

بازنمایی خبر یک قتل

شهید الاسلام، شهید طبقه‌ی کارگر

گاهی اخباری مربوط به مبارزه‌ی کارگران با سرمایه‌داران از رسانه‌های سرمایه‌داری پخش می‌شود. اخباری که در ظاهر هیچ تحلیل مشخصی هم از آن صورت نگرفته است. این بلندگوهای تبلیغاتی با پخش این‌گونه اخبار می‌توانند در نبرد بین سرمایه‌داران و کارگران، ظاهری بی‌طرف برای خود دست و پا کنند. اگر کارکرد این رسانه‌ها تبلیغات به نفع سیستم سرمایه‌داری و جلوگیری از آگاه شدن کارگران از منافع خودشان است، آیا پخش چنین اخباری، ناقض وظیفه‌ی رسانه‌ی سرمایه‌داری نیست؟

امروزه به دلیل وجود سیستم عریض و طویل تبلیغات سرمایه‌دارانه، آگاه شدن و آگاهی‌بخشی در خصوص وضعیت کنونی کارگران و امکان تغییر این وضعیت مشکلات خاص خود را دارد. به‌طور مثال، افزایش کمی رسانه‌ها باعث می‌شود این دستگاه‌های تبلیغاتی و بنگاه‌های به اصطلاح خبری با انبوه اطلاعات و اخباری که بر سر مخاطب خود می‌ریزند بیش از پیش امکان آگاه شدن مخاطب خود را کمتر کنند. مخاطب در این دوران مانند فرد گرفتار در همه‌مه‌ای است که با وجود سرو صدای زیاد، نمی‌تواند موضوع مشخصی را خوب متوجه شود.

میزان تمرکز ما و آنچه سواد تحلیل خبر می‌گویند، می‌تواند امکان شکستن این همه‌مه‌ی ساختگی را فراهم کند تا از لابه‌لای اخباری که از رسانه‌های سرمایه‌داری پخش می‌شود، خبری را بشنویم که واقعاً خبر باشد و اسباب تلنگر و بیدارباش. اما این اخبار چگونه در این رسانه‌ها بازتاب یافته یا باز نشر می‌شوند؟ میزان آگاهی‌بخشی این اخبار با میزان اهمیت آن برای رسانه‌ی سرمایه‌داری چه نسبتی دارد؟

از لحاظ موقعیت و اهمیت اخبار کارگری، به‌طور معمول در شبکه‌های خبری یا در بخش‌های خبری پُربیننده یا برنامه‌های ویژه‌ی این شبکه‌ها، اخبار کارگری جایگاه ویژه‌ای ندارند. اگر اخباری مربوط به کارگران از دستگاه‌های تبلیغاتی سرمایه‌داری پخش شود در نهایت در حدود یک زیرنویس است که بدون هیچ تحلیلی در سایه‌ی اخبار دیگر به آن اشاره‌ی کوتاهی می‌شود یا چنان خبر قلب ماهیت می‌شود که در نهایت خود موضوع تغییر می‌یابد تا منافع سیستم سرمایه‌داری را فراهم کند. نباید یادمان برود که رسانه‌ی سرمایه‌داری گربه‌ای نیست که برای رضای خدا موش بگیرد و اگر اخباری مربوط به مبارزات کارگران پخش می‌کند، در نهایت می‌خواهد ماهی خود را از آب بگیرد؛ حتی اگر آن خبر، خبر قتل دبیر اتحادیه‌ی کارگران باشد.

خبر طبق معمول کوتاه کوتاه است: «به گزارش شبکه‌ی العالم، پلیس بنگلادش اعلام کرد شهیدالاسلام رئیس اتحادیه‌ی کارکنان پوشاک و صنعت در شهر قاضی پور بنگلادش روز یکشنبه پس از هشدار به مالکان کارگاه‌های پوشاک در پی دستمزدهای پرداخت نشده، مورد ضرب و جرح قرار گرفت و کشته شد.»¹

اگر بپذیریم که سیستم تبلیغاتی سرمایه‌داری هیچ‌گاه نمی‌خواهد عامل آگاهی‌بخش و به جوش آوردن خون کارگران باشد، جا دارد این سوال را پرسیم که اصلاً چرا این خبر از رسانه‌های سرمایه‌داری پخش می‌شود؟ می‌توان حدس و گمان زد.

