

سیاست‌گذاری فرهنگی و تأثیر آن بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه موردی

صنعت سینما

خلیل برزو^۱ - مسعود مطلبی^{۲*} - عبدالرضا بای^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۳ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲۲

چکیده:

مقاله حاضر به روش توصیفی-تحلیلی با هدف بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی در صنعت سینمای ایران و تأثیر آن بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران انجام پذیرفته است. نتایج پژوهش نشان داد صنعت سینمای ایران، از برنامه‌های سیاسی دولتمردان آن نشأت می‌گیرد و همین عامل چالش‌هایی را در عرصه قدرت نرم در حوزه سینما ایجاد نموده است. با این وجود، به رسمیت شناختن صنعت فیلم سازی ایران در سطح بین‌المللی (حضور فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های مطرح بین‌المللی، پخش فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی از شبکه آی فیلم و شبکه‌های تلویزیونی آسیای میانه و کشورهای فارسی زبان) توانسته است علاوه بر نمایش و ترغیب ارزش‌های سیاسی، مذهبی، سبک زندگی و فرهنگ اسلامی مردم ایران در سطح بین‌المللی، در جهت تولید تصاویر مثبت و از بین بردن تصاویر مخدوش از ایران در اذهان مردم دنیا مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: سیاست‌گذاری فرهنگی، قدرت نرم، سینما، ایران

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ - دانشجوی دکتری، علوم سیاسی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران

borzoo50@yahoo.com

^۲ - استادیار و عضو هیئت علمی، گروه علوم سیاسی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران: نویسنده مسئول

mmtpth2006@yahoo.com

^۳ - استادیار و عضو هیئت علمی، گروه روابط بین‌الملل، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، گلستان، ایران

phd_bay1979@yahoo.com

۱. مقدمه

صنایع فرهنگی^۱ که در بین حوزه‌های نمادین و مادی قرار دارند، پیامدهای مهمی را در مسائل اقتصادی (زیرا صنایع فرهنگی بخش اصلی در رشد و اشتغال اقتصاد ملی است)، مباحث سیاسی (مسلم است که صنایع فرهنگی - حامل ارزش‌ها و نماینده جمعی - منابع قدرت دولت-ها هستند و توانایی شکل دادن به محیط بین‌المللی را دارند) و در نهایت مسائل هویتی (زیرا مفاهیم فرهنگی - که توسط صنایع فرهنگی ارائه می‌شود - معمولاً مؤلفه‌های یک هویت ملی، منطقه‌ای یا محلی هستند) به دنبال دارد؛ از همین رو بسیاری از دولت‌مردان بیش از پیش نگران تسلط فرهنگی هستند. (ولاسیس^۲، ۲۰۱۵) در سال ۱۳۷۱، اصول سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب فرامین اسلام، امام خمینی و قانون اساسی تدوین شد. (الوانی و هاشمیان، ۱۳۸۷) این سیاست‌گذاری فرهنگی رشد اقتصادی، تحولات اجتماعی و امور بین‌الملل را تحت تأثیر قرار داده و پژوهش‌های بسیاری در این حوزه صورت گرفته است. (مقتدایی، ازغندی، ۱۳۹۴؛ درخشه و اسماعیلی کلیشیمی، ۱۳۹۶)

از سویی دیگر، پژوهش‌های اخیر بر روی فعالیت‌های سیاست‌گذاری فرهنگی ایران و قدرت نرم این کشور به منظور ارائه دیدگاه‌های مفید صورت پذیرفته است. (لعل‌علیزاده و احمدپور اردجانی، ۱۳۹۰؛ سعیدی و مقدم‌فر، ۱۳۹۳؛ ملک‌زاده، ۱۳۹۴؛ التیامی‌نیا و تقوایی‌نیا، ۱۳۹۵) این پژوهش‌ها در تعاریف خود از قدرت نرم، حوزه‌های مختلفی از جمله تجارت، زبان، ارزش‌ها و دین را مورد بررسی قرار داده‌اند؛ با این وجود صنایع فرهنگی و به ویژه صنعت فیلم، در تعیین نقشی که ایران می‌تواند در عرصه جهانی ایفا کند، ناشناخته باقی مانده است. از این منظر فرهنگ به عنوان یکی از منابع قدرت نرم، نقشی اساسی در رقابت بین‌المللی ایفا می‌کند و یک عامل مهم در ارزیابی قدرت فراگیر یک کشور به شمار می‌رود و سینما به عنوان یکی از منابع فرهنگی قدرت نرم نقش مهمی در صدور هنجارها و ارزش‌های مورد نظر ایفا می‌کند. (زیبا کلام و بیات، ۱۳۹۳: ۴۵-۴۶)

جوزف نای^۳ (۱۹۹۰-۲۰۰۴) مفهوم قدرت نرم را به منظور مشخص کردن تحولات مؤلفه‌های قدرت دولت در روابط بین‌الملل مطرح کرد. همان‌طور که این محقق برجسته آمریکایی اظهار داشت، اگر ایالات متحده بخواهد قدرت برتر قرن بیست و یکم باشد، باید قدرت نرم خود

