



جمال شورهچ (فیلمساز)

ابوالقاسم طالبی (فیلمساز)

محمد کاسبی (بازیگر)

رسول ملاقلی‌پور (فیلمساز)

شهریار بحرانی (فیلمساز)

رابویش ارچمن (بازیگر)

نادر میربالایی (فیلمساز)

مرتضی شعبانی (استندساز)

پروانه معصومی (بازیگر)

مهدی فقیه (بازیگر)

ابراهیم حاتمی‌کیا (فیلمساز)

فرخ‌الله سلحشور (فیلمساز)

هادی محمدیان (پویانما)

مجید مجیدی (فیلمساز)

شهید آوینی (فیلمساز)

ناصر طالبی‌زاده (کارگردان)

## واکاوی تاریخ سینمای پس از انقلاب

حکایت سینما توگراف ۲

## سینمای دهه ۸۰

## و گذار به دولت اصولگرا

**سعید مستغاثی**

**بخش چهل و پنج**

تابستان ۱۳۸۴ همراه با تغییر رئیس‌جمهور و دولت، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی و بالتبع معاونت امور سینمایی آن نیز تغییر پیدا کرد و یکی از چهره‌های شناخته‌شده این عرصه زمام امور سینمایی را به دست گرفت.

محمدرضا جعفری جلوه که تا آن زمان بیشتر در مدیریت‌های تلویزیونی فعالیت کرده بود، از همان آغاز، سخن از تعامل فعال با سینماگران و طیف‌های مختلفشان راند و سعی داشت با کمک و همکاری آنها و سایر اشخاص و گروه‌های ذی نفع در سینمای ایران، برای سینمای مطلوب و شایسته انقلاب و نظام اسلامی، تعریف و راهکار مشخص و معینی به‌دست آورد. این تلاش وی به برگزاری جشنواره و همایش‌ها و حتی تالیف و نشر کتابی با محوریت پرداختن به سینمای ملی (به عنوان رهیافت کنونی سینمای ایران) نیز انجامید ولی دلالت متعددی از جمله بقای تفکر سکولار در عرصه فرهنگ و هنر، باقی ماندن ساختار غیر استاندارد تولید و توزیع در سینمای ایران، روشن نبودن حدود و ثغور فعالیت‌های صنفی، تئوریزه نشدن وجوه مختلف سینمای ملی و راهکارهای به فعل درآوردن آن، محدودیت‌های مختلف دربرخورد با سینمای غیراستاندارد و غیر فرهنگی و عدم همراهی برخی مدیران خود معاونت سینمایی، موجب شد آن تلاش‌ها و کوشش‌ها به ثمر نزنشیند و سینمای ایران همچنان از یک برنامه مشخص و چشم انداز روشن بی‌بهره بماند.

متأسفانه جعفری جلوه و سایر متولیان سینمایی قبل و بعد ایشان با تمامی حسن نیت و تلاش، برای به سطح استاندارد رساندن سینمای ایران و تدوین استراتژی و سیاست روشن آینده‌اش، نتوانستند با وجود ساختارهای سخت‌افزاری غیراستاندارد و نرم‌افزاری غیرفرهنگی مستقر در بدنه این سینما مقابله نموده و یک بار برای همیشه تکلیف مدیریت آرمان خواه را با این زواند ناسازگاری که بیشتر سطح کشت و زرع سینمای ایران را همچون علف هرز دربرگرفته‌اند، روشن سازند.

**کارنامه سینمای دهه اولگرایان**

اما در زمینه مدیریت سینمای ایران در دهه ۸۰، به جز بررسی خط مشی اصلی و سیاست‌های مجوری و تحلیل کلیت حرکت این سینما، ۵مورد فرعی «جشنواره‌ها»، «سالن سازی»، «اکران فیلم خارجی»، «سینمای جوان» و «سینمای مستند» نیز به گونه‌ای پیوسته با سیاست‌های این مدیریت بایستی مورد بررسی قرار گرفته تا پازل تحلیل نحوه مدیریت سینمای ایران در این دهه تکمیل شود.

