



## واکوی تاریخ سینمای پس از انتخاب حکایت سینما توگراف ۲ دور پاتل برای نیروهای تازه‌نفس و جوان

سعید مستغنی  
بخش چهل و هفت

سینمای پس از انقلاب اگرچه در ابتدا جوان بود اما به تدریج با گذشت زمان و بالا رفتن سن جوانان ابتدائی انقلاب، نیاز به نیروهای تازه نفس پیدا کرد، نسل دوم و سوم انقلاب به میدان آمده اما هنوز راهی به حیثه سینما باز نکرده بودند. از همین روی در کنار آن سینمای حرفه ای، انجمن سینمای جوان و مرکز گسترش سینمای تجربی، در مسیر جذب نیروهای جوان، ایجاد شد و گام‌هایی برداشتند، اگرچه این گام‌ها کمتر به سینمای حرفه‌ای راه پیدا نمود، ولی ذخیره‌ای قابل اعتنا برای آینده سینمای ایران ایجاد کرد.

اما یک اشکال اساسی وجود داشته و دارد. این نیروهای تازه نفس با همان مواد و دروس و اندیشه و تفکری نژادیه و تربیت شده و آموزش دیدند که میراث دوران گذشته بود و اگرچه تغییرات بسیار اندک (بنا به ضروریات زمانه) در آن‌ها اعمال گردید اما محتوای آموزشی همان بود و با آموزه‌های انقلاب کاری نداشت.

اگرچه اغلب این نیروها همان نیروهای انقلابی بودند اما تحت تاثیر فضای سکولار هنری کشور، آنها نیز به این نقطه رسیدند که نماز و روزه و خمس و زکات و امر به معروف و نهی از منکر و سایر تفکرات دینی باید در خانه بماند و یا حداکثر پشت در کلاس‌های سینما نگاه داشته شود و به آنها القاء کردند که هنر و سینما جای ایدئولوژی و دین و مذهب و حتی مکان تفکر و اندیشه هم نیست. در نهایت به تفکرات اخلاقی و انسانی منهای پارامترهای دینی و توحید پیسنده گذرند. از همین روی بود که تاکیید داشتند سینمای نوین پس از انقلاب یک سینمای انسانی است و نه سینمای اسلامی که طبعاً انسانیت را نیز در خود مستتر دارد.

به این ترتیب هنر سکولار با این تفکر مرکزی که هنر و سینما کاری با تفکرات دینی و ایدئولوژیک نداشته و «هنر برای هنر» است و یا برای تجارت و سرگرمی و اینترنتیمنت، همراه خیل فیلم‌های کلاسیک آمریکایی و اروپایی به عنوان مصادیق انکار ناپذیر سینما و هنر، به خورد این جوانان انقلابی داده شد. همان تفکری که از حدود ۲۰۰ سال پیش در فضای فرهنگی و علمی این مملکت تزریق شد و به خصوص سینما به عنوان تنها هنر وارداتی این دیار با همین تفکر و اندیشه سکولار وارد این سرزمین شد و شکل گرفت و رشد نمود. (رجوع شود به کتاب اول حکایت سینما توگراف از نگارنده - نیمه پنهان (۶۲) - دکتر پوهنشی‌های مؤسسه کیهان- تهران - ۱۳۹۶)

نتیجه این نوع تفکر و اندیشه در حوزه سینما، تربیت جوانان علاقه‌مند به سینما بود که به همان سبک و سیاق سینمای پیش از انقلاب و با دروس و سر فصل‌های طراحی شده در غرب (بدون آنکه با ابعاد فرهنگی و اجتماعی جامعه ما همخوانی داشته باشد) پرورش یافته و آموختند.

نگارنده خود در برخی سالها مانند سال ۱۳۸۸، ضو هیئت انتخاب فیلم‌های کوتاه و بلند جشنواره سینمای جوان و یا جشنواره سینما حقیقت بودم و شاهد این ماجرا شدم که دهها فیلم مستند و داستانی کوتاه و بلند از سینماگران جوان و فیلمسازان تازه کار، فاقد هرگونه نشانه‌ای از هویت و فرهنگ و آیین و سبک زندگی ایرانی‌اسلامی بودند. اگرچه فیلم‌هایی که از مراکز شهرستان می‌آمد، تا حدودی به فرهنگ و ارزش‌های جامعه ما وفادار نشان می‌دادند اما تولیدات مراکز شهرهای بزرگ به ویژه تهران سرشار از یاس و نامیدی و بحران و سردرگمی به نظر می‌رسیدند.