۱. cultural industries

۲. Vlassis

۳. Nye, J

را بر اساس منابع ناملموس تقویت کند. علاوه بر این در دهه ۱۹۸۰، سوزان استرانج^۱ این مفهوم را شرح داد که، ایالات متحده از قدرت ساختاری به منظور تمرکز بر توانایی‌های محسوس و نامحسوس در جهت تعیین ساختارهای بین‌المللی و تأمین رهبری در مقیاس جهانی استفاده می‌کند. (استرانج، ۱۹۹۴) در حالی که این دو محقق برای درک تحول قدرت در عصر جهانی شدن، متغیرهای مختلفی را شناسایی کرده‌اند، اما در مطالعات خود به صنایع فرهنگی توجه نکرده‌اند. هرچند دیدگاه سوزان استرانج، اخیراً الهام بخش پژوهش‌ها (اسکات^۲، ۲۰۰۴؛ لاروچه و بوهاس^۳، ۲۰۰۵؛ بوهاس، ۲۰۱۰؛ آیدمیر^۴، ۲۰۱۷؛ ویتزول^۵، ۲۰۱۸) در خصوص سرمایه‌داری فرهنگی ایالات متحده و جهت‌گیری‌های اصلی آن، چون شرکت‌های چندملیتی سرگرمی (هالیوود)^۶ بوده است. از دیگر سو، مادامی که در روابط بین‌الملل مناقشات فرهنگی جالب توجهی در خصوص وضعیت مدعیان و شیوه‌های حکمرانی جهانی در تعداد زیادی از بخش‌ها مانند محیط زیست، انرژی، نیروی کار یا بهداشت وجود دارد، اهمیت بین‌المللی صنایع فرهنگی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. (سینگ^۷، ۲۰۱۰؛ ولاسیس^۸، ۲۰۱۳، ۲۰۱۴، ۲۰۱۵؛ کوزیمکا^۹، ۲۰۱۴) به طور خاص، حاکمیت جهانی صنایع فرهنگی، به مفهوم سیستمی برای سازمان‌دهی روابط قدرت و مقررات در سطح جهانی است (کابرا^{۱۰}، ۲۰۱۱)؛ و از قوانین، هنجارها و سازمان‌ها تشکیل شده است و چندین وجه از کالاها و خدمات فرهنگی (تکوین، تولید، توزیع، عرضه و ...) را تحت تأثیر قرار داده است.

سینما یا هنر جمعی، هنر گروهی، هنر مدرنیته، هنر صنعتی اصلی معاصر «اسکرین اکراسی»^{۱۱} ابزاری برای قدرت نرم کشورها (داگناتود^{۱۲}، ۲۰۱۱) و مهم‌ترین صنعت فرهنگی از نظر سودآوری اقتصادی و نفوذ سمبلیک است. حتی اگر فعالیت فرهنگی خارجی یک کشور، اهداف متفاوت و

^۱ . Susan Strange

^۲ . Scott

^۳ . Laroche and Bohas

^۴ . Aydemir

^۵ . Viteazul

^۶ . Hollywood

^۷ . Singh

^۸ . Vlassis

^۹ . Kozymka

^{۱۰} . Cabrera

^{۱۱} . screenocracy

^{۱۲} . Dagnaud,

طولانی مدتی را بطلبید که ارزیابی تأثیرات آنها بسیار مشکل باشد (مورین^۱، ۲۰۱۳)، نه تنها بررسی نقش صنعت فیلم ایران در تقویت قدرت نرم ایران حائز اهمیت است، بلکه چگونه این صنعت فرهنگی به ایران اجازه می‌دهد تا وضعیتی فعال از نظر قدرت جهانی ایجاد کند نیز باید مورد توجه قرار گیرد. از همین رو پژوهش حاضر هدف بررسی سیاست‌گذاری فرهنگی در صنعت سینمای ایران و تأثیر آن بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران انجام پذیرفته است. جهت تحقق این هدف از روش تحلیل محتوای توصیفی متون قابل دسترس استفاده شده است و سوال اصلی پژوهش حاضر به این صورت قابل طرح است: آیا سیاست‌گذاری فرهنگی در صنعت سینمای ایران می‌تواند به عنوان منبع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران عمل کند؟

۲- مبانی نظری پژوهش

۲-۱- مفهوم قدرت نرم

در زمینه تعاریف، عبارت «دیپلماسی عمومی»^۲ به قدرت نرم اشاره دارد، مفهومی که اولین بار توسط جوزف نای مطرح شد و توانایی یک کشور در دستیابی به نتایج مطلوب از طریق ترغیب و نه اجبار را نشان می‌دهد. (نای، ۱۹۹۰: ۱۶۶) قدرت در این زمینه به شدت با آموزش، فرهنگ، فناوری و رشد اقتصادی همبسته است؛ چرا که قدرت، توانایی تغییر رفتار دیگران برای به دست آوردن خواسته‌هاست. (نای، ۲۰۰۶) قدرت نرم در نقطه مقابل جنگ سخت قرار دارد، جنگ نرم در اختیار داشتن اهرم‌های مدل‌سازی و تحکیم تصویر یک کشور است. زیرا قدرت نرم، دستیابی به خواسته‌ها از طریق ترغیب به جای اجبار یا تشویق است. (نای، ۲۰۰۲: ۶۰) به عقیده نای، توانایی یک کشور برای ایجاد جاذبه در عرصه جهانی، به وسیله فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و سیاست‌های خارجی آن صورت می‌گیرد. (نای، ۲۰۱۴) زیرا در نهایت، هنر، ادبیات، فرهنگ، سنت‌های مذهبی، شخصیت‌های ملی یا آداب و رسوم ایدئولوژیک مؤلفه‌های تعریف شده‌ای از کشور هستند که از بین نمی‌روند و ریشه‌های عمیقی در اندیشه جهانی دارند. (ویتزول، ۲۰۱۸) جوزف نای، دانشمند علوم سیاسی، دیپلماسی عمومی را در مقوله قدرت نرم معرفی می‌کند، زیرا با تکیه بر فرهنگ، نگرش‌ها و ارزش‌ها و توانایی اغوا کردن، دستیابی به نتایج حاصل می‌گردد. (نای، ۲۰۰۴)

