولیه عکس‌ها و متون نوشتاری مانند کنایه‌ها، استعاره‌ها و حتی ضرب‌المثل‌ها در اشاره به حادثه پلاسکو، گردآوری و کدهای مجزا بدان داده است، سپس بر اساس کدهایی که بدان داده شد، عملیات تلخیص داده‌ها را برای رسیدن به مقولات مناسب انجام گردید. باید به این نکته توجه داشت، دسته‌بندی معانی و مفاهیم موجود در پیام‌ها

بر اساس نشانه شناسی اولیه متون صورت گرفته است و در مرحله بعد با استفاده از روش تحلیل محتوای به بازسازی محتوای پیام‌ها به همراه معانی و مفاهیم موجود در آن پرداخته شد که در زیر به آن اشاره شده است.

### مفاهیم فرهنگی

- اسطوره سازی

اسطوره‌ها جز اصلی فرهنگ بشری هستند. از نظر بارت، اساطیر به وفور در زندگی روزمره ما حضور دارند؛ هر چند اغلب، دانش ما به آن‌ها، دانشی ناخودآگاه است. برای مثال، او در تحلیلی که از مسابقات کشتی کج ارائه می‌دهد، استدلال می‌کند که این مسابقات عملاً مسابقات ورزشی به معنای مرسوم کلمه نیستند؛ بلکه مسابقاتی نمایشی‌اند که افراط در بیان احساسات را به نمایش می‌گذارند (Barthes, 1972: 13).

مفهوم اسطوره سازی از آتش نشان‌های حادثه پلاسکو یکی دیگر از مفاهیمی بود که مردم در فضای مجازی از قهرمانی و شجاعت آتش‌نشان‌ها ساختند، بگونه‌ای که تنها مفهومی بود که همه مردم نسبت بدان تفاهم کامل داشته و رفتارها و واکنش‌های مردم گویای این واقعیت در فضای مجازی می‌باشد. به نحوی که از این آتش‌نشان‌ها به عنوان شهید، سرباز مملکت، مردمان قابل احترام و شریف و فداکار یاد می‌شد. و این توانایی مردم در تقدیر و تشکر از آتش‌نشان‌ها توانایی اسطوره ساختن از یک قشر در مقابل تخریب و توهین به اقشار دیگر همچون مسولین و مردم حاضر در محل حادثه را می‌رساند.

### شایعه پراکنی

همواره هنگام بروز یک بحران انواعی از شایعات در جهت تحلیل مشکل ایجاد شده، تولید می‌شود. چنانچه رسانه‌های داخلی نتوانند پاسخگو باشند مردم به رسانه‌های برون مرزی یا حاشیه‌ای روی می‌آورند. در جریان حادثه پلاسکو نیز شایعات مختلفی که در فضای مجازی از حادثه پلاسکو در رسانه تلگرام منتشر شد، به منظور بهره برداری اشخاص، جناح‌های و نهادهای فکری در رسانه تلگرام نتیجه نوعی بی‌هنجاری و از هم‌گسیختگی در جامعه و بالاخص در فضای مجازی بوده است. رسانه ملی به دلیل عدم شفافیت در ارائه اخبار و تحت کنترل بودن، در ارسال خبرها چندان جذاب عمل نکرد و به نیازهای مخاطبین توجه نداشت و این باعث نوعی بی‌اعتمادی مردم شد. در عوض، مردم برای پیگیری اخبار، به فضای مجازی و رسانه‌های خارجی توجه بیشتری نشان دادند. این قبیل رسانه‌ها اغلب اخبار را با تنوع بیشتر و با تکیه بر یک رویکرد انتقادی مطرح می‌کنند. وسعت

پوشش خبری رسانه های نوین به شکلی است که می تواند نیازهای مردم داخل و خارج از کشور را برانگیزد.

به نظر می رسد شایعاتی که در فضای مجازی از حادثه پلاسکو در رسانه تلگرام منتشر شد، به منظور بهره برداری اشخاص، جناح های و نهادهای فکری در رسانه تلگرام نتیجه نوعی بی هنجاری و از هم گسیختگی در جامعه و بالاخص در فضای مجازی بوده است.

#### – مواجهه دینی (تقدیر گرایی)

دورکیم معتقد بود که دین به واسطه مکانیسم هایی که در درون خود دارد، می تواند در مواقع به خطر افتادن سامان اجتماعی (وقوع بحران ها) به کار آید. دین از نظر دورکیم به عنوان نیروهای اجتماعی انضباط بخش، انسجام بخش، حیات بخش و خوشبختی می تواند نقش ایفا کند و در مقابله با احساس فقدان که در مورد مرگ هم در سطح فردی و هم در سطح اجتماعی تجربه می شود به تثبیت توازن اعتماد خصوصی و عمومی یاری می رساند. در وسیع ترین سطح، دین به عنوان یک نهاد اجتماعی، به گرفتاری های وجودی انسان معنای خاصی می بخشد، زیرا فرد را به قلمرو فرا فردی ارزش های متعالی وابسته می سازد، همان ارزش هایی که در نهایت امر ریشه در جامعه دارند (دورکیم، ۱۳۸۵: ۲۱۰).

جامعه ایرانی از رهگذر قدمت تاریخی، ساختارهای مستحکم و پایای دینی، روابط بین فرهنگی و تساهل در جذب عناصر فرهنگی بیگانه همواره عرصه بروز و ظهور مناسکی متنوع بوده است. بدین ترتیب شاید بتوان ادعا کرد که بسیاری از کنش ها و حتی برخی ویژگی های رفتاری ایرانیان، از خصلت مناسکی برخوردار شده است. خصلتی که طی روندها و معناهای مهم زندگی ما در قالب رفتاری و ذهنی خاصی صورت بندی و به صورت رمزگذاری شده وارد نظام کنش متقابل متن شده است. بنابراین رفتارهای دینی ما در هنگام بروز حوادث می تواند یکی از آن نوع مناسک های مختص فرهنگ ایرانی قلمداد شود (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۱۷).