سینمای مستند ایران، علی‌رغم سابقه‌ای طولانی‌تر از تولید فیلم داستانی و با وجود تاریخچه حجیم از مستند سازان و مستندهای مختلف، همچنان بلا تکلیف در پشت در و دیوارهای متعدد تولید و توزیع و نمایش مانده بودا در حالی که چند سال پیش از آن در مدت محدودی، حمایت از فیلم مستند به اکران عمومی آنها در سینمای فلسطین رسید، اما در سال‌های ابتدایی دهه ۸۰ در حالی که صحبت از برگزاری جشنواره بین‌المللی فیلم مستند بود، دو جشنواره مستند دیگر یعنی جشنواره‌های «بادگار» و «کیش» نیز به تعطیلی کشیده شدند. ولی هنوز جای امید باقی بود، چون جشنواره فیلم کوتاه تهران و جشن خانه سینما برگزار می‌شدند و در اواخر شهریور ۱۳۸۲، جشنواره‌ای با عنوان «جشنواره فیلم شهر» نیز اضافه گردید که توسط سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران برگزار شد. نگارنده در همان اولین دوره این جشنواره به اتفاق دوست و رفیق قدیمی، محمد تقی فهیم، بولتن روزانه جشنواره را تهیه کردم و محل جشنواره هم در فرهنگسرای ارسباران تهران بود. بخشی از جشنواره به بزرگداشت علی حاتمی اختصاص پیدا کرد و فیلم‌های مختلف داخلی و خارجی هم که به مسائل شهر و شهروندی پرداخته بود در چند بخش این جشنواره ۳ روزه به نمایش درآمد. جشنواره فیلم شهر اگرچه در دوره‌های بعدی خود، وسعت و گستردگی یافت اما هر چه پر و بال بیشتری گرفت، از اهداف و مقاصد بیشتر دور افتاد.

یکی از بخش‌های مهم و جذاب برنامه‌های تلویزیونی در ادوار اخیر انتخابات ریاست‌جمهوری مناظره‌های تلویزیونی نامزدهاست. این بخش، بیشترین مخاطب را پسای گیرنده‌ها می‌نشانند و چنان پر اهمیت است که قشرهای گوناگون مردم با حساسیت‌های خاصی آن را دنبال می‌کنند. اما در این میان بعضا دیده شده است که برخی از کاندیداها به افشاجاری نسبت به همدیگر می‌پردازند و گاهی با نمایش اسناد است سعی در تخریب کاندیدای مقابل کرده و دست به بی‌اخلاقی در یک برنامه زنده می‌زنند که موجب چالش‌های زیاد و نگرانی در بین مردم می‌شود و آن شور و نشاط و

امید انتخاباتی را از بین می‌برد اما متأسفانه طی چند دوره برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در کشور شاهد این قضیه بودیم و با توجه به اینکه این نوع برنامه‌ها بصورت زنده راهی آنتن صداوسیما می‌شود کاری از دست مدیران مسئولان سازمان صداوسیما بر نمی‌آید. به هر حال برنامه مناظره اگر با این حال و هوا و بی‌اخلاقی روی آنتن برود تاثیرات بسیار منفی و ناخوشایندی در جامعه خواهد داشت که امیدواریم در دوره تحول جدید در رسانه ملی این بار در صداوسیما شاهد آن بی‌اخلاقی‌های بسیار زشت و بدور از فرهنگ و ادب از برخی از کاندیداها نباشیم و مردم انقلابی و متدین ایران اسلامی شاهد یک روند منظره با محور مباحث کارشناسانه و منطقی و با رعایت اخلاق باشند. اتفاقاً در نشست خبری پیمان جبلی رئیس سازمان صداوسیما برای اعلام برنامه‌های انتخاباتی رسانه ملی، بر این نکته هم تأکید شد و وی تصریح کرد: «در

در ایران جشنواره‌های موضوعی مختلفی در حوزه سینما برگزار می‌شود که هر یک از آن‌ها، اهداف و راهبردهای مختص به خود را دنبال می‌کنند. رویدادهایی که هر کدام، یکی از وجوه چندگانه فرهنگی، اخلاقی، دینی، هنری و... مرتبط با فرهنگ ایرانی را برجسته کرده و نگاه‌ها را به سوی خود جلب می‌کنند.