در این شبکه از تفسیر، ادراک پیام ضروری است زیرا، مکاتب مسئولیت ساخت پیام‌هایی را

^۱ . Morin

^۲ . public diplomacy

دارند که برای گیرنده هدف قابل قبول باشد، سپس در رسانه‌ها طرح‌ریزی کرده و آنها را با کنش‌ها و اهداف رویدادها در جهت گسترش روابط بین فردی و ترویج نام تجاری و برند کشور تکثیر می‌کنند. (ویتزول، ۲۰۱۸)

۲-۲- مفهوم سیاست‌گذاری فرهنگی

اگر زمانی جنگ با ابزار نظامی، ادامه سیاست بود؛ امروزه «سیاست فرهنگی» ادامه سیاست است، اما با ابزار «فرهنگی». (پهلوان، ۱۳۷۸: ۲۸۹) سیاست فرهنگی در قدرت حاکم تجلی می‌یابد. هر ساختار قدرت یا دولتی سیاست فرهنگی اعلام شده یا اعلام نشده‌ای را پی می‌گیرد. دولت‌ها نه تنها به قصد تأثیرگذاری در حوزه فرهنگ دست به فعالیت می‌زنند، بلکه گاهی هم با مداخله نکردن و پرهیز از هر عملی می‌توانند در همین حوزه تأثیر بگذارند. در هر حال هر حکومتی در حوزه فرهنگ سیاستی را اعلام می‌کند و به این ترتیب دلبستگی خود را از نگرش فرهنگی نشان می‌دهد. از سوی دیگر نوع نگرش فرهنگی سیاست‌گذاران و کارگزاران فرهنگی هر دولت و حکومتی متأثر از گفتمان سیاسی حاکم و فرهنگ سیاسی غالب است. (پهلوان، ۱۳۷۸: ۲۸۹-۳۰۲) پارسونز فرهنگ سیاسی را با سمت‌گیری درباره هدف‌های سیاسی مرتبط می‌داند. (عالم، ۱۳۷۸: ۱۱۳؛ به نقل از راود راد و اسدزاده، ۱۳۸۹) در واقع فرهنگ سیاسی را می‌توان یکی از پشتوانه‌های نگرش و ایدئولوژی گروه حاکم دانست. (بشیریه، ۱۳۷۵: ۷۶)

در حوزه هنر سیاست‌های فرهنگی و سینمایی هر نظام سیاسی معمولاً به دو گروه سلبی و ایجابی طبقه‌بندی می‌شوند. سیاست‌های سلبی سیاست‌هایی هستند که نوع خاصی از فیلم یا موضوعات ویژه و یا تصاویر معینی را نفی می‌کنند و برای جلوگیری از ظهور آنها در عرصه هنر در قالب قانون و مقررات اجتماعی عرضه می‌شوند. سیاست‌های سلبی اگر چه ممکن است سبب حذف برخی از اشکال هنری از عرصه اجتماع شوند و از طرف دیگر، راه برای ظهور عرصه‌های دیگر می‌گشایند. از همین جنبه است که سیاست‌های ایجابی مطرح می‌گردد. در سیاست‌های ایجابی در عمل برخی از انواع فیلم، موضوعات خاص و تصاویر معینی تشویق و ترویج می‌شوند و از فیلم‌های مقبول به اشکال گوناگون حمایت می‌شود. همین امر سبب می‌گردد که در ساختار هنری جامعه و به خصوص در فیلم و سینما، وزن برخی از موضوعات و مضامین بسیار سنگین‌تر از برخی دیگر باشد؛ برخی سبک‌ها مجال ظهور پیدا نکنند و یا برخی در عرصه سینما یکه تازی کنند. بنابراین رواج و غلبه سبک خاصی در فیلم‌سازی و عمومیت یافتن موضوعات و مضامین خاص همه و همه متأثر از سیاست‌های کلان فرهنگی جامعه است. (راود

راد، ۱۳۷۸: ۱۱۸) یعنی سیاست‌هایی که به اولویت‌ها و اصول و فروع یک حرکت فرهنگی رسمیت می‌بخشد. (راود راد و اسدزاده، ۱۳۸۹)

۲-۳- سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران

اصول اولیه سیاست فرهنگی ایران با نگاهی کاملاً دولتی به تمام عرصه‌های فرهنگی کشور (حتی در مورد بخش‌های خصوصی) در سال ۱۳۷۱ به تصویب رسید. با مروری به نگرش دولت ایران در سه دوره قاجاریه، پهلوی و جمهوری اسلامی می‌توان دریافت که دولت به طور فزاینده - ای به دخالت در فرهنگ و متعاقب آن کنترل انسان‌ها از طریق فرهنگ روی آورده است که نتیجه‌ای جز افزایش از خود بیگانگی جوانان و فرار مغزها در پی نداشته است. (سیف‌زاده، ۱۳۸۲) شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مرجع عالی سیاست‌گذاری، تعیین خط مشی تصمیم‌گیری، هماهنگی و هدایت امور فرهنگی و آموزشی و پژوهشی کشور در چارچوب سیاست‌های کلی نظام محسول شده است که تصمیمات آن لازم الاجرا و در حکم قانون است. (وحید، ۱۳۸۶: ۳۰۱-۳۰۲)