بر این اساس، وجود مناسک دینی، اعتقاد به تقدیرگرایی، طلب کمک و مغفرت از خدا و به طور ابعاد دینی و مناسکی در جریان وقوع حادثه پلاسکو نشان از وجود نوعی اعتقاد به فرهنگ تقدیر گرایی و مناسکی از سوی مردم در جریان این حادثه بوده است. که توسط مردم و حتی به عبارتی نهادهای حاکمیتی به منظور القای احساس التیام و حصول آرامش عمومی در فضای مجازی از حادثه پلاسکو بازنشر و انتشار یافته اند.

## مفاهیم روانی

## - اضطراب اجتماعی

احساس اضطراب و ناامنی به عنوان روی مقابل احساس امنیت به معنای در امان نبودن یا احساس در امان نبودن خود از تهدید می باشد بنابراین احساس ناامنی می تواند دلالت بر وضعیتی داشته باشد که در آن فرد خود با محیط تهدید کننده مواجه است (ربانی و همکاران، ۱۳۸۹). از سوی دیگر امنیت های اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی جامعه و از جمله امنیت جان انسان ها در داخل کشور ممکن است به دلیل ضعف ایده ما و هویت جمعی ایرانی ها در بحران های داخلی محرز باشد (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۵-۱۳۸).

با فروریختن ساختمان پلاسکو بخش هایی از واقعیت های تلخ شهر با انقطاع در امر روزمره، خود را به عریان ترین شکل به نگاه های زده شهروندان عرضه کردند. شوک این رویداد سبب شد تا ایمن نبودن بخش بزرگی از ساختمان های شهر، شرایط سخت کاری آتش نشان ها یا ضعف مدیریت بحران در کشور مورد توجه افکار عمومی قرار گیرد و خواست عمومی برای اقدام جدی درباره هر یک به نیرومندترین شکل مطرح شود (جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۳). بنابراین بخش اعظمی از این احساس ناامنی و اضطراب در وهله اول بدلیل شرایط زندگی در فضای مخاطره آمیز شهری و سپس ترس از واکنش نسجیده مردم و همچنین برخورد نادرست مدیران در قبال قوع مخاطرات مشابه اعم از طبیعی (سیل، زلزله طوفان و ...) و غیر طبیعی (رفتار نامناسب مردم و مسئولین، بحران اقتصادی و...) می باشد. بنابر آنچه گفته شد، فقدان ساختارهای شهری مناسب و واکنش مردم و مدیران بخش های مختلف اعم از رسانه ای، شهری، اقتصادی و حتی سیاسی نسبت به مسایل از مهمترین دلایل احساس ناامنی و اضطراب در بین کابرن فضای مجازی در قبال حادثه پلاسکو بوده است.

## - میل به ابراز هویت

میلر معتقد است؛ ارتباطات الکترونیکی دامنه جدیدی از چارچوب های تعامل را با آداب و رسومی مخصوص وضع می کند که اگر چه آشکارا از تعاملات دنیای واقعی؛ با حضور فیزیکی فقیرترند، فرصت ها و چالش های جدیدی را در راه ارائه و نمایاندن خود در دنیای کنونی فراهم می کنند. از نظر وی در مجموع می توان گفت که افراد در فضای مجازی، فرصت ارائه خود مطلوب و ایده آل خویشتن را تا حدودی در اختیار دارند، خودهایی که می توانند پشت صحنه فرد در دنیای واقعی یا ترکیبی از پشت صحنه و جلوی صحنه وی باشند. فضای مجازی در این معنا هم می تواند در حکم جلوی صحنه خود و دیگران و هم در حکم پشت صحنه آنان باشد (میلر، ۱۹۹۵). به نظر گافمن نیز افراد در هنگام کنش

متقابل سعی دارند، جنبه ای از خود را به نمایش بگذارند که مورد توافق و یا پذیرش دیگران باشد. بر این اساس افراد در شبکه های اجتماعی به صورت مکرر به دنبال ارسال نشانه هایی هستند تا خود را مقابل دیگری تعریف کنند و نظر آنها را نسبت به اعمال و کردار خود جلب کنند(توسلی و جلال وند، ۱۴: ۱۳۹۴).

در حادثه پلاسکو نیز هم سلفی بگیران و هم مشاهیر حاضر در محل حادثه سعی در آن داشتند که با ارایه تصاویر مطلوب از خود و جلب توجه دیگران زمینه تحسین مخاطبان فضای مجازی را فراهم کنند. بدین وسیله این افرادی سعی بر آن داشتند تا چهره خود در فضای مجازی را با جذابیت پدیده پلاسکو پیوند می دهند، تا بدین صورت به بیننده حس بهتری از خود را القا کنند. بنابراین مساله ابراز هویت در جریان حادثه پلاسکو هم در بین مردم عادی و هم اشخاص معروفی که به دنبال ارایه تصویر مطلوب تری از خود بودند، به وفور دیده شده است.

### مفاهیم اجتماعی

#### - همدلی اجتماعی

احساس همدلی بدون شک یک توانایی بسیار مهم است که به ما کمک می کند خود را با احساسات و افکار دیگران وفق دهیم. همدلی مارا قادر به فهم نیت دیگران، پیش بینی رفتار آن ها و موجب تجربه کردن هیجاناتی که به وسیله دیگران برانگیخته شده است می کند و در یک کلام، مارا قادر به تعامل مؤثر با دیگران در اجتماع می سازد. همچنین احساس همدلی باعث نزدیکی و دوام جوامع، برانگیختن انسان ها جهت کمک به یکدیگر و مانعی در سر راه آسیب رساندن به همنوعان می شود(حاتمی، ۱۳۹۲: ۲). براین اساس استفاده از روحیه همبستگی- همدلی عرصه عمومی پلاسکو به منزله فرصتی برای نهادمندسازی و جلب حمایت گری مردم برای طرح های مختلف در زمینه نظام مند شدن امورات در کشور است تا مانع از بروز فجایع دیگری شوند(جوادی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۲۰-۱۲۴).

بنابراین مفهوم همدلی در جریان حادثه پلاسکو هم در داخل و هم خارج از کشور نمود بسیاری داشت و حاوی پیام ارزشمند بود به نحوی که هم دلی مردم در جریان وقوع مخاطرات می تواند به عنوان یک سرمایه عظیم زمینه همبستگی و مشارکت گسترده مردم در قبال وقوع حوادثی مشابه پلاسکو را به منظور جلوگیری از بحران های بعدی فراهم آورد.