جشنواره بین‌المللی فیلم کوثر که پیش از این چهار دوره آن برگزار شده است، پس از سال‌ها وقفه بار دیگر تیرماه امسال در تهران برگزار خواهد شد.

جشنواره‌ای که به یکی از مهم‌ترین موضوعات روز جهان، یعنی مباحث مرتبط با حوزه زنان پرداخته و سعی در برجسته کردن و معرفی الگویی همگام با فرهنگ ایرانی - اسلامی دارد.

اهداف و راهبردهای متفاوتی برای این جشنواره تعیین شده است که شاید مهم‌ترین آن، تبیین و معرفی الگوی سوم زنان در جهان باشد. اصطلاحی که ریشه در ایشار، فداکاری‌ها و کشش‌مندی‌های مؤثر زنان ایرانی در ایام دفاع مقدس دارد. رهبر انقلاب در استفاده از این واژه برای نخستین بار چنین عنوانی را مطرح کرده و فرمودند: «زن در تعریف غالباً شرقی، همچون عنصری در حاشیه و بی‌نقش در تاریخ‌سازی؛ و در تعریف غالباً غربی، به‌مثابه موجودی که جنسیت او به انسانیتش می‌چربد و ابزاری جنسی برای

سینمای مستند ایران، علی‌رغم سابقه‌ای طولانی‌تر از تولید فیلم داستانی و با وجود تاریخچه حجیم از مستند سازان و مستندهای مختلف، همچنان بلا تکلیف در پشت در و دیوارهای متعدد تولید و توزیع و نمایش مانده بودا در حالی که چند سال پیش از آن در مدت محدودی، حمایت از فیلم مستند به اکران عمومی آنها در سینمای فلسطین رسید، اما در سال‌های ابتدایی دهه ۸۰ در حالی که صحبت از برگزاری جشنواره بین‌المللی فیلم مستند بود، دو جشنواره مستند دیگر یعنی جشنواره‌های «بادگار» و «کیش» نیز به تعطیلی کشیده شدند. ولی هنوز جای امید باقی بود، چون جشنواره فیلم کوتاه تهران و جشن خانه سینما برگزار می‌شدند و در اواخر شهریور ۱۳۸۲، جشنواره‌ای با عنوان «جشنواره فیلم شهر» نیز اضافه گردید که توسط سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران برگزار شد. نگارنده در همان اولین دوره این جشنواره به اتفاق دوست و رفیق قدیمی، محمد تقی فهیم، بولتن روزانه جشنواره را تهیه کردم و محل جشنواره هم در فرهنگسرای ارسباران تهران بود. بخشی از جشنواره به بزرگداشت علی حاتمی اختصاص پیدا کرد و فیلم‌های مختلف داخلی و خارجی هم که به مسائل شهر و شهروندی پرداخته بود در چند بخش این جشنواره ۳ روزه به نمایش درآمد. جشنواره فیلم شهر اگرچه در دوره‌های بعدی خود، وسعت و گستردگی یافت اما هر چه پر و بال بیشتری گرفت، از اهداف و مقاصد بیشتر دور افتاد.