**جشنواره‌ها**

۱- **خارجی**

در میان همه جشنواره بازی‌های سینمای ایران در طی بیش از دو دهه، آنچه همچنان در روند حضور بین‌المللی سینمای ایران از نظر مسئولین سینمای مغفول ماند، شرکت در بازارها و اکران جهانی بود و گر نه دل خوش کردن به چند جایزه و تقدیر از سوی جشنواره‌هایی که بعضاً از یک اتاق در یک شهر کوچک فراتر نمی‌رفتند! دردی از این سینما دوا نمی‌کردند!

بایستی از ابتدا به اکران و نمایش عمومی جهانی فکر می‌شد و اولین حرکت در این مسیر، بذل توجه به مخاطب عام بود. با توجه به این‌که بالاخره هویت سینمای ما، ایرانی‌اسلامی است، بلاشک نخستین مخاطبان فرامرزی ما می‌توانستند ملت‌هایی باشند که به فرهنگ ما نزدیک‌ترند یعنی کشورهای مسلمان یا ملت‌هایی که همسایه ما هستند و زبان ما را می‌فهمند، کشورهایی که آیین ما را می‌شناسند؛ هند و کشمیر و پاکستان و بنگلادش و تاجیکستان و افغانستان و عراق و ترکیه و کشورهای تازه استقلال یافته، جماعت بسیاری از ایرانی‌ها را در اعصاب و قرون مختلف میزبانی کرده و در مقابل نیز جماعت زیادی از آنها هم در کشور ما ساکن بوده و قریابت‌های فرهنگی تاریخی فراوانی با ما داشته و دارند.



متأسفانه سینمای ما علی‌رغم حضور جشنواره‌ای بر تعداد در طی سال‌های خصوصاً پس از جنگ، در میان مردم جهان و خصوصاً این ملتها کمتر شناخته‌شده شد. مدیریت سینمای ما، پتانسیل تماشای کشورهای اسلامی و عرب که حدود یک و نیم میلیارد مخاطب بالقوه برای سینمای ما محسوب شده‌اند را فراموش کرد و به حضور نیم بند و بعضاً حقیرانه در جشنواره‌های اروپایی مانند کن فانتع نمود. در حالی که هیچ تعریف و استراتیژی برای این حضور وجود نداشت و هیچ کارنامه یسا بیلابلی از دستاوردهای این حضورها مثلا میزان فروش و یسا مخاطب، در طول این سالها ارائه نشده. اما صرف نمایش و تبلیغات در جشنواره‌های خارجی، هزینه‌های بسیاری به نهادهای دولتی و نیمه دولتی تحمیل کرد. این به حالی بود که آنها برای پذیرش سینمای ایران در جشنواره‌های فیلم‌هایی از نوع تفکر و با معیار خود می‌پسندیدند اگرچه هیچ راهی برای اکران و راهیایی به بازار نمایش حتی برای آن فیلم‌های گزینش شده نیز قائل نبودند. ولی در کشورهای اسلامی و جهان سوم، این سینمای ایران بود که می‌توانست حرف اول را بزند. اما علی‌رغم این ظرفیت بالقوه، سینمای ایران در واقع هیچ درصدی از سهم اکران آنها را در اختیار نگرفت و آن را تمام و کمال به سینمای هالیوود و بالیوود واگذار کرد.

۲- **داخلی**

در زمینه برگزاری جشنواره‌های داخلی، دهه ۸۰ را شاید بتوان یکی از پرچشوراه‌ترین دوران‌های سینمای ایران در طول تاریخش دانست. در این دهه، مسئولیات‌های متعددی راجع به فیلم و سینما برپا شده، از جشنواره‌های ثابتی مثل جشنواره فیلم فجر و فیلم کوتاه و پویانمایی و رشد گرفته تا جشنواره‌های جدیدی همچون کارآفرینی، رحمت، صبا، بهزیستی و… و جشنواره‌هایی هم اگرچه افتان و خیزان و با فراز و فرود (مانند جشنواره کودکان و نوجوانان یا جشنواره فیلم دفاع مقدس و یا جشن خانه سینما) ولی به هر حال برگزار شدند.