## - مشارکت اجتماعی

مشارکت به معنی کنشی هدفدار، ارادی و اختیاری به معنی آزادی درونی با ویژگی کنش متقابل میان کنشگر و زمینه اجتماعی و محیطی او و قبول آگاهانه انجام امری یا بخشی از امور در شکل معاضدت، معاونت، همیاری و همکاری از روی میل و رغبت و نیاز و با هدف بهبود زندگی اجتماعی، به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر فرایند امور و مسایل اجتماعی و توسعه ملی از سوی صاحب نظران مختلف طرح شده است (کلمن، ۱۳۷۷: ۴۲). مشارکت اجتماعی یکی از مقوله های مهمی بود که در جریان حادثه پلاسکو، جای توجه بسیار دارد. بحث توسعه اجتماع مدار و محله مدار یا همان تاکید بر عاملیت اجتماعی و سازمان های درون جوش محلی و شهری برای مقابله با بحران هایی همچون پلاسکو نیازمند توجه می باشد. که در این میان توجه به سه مفهوم همبستگی- مشارکت و نهادمندی مشارکت های مردم در برخورد با مخاطرات اجتماعی نقش مهم دارد (جوادی یگانه و همکاران، ۱۲۰ و ۱۲۱).

آنچه در جریان وقوع حادثه پلاسکو در فضای عمومی جامعه شاهد آن بوده ایم به مشارکت گسترده مردم اشاره داشت که با نگاه به نوع و نحوه مشارکت متوجه این قضیه می شویم که این مشارکت در بین دو طیف دولت و مردم دیده شده است و در آن اثری از مشارکت نهادهای مدنی وجود ندارد و این شاید بدلیل عدم هنجارمندی، سازماندهی و حمایت مادی و معنوی از حضور این هادها و تاثیرگذاری آن ها به منظور کاهش شدت تلفات می باشد.

## - بی اعتمادی اجتماعی

اعتماد اجتماعی در زمره کلیدی ترین مباحث در حوزه رسانه های جمعی به ویژه تمامی پیام داران و پیام آوران است و با ساختار درونی، ذهنی از سوپی و با پدیده های عینی جهان هستی از سوی دیگر مرتبط است. بنابراین توفیق هیچ رسانه ای را بدون در نظر گرفتن اعتماد اجتماعی نمی توان سنجید. به درستی اعتماد اجتماعی همان سرمایه اجتماعی رسانه است.

دورکیم در این راستا می گوید رسانه ها و دیگر نهادها در عملکرد با جامعه واجد نقش اصلی و اساسی هستند و هر جامعه برای این که کارکرد داشته باشد، نیازهای مشخصی دارد که باید برآورد شود. او بر اهمیت نقش رسانه در حفظ تعادل و نظم اجتماعی تاکید دارد. تجزیه و تحلیل کارکردی رسانه های ارتباط جمعی بر نقش رسانه ها در حفظ نظم اجتماعی و ساختار اجتماعی تمرکز دارد و به بررسی این امر می پردازد که رسانه ها چگونه برای حفظ تعادل در جامعه کارهای مشخص و لازمی را انجام می دهد یا نمی دهند (ساروخانی، ۱۳۷۷: ۷۵).

در بحث از حادثه ساختمان پلاسکو و فرهنگ اعتماد این باور بوجود آمد که حادثه پلاسکو و دیگر حوادث از این دست که متأسفانه در کشور ما کم هم نیستند، سوای از ارزیابی های جدی در باب خسارات مادی و انسانی آن ها، جای دارد که با دقت و عمقی بیشتر از منظر سهم و نقشی که این حوادث در فرسایش دارایی های اجتماعی از جمله اعتماد، فرهنگ اعتماد و سرمایه اجتماعی دارند، با جدیت بیشتری مورد مطالعه قرار داده شوند. چرا که ارزش این دارایی ها در پویایی و بالندگی یک کشور اگر بیشتر از سرمایه های مادی نباشد کم تر نیست (جوادی یگانه و همکاران، ۱۸۷).

بر این اساس با بررسی معنایی و مفاهیم پیام های موجود در فضای مجازی از حادثه پلاسکو چنین به نظر رسید که در جریان حادثه پلاسکو، رسانه ملی بدلیل عدم شفافیت در ارائه اخبار، دولتی بودن رسانه، عدم جذابیت اخبار و عدم توجه به نیازهای مخاطبین چندان موفق عمل نکرده و این امر در ابتدا باعث نوعی بی اعتماد مردم نسبت به مدیران رسانه و خبرگزاری ملی و حتی فراتر از آن نحوه عملکرد و ایفای نقش مدیران دیگر بخش ها همچون شهری، سیاسی و حاکمیتی بوده است.

#### - سودجویی و فرصت طلبی

مفهوم فرصت طلبی اگر چه پیشینه ای به قدمت تاریخ بشر دارد، اما مفهومی است که معنا و مفهوم بسی خود را با مور شدن مباحثی چون فردگرایی، قانون گریزی، خود خواهی، فریب کاری به دست آورده است. اگر چه این مباحث در جامعه ما چندان بدان توجه نشده است. اما رکن اساسی این مباحث که همان فرصت طلبی است، عبارت است از دستیابی افراد و سازمان ها به منافع شخصی بدون توجه به منافع دیگران. (ترنر، ۱۳۸۵ : ترنر ۱۹۸۴ و ۱۹۸۵).