سیاست‌گذاری فرهنگی را پس از انقلاب اسلامی می‌توان بیش از پیش منبعث از جنبه‌های ارزشی و ایدئولوژیکی دانست. (بشریه، ۱۳۸۲: ۸۰۶) این ایدئولوژی به ویژه پس از انتقال کامل قدرت به گروه‌های اسلام‌خواه، مجموعه‌ای از هویت‌ها و خودفهمی‌ها را عرضه کرد و با گسترش فرمالیسم مذهبی در عرصه عمومی و سیاسی و در سطح ادارات دولتی، مدارس و دیگر مراکز عمومی، کوشش برای هویت‌سازی اسلامی و گسترش خودفهمی مذهبی جزئی از سیاست عمومی و اجتماعی حکومت اسلامی شد این رویه در قالب پروژه اسلامی‌سازی بعد از پیروزی انقلاب در دستور کار قرار گرفت. در سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب اقداماتی چون اجباری شدن حجاب برای زنان، تفکیک جنسیتی عرصه آموزش، کنترل بر مدارس و آموزشگاه‌ها، ایجاد ساز و کار گزینش در استخدام کارمندان دولتی، اولویت یافتن قرائت‌های همسو با ایدئولوژی دینی از تاریخ، طرد گرایشات فکری غیراسلامی و تعیین بخشی به هویت اسلامی در تقابل با غرب اجرا شد. (ذکایی و شفیعی، ۱۳۸۹: ۸۸-۸۹)

۳-۳- دیپلماسی عمومی ایران در سیاست‌گذاری فرهنگی در جهان

ایران از امتیاز «قدرت فرهنگی و مادی مبنی بر خصوصیات و شرایط جغرافیایی» برخوردار است، و این واقعیت وجود دارد که، زمانی که صحبت از حفظ منافع ملی است، کشور ایران از حمایت همه بخش‌های اجتماعی و حرفه‌ای مانند بازار، روحانیت، روشنفکران و جوانان برخوردار

است. ایران با بهره‌گیری از اصطلاحات اسلامی، به دنبال بسیج جمعیت مسلمانان در قالب امت اسلامی (جامعه اسلامی) است و بارها و بارها به دنبال ابزارهایی نوین برای انتشار ایدئولوژی‌ها و دیدگاه‌هایش بوده است. در این زمینه، تعدادی از نهادهای سیاسی و مذهبی ایران در زمینه دیپلماسی عمومی فعالیت می‌کنند؛ و مضامین سیاسی را در قالب فرهنگی، مذهبی یا زبانی منتشر می‌کنند. (شارپ^۱، ۲۰۰۵: ۱۱۴)

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با کمک وزارت امور خارجه در صدر سازمان‌دهی و اجرای برنامه‌های فرهنگی در خارج از ایران قرار دارد. سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی (این سازمان تابع وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شورای عالی انقلاب فرهنگی است) به عنوان سازمان کارگزار تحقق دیپلماسی فرهنگی و قرارگاه تاکتیکی و حامل اقتدار معنوی نظام جمهوری اسلامی ایران در خارج کشور است (درخشه و اسماعیلی کلیشمی، ۱۳۹۶) و وظیفه حفاظت از فرهنگ اسلامی و حذف هر گونه تأثیرگذاری فرهنگی و عقیدتی را بر عهده دارد. (ویتزول، ۲۰۱۸)

اگرچه پس از پیروزی انقلاب اسلامی، رهبر ایران ساخت دیپلماسی عمومی خود را پیرامون ایده صادرات انقلاب اسلامی بنا نهاد؛ اما بعدها بر تقویت حوزه شیعه و تقویت نفوذ در منطقه به عنوان مدافع حقوق کشورهای جهان سوم تغییر یافت. (شارپ، ۲۰۰۵: ۱۱۵-۱۱۶) بنابراین در میان جمعیت شیعیان در آسیای میانه، خلیج فارس و خاورمیانه تحت تسلط اهل سنت، ایران از ابزارهای قدرت نرم برای افزایش نفوذ خود استفاده کرده و همچنان به «مدیریت اعتبار و وجه» خود ادامه می‌دهد. زیرا ایران خود به عنوان یک شریک قابل اعتماد و متحد در منطقه ظاهر شده است. مسلم است که "ایران تجارت و سرمایه‌گذاری در مناطق شیعه را برای سود و قدرت نفوذ تقویت کرده است". ایران همچنین از "پیوندهای همبستگی با جوامع شیعه در سرتاسر جهان به عنوان پایه‌های خارجی برای حمایت از سیاست‌های خود استفاده می‌کند". (آیزنستادت^۲، ۲۰۱۱: ۲)

به اعتقاد شومان^۳ (۲۰۱۷) جنگ ایران و عراق در سال‌های ۱۳۵۹-۱۳۶۷ (۱۹۸۰-۱۹۸۸ میلادی) به ایرانیان آموخت که سرزمینشان را گرمی بدارند و تحریم‌های بین‌المللی در مورد برنامه‌های هسته‌ای بحث‌برانگیز به آنان یاد داد که برای بازیابی جایگاه خود در جامعه جهانی باید سازش‌های را انجام دهند. به نظر می‌رسد ایران قرن بیست و یک به دیپلماسی فرهنگی

۱. Sharp

۲. Eisenstadt

۳. Shoamanesh

باز می‌گردد، رهبری آن آگاه است که سرمایه غنی فرهنگ و تمدن ایران می‌تواند درهایی که اغلب به روی سیاست بسته باقی مانده‌اند، بگشاید.