هر جشنواره‌ای (فارغ از موضوع خود) ماهیتا می‌تواند علاوه‌بر ویتزین و نمایشی از تولیدات مربوطه در مدت زمانی معین، مکان مناسبی هم برای ارتباط و تعامل و تبادل افکار و آراء و نظرات کارشناسانه اهل فن و متخصصان باشد. اما این جشنواره‌ها زمانی موضوعیت پیدا می‌کنند که اساسا محصولاتی مربوط به آن و در حد و قواره یک جشنواره، تولید شده باشد. در واقع بدون تولید یک محصول (در حد استاندارد برگزاری یک جشنواره) صورت مسئله برگزاری آن جشنواره یک باز نپ می‌شود. فضا وقتی کسورری به لحاظ گنمد هنوز به خودکفایی نرسیده و وابسته به واردات آن است، براییی جشنواره گنمد و یا مانند آن، سوزهای بی‌مورد وحی مضحکه‌آمیز جلوه می‌نماید.یا هنگامی که در کشوری صنایع مونتاژ کولاک می‌کند، برگزاری جشنواره‌های گوناگون صنعتی، اقدامی عبث می‌نماید، چه بسا از بودجه‌ها و هزینه‌هایی که صرف به نمایش گذاردن گنمد‌های وارداتی و یا محصولات مونتاژی می‌شود، بتوان به زیر ساخت‌های خودکفایی در امر کشاورزی و یا تاسیس صنایع مادر یاری رساند. اما گویا مقوله جشنواره هم در سینمای ایران، مسئله‌ای ذهنی و سوزکتیو بوده و هست! نمونه‌اش جشنواره‌های متعددی که خصوصا در دهه ۸۰ در گوشه و کنار سینمای ما برپا شد و بنا بر آمار، راکورد برگزاری جشنواره را در طول تاریخ سینمای ایران شکست، قطعا کسی نمی‌تواند منکر برگزاری این جشنواره‌ها‌شود، اگر که به رونق بدنه سینمای ایران و چرخه تولید و نمایش آن کمک کنند و هزینه‌هایی که (کم یا زیاد) صرف برگزاری آنها می‌شود، تنها بهای چند روزی دل خوشی و سر و صد، به هند نرود، در حالی‌که گوشه گوشه این سینما نیازمند سرمایه و هزینه بوده و هست، اما گفته می‌شود بودجه‌ها محدود است و خرما برنخیل!!

متأسفانه شاهدیم که اغلب این جشنواره‌ها، نه تنها به رونق این سینما کمکی نکردند و اکثرا به جز یک دوره‌می دوستانه، فقط یک سری محدود فیلم را به صورت مسلسل، در روند نمایش‌های خود تکرار کرده و می‌کنند، امکانات انسانی و مادی و معنوی هم که می‌تواند در خدمت اساس سینمای ایران قرار گیرد را برای جلوه‌گری همان ویتزین به کار گرفته و می‌گیرند، ویتزینی که در واقع خالی است!

اکشن، یکی از پرطرفدارترین گونه‌های

سینمایی در جهان است و هر سال بخشی از آثار پر فروش در جهان، در این ژانر تقسیم‌بندی می‌شوند. سینمای ایران نیز تا حدود ۲۵ سال قبل توجه ویژه‌ای به آثار اکشن داشت و بخش عمده‌ای از پر مخاطب‌ترین فیلم‌های سینمای ما، به این ژانر اختصاص داشتند. فیلم‌هایی چون «فتاب‌ها» و «کالی مانگا» که هم در ژانر اکشن جنگی می‌گنجد و هم از پرفروش‌های تاریخ سینمای ایران محسوب می‌شوند. با این حال، اواخر دهه ۷۰ و با ریل‌گذاری‌های انجام شده از سوی مدیران فرهنگی و سینمایی دولت وقت، فیلم‌های اکشن نیز به تدریج از سینمای ایران محو شدند!اما خوشبختانه مدتی است که تنوع موضوعی و ژانری به سینمای ما برگشته و ژانر اکشن هم به طور کجدار و مریز، احیا شده است. «تاوان» یکی از این فیلم‌هاست که در ژانر اکشن تقسیم‌بندی می‌شود. این فیلم به کارگردانی رامین سرهراب برای اولین بار در چهلمین