در بررسی زمینه های بحران پلاسکو با تأکید بر منزلت اجتماعی متوجه این امر می شویم که افراد به محض وقوع حادثه پلاسکو آن را زمینه ای برای افزایش منزلت های حزبی، سیاسی و بهره برداری شخصی تلقی می کنند به گونه ای که بی توجهی مسئولین به منافع عمومی و بهره برداری اقتصادی و منزلتی اشخاص سودجو و شهرت طلب همگی نشان از این دارد که نهادها و افراد جامعه تا چه حد در پی مصادره اقتصادی و منزلتی از حادثه مذکور به منظور حفظ شرایط و بهبود آن برای خود بدون توجه به منافع عمومی جامعه هستند. که البته این قضیه خود در ابعاد مجزا اهمیت می یابد. نخست؛ از یک سو منتقدین حاکمیت در خارج از کشور که سعی در ضعف و نقصان حاکمیت موجود و ناتوانی مدیران در کنترل بحران به وجود آمده دارند و در سمت دیگر وجود جناح های سیاسی- فکری و همچنین اشخاص سودجو در داخل کشور می باشند که این ها نیز با بهره برداری از شرایط به وجود آمده چه بسا به دنبال کسب حداکثر امتیازات سیاسی، منزلتی و اقتصادی خود از راه نادرست و غیر اخلاقی می باشند که البته این امر نیز خود می تواند عامل زمینه ساز بی تفاوتی اجتماعی مردم نسبت به امور پیرامون آن ها قلمداد شود.

## - فردگرایی

جامعه انسانی براساس نظم اجتماعی و بواسطه ی هنجارهای اجتماعی اداره می شود، هنجارهای اجتماعی الگوها و شیوه های تعیین کننده ی رفتار، در کنش متقابل میان انسان ها هستند که پیروی از آن ها موجب تعادل و نظم در جامعه می گردد. چنانچه هنجارها قدرت تنظیم کنندگی خود را بر رفتار افراد جامعه از دست داده و افراد نسبت به هنجارهای موجود بی تفاوت شوند جامعه دچار وضعیتی آنومیک می شود (رفیع پور، ۱۳۸۷). دورکیم یکی از صاحب نظران جامعه شناسی در اشاره به مفهوم فرگرایی معتقد است: هرگاه التزام اجتماعی به قوانین، هنجارها و قواعد از بین برود افراد احساس می کنند راهنمایی در انتخاب های خود ندارند. در نتیجه حالتی از گسستگی و بی سامانی در نظام اجتماعی آشکار می شود. از سویی اثرگذاری متغیر فردگرایی بر بی تفاوتی اجتماعی می تواند نشانگر این امر باشد که یکی از دلایل بالا بودن احساس بی تفاوتی اجتماعی نوعی فردگرایی سودمحور است. قدر مسلم آن است که در حالت فردگرایی سودگرایانه، افراد به شیوه ای عمل می کنند که هدف شان، صرفاً به حداکثر رساندن منافع شخصی خودشان است و این امر نیز خود وجهی از بی تفاوتی اجتماعی در جامعه است.





جدول شماره ۲. مقولات اصلی و فرعی به تفکیک فراوانی

داده های جدول (شماره ۲) بر اساس تحلیل های صورت گرفته از پیام های موجود در فضای مجازی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	فراوانی پیام	درصد فراوانی
فرهنگی	شایعه پراکنی	۸	۵/۶۳
	تقدیر گرایی	۹	۶/۳۳
	اسطوره سازی	۱۴	۹/۸۵
اجتماعی	سودجویی و فرصت طلبی	۲۲	۱۵/۴۹
	مشارکت اجتماعی	۱۰	۷/۰۴
	فردگرایی	۲۵	۱۷/۶۰
	همدلی اجتماعی	۱۵	۱۰/۵۶
	بی اعتمادی اجتماعی	۱۲	۸/۴۵
مدیریتی	اضطراب اجتماعی	۱۸	۱۲/۴۱
	میل به ابراز هویت	۹	۶/۳۳
فراوانی کل پیام های نوشتاری		۱۴۲	۱۰۰/۰۰

حادثه پلاسکو نشان می دهد که مفاهیم اجتماعی و فرهنگی و روانی به ترتیب بیشترین توجه را در بین مخاطبان فضای مجازی داشته است. بر این اساس در بازنمایی صورت گرفته از معانی و مفاهیم موجود در فضای مجازی به ترتیب نقد رفتار نادرست و فردگرایانه مردم در زمان وقوع حادثه، سودجویی و فرصت طلبی احزاب، نهادها و اشخاص از فضای به وجود آمده در زمان بعد از وقوع حادثه و همچنین احساس ناامنی و اضطراب از تکرار وقوع اتفاقات مشابه در آینده بیشتر از سایر مفاهیم مورد توجه مخاطبان قرار گرفته است.

بنابراین معانی و مفاهیم موجود در فضای مجازی از سوی کاربران نشان می‌دهد که پیام‌ها در سه بازه زمانی متفاوت مورد توجه آن‌ها قرار گرفته است؛ دسته نخست از پیام‌ها که به زمان قبل از وقوع حادثه اشاره داشته‌اند و نقد رفتار حاکمیت و تخریب مدیران به عنوان بستر وقوع این حادثه بیشتر مورد توجه عموم مردم بوده است. بخش دوم پیام‌ها به نقد رفتار نادرست افراد حاضر در صحنه و مدیران در برابر اسطوره سازی از آتش نشان‌ها و مشارکت و همدلی عمیق وسیع مردم در عین وقوع حادثه می‌پردازند و بخش سوم از پیام‌ها به مفاهیم موجود در فضای مجازی از آینده اشاره داشته‌اند و حضور مفاهیمی همچون درگیری‌های سیاسی، اقتصادی و فکری به منظور کسب پایگاه اقتصادی، سیاسی و اجتماعی و همچنین ترس و اضطراب از وقوع اتفاقات مشابه و نحوه برخورد نامناسب مردم و مدیران در قبال حوادث نظیر پلاسکو اشاره دارند.

بنابراین بر اساس تحلیل‌هایی که از معانی و مفاهیم موجود در رسانه‌های نوین از حادثه پلاسکو صورت گرفت؛ نخست این که برخی معانی و مفاهیم در دو دسته مقابل هم قرار می‌گیرند که در نگاه اولیه ممکن است تناقض در رفتار مردم را شاهد باشیم، اما با بررسی عمیق معانی این پیام‌ها ما شاهد ترس و اضطراب اولیه مردم از وقوع حادثه و بی‌اعتمادی مردم نسبت به عملکرد نهادهای دولتی خواهیم بود که در آن نوعی فردگرایی و عدم توجه به عملکرد نهادهای زیربسط به منظور گردآوری خبر دست اول و نوعی کسب هویت مجزا از نهادهای مجری برای حل بحران شاهد بوده ایم به گونه‌ای که حتی در راستای حل بحران حادثه بعد از وقوع آن نحوه مشارکت مردم و احساس همدلی آن بیشتر بعد فردی داشته و در آن هیچگونه نهادمندی مشارکت‌ها دیده نمی‌شود و این به نوبه خود نوعی ترس و اضطراب را برای مردم به منظور زندگی در شهر پر مخاطره در آینده را به همراه خواهد داشت. یعنی در این نگاه ما شاهد نوعی شکاف بین دولت و ملت بوده ایم که دلیل رفتار غیر منطقی مردم را در این دیدگاه توجیه می‌کند.