فیلم سینمایی «پرویزخان» که بعد از پایان نمایش در سینماها در حال اکران برخط در سکوها نمایش خانگی است، از چند جهت قابل ابراز است. اول اینکه اولین اثر بلند کارگردانش (علی تقفی) است، دوم اینکه یک اثر با موضوع فوتبال است و صدائیه درباره اخلاق! بله، به نظر می‌رسد مهم‌ترین نکته درباره «پرویزخان» اخلاق ورزشی و منش پهلوانی است که متأسفانه گاهی پشت شهرت‌طلبی و ثروت اندوزی نزد برخی ورزشکاران، گم می‌شود. هر چند که نمی‌توان نقش رسام را هم نادیده گرفت که باعث دیده شدن بیش از حد



سوءاستفاده کند و با موارد پشت پرده خواهد شخص مقابل خود را تخریب کند تا به اهداف خودش برسد تا از این طریق آرای بیشتری را کسب کند، ضمن دور بودن از اخلاق انسانی و اسلامی، دراصل دست خودش در کمبود برنامه را رو می‌کند. سازمان صداوسیما هم بایستی در برنامه‌های مناظره‌های انتخاباتی خود در این دوره با بهره‌گیری از مجریان، کارشناسان و برنامه سازان با تجربه و کاربلد خود فضایی را بر مناظره‌ها حاکم کند که هیچ کس نتواند به سمت بداخلاقی برود و در مقابل، با طرح پرسش‌های چالشی و کارشناسانه، برنامه‌های نامزدها به دقت سنجیده شود و مباحث از کلی گویی و شعارپرازی، فاصله بگیرد.

علاوه بر این‌ها مسئولان سازمان صداوسیما بایستی تمهیداتی فراهم کنند تا مناظره‌های تلویزیونی کاندیداهای ریاست‌جمهوری در کنار اخلاق‌مداری و احترام اسلامی پای صندوق‌های رای خواهد منطقی، فضایی جذاب، شاد، امید آفرین

توجه و تأکید خود قرار داده‌اند. بدیهی است که سینما به عنوان یک ابزار و رسانه مؤثر و کارآمد در جلب نظر افکار عمومی، قابلیت‌های فراوانی در راستای معرفی و آگاهی بخشی الگوی نوین زن در عرصه اجتماع جهانی برعهده‌دارد. پنجمین جشنواره بین‌المللی فیلم کوثر فرصت و بستر مناسبی است تا گامی مهم و عملی در راستای بیانات مقام معظم رهبری درخصوص الگوی سوم زنان هدایت شده و بنا است که در این فضا تجربه‌های جدید را با مفاهیم جدید کسب کند که شاید با دانش پیشین خود در این فضا، حتی نقش جدیدی را نیز به غیر از آنچه که تاکنون بوده ایفا کند. «طرح‌واره» را اندیسنمندان این‌گونه تعریف کرده‌اند که: مجموعه‌ای کلی و متمم یافته از دانش در مورد تجارب گذشته هستند که در قالب گروه‌بندی‌های دانش مرتبط سازماندهی می‌شوند و برای هدایت رفتارهای ما در موقعیت‌های آشنا مورد استفاده قرار می‌گیرند و بسته‌های اطلاعات ذخیره شده در حافظه هستند که می‌توانند بازنمایی‌کننده دانش عمومی در مورد اشیاء، موقعیت‌ها، رخدادها و کنش‌ها باشند.

## جشنواره کوثر و الگوی سوم زنان در جهان

عرفان صادقی

بلندمدت تصویری واضح از این الگوی راستین ایجاد کرده و نگاه‌ها را در خصوص جایگاه و ارزش مقام زن در جهان تغییر دهد و تحولی بنیادین در این زمینه ایجاد کند. اسمال و در پنجمین دوره از این جشنواره‌های انسانی آرمسان طلبانه و عدالت‌خواهانه اسلام چندان خوشایند آن‌ها نبیست، بیش از هر چیز براندازی نظم‌های دینی و نادیده گرفتن آرمان‌های انسانی و اخلاقی در سراسر جهان و به ویژه کشورهای در حال توسعه را مورد مردان و در خدمت سرمایه‌های جدید است، معرفی می‌شد. شیرزنان انقلاب و دفاع مقدس نشان دادند که الگوی سوم، «زن نه شرقی، نه غربی» است. زن مسلمان ایرانی، تاریخ جدیدی را پیش چشم زنان جهان، گشود...