حجم بالای صحنه‌های اکشن به گونه‌ای است که «تاوان» بیش از فیلم سینمایی که نمایانده دنیای شبه‌واقعی است، به بازی‌های رایانه‌ای شباهت یافته است. همان بازی‌هایی که قهرمان آن‌ها از ابتدا تا انتها برای نجات، در هر مرحله دهها نفر را با فکتن مختلف رزمی زمینگیر می‌کند و در نهایت با شکست دادن غول مرحله آخر، به کار خاتمه می‌دهد! برخلاف وفور صحنه‌های رزمی و محوریت زندگی خصوصی یک ورزشکار رزمی کار اما روایت این فیلم ورزیده نیست و سست به نظر می‌رسد. فیلمنامه تاوان به قدری ضعیف است که حتی

فیلم به یاد صحنه ربهوده شدن زن و

اینکه چطور و چگونه یک بانوی ورزشکار رزمی،

وسط خیابان ربهوده می‌شود با جزئیات به نمایش

دریاید. مشکل محتوایی و راهبردی هم این است

که برخلاف تصویر به نمایش درآمده در «تاوان»

# اکشن! و دیگر هیج!



**نگاهی به فیلم «تاوان»**

روابط بسیاری از آدم‌ها در فیلم مبهم است؛ به طور

مثال، از ابتدا تا انتها مشخص نمی‌شود که دختر و پسر جوانی که در کنار سام هستند، چه نسبتی با او دارند؟ آیا دوست سام هستند یا خواهر و برادرش؟!

رسانه فارسی زبانان فنلاند، در سال ۲۰۲۰ طی تصمیم می‌گیرد تا به فنلاند برود، اما معلوم نیست که چرا فنلاند و چرا کشور دیگری نه؟ البته دلیل فرامتنی این است که «تاوان» محصول مشترک ایران و فنلاند است و علت مهاجرت کوتاه مدت شخصیت محوری فیلم به آن کشور، صرفا نمایش چند نمای کارت پستالی و تبلیغاتی از فنلاند است.

بعد هم که سام همراه همسر خارجی‌اش به ایران می‌آید، باز هم اشتباهاتی در پیش رفت داستان رخ می‌دهد که هم از نظر منطقی روایی و هم از لحاظ راهبردی و محتوایی، قابل انتقاد هستند. در این مثل دزدیده شدن همسر خارجی سام، در روز روشن و وسط خیابانی در تهران! باز هم جای سؤال است که مگر برون‌دن زن بزرگسال که انتقاد رزمی کار هم هست، آن هم در معابر عمومی و در روز روشن، این‌قدر ساده است؟ اما به شکلی بسیار سرسری و ساده‌انگارانه شده، این اتفاق در



**نگاهی به فیلم «جنگ داخلی»**

# گریز از مرگ در سرزمین فرصت‌ها

— سعید متین

در فیلم‌های متعددی از تاریخ سینما، خیرنگاران و عکاسان خیری در صحنه‌های پرترکاب به دنبال شکار سوزه خود بودند؛ از سالوادور (الیور استون) تا نفوذی (مایکل مان) و شش‌بگرد (دان گیلروی) و گل‌های ه ریسون (آن شوراکی) و…

اگرچه اغلب فیلم‌های یاد شده، دستی هم در واقعیات تکاند، اما فیلم «جنگ داخلی»، به تصویری تکان و درنده از آینده‌ای ممکن و شاید نزدیک اشاره دارد.

ایالات متحده آمریکا دچار جنگ دهشتناک داخلی شده و دو ایالت بزرگ این کشور یعنی کالیفرنیا و تگزاس دست به شورش زده، ارتش غرب را تفرسکیل داده و اینک پایتخت ایالات متحده یعنی واشنگتن را محاصره کرده‌اند.

دو خبرنگار و عکاس، لی اسمیت (کریستین دانست) و جوئل (واگنر مورا) برای انجام آخرین مصاحبه با رئیس‌جمهوری «تیک آفرمن» (آل اسمیت) راهی سفری خطرناک و پرماجر از نیویورک به واشنگتن شده و در این مسیر یک مکاس جوان به نام «جسی» و یک کهنه کار، «سمی» با آنها همراه می‌گردند.