در نگاه ثانویه وقوع حادثه پلاسکو عرصه ایفای نقش نهادها و جناح‌های سیاسی و ضد حاکمیتی بوده است. نحوه ایفای نقش رسانه‌های خارجی در بازنشر وقایع اتفاق افتاده از حادثه پلاسکو، توجه نهادهای ضد حاکمیتی به مسایل رسانه‌ای و مدیریتی پیرامون حادثه، پلاکاردهای تبلیغاتی جناح‌های سیاسی در فضای رسانه‌ای، سودجویی افسار خاص با حضور در جلو دوربین و محل حادثه نشان داد که حادثه پلاسکو عرصه بهره‌برداری منافع سیاسی، حزبی، هویتی و حتی اقتصادی نهادها و اشخاص خاص بوده است، بدین ترتیب بازنمایی معانی و مفاهیم داخل فضای مجازی نشان داد؛ در حادثه پلاسکو، منافع سیاسی و اقتصادی و شخصیتی اشخاص و نهادها بسیار حایز اهمیت بوده و تلاش گروه‌های سیاسی و فکری بر آن بوده است که از باز نشر وقایع بوجود آمده از این حادثه در فضای مجازی، حداکثر بهره‌برداری را داشته باشند.

در نگاه آخر ما شاهد بروز یک سری از رفتارهای فرهنگی از سوی مردم بوده ایم که بیشتر از سوی کانال ها و نهادهای خاص تولید و بازنشر یافته اند و توسط مردم تغذیه شده اند. بسیاری از این مفاهیم نشان می دهد که رفتار مردم در مواجهه با بحران ریزش ساختمان پلاسکو منشایی فرهنگی داشته است که فضای مجازی توانسته با سرعت و قدرت بیشتری به این مفاهیم فرهنگی دامن بزند، بدین صورت اگرچه توجه به مفاهیمی چون اسطوره سازی، تقدیرگرایی، شایعه پراکنی آنچنان به صورت آشکار نمایان نبوده است، اما با اتخاذ بینشی عمیق نسبت به مفاهیم داخل فضای مجازی متوجه این قضیه می شویم که این مفاهیم اغلب منشا خارج از مردم عادی حاضر در فضای مجازی داشته اند که به منظور التیام درد و کسب خبرهای دست اول، از سوی نهادهای حاکمیتی و ضد حاکمیتی با هدف ارضای احساسات مردم در راستای عدم توجه به اصل مساله و تلاش برای حل بحران بوجود آمده در فضای مجازی بازنشر و انتشار یافته اند.

از دیدگاه دیگر پیام های مربوط به حادثه پلاسکو را می توان به سه دسته زیر تقسیم کرد؛ نخست پیام هایی که به دنبال ریشه یابی و تحلیل علل وقوع حادثه هستند؛ بررسی این سنخ از پیام ها در دو بعد ساختاری و رفتاری اهمیت می یابد، به نحوی که نحوه ریشه یابی علل وقوع حادثه پلاسکو تنها به بعد ساختاری و فیزیکی آن اختصاص ندارد و در این حادثه نحوه واکنش مردم حاضر در محل اهمیت می یابد. بدین صورت با بررسی اجمالی پیام های مربوط به حادثه پلاسکو در فضای مجازی نخست؛ متوجه دلیل و چرایی علل ریختن ساختمان پلاسکو و ناتوانی در کنترل و مدیریت آن به هنگام وقوع ریزش آن می شویم و در وهله بعد پیام ها بیشتر دنبال چرایی نحوه واکنش مردم نسبت به این حادثه می باشند. بنابراین پیام های حاضر در فضای مجازی در سطح ساختاری بیشترین انتقاد را متوجه ناکارآمدی مدیران و عدم تخصص آن ها می داند و در سطح رفتاری بیشترین انتقاد را نسبت به مردمی که آگاهی درست و صحیح از نحوه رفتار در برخورد با این مساله را نداشته اند، می سازد.

دسته دوم پیام ها به واکنش نهادهای مدیریتی و مردم در عین وقوع حادثه و بعد از آن اشاره دارند؛ بررسی اولیه از حادثه پلاسکو و واکنش ها نسبت به این حادثه در فضای رسانه ای نوین متوجه دو قشر مدیران اعم از سیاسی، شهری و رسانه ای و در طرف دیگر مردم عادی اعم از آن هایی که چه در محل حادثه و چه در فضای مجازی نقش آفرین بوده اند، می باشد. در این راستا مدیران سیاسی حاضر در صحنه بدلالی همچون راه اندازی کمپ های تبلیغاتی به منظور کسب محبوبیت سیاسی، مدیران رسانه ای به دلیل عدم شفافیت در ارائه و انتشار اخبار، مدیران شهری بدلیل عدم توجه به اهمیت مساله ریسک زندگی در شهر پر مخاطره و عدم تخصص در پیش بینی تمهیدات لازم در برخورد با حوادث این چینی مورد نقد و نكوهش قرار گرفته اند. در مقابل مردم حاضر در صحنه به

دلایلی همچون میل به خودنمایی، اختلال در امر امداد رسانی و میل به دیدن صحنه های دردآور و انتشار آن در فضای مجازی مورد انتقاد قرار گرفته اند.