در جهان امروز رسانه‌های تبلیغی و در صدر آن‌ها سینما، اهدافی سیاسی و ایدئولوژیک را دنبال می‌کنند و عموماً بهره‌گیری این رسانه از زنان، با نوعی نگاه ابزاری و جنسیتی همراه بوده است. بررسی فیلم‌های جریان اصلی کمپانی‌های بزرگ فیلمسازی و همین‌طور روند حمایت از آثار مربوط به سینمای هنری و روشنفکری نشان می‌دهد که صاحبان سرمایه و صهیونیست‌ها که فریادهای انسانی آرمسان طلبانه و عدالت‌خواهانه اسلام چندان خوشایند آن‌ها نبیست، بیش از هر چیز براندازی نظم‌های دینی و نادیده گرفتن آرمان‌های انسانی و اخلاقی در سراسر جهان و به ویژه کشورهای در حال توسعه را مورد

آن‌ها را می‌دهد. مشابه اتفاقی که برای دهداری افتاد، با شدت کمتر یا بیشتر برای خیلی دیگر از سرمایه‌های کلیدی هم رخ داده است؛ از محمد مایللی کهن و درگیری‌اش با بعضی بازیکنان گرفته تا ایوبیچ و خندا‌های مربوط به بازی ایران با آرم و... تقریباً همه مربیان فوتبال، بازیکنان سلالی را تجربه کرده‌اند. اما آنچه درباره پرویز دهداری تازه‌گی داشت این بود که تهدید را به یک فرصت تبدیل کرد و راه جدیدی را گشود. این ماجرا یادآور سخن دلنشنینی از سردار دل‌ها شهید قاسم سلیمانی است که گفته بود: «آن قدری که در تهدیدها فرصت است در خود فرصتها نیست». در فیلم می‌بینیم که خیلی‌ها از فداکاری‌سوز گرفته تا بعضی نمایندگان مجلس و... صد کارشناسی علیه دهداری را داشتند اما هیچ کدام نمی‌توانند در اراده بولادین این مرد اخلاق تاثیر بگذارند چون او دارای یک چارچوب اخلاقی روشن و صریح بود و صرفاً بر بازی درشت متحرکز می‌بود. همچنان که در بازی حساس آخر فیلم، بین دو نیمه اعتراف می‌کند که اشتباه کار کرده و با تغییر تاکتیک موجب پیروزی تیم ملی می‌شود. این منش می‌تواند یک الگوی مدیریتی و چراغ راه باشد.

## تجربه‌ای معکوس در اکسپلور

عزیزالله محمدی (امتدادجو)

درک دقیق و صحیح طراحان شبکه‌های اجتماعی به تعامل دوسویه و حتی چندسویه بین کاربرانی که حتی امکان دارد دارای تفاوت ذائقه و اختلاف سلیقه و نگرش به موضوعات مختلف باشند؛ آنها را در برنامه‌ریزی برای ایجاد این تعامل از همان آغاز فعالیت شبکه‌های اجتماعی به جایی رسانند که ذیل ارائه هر گونه محتوا از نسوی کاربران، باید محیطی برای ابراز نظر سایرین و مخاطبین نیز ایجاد شود.

توجه به ابعاد حسی و عاطفی و تمایلات فرهنگی و اجتماعی، گونه‌های مختلفی از تعامل در شبکه‌های مختلف را به‌وجود آورده که شامل (کامنت، ایموجی، هشتگ، لایک، تگ و حتی بازنشر و...) است و هر کدام موجبات ارتباطات جدید و یا تقویت ارتباطات ماقبل را فراهم می‌کند. در این میان اما آنچه از نظر تولیدکننده محتوا مهم و اصل محسوب می‌گردد؛ بیشتر دیده شدن و ایجاد دامنه تاثیرگذاری بر دیگران در مقیاس وسیع‌تر از سایرین است که برای دستیابی به این هدف اقدامات مکمل از جمله فعالیت منظم و مستمر و یا خلق و تولید محتوای متمایز به دیگران مورد توجه قرار می‌گیرد.