برخورد‌های فغانگیر کننده و مرگبار در طول

صفحه ۸

شنبه ۱۹ خرداد ۱۴۰۳

اول ذی‌الحجه ۱۴۴۵ — شماره ۲۳۵۹۶



### زنگ مجازی— جنگ تر کیبی

# فرآیندهای خزنده فرهنگی اینستاگرام

عزیزالله محمدی (امتداجو) ▶

در میان نظر‌به‌های ارتباطی و میان‌فرهنگی مواجهه با موضوع هویت و شخصیت و فردنگاری و جمع‌نگری اینچنین بیان می‌شود که، هنگامی که ما در مورد هویت خودمان احساس امنیت داریم، در تعامل خود با غریبه‌ها اعتماد به نفس خواهیم داشت و هرچه در مورد هویت خودمان احساس امنیت بیشتری داشته باشیم، بهتر قادر خواهیم بود که اضطراب خودمان را مدیریت کرده و اعتماد به نفس بیشتری را داشته باشیم تا بتوانیم رفتار غریبه‌ها را پیش‌بینی کنیم. شبکه‌های اجتماعی و اینستاگرام سرشار از پست‌های قابل پیش‌بینی از افرادی است که تا حدودی ما از آنها شناخت پیدا کرده‌ایم و به راحتی هر کدام از مخاطبین ما برای ما قابل پیش‌بینی در رفتار و گفتار شده‌اند که از وجه شناختی برای من نوعی که می‌خواهم یک نفر را بشناسم این می‌تواند یک نقطه انگیزه‌بخش و تقویت اعتماد به نفس بر اساس نظریه ارتباطی باشد؛ اما آیا این نوع قابل پیش‌بینی بودن از نسوی کسانی هم که می‌خوانند مرا بشناسند می‌تواند برای من خوب باشد و در اندازه بزرگ‌تر، آیا مورد پیش‌بینی بودن من از سوی فضای اینستاگرام می‌تواند به عنوان یک فاکتور قدرت برای من تلقی شود یا من کاربر اینستاگرام را تبدیل به برده و مصرف‌کننده دائمی(اطلاعات هوشمند و هدایت شده می‌کند؟

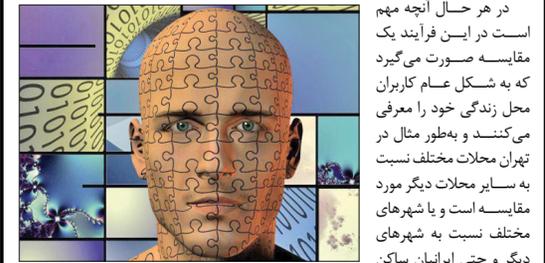
مدیریت اضطراب و اعتماد به نفس که از موارد مورد توجه بسیار شدید روانشناسان حوزه رفتار فردی و اجتماعی انسانها نیز است؛ همواره بر مبنای رف و عدم نیازهای افراد و جامعه مورد سنجش قرار می‌گیرد که این سنجش‌ها بر اساس اصول متعارف و شرایط آستانه مرزی انجام می‌گیرد و هر فرد با ویژگی‌های درونگرایانه و برونگرایانه مشخصات شخصیتی و اخلاقی و رفتاری خود را بازگو می‌کند.

فضای اینستاگرام بالفعل یک بستر برونگرایانه نسبت به هر موضوع فردی است که هر چقدر هم افراد در محیط واقعی درونگرا باشند با اولین پست و یا کامنت و یا لایکی که دارند وجوه شخصیتی و اعتقادی خودشان را به‌صورت خیلی واضح و شفاف و با صدای سا و بلند اعلام می‌کنند و از همان لحظه اول اعلام شخصیت، این اینستاگرام است که برای آنها تصمیم می‌گیرد تا در ادامه چگونه رفتار کند؛ مگر آنکه فرد مبتلا به اینستاگرام دارای نقشه راهبردی رفتاری و دایره شناخت محیطی در اینستاگرام باشد.