و دسته سوم از پیام ها به دنبال بررسی پیامدهای این حادثه برای آسیب دیدگان آن و سپس بررسی پیامدهای آن برای زندگی اجتماعی مردم در آینده می باشد. بنابراین آخرین مساله ای که در معنا و مفهوم پیام های حاضر در فضای مجازی می توان بدان دست یافت، نگرانی خانواده های شهیدان آتش نشان و کسبه پلاسکو درباره آینده مبهم اقتصادی و فشار وارده بر آن ها از یک سو و در سوی دیگر ترس و نگرانی مردم عادی از وقوع و تکرار حوادثی مشابه پلاسکو و ریسک زندگی در شهر پر مخاطره و ناتوانی مدیران در کنترل بحران مشابه اشاره کرد. که در این صورت تکرار حوادثی نظیر فرو ریختن ساختمان پلاسکو به نوبه خود ممکن است به نوعی بی تفاوتی اجتماعی مردم در قبال این حوادث بینجامد. و بدین وسیله مردم ممکن است واکنش های معقولانه ای در برخورد با مسایل به وجود آمده و حل و فصل آن ها نداشته باشند و واکنش آن ها در قبال حوادثی نظیر پلاسکو تنها به ابراز احساسات و همدلی در فضای مجازی منجر شود و این به نوبه خود می تواند پیامد های ناگوارتری از حادثه پلاسکو برای جامعه داشته باشد.

#### یافته های توصیفی کانال های منتخب تلگرام

##### تحلیل معانی و مفاهیم کانال ها

در این بخش از پژوهش پنج کانال تلگرام خبری بی بی سی فارسی، کانال خبری مملکت، کانال خبری ایسنا، کانال خبری اصلاحات نیوز و کانال جامعه شناسی بر اساس نمونه گیری هدفمند ناهمسان انتخاب شدند. همان طور که مشاهده می کنید، یافته های این قسمت بر اساس الگوی تحلیل محتوای هارولد لاسول در زیر چهار قسمت فرستنده پیام، گیرنده پیام، هدف پیام و در نهایت مجرای ارتباطی برای انتقال پیام آمده است.

##### کانال های منتخب تلگرام

##### بی بی سی فارسی<sup>۱</sup>

بی بی سی<sup>۲</sup> یک سرویس پخش همگانی (en) عمومی بریتانیایی است. که در لندن مستقر است و کهن ترین سازمان رسانه ای ملی جهان هست. هم اکنون رزیتا لطفی ریاست بخش فارسی بی بی سی را بر عهده دارد. این وب گاه رتبه هشتم را از نظر تعداد بازدید از بین وب گاه های فارسی زبان را دارد. تعداد کاربران این کانال تلگرامی در فضای مجازی، حدود یک میلیون و دویست هزار نفر هست که

۱. @bbcpersian

۲. British Broadcasting Corporation

میزان محبوبیت و گرایش کاربران ایرانی به این کانال تلگرامی برای پیگیری اخبار و حوادث را نشان می‌دهد. این کانال سعی کرده تا حد ممکن پوشش خبری خود را نسبت به اتفاقات حادثه پلاسکو اعم از میزان کشته‌ها، نحوه تخریب ساختمان و ریزش آن، مراسم بزرگداشت مردم در وصف ابراز هم دردی با حادثه دیدگان و غیره را به‌عنوان اخبار اصلی خود در کانال آورده است. اما نقدهایی نیز نسبت به نحوه احترام به جایگاه آتش‌نشان‌ها و نحوه مواجهه مدیران و وقوع اتفاقات مشابه دیگر در کشور اشاره دارد که شاید بتوان گفت که همراه با خط‌مشی خبری و تا حدی انتقادی نسبت به فضای مسئولیتی و مدیریتی حاکم در ایران است.

### اصلاح‌طلبان نیوز<sup>۱</sup>

این کانال یکی از چندین کانال مربوط به جناح اصلاح‌طلبان هست، که در آن بیشتر منافع سیاسی در اولویت قرار دارد. تعداد کاربران این کانال در حدود هشتاد و دو هزار و سیصد نفر می‌باشد. این کانال خبری به‌عنوان یک کانال خبری که در داخل کشور فعالیت می‌کند بیشتر اخبار خود را در وهله اول نسبت به فداکاری آتش‌نشان‌ها و سپس ابراز هم دردی مردم با آن‌ها قرار داده است. اما وجود برخی اخبار در رابطه با نقد مدیران جناح‌های مخالف بیان‌گر این واقعیت هست که منافع حزبی برای آن در وهله اول بیشترین اهمیت را دارا هست.

### مملکت<sup>۲</sup>

این کانال هفتمین کانال پرتعداد تلگرام در بین کاربران ایرانی هست. هدف اولیه آن انتقاد نسبت به نظام سیاسی و حاکمیتی ایران با استفاده از طنز سیاسی می‌باشد. اخبار و اطلاعات این کانال خبری که بیشتر در زمینه طنز سیاسی و انتقادی فعالیت دارد، حداکثر تلاش برای بازنمایی اخبار به‌گونه‌ای بوده که ما شاهد طنزهای انتقادی نسبت به مدیریت شهرداری و ایجاد کمپین استعفا قالیباف هستیم و در آن انتقادهایی نسبت به حاکمیت شده است و پیام‌های انتقادی نیز به نحوه بی‌تفاوتی مردم در امر تسهیل امداد رسانی با تجمع در محل حادثه نیز دارد، اما در مقابل تخریب حاکمیت و مدیران سیاسی و اداری آن، این کانال در ستایش آتش‌نشان‌ها کوتاهی نکرده و آتش‌نشان‌ها را نماد شرف و غیرت و... می‌داند.

۱. @eslahtalabannews

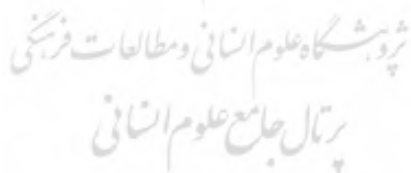
۲. @mamlekat

## ایسنا<sup>۱</sup>

کانال خبری دانشجویی است که بیشتر پوشش اخبار در زمینه مختلف جامعه را بدون هیچ‌گونه سوگیری سیاسی بر عهده دارد اگرچه برخی آن را وابسته به جناح اصلاح‌طلبان و حمایت از آن انتقاد می‌کنند. تصاویر و اخباری که در رابطه با حادثه پلاسکو در این کانال منتشر می‌شد گویای آن می‌تواند باشد که تنها یک پوشش خبری محض از حادثه پلاسکو بدون هیچ نوع جبهه‌گیری یا انتقادی یا تخریبی نسبت به آنچه اتفاق افتاده بوده است. اگرچه برخی اوقات ابراز همدردی و شجاعت آتش‌نشان تا در آن رنگ و لعاب بیشتری به خود می‌گرفت.