می‌توانیم خوش‌بینانه تصور کنیم که کسانی از مدافعان حقوق کارگران در این رسانه‌ها نفوذ کرده‌اند، یا این که تضارب منافی که در میان خود سرمایه‌داران یا حتی دولت‌های سرمایه‌داری وجود دارد باعث درز این‌گونه خبرها می‌شود، یا تبدیل مسئله به یک موضوع حقوقی و این که حق انسانی پایمال شده است، و یا به ساخته شدن چهره‌ی بی‌طرفانه‌ای که رسانه‌های سرمایه‌داری می‌خواهند برای خود دست و پا کنند کمک می‌کند.

البته دلایل دیگری را هم می‌توان ذکر کرد. اما هیچ‌کدام از این دلایل نمی‌تواند کارکرد واقعی رسانه‌ی سرمایه‌داری برای سرمایه را بیان کند. کارکردی که هر اندازه نیت‌های درستی پشت خبررسانی در سیستم سرمایه‌داری باشد، باز آن نیت‌های درست را به خدمت خود در می‌آورد.

رسانه‌ی سرمایه‌داری و عوامل رسانه‌ای آن، دانسته یا ندانسته، یک وظیفه‌ی عمده را به عهده دارند؛ که پنهان‌کاری، یا بهتر بگویم سرپوش گذاشتن بر روی حقیقت است. حقیقت در جهان سرمایه، چیزی فرامینی نیست که در چنگ عده‌ای مرتاض هندی یا عارف پشت به دنیا کرده باشد. حقیقت، تضاد اصلی سازنده‌ی این جهان، تضاد بین کار و سرمایه است. در واقع وظیفه‌ی رسانه در جهان سرمایه‌داری نارسانا کردن واقعیتی است که هر روز ما آن را زیست می‌کنیم. رسانه‌ی سرمایه‌داری حاضر است هزاران خبر را پخش کند تا موضوع اصلی یعنی استثمار کارگران پنهان بماند.

برای پنهان کردن این حقیقت، هیچ راهی جز پرداختن به دروغ - به قصد فریفتن - وجود ندارد. فریب به معنای ساخت روایتی از موضوع است که پوشاننده‌ی روایت اصلی است؛ ایجاد معنایی دیگرگونه از موضوع جهت انتقال به مخاطب و ساخت جهانی غیرواقعی برای مخاطب است. اما رسانه‌ی سرمایه‌داری چه کسانی را قرار است بفریبد؟

رسانه‌های سرمایه‌داری مدعی‌اند مخاطب آن‌ها افکار عمومی است که در خود این ادعا هم دروغی نهفته است. چون این رسانه‌ها به طور متناوب سعی در شناسایی و بازشناسایی مخاطبان خاص خود دارند. مخاطبانی که عمدتاً از کارگران و

¹ <https://www.iribnews.ir/fa/news/3896418>

زحمت‌کشان تشکیل شده است تا بتوانند با کشاندن آن‌ها به پای برنامه‌های خود علاوه بر پر کردن اوقات فراغت کارگران، آن‌ها را غیر از ساعت کار هم سمت‌وسو دهند. برای این منظور دو ترفند کلان دارند که اولین‌اش **طبیعی سازی** است.

در این ترفند، روابط جهان استثمارزده عادی جلوه داده می‌شود. همه چیز مانند همیشه است؛ حتی اگر مخاطب حیرت یا تعجبی هم از شنیدن یک خبر داشته باشد، باز یک حیرت همیشگی دارد. مثل اخباری که در مورد کشته‌شده‌های جنگ یا رویدادهای این‌چنینی پخش می‌شود. حیرت‌هایی که قرار نیست به خشم نسبت به دشمن واقعی تبدیل شود. اصل اساسی رسانه‌ها بازتاب سطحی جهان است، بدون پرداختن به مناسباتی که این جهان را می‌سازد. از نظر آن‌ها جهان بر پایه‌ی درست خود قرار دارد و اگر اشکالاتی هم هست می‌توان با اصلاح و به دست پرتوان سرمایه‌داران و مدیران برطرف‌اش کرد.