در واقع اعتماد به نفس ما دیدگاه خود ما نسبت به خودمان در دسته‌بندی با دیگران است که ما آنها را به عنوان شبیه به خودمان در برخی از ابعاد متفاوت از سایرین می‌بینیم و خودمان را در مقام مقایسه با آنها قرار می‌دهیم و در بستر همان مقایسه خودمان را بهتر یا بدتر می‌بینیم و در نتیجه به نقطه وجود یا عدم وجود اعتماد به نفس می‌رسیم.

فضای اینستاگرام به شدت محل و بستتر این‌گونه مقایسه‌های خود با دیگران و یا محل بازگویی و توصیف موقعیت‌های متفاوت نسبت به دیگران است که هرگز نمی‌توان برای آن نقطه پایانی در نظر گرفت و این بستتر با همین فضا، ارتباط یا غریبه‌های ناشناخته را هم آنچنان فراهم کرده و می‌کند که شناخته‌ها رو به فراموشی رفته و اصالت و هویت با همین فرآیند خزنده دچار خدشه و یا تغییر می‌شود.

نمونه بارز و نمایان این مقایسه‌ها درخصوص سبک زیستی و یا محیط زندگانی است که افراد در موقعیت‌های مختلف و در قالب پوشش معرفی محل زندگی خود بعضی از ویژگی‌های محل زندگی خود را با عبور از نقاط تعیین‌شده متمایز نسبت به سایر موقعیت‌ها و نقاط دیگر (داخلی و خارجی) آن را بازگو می‌کنند و ذیل آن با انتخاب دایره واژگانی و محاوره‌ای نسبت به همان جغرافیا تلاش می‌کنند این نقاط متمایز و متفاوت را در دو حالت متناقض نسبت به هم بازگو کنند که آن دو حالت یا حالت تمسخر موقعیت خود است و یا تفاخر به موقعیت خود.



در هر حال آنچه مهم است در ایین فرآیند یک مقایسه صورت می‌گیرد

که به شکل عام کاربران محل زندگی خود را معرفی می‌کنند و به‌طور مثال در تهران محلات مختلف نسبت

به سایر محلات دیگر مورد مقایسه است که «بر اساس یک نظرسنجی که

به شهرهای است و یا شهرهای مختلف نسبت به شهرهای دیگر و حتی ایرانیان ساکن

کشورهای دیگر وجوه تفاوت موجود آن کشور را با این عنوان که من در فلان جا زندگی می‌کنم

و این‌جا فلان است و بهمان است به تصویر می‌کشند.

در ظاهر شاید این‌گونه مواجهه‌ها یک اتفاق ساده و یک پدیده منبعث از اینستاگرام است که موضوع خاصی هم نیست؛ اما شرح آنچه در سطور اولیه نسبت به دایره ارتباطات و جهان غریبه‌های غیر از خود، اشاره شده بازگو‌کننده آن است که همواره این نوع مقایسه‌ها از عدم وجود اعتماد به نفس حاصل از مقایسه است که روز به روز نیز اینستاگرام بر آن دامن می‌زند و جامعه کاربران اینستاگرام در نهایت باید از محل زندگانی و حضور خود به عدم رضایت و خستگی برسند و به اصطلاح مرغ همسایه را در مقایسه با داشته‌های خود غزا ببینازند.

پرواضح است که زمانی که ما با افراد خارجی و غریبه‌ها ارتباط برقرار می‌کنیم، هویت‌های اجتماعی مان فعال می‌شوند و چون ما غریبه‌ها را در مقایسه با برخی اعضاء وجودی و گروهی خودمان متفاوتتر می‌بینیم و آنها را به گونه‌ای دیگر به غیر از آنچه ما هستیم تعریف می‌کنیم فعال شدن هویت اجتماعی ما به چگونگی طبقه‌بندی ما در مقایسه با غریبه‌ها وابسته می‌شود که اگر در این مرحله فقط مقام مقایسه باشد به‌طور واضح فندان اعتماد بنفس و وجه شخصیتی مستقل و تمایز احساس خواهد شد؛ اما به ندرت پیش می‌آید که کاربر اینستاگرام این وجوه تمایز با غریبه‌ها را فقط به عنوان یک وجه تفاوت ببیند و تحت تاثیر قرار نگیرد.