## جامعه‌شناسی<sup>۲</sup>

کانال مستقلی که بیشتر تمرکز خود را بر ارائه مطالب جامعه‌شناسی با تأکید بر جستارهایی در روانشناسی، اقتصاد، سیاست و فرهنگ قرار داده است و در این راستا تعهد خود را بر خدمت به جامعه با مسئله‌یابی پدیده‌ها و لزوم تبیین آن‌ها می‌داند. این کانال خبری که بیشتر به خاطر تحلیل‌های جامعه‌شناسانه‌ای که از وقوع حادثه پلاسکو، نحوه واکنش مردم حاضر در محل حادثه و همچنین اهمیت فضای مجازی در بازنمایی وقایع اتفاق افتاده دارد، اهمیت می‌یابد و پیام‌ها در آن نسبت به رفتار مسئولین، فرهنگ نادرست مردم نیز انتقادهایی را دارد.



۱. @isna

۲. @iransociology

جدول ۳. تحلیل یافته های مربوط به، فرستندگان، مخاطبین و اهداف کانال های تلگرامی منتخب

شماره کانال ها	فرستنده پیام	مخاطب پیام	هدف پیام	مجرای ارتباطی
کانال ۱	کانال اصلاحات نیوز	گروه های مخالف	انتقاد از گروه های مخالف	عکس و نوشته
کانال ۲	کانال مملکت	حاکمیت و نظام موجود	نقد نظام و حاکمیت	
کانال ۳	کانال جامعه‌شناسی	مردم	نقد رفتار مردم	
کانال ۴	کانال ایسنا	مردم، آتش نشان‌ها	نقد رفتار مردم، تقدیر آتش نشان‌ها	
کانال ۵	کانال بی‌بی‌سی فارسی	مردم و مسئولین	نقد رفتار مردم، مسئولین	

تحلیل محتوای پیام های موجود در کانال های منتخب از حادثه پلاسکو نشان می دهد که کانال های حاضر بر اساس نحوه عملکرد آن ها در انتشار و مخابره اخبار از حادثه پلاسکو در دو سر طیف قرار می گیرند؛ چنانچه بررسی اولیه انتشار اخبار و مفاهیم موجود در این کانال ها نشان می دهد که آن ها بیشترین توجه خود را در پوشش خبری بر زمینه های سیاسی متمرکز کرده و مخابره اخبار از چگونگی وقوع حادثه پلاسکو در وهله بعد مورد توجه آن ها می باشد. بر این اساس نحوه ایفای نقش کانال ها در راستای اهداف سیاسی آن در دو قطب مخالف و موافق نمود می یابد که در یک سر طیف کانال های معاند با ارزش های نظام موجود و آرمان های آن قرار دارد که با اتخاذ دیدگاه بدبینانه سعی در انعکاس اخبار از حادثه پلاسکو دارد و این حادثه را دلیل و بحرانی برای وقوع حوادث آتی و ناتوانی مدیریت و حاکمیت موجود در کنترل آن می داند. در سوی دیگر طیف کانال هایی به ایفای نقش می پردازند که اغلب سعی بر آن دارند که با لزوم بکارگیری دیدگاهی مثبت از نحوه مشارکت و همدلی مردم در جریان وقوع حادثه پلاسکو و دستاوردهای آن برای نسل های آتی جامعه به رسالت خود برای عادی جلوه دادن امور به منظور حفظ و تحکیم وضعیت موجود جامعه عمل ببوشانند.

با نگاه عمیق تر نسبت به نحوه ایفای نقش کانال ها در راستای اهداف تعیین شده برای آن ها در بهره برداری از حادثه پلاسکو متوجه استراتژی های متفاوت این کانال ها در بازنمایی معانی و مفاهیم برای مخاطبان می باشیم بدین صورت که کانال هایی که دیدگاه بدبینانه نسبت به وقوع این حادثه داشته اند اغلب سعی در انتشار مفاهیمی دارند که به نحوی بدنبال علت و عاملان وقوع حادثه است تا از این طریق به نوعی احساس نفرت و خشم عمومی را علیه عاملان وقوع حادثه یعنی مدیران و مسولین حاکمیتی برانگیزد. در مقابل نحوه عملکرد کانال هایی که از این حادثه به عنوان یک دستاورد بزرگ برای شناخت سرمایه اجتماعی یاد می کنند، با انتشار پیام هایی که به نحوی به اسطوره سازی از یک قشر خاص می پردازد، تنها وظیفه تهییج احساسات عام و زودگذر مردم را برای گذر از بحران بوجود آمده برعهده دارند.

نکته مهم دیگر که در جریان بازنمایی حادثه پلاسکو توسط کانال های حاضر برای مخاطبان جلب توجه کرد، عملکرد مشابه این کانال ها در اشاره به برخی از مفاهیم همچون اسطوره سازی در مقابل تخریب مدیران یا همچنین اشاره بر مساله بی تفاوتی اجتماعی مردم در مقابل مشارکت آن ها می باشد. که این نیز به خصلت رسانه های نوین در انتشار این نوع از اخبار به منظور ارضای نیاز مخاطب باز می گردد و این بسته به نحوه فرهنگ رفتاری جوامع مختلف، متفاوت تعریف شده است. به نحوی که در جامعه ما برای اینکه رسانه ها در پوشش خبری از یک بحران بخواهند موفق تر عمل کنند، نیاز دارند که به زمینه رفتاری یک فرهنگ در مواجهه با بحران ها بیندیشند و به انتشار



اخباری در این راستا پردازند که حداکثر نیاز مخاطب را برآورده کند. چنانچه در فرهنگ رفتاری ایرانیان نیز پدیده اسطوره سازی به وفور در فرهنگ ایران زمین رایج بوده و در مقابل تخریب و تحقیر نیز به همان شدت مورد توجه عموم مردم برای مقصر جلوه دادن امور بوده است و در بازنمایی معانی و مفاهیم پیام ها از حادثه پلاسکو توسط کانال های حاضر در پژوهش به وفور ما نیز شاهد این امر بوده ایم.