اما باید تصور جهانی دیگرگونه برای کارگران را غیرممکن کرد؛ اگر کارگری قرار است رویایی داشته باشد، رویاپردازی‌اش باید در همان چارچوب جهان بورژوازی باشد. رویاهایی که تحقق آن‌ها برای یک کارگر در جهان واقعی عملاً غیرممکن است. می‌توان گفت این رسانه‌ها رویاهای غیرممکن را برای کارگران ممکن جلوه می‌دهند و امر ممکن را - که همان ساخت جهانی دیگرگونه و به دور از استثمار انسان از انسان است - غیرممکن نشان می‌دهند.

دومین ترفند اساسی برای پوشاندن حقیقت، **تاریخ‌زدایی** است. مناسبات و روابطی که بین سرمایه و کار در یک کشور شکل گرفته، بنا به شرایط خاص تاریخی آن کشور بوده است. این مناسبات و شرایط باعث به وجود آمدن طبقات اجتماعی شده است. اما رسانه‌های سرمایه‌داری سعی در القای این موضوع دارند که، از ازل تا ابد، جهان بر پایه‌ی همین شکل از روابط بوده است. در این روابط کارگران محکوم به استثمار شدن هستند و اگر در این جایگاه قرار گرفته‌اند به خاطر عدم توانایی‌های شخصی آن‌ها بوده است.

البته مزدوران سرمایه‌داری تاکتیک‌های دیگری نیز دارند. مانند این که تیتراژ خبر را چگونه انتخاب کرده، یا در انتهای خبر چه بنویسند تا بیشترین تأثیر را بر مخاطب داشته و برآورنده‌ی منافع طبقه‌ی سرمایه‌دار باشد. برای آشنایی با چنین تاکتیک‌هایی، بیایید انتهای خبر کشته شدن شهیدالاسلام را با هم بازخوانی کنیم: «فرمانده یگان پلیس در شهر قاضی‌پور تصریح کرد اگر دستمزد کارکنان در سریع‌ترین زمان ممکن پرداخت نشد پرونده به مقامات دولت ارجاع می‌شود.»^۲

همان‌طور که می‌بینید، در این خبر تضاد دائمی‌ای که بین کارگران و سرمایه‌داران است به تضاد بین یک رئیس اتحادیه‌ی کارکنان (نه کارگران) و مالکان کارگاه تنزل پیدا کرده است؛ پلیس هم چون میانجی بین کارکنان و مالکان کارگاه جلوه‌گر

^۲ همان.

می‌شود و در نهایت دولت هم - به‌عنوان یک قاضی بی‌طرف - قرار است در صورت حل نشدن موضوع حکم نهایی را صادر کند.

بازتاب سطحی خبر با حقیقت خبر متفاوت است. حقیقتاً استعمار نهادینه‌شده‌ی کارگران است که در صورت اعتراض می‌تواند به قتل آن‌ها هم منتهی شود؛ اما بازتاب‌اش، به یک دعوای منتهی به قتل تنزل یافته که در انعکاس آن حتی از به کار بردن واژه‌ی کارگران هم می‌ترسند و در پی حفظ آبرویی برای پلیس و دولت هستند.

اجازه دهید یک‌بار دیگر این خبر را به زبان طبقاتی خودمان بخوانیم:

در نبردی که بین کارگران صنعت پوشاک بنگلادش و کلان‌سرمایه‌داران جهانی اتفاق افتاده است، شهیدالاسلام، دبیر اتحادیه‌ی کارگران، به دست عوامل سرمایه‌کشته شد. پلیس به‌عنوان نیروی سرکوب طبقه‌ی سرمایه‌دار و نگهبان نظم موجود وارد عمل می‌شود، کارگران خشمگین را سرکوب می‌کند و از سرمایه‌داران می‌خواهد تا حقوق کارگران را جهت برگشتن به شرایط استعمار پرداخت کنند و در غیر این صورت پرونده به دولت سرمایه‌داری که حامی منافع کل طبقه‌ی سرمایه‌دار است ارجاع داده خواهد شد.

البته همان‌طور که صنعت پوشاک بنگلادش نتیجه‌ی دستمزد ارزان کارگران بنگلادش و محصول استعمار آن‌ها توسط سرمایه‌داران جهانی است، به همان اندازه، شهیدالاسلام نیز شهیدی است از برای طبقه‌ی کارگر جهانی و کارگران تنها با آگاه شدن و عزم مبارزاتی خود می‌توانند انتقام شهیدالاسلام‌های تاریخ مبارزات خود را بگیرند.