اعتماد به نفس و عزت نفس فردی یا اجتماعی ما در ارتباط با غریبه‌ها تاثیرپذیراست و بر اساس معیارهای رفتاری اثبات شده درخصوص افراد، عزت نفس، درجه‌ای از مثبت‌نگاری به خود در مقایسه با دیگران است که در هر فرد و یا گروهی می‌تواند متفاوت و همراه با نلترانس باشد. سؤالی که مجددا می‌توان آن را مطرح کرد این است که این نوع مقایسه‌های اینستاگرامی از سبک زندگی و یا جغرافیا و اصول و قوانین جوامع و مناطق مختلف نسبت به دیگران، آیا می‌تواند آن درجه مثبت‌نگاری به هویت و بودن (هستی) هر فرد یا گروه را تقویت کند یا اینکه این وجه برونگرایانه و برون ریزی شخصیتی در اینستاگرام موجبات سهولت شناخت و پیشگویی راحت‌تر از سوی غریبه‌ها به ما را فراهم می‌کند؟

در بیان آنچه تفاوت سبک زیستی و یا قوانینی و یا آداب و رسوم و یا حتی پوشش و گویش است؛ از نظر آنهایی که دستبست به تولید این نوع محتواهای یک دیقیف‌های می‌زند چه اتفاقی باید در مخاطب بیفتد که تاثیرگذاری تعریف شود؟ آیا غرض از تولید چنین محتواهای تحقیر دیگران است یا تفاخر به بودن خود و یا صرفا یک گزارش و یا توصیفی است که می‌خواهد تمایز بودن را بازگو کند؟

شئون اخلاقی و آداب اجتماعی اثبات شده در چنین شرایطی حکم می‌کند که قطعا نگاه هم گرایانه به جوامع وجود داشته باشد و از واگرایی به دلیل وجوه تمایز و تفاوت ربهیز شود و قطعا دست یابی به نگاه همگرایانه در جامعه ارزش محوری چون ایران که دارای جغرافیای فرهنگی گسترده و دارای خرده فرهنگ‌های بی‌شماری است؛ جز با داشتن نگاه احترام‌آمیز به سایر آداب و سنن و فرهنگ و پوشش و گویش و قوانین حاصل نمی‌شود.

در نهایت تولید کنندگان این نوع محتواها باید در نظر داشته باشند که به‌طور حتم نگاه و اهدافشان بر پایه احترام و نگاه برابر به دیگران باشد؛ نه نگاه برتر بودن به سایر جغرافیاهای فرهنگی و خرده فرهنگی که شاید دارای هنجارها و ناهنجاری‌های متفاوتی نسبت به گروه‌ها یا دو جوامع دیگر هستند.

مضاف بر توصیه‌های دینی و فرهنگی اندیشمندان سایر جوامع نیز بر کرامت انسانی فردی

و اجتماعی توصیه دارند که اگر غیر از آنچه گفته شد در تولید چنین محتواهای صورت بگیرد و جنبه تفاخر و نابرابری را برجسته کند؛ قطعا کرامت انسانی و اجتماعی دچار خدشه

شده و اصول متعارف همزیستی اجتماعی نیز نقض می‌شود.

بر اساس تعریف جامعه‌شناسان کرامت یک سطح حداقلی از احترام به خود و احساس ارزش نسبت به خود و همین‌طور افتخار مورد احترام قرار گرفتن به عنوان یک انسان است که مسلما هنگامی که با مقایسه و یا بدون مقایسه ما به دیگران احترام می‌گذاریم آنها نیز به ما احترام خواهند گذاشت و جامعه بشری به زنجیره ارزش‌های انسانی متصل باقی خواهد ماند.

سادگی نیست که گروهی علیه دسته‌ای دیگر

شوریده‌اند، بلکه بسیاری هم در این میان،

خیلی سلیقه‌ای به مجازات و کشتار آدم‌ها دست

زده‌اند.

مانند صحنه پر استرس برخورد گروه لی