بر این اساس بررسی یافته های مربوط به این بخش نشان داد؛ کانال های تلگرام حاضر در پژوهش در انتشار برخی پیام ها دارای جهت گیری فکری و سیاسی متفاوت از هم بوده اند و از استراتژی های متفاوتی برای بازنمایی معانی و مفاهیم نظر خود به مخاطبان استفاده کرده اند. نکته دیگر آن که اگرچه اغلب کانال ها در تاکید و انتشار برخی مفاهیم همچون انتقاد به مدیریت، تحسین آتش نشان ها و حتی انتقاد به رفتار مردم نیز به شکل مشابه عمل کرده اند، اما این به سبب زمینه و خاستگاه فرهنگی آن ها و همچنین توجه به نیاز مخاطبان برای پیگیری برخی اخبار بخصوص بوده است که بدین صورت رسانه ها را به پذیرش برای عمل در این عرصه به ظاهر مشابه اقتناع کرده است.

### بحث و نتیجه گیری

با توجه به آنچه از نتایج این پژوهش حاصل شد، این گونه به نظر رسید. نخست؛ دیدگاه منفی مردم نسبت به نحوه عملکرد رسانه های رسمی و دولتی در جریان پوشش خبری از حادثه پلاسکو، به دلایلی همچون عدم پوشش خبری سریع و وسیع از محل حادثه، نشر اخبار ضد و نقیض و بهره برداری از فضای رسانه ای به منزله بهره برداری سیاسی حکایت از این امر دارد؛ مردم از فضای مجازی به مراتب بیشتر از گذشته، برای پیگیری اخبار و واکنش نسبت به حادثه مذکور استفاده کرده اند. اگرچه بررسی یافته ها نشان داد؛ این رسانه های اجتماعی نیز در انتشار برخی پیام ها دارای جهت گیری فکری و سیاسی متفاوت از هم بوده اند و کانال ها از این حادثه به عنوان مجرای برای انتقال معانی و مفاهیم مورد نظر خود به مخاطب استفاده کرده اند.

دوم این که؛ نحوه پوشش خبری رسانه های اجتماعی از این حادثه به سبب نشر و انتشار صحنه های دردآور و آثار روانی برجا مانده از آن، گویای القای احساس مصیبت بر اذهان عموم جامعه دارد و واکنش عموم مردم را با انتشار مطالبی همچون، احساس ترس و نگرانی، یاس، ناامیدی و هم دردی و غیره... در فضای مجازی به همراه داشت.

و در نهایت می‌توان به نقش رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی معانی و مفاهیم پیام‌هایی پرداخت که کانال‌های اجتماعی و مردم از انتشار آن در فضای مجازی دارند و اطلاعات بدست آمده به سه دسته از مفاهیم فرهنگی اسطوره‌سازی، شایعه‌پراکنی، تقدیرگرایی و مفاهیم اجتماعی اعم از مشارکت اجتماعی، هم‌دلی اجتماعی، فردگرایی، سودجویی و منفعت‌طلبی اشخاص- نهادها و در آخر مفاهیم روانی شامل میل به ابراز هویت، اضطراب اجتماعی اشاره دارند.

بنابراین نتایج پژوهش حاضر مؤید نقش فعال و مهم رسانه‌های اجتماعی در واکنش‌نشان دادن به چالش‌ها و بحران‌های جامعه است و براین واقعیت دلالت دارد که امروزه این قبیل رسانه‌ها به صورت مکمل و درکنار رسانه رسمی و حکومتی؛ نیازکنشگران انسانی به تفسیر و تحلیل وقایع و رخدادهای اجتماعی را برآورده می‌سازند.



## منابع

- بازرگان هرندی، عباس (۱۳۹۶). مقدمه ای بر روش های تحقیق کیفی و آمیخته؛ رویکردهای متداول در علوم رفتاری: نشر دیدار. ۲۰۸ صفحه.
- بیگلر، جانتان (۱۳۹۳). نشانه، ایدولوژی، رسانه، ترجمه سید حمدالله آلوانی، محسن محمودی، ابولفضل امیرور، تهران: نشر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- جوادی یگانه، محمد و همکاران (۱۳۹۵). جستارهایی در پلاسکو، ویرایش دوم: نشر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- خالق پناه، کمال (۱۳۸۷). تحلیل و بررسی نشانه شناختی فیلم لاک پشت ها هم پرواز می کنند، دوره چهار، شماه دوازدهم: نشر مطالعات فرهنگی و ارتباطات.
- سلیمانی، رضا و هراتی، محمدجواد (۱۳۹۴). نظریه «بازنمایی» و انگاره های معنایی گفتمان رسانه ای آمریکا از اسلام و ایران، جستارهای سیاسی معاصر: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال ششم، شماره چهارم، ۹۹-۱۲۲.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). تجدد و تشخیص؛ جامعه و هویت شخصی در عصر جدید. ترجمه ناصر موفقیان، تهران: نشر نی.
- مهدی زاده، محمد (۱۳۸۷). معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی، تهران: نشر مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
- نورمحمدی، مرتضی (۱۳۹۲). نقش شبکه های مجازی در انقلاب تونس: نشریه علمی ترویجی وسایل ارتباط جمعی رسانه، ۲۲ (۳ و ۴).
- هیوارد، سوزان (۱۳۸۶). مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی، ترجمه فتاح محمدی، چاپ اول، زنجان: انتشارات هزاره ی سوم.
- Devereux, Eion (2003), *Understanding the Media*, London: Sage Publications.
- Hall, Stuart (1997), *Cultural Representation and Signifying Practice*, London: Sage Publications.
- Hall, Stuart (1997), *The Work of Representation*, In *cultural Representation and Signifying practice*, sage publication.
- Hall, S. (2003), *Representation: Cultural representation and signifying practices*, sage publication, London, Thousand books, New Delhi, The open university.
- MacDonald, Myra (2003), *Exploring Media Discourse*, London: Arnold.
- Mac Donald, Myra (2003), *Demonizing Islam*” in *Enploring Media Discourse*, London: Arnold.
- Watson and hill, Anne (2006), *Dictionary of Media*.