فرهنگ‌های غنی، خود به خود بر فرهنگ‌های ضعیف از حیث بار علمی و معرفتی پیشی گرفته و خود را در جایگاه رهبری، اثرگذاری و نفوذ بر دیگران قرار می‌دهند و به دنبال آن به تولید قدرت سیاسی برای جامعه و ملت پیش‌روی خود می‌پردازند. همراهی قدرت فرهنگی غنی‌تر و انگیزه‌های سیاسی سلطه‌طلبانه، زمینه را برای تسلط ملت برخوردار از فرهنگ غنی‌تر بر سایر ملت‌ها و دولت‌ها را فراهم می‌کند. فرایند شکل‌گیری این نوع سلطه به مراتب مؤثرتر و پایدارتر از سایر الگوهای سلطه نظیر سلطه سیاسی، نظامی و اقتصادی می‌باشد. چرا که در رابطه سلطه، نوعی اجبار از سوی دولت سلطه‌گر وجود دارد در حالی که سلطه فرهنگی بر اساس تمایل به الگوگیری از قدرت برتر صورت می‌گیرد. (حافظنیا، ۱۳۹۰)

جمهوری اسلامی ایران نیز به لزوم احیای تاریخ چند هزار ساله‌اش در جهت غلبه بر اندیشه و فکر کشورهای بیگانه آگاه است در همین راستا برنامه‌های زیر مورد توجه قرار گرفته است: ایجاد محبوبیت نسبت به تمدن پیش از اسلام، توسعه بسیاری از برنامه‌های فرهنگی اختصاص داده شده به عظمت امپریالیسم ایران؛ فعالیت‌های فرهنگی اختصاصی مطابق با رسوم و آداب ایرانی مانند نوروز/ سال نو و شب یلدا در مناطق جغرافیایی از استان‌ها؛ اجرای برنامه‌های اختصاصی در روزهای سیاسی در فضای اسلامی مانند روز جهانی قدس؛ سازمان‌دهی دوره‌های آموزشی دینی در سمینارهای دینی شیعه، که از سمینارهای شیعه در عراق پیشی گرفت؛ کنترل سیاسی رسانه‌های ایرانی و آخرین ولی نه کم‌اهمیت‌ترین ترغیب فعالیت‌های هنری. از این منظر، ممکن است صحبت از دیپلماسی موسیقی، خوشنویسی فارسی، دیپلماسی مذهب، دیپلماسی ادبیات یا دیپلماسی فیلم ایرانی باشد، با توجه به اینکه هنرمندان ایرانی سفیران ایران در سراسر جهان به شمار می‌روند، هنوز به عنوان یک منبع قدرت نرم به اندازه کافی مورد بهره‌برداری قرار نگرفته‌اند، در حالی که آنها می‌توانند تغییرات زیادی در ادراک دیگران نسبت به هویت ایرانی ایجاد کنند.

۳- یافته‌های پژوهش

۳-۱- تحلیل سیاست‌های فرهنگی و سینمایی ایران

سینمای ایران، عبارتی برای توصیف فیلم‌های سینمایی محصول ایران است (با واژه فیلم فارسی متفاوت است). جریان اصلی سینمای ایران در دهه‌های ۱۳۳۰، ۴۰ و ۵۰ به شدت تحت تأثیر فرهنگ وارداتی غرب یا شرق بود. علاقه عمومی به فیلم‌های درجه دو یا سه هندی و

آمریکایی سبب گردید فیلم‌های ساخته شده برای گیشه، سبک روایت و زیبایی‌شناسی خود را بر اساس ایده صرف سرگرمی پایه‌گذاری کنند، از این رو تهی از هرگونه ارزش تاریخی، تمدن یا فرهنگ ایران بودند. در این محیط فیلم‌سازی چون فرخ غفاری، ابراهیم گلستان و فریدون رهنما ساخت فیلم‌هایی مانند شب قوزی، خشت و آینه و سیلوش در تخت جمشید را آغاز کردند و تصویری جدید، متفاوت و غیر متعارف از تولیدات سینمای کشور ارائه کردند که در آن ملی-گرایی، ایمان، تاریخ و فرهنگ دغدغه‌های اصلی بودند. این نگاه ویژه به سینما باعث شد آثار این هنرمندان همانند آینه‌ای در جامعه، تاریخ و فرهنگ ایران حفظ شوند؛ و پایه و اساس سینمای آوانگارد^۱ در ایران قبل از انقلاب اسلامی پایه‌ریزی کنند. (سرسنگی و سلیمان‌زاده، ۲۰۱۸: ۱۶)

در ادامه این روند، سال ۱۳۴۸ نقطه عطفی در تاریخ سینمای ایران است؛ کیمیایی، مهرجویی و تقوایی فیلم‌های قیصر، گاو و آرامش در حضور دیگران را می‌سازند؛ هدف مشترک این فیلم-سازان دوری جستن از بازار فیلم‌فارسی بود، و خلق سینمایی که سنت ناپایدار فیلم‌هایی مانند شب قوزی و خشت و آینه را تداوم بخشد. (حیدری، ۱۳۷۷)

با پیروزی انقلاب اسلامی، در ابتدا این ذهنیت ایجاد شد که حاکمیت دینی مخالف سینما است و سینما از حیات فرهنگی این سرزمین حذف خواهد شد. اما با تأیید فیلم «گاو» به عنوان سینمایی سالم، توسط بنیانگذار انقلاب این ذهنیت بر طرف شد و دریچه‌ای نو به سوی آینده سینمای ایران گشوده شد. اقداماتی چون محدودیت ورود فیلم‌های خارجی، حذف عوارض سنگین از فیلم‌های داخلی، نظم بخشیدن به ارتباط میان صاحبان سینما و صاحبان فیلم، پرداخت وام بانکی به تهیه‌کنندگان در سال ۱۳۶۰ توسط دولت گامی دیگر در جهت حمایت از صنعت سینمای ایران بود. (عبدالخانی و نصرآبادی، ۱۳۹۰)