سکوی اینستاگرام صاحب بیشترین کاربر تعاملی در جهان است -که در کنار سایر موضوعاتی که تاکنون بارها بدان پرداختیم- بستری مناسب برای بازیابی نیز هست و بسیاری از افراد برای توسعه کسب و کار خود در این شبکه اجتماعی در حال فعالیت هستند و شبانه‌روز می‌کوشند تا صفحه و پست‌هایشان بیشتر و بیشتر دیده شود و در مرحله بعد لایک و کامنت بیشتری بتوانند دریافت کنند. میزان موفقیت پست‌های منتشر شده در این سکوی جهانی بر مخاطب با فاکتوری به نام engagement rate سنجیده می‌شود. در واقع این فاکتور نشان‌دهنده میزان محبوبیت و استقبال مخاطبین نسبت به پست‌های منتشر شده است که دقیقاً نرخ تعامل را بر مبنی جاسوس پسندها، پیام‌ها و سایر فعالیت‌های کاربران هر صفحه و هر پست را نشان می‌دهد و بر اساس این فاکتور می‌توان تحلیلی مناسب و مفید از یک صفحه را ارائه نمود.



در این فاکتور جهت محاسبه نرخ، بایستی هر پست به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گیرد. این نرخ از طریق میزان تعامل پست تقسیم بر میزان مشاهده آن به صورت درصد محاسبه می‌شود و ناگفته نماند که برای محاسبه نرخ «بئنگجمنت» اینستاگرام، به کمک این فرمول می‌توان به جای کل بازدیدبدها، تعداد دنبال‌کنندگان در مخرج قرار بگیرد.

بنابراین مشاهده می‌شود که ایجاد تعامل به منظور «یکسان‌سازی» مخاطبین و کاربران و تحت تاثیر قرار دادن آنها با هر فرهنگ و اندیشه‌ای، ساز و کار معین و مشخص سکوی اینستاگرام است که به وسیله «قابلیت‌های ارتباطی» خود هم به «ارزش»‌ها و هم به «ارتباطات میان فرهنگی» سمت و سو و جهت می‌دهد.

ایمانول کانت، فیلسوف آلمانی معتقد بود که تجارب هر فرد در ذهن با یکدیگر ترکیب می‌شوند و مفاهیم سطح بالاتر را می‌سازند؛ این اتفاق در جهان امروز در فضای اکسپلور اینستاگرام نیز بوقوع می‌پیوندد و شکلش از «طرح‌واره» را به خود می‌گیرد که گرچه فرد به محیطی که وارد شده است آن را آشنا می‌پندارد؛ اما در واقع غریبه‌ای است که به این سمت از سوی ذهن هوشمند اینستاگرام هدایت شده و بنا است که در این فضا تجربه‌های جدید را با مفاهیم جدید کسب کند که شاید با دانش پیشین خود در این فضا، حتی نقش جدیدی را نیز به غیر از آنچه که تاکنون بوده ایفا کند. «طرح‌واره» را اندیسنمندان این‌گونه تعریف کرده‌اند که: مجموعه‌ای کلی و متمم یافته از دانش در مورد تجارب گذشته هستند که در قالب گروه‌بندی‌های دانش مرتبط سازماندهی می‌شوند و برای هدایت رفتارهای ما در موقعیت‌های آشنا مورد استفاده قرار می‌گیرند و بسته‌های اطلاعات ذخیره شده در حافظه هستند که می‌توانند بازنمایی‌کننده دانش عمومی در مورد اشیاء، موقعیت‌ها، رخدادها و کنش‌ها باشند.

با همین یک تعریف مفهومی و ساده‌از «طرح‌واره» و یک گشت و گذار ساده در اینستاگرام متوجه می‌شویم که تجارب و دانش و حافظه ما با مدلی که وابسته به اینستاگرام و یا سایر شبکه‌های اجتماعی هستیم؛ از حالت فردی و شخصی خارج شده و اختیار ما در اجبار تبعیت از قوانین تحمیلی این شبکه‌ها قرار گرفته.

مدل رفتاری اینستاگرام نشان‌دهنده آن است که «تفرد» یک مضمون ثابت از حاکمیت تکنولوژی است که این مضمون در تلاش است با نا هماهنگی‌های موجود نسبت به خود راها شود و با اینکه با هر موضوع تقویت‌کننده تفرد هماهنگی بیشتری حاصل کند و برای این دو اتفاق دو شیوه رفتاری «پیوند جوانانه» و «فتر پیوند جوانانه» را ملاک و اساس قرار می‌دهد و همواره در کشمکش و تضاد ذهنی و فکری به سر می‌برد.