سینمای ایران در دهه ۱۳۹۰ بیشتر منبعث از واپسین تحولات دهه ۸۰ بوده است. در دهه ۱۳۹۰ توجه به مسائل و معضلات اجتماعی و تکرار بیان این موضوعات شدت بالاتری می-گیرد و سینمای ایران به ویژه در نیمه اول این دهه، یکسره در حلقه تکرار و باز تکرار مسائل اجتماعی، خانوادگی و فرهنگی می‌چرخد. زندگی خصوصی (۱۳۹۰)، هیس دخترها فریاد نمی-زنند (۱۳۹۱)، به خاطر پونه (۱۳۹۱)، حوض نقاشی (۱۳۹۱)، دهلیز (۱۳۹۱)، آرایش غلیظ (۱۳۹۲)، خط ویژه (۱۳۹۲)، پدر آن دیگری (۱۳۹۳)، فروشنده (۱۳۹۴)، بارکد (۱۳۹۴)، لان‌توری (۱۳۹۴) و ابد و یک روز (۱۳۹۴) از جمله فیلم‌هایی هستند که در نیمه اول دهه ۹۰

^۱ . avant-garde cinema

ساخته شدند؛ این فیلم‌ها تلاش کرده‌اند تا مباحث اجتماعی را مقداری صریح‌تر و بی‌واسطه‌تر بیان کنند؛ صحبت از تابوهای چون سکوت پس از تجاوز، خیانت زناشویی، پولشویی و فساد اقتصادی، نارسائی‌های قانونی و سوء استفاده برخی از مسئولین، به تصویر کشیدن تفاوت‌های زندگی شخصی برخی مقام‌های عالی رتبه و ... مضمون برخی از این فیلم‌ها بود که توجه مخاطبان و مردم را برانگیخت. (بقایی، ۱۳۹۸)

بررسی محتوایی فیلم‌های نیمه دوم دهه ۱۳۹۰، نشان می‌دهد در این دوره سینمای ایران به سمت نوعی از روزمرگی پیش می‌رود و از پیشرفت تا حدودی فاصله گرفته است. چنان‌چه در این دوره عمده فیلم‌ها به سمت هدف گرفتن گیشه می‌روند و لزوماً اهداف، معانی و دغدغه‌هایی که پیش از این مطرح بود، برای آنها محلی از اعراب ندارد. نگاهی به فیلم‌های پرفروش در سال‌های اخیر (به ویژه در نیمه دوم دهه ۱۳۹۰) مضمون و محتوایی آنها و رقم فروششان، تأیید بر این نکته است؛ فیلم‌هایی چون خوب، بد، جلف (پیمان قاسم‌خانی: ۱۳۹۴)، آینه بغل (منوچهر هادی: ۱۳۹۶)، نهنگ عنبر ۲ (سامان مقدم: ۱۳۹۵)، گشت ارشاد (سعید سهیلی: ۱۳۹۵)، هزارپا (ابوالحسن داودی: ۱۳۹۶)، مطرب (مصطفی کیایی، ۱۳۹۷)، تگزاس ۲ (مسعود اطیابی: ۱۳۹۷)، رحمان ۱۴۰۰ (منوچهر هادی: ۱۳۹۷) نشان از صرف هدف‌گیری گیشه و دنباله‌روی از فروش بساز و بفروش داشته‌اند. (بقایی، ۱۳۹۸)

در جمع‌بندی آنچه که ذکر آن گذشته می‌توان گفت، بررسی مدیریت هنری دولت جمهوری اسلامی در عرصه سینما نشان می‌دهد که طی این مدت همواره دو گفتمان اصول‌گرا (که بر پاسداری از ارزش‌های سنتی، انقلابی و دینی تأکید می‌کند) و اصلاح‌طلب (که مروج ارزش‌های دموکراتیک و جامعه مدنی است) در تقابل با یکدیگر در حوزه مدیریت فرهنگی، به ویژه در عرصه سینما سیاست‌گذاری کرده‌اند و جالب آنکه در توجیه سیاست‌ها و اقدامات خود، خواست و نظر مردم را شاهد آورده‌اند در حالی که آنچه که مردم و مخاطبان سینمای ایران همواره از آن در فیلم‌ها استقبال کرده‌اند ترکیبی از ارزش‌های دینی به همراه ارزش‌های سیاسی-اجتماعی بوده است. (راوراد و اسدزاده، ۱۳۸۹: ۵۷)

۳-۲- سینمای ایران در عرصه‌های بین‌المللی

پیشینه صنعت سینمای ایران با تجربیات، بی‌نظمی ناسیونالیستی، افول و فرصت‌های جدید مشخص شده است (نفیسی، ۱۳۵۷: ۴۴۳)، که پس از سال ۲۰۰۰ میلادی (۱۳۷۸ شمسی)، هنگامی که ایران در صحنه جهانی مجدداً مورد پذیرش قرار گرفت، ظهور کرد. بنابراین، با وجود سانسور،

صنعت فیلم ایران از درگیری نسل‌های روشنفکر که سعی در ارائه یک دیدگاه صحیح در مورد ایران داشتند، کمال استفاده را نمود. بسیاری از فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های گوناگون بین‌المللی فیلم به رقابت پرداخته و جوایز مهمی را به دست آوردند؛ و به جهانیان نشان دادند که نسل جدید فیلم‌سازان ایرانی خُبره و اصیل است. (ویتزول، ۲۰۱۸)

«جدایی نادر از سیمین» پنجمین فیلم بلند اصغر فرهادی (۱۳۹۰.ش - ۲۰۱۱.م) است. این فیلم مجموعاً بیش از ۵۰ جایزه جهانی (از جمله گلدن گلوب، برلیناله، سزار و ...) به دست آورده است که در مهم‌ترین آنها برای اولین بار سینمای ایران را برنده جایزه اسکار بهترین فیلم غیر انگلیسی زبان کرد. اگر چه نقدهای مخالفی نیز بر این فیلم وارد شده است، اما اقبال مثبت منتقدان به جدایی نادر از سیمین تا جایی بوده است که برخی آن را جزو ۱۰ فیلم برتر سال ۲۰۱۱ خوانده‌اند. «فروشنده» هفتمین فیلم بلند اصغر فرهادی (۱۳۹۵.ش - ۲۰۱۷.م) است؛ این فیلم در مراسم اختتامیه جشنواره کن، جایزه بهترین فیلم‌نامه و بهترین بازیگر مرد را کسب نمود. همچنین این فیلم موفق شد جایزه بهترین فیلم غیرانگلیسی زبان را نیز به دست آورد. از دیگر فیلم‌های موفق در جشنواره‌های بین‌المللی می‌توان به «درباره الی، ۱۳۸۷»، «لاکپشت‌ها هم پرواز می‌کنند، ۱۳۸۳»، «من ترانه ۱۵ سال دارم، ۱۳۸۰»، «زمانی برای مستی اسب‌ها، ۱۳۷۸»، «چهره‌های آسمان، ۱۳۷۵»، «طعم گیلان، ۱۳۷۶»، «دایره، ۱۳۷۸» و «بادکنک سفید، ۱۳۷۳» اشاره کرد.

تحلیل سیاست‌گذاری‌های فرهنگی سینما به عنوان یکی از محورهای جامعه‌شناسی سینما نشان می‌دهد که اگر چه فرم و محتوای فیلم‌های سینمایی متأثر از شرایط اجتماعی است، اما در انتخاب فیلم‌ها برای معرفی به آکادمی اسکار، فرم اهمیت بیشتری از محتوا داشته است. به عبارت دیگر، این سیاست کلی که با معرفی فیلمی برای شرکت در جشنواره سینمایی اسکار نشان دهیم ایران هم به حدی از رشد سینمایی رسیده است که می‌تواند با سایر کشورهای دارای سینما به رقابت برخیزد، موجب شده است انتخاب فیلم‌هایی که از نظر سینمایی برتر هستند در اولویت قرار گیرند. بنابراین، اگرچه بر اساس سیاست‌گذاری‌های مقطعی هر یک از دولت‌های روی کارآمده در دوره‌های مختلف انتظار می‌رود فیلم‌های انتخاب شده، از محتوایی خاص برخوردار باشند، اهمیت کلی فرم منجر به معرفی فیلم‌هایی شده است که در عمل از نظر محتوایی هماهنگی خاصی با سیاست‌های داخلی معاصر خود نداشته‌اند. از اینجا می‌توان دریافت که تأثیر سیاست‌های فرهنگی بر سینما بیشتر از منظر محتوا قابل توجه است و از نظر فرم

سینما تا حد زیادی از قید سیاست‌های فرهنگی آزاد است. (رادودراد و تمنایی، ۱۳۹۱: ۸۱)

۳-۳- مشکلات سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه سینما در ایران

(۱) نگرش متفاوت اصول‌گرایان و اصلاح‌طلبان نسبت به سینما و فرهنگ

(۲) تمرکزگرایی فرهنگی در کشور

(۳) اعمال سلیقه مدیران بر اساس منافع حزبی و توقیف برخی آثار سینمایی.

(۴) فقدان دستورالعمل و نظام حقوقی تبیین شده در خصوص تولید فیلم و شرایط اکران

آن در عرصه بین‌الملل.

(۵) توجه صرف به افزایش و توسعه کمی فیلم‌های سینمایی و مفعول ماندن بعد محتوایی

آثار: چنان‌که در دهه اخیر (۱۳۹۰) شاهد آن هستیم عمده فیلم‌ها به سمت هدف گرفتن گیشه می‌روند و لزوماً اهداف، معانی و دغدغه‌هایی که پیش از این مطرح بود، برای آنها محلی از اعراب ندارد.

(۶) عدم حمایت مادی و معنوی دولت (حق کپی رایت) از صنعت سینما.

(۷) ضعف اخلاق رسانه‌ای.

(۸) عدم استقلال اقتصادی رسانه‌ها.

۳-۴- سینمای ایران به عنوان ابزاری برای معرفی ایران

راه‌یابی فیلم‌های ایرانی به جشنواره‌های بین‌المللی نشان داد که سینمای ایران با هزینه نسبتاً کم می‌تواند چهره ملتی را که متهم به داشتن یک برنامه هسته‌ای دو منظوره است، در مجامع بین‌المللی تغییر دهد. ایران از طریق تأمین بودجه، سازماندهی جشنواره‌ها و سینماها، یا توزیع محصولات سینمایی از طریق پخش صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران^۱ متوجه شده است که صنعت فیلم به عنوان ابزاری برای سرمایه‌گذاری در میراث فرهنگی خاص خود و تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهان به کار گیرد. (راد^۲، ۲۰۱۲) کاوش‌های موشکافانه دنیای اجتماعی ایران و بازتاب ناامیدی و افسردگی روشنفکران ایران، فیلم ایرانی را به قابل دسترس‌ترین شکل از تجربیات فرهنگ و روانشناسی مردم ایران تبدیل کرده است.