منطق حکم می‌کند که اگر ما خواهان تغییر هستیم؛ می‌توانیم با نگاه کردن به درون و منعکس کردن میزان «عامیت» و «امنیت» در حس خودمان، مبنی بر اینکه ما که هستیم؛ و چگونه با دیگران از طریق هویت شخصی و قومی و فرهنگی ارتباط برقرار کنیم؛ این کار را آغاز کنیم (همان‌گونه که در خصوص موضوع ارتباط با غریبه‌ها و اعتماد بنفش در یادداشت قبیل همین ستون تحت عنوان «فرآیندهای خزنده فرهنگی اینستاگرام» اشاره شد)

در جهان امروز روندهای مختلف جمعیت‌شناختی و حوزه محل کار افراد و گروه‌ها که در فواصل معنا داری نسبت به مبدا سکونت و یا مهاجرت قرار دارند؛ این دیدگاه و دیدگاه بیانه را در نزد اهالی متفکر به علوم فرهنگی و میان فرهنگی به وجود آورده است که افراد و گروه‌ها در محیط متکثر و فرهنگی متنوع به هم پیوند می‌خورند و جنس و نوع ارتباطات در قریب اکثریت موقعیت‌ها از پایداری و استحکام لازم برخوردار نیست.

این نوع تکثر و تنوع فرهنگی منبعث از قلمرو نامحدود فرهنگ شبکه‌های اجتماعی و به ویژه اینستاگرام، تعاملات و خندا‌های شکل گرفته را در قالب هر کدام از اسباب ارتباطی (کامنت، هشتگ، تگ، ایموجی، لایک، و...) را مطلق و غیر واقعی و گذرا می‌کند و اساساً نمی‌توان این نوع ارتباط و تعامل را مبنای شکل‌گیری ارتباطات عاطفی و حسی و هویتی قلمداد کرد.

انسان به ذات و فطرت به دنبال حقیقت و واقعیت است و گاه تعاملات فردی و گروهی نیز که در ذیل اشتراکات به‌وجود می‌آید بیان‌کننده بخش تعلق وجودی انسان به روابط اجتماعی است که در آن باید به سازگاری نیز بیندیشد.

اینستاگرام با وجود صفحات بی‌انتهای موقعیت‌های جغرافیایی و فرهنگی متفاوت نسبت به هم در گستره اکسپلور خود، معجون ناشناخته‌ای از فرهنگ‌ها و ذائقه‌ها و گرایش‌ها را به هم می‌آمیزد؛ بی‌آنکه به اصل هویت و تعلقات جامعه بشری و فرهنگ‌های اصل آن‌دزهای از حس دل‌سوزی و یا تعهد به ماندگاری آنها را داشته باشد و در این گستره آنکه تکلیف معین برای هویت و شخصیت و فرهنگ ندارد کاتر اینستاگرام است که حالا رهایی از اکسپلور را باید در شیوه‌های معجزه گونه جستجو کند و «طرح‌واره فرهنگی» شکل گرفته از اکسپلور، تجربه‌های معکوس از کسب تجربه و خلق مفاهیم ذهنی جدید است که به جای رشد، ایستایی و سکون و وابستگی به مجاز را رقم می‌زند. در دنیای حقیقی و تعاملات فرهنگی می‌توانیم در موقعیت‌های مختلف و خاص با اعضا یک فرهنگ مشترک تعامل داشته باشیم و در مورد برخی اطلاعات چندین بار با آنها گفت‌وگو کنیم که به عنوان واحدهای سودمند اطلاعاتی بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ اما در گستره تعاملات و اطلاعات بین فرهنگی پر حجم اینستاگرامی آیا طرح‌واره ثابتی از تجربه و اندیشه و راهبرد در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد؟ یا اینکه بر بریشانی و سرگردانی و بی‌هویتی افزوده می‌شود و رفتارها از کنترل فرهنگ اصیل خارج و به جهان ناشناخته‌ای از ترکیبات فرهنگی نامأنوس پیوند می‌خورد؟