از همین رو داستان‌های جدیدی مانند اضطراب‌ها، مشکلات اقتصادی و اجتماعی خانواده‌های ایرانی بر فیلم‌نامه‌های معاصر حاکم شدند؛ به اعتقاد شانون کلی، "سینمایی که ابتدا به

^۱ . Islamic Republic of Iran Broadcasting (IRIB)

^۲ . Rad

تاریخ و فرهنگ خاص خود بسیار متعهد است (...) زیبایی کار آنها به فرهنگ‌های دیگر منتقل می‌شود. (شکیل^۱، ۲۰۰۹)

فیلم‌های ایرانی که موفق به کسب جوایز بین‌المللی شدند، متعلق به دوره‌ای هستند که با تحولات عمیق اجتماعی و سیاسی مشخص می‌شود، جایی که فرم‌های دموکراسی غیراصولی، ایران را مورد حمله قرار می‌دهند و به هنرمندان ایرانی مجال می‌دهد تا در جامعه مدرن نفوذ کنند (کاتکارت، ۲۰۱۴: ۵) و ارزش‌های فرهنگی خاص خود را به وسیله کاوش موضوعاتی چون "پوپولیسم، خانواده، فطری نگر، رسوم و هویت جنسیتی" مورد توجه قرار دهد. (کاتکارت، ۲۰۱۴: ۶) شخصیت‌ها و فیلم‌های برنده اسکار اصغر فرهادی با یک پیچیدگی عاطفی مشخص شده‌اند (...)، ساختار روایت پیچیده است (...) و (...) شامل (...) موضوعاتی است که (...) در سینمای ایران پس از انقلاب وجود نداشت: درگیری‌های اجتماعی و داخلی. (روگو^۲، ۲۰۱۷: ۳) اما موفقیت تولیدات ایرانی نه تنها در سینماهای غرب بلکه در فضای اسلامی، با توجه به اینکه معضلات اجتماعی منعکس شده در فیلم‌هایی مانند «جدایی نادر از سیمین» در هر جامعه اسلامی دیگری یافت می‌شود، حیرت انگیز است. مخاطبان خاورمیانه (لبنان، بحرین، مراکش و حتی عربستان سعودی) برای فیلم‌های مذهبی شیعی بازار خوبی را تشکیل می‌دهند. (راد، ۲۰۱۲)

در منطقه آسیای میانه به دلیل عنصر زبانی (تاجیک‌ها فارسی زبان هستند)، عامل مذهب، مجاورت جغرافیایی، روزهای مقدس و عقاید مشترک مانند نوروز (آزادی، مقصودی و مهرپویان، ۱۳۹۳)، نمایش‌های تلویزیونی یا رادیویی ایران با موفقیت صادر می‌شوند، به طوری که در سال ۲۰۱۱، تلویزیون دولتی ارمنستان بزرگترین میزان ساخت نمایش‌های تلویزیونی و رادیویی ایران را ثبت کرد. (خبرآنلاین، ۱۳۸۹)

همچنین در تاجیکستان در سال ۲۰۰۸، یک برنامه تلویزیونی آموزشی با عنوان «باغ الفبا» در بین کسانی که تمایل داشتند زبان فارسی را بیاموزند رتبه‌ای را کسب کرد؛ و در ترکمنستان، در سال ۲۰۱۱، بیش از ده فیلم ایرانی دوبله شد. (آزادی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۷۷-۶۷۸) همچنین جمهوری اسلامی ایران با راه‌اندازی شبکه آی فیلم در شهریور سال ۱۳۸۹ (سپتامبر ۲۰۱۰) تلاش‌هایی را برای جذب ۳۰۰ میلیون مخاطب در ایران و منطقه انجام داده است.

^۱ . Shakil

^۲ . Rugo

(ایرنا، ۱۳۹۸) آی فیلم یک شبکه تلویزیونی ایرانی شامل چهار کانال فارسی، عربی، انگلیسی و آی‌فیلم ۲ است. هدف اصلی این شبکه، پخش فیلم‌ها و سریال‌های ایرانی برای جهان در تمام طول ساعات شبانه‌روز می‌باشد؛ با این حال شبکه انگلیسی برای داخل ایران پخش نمی‌شود و علت آن عقیده سیمایر برای پاسداری از زبان فارسی است. (ویکی‌پدیا، ۲۰۱۹) برنامه‌های تهیه شده در این شبکه توسط دوبلورهای کشورهای سوریه، لبنان و امارات متحده به زبان عربی برگردانده می‌شوند. (پرس‌تی‌وی، ۱۳۸۹) در اواخر اسفند ۱۳۹۶ نیز کانال دوم فارسی این شبکه ویژه فارسی‌زبانان جهان به ویژه افغانستان و تاجیکستان فعالیت خود را آغاز کرد است. (ویکی-پدیا، ۲۰۱۹) مخاطبین این شبکه را غالباً عرب‌زبانانی از کشورهای بحرین، عراق، مصر، فلسطین، امارات، مراکش، کویت، الجزایر، عربستان، انگلیس، فرانسه، آمریکا و .. تشکیل می‌دهند. (تابناک، ۱۳۸۹)

نتایج نظرسنجی که توسط مرکز پژوهش‌های عراق انجام پذیرفت نشان داد، شبکه تلویزیونی «آی‌فیلم» جزو پربیننده‌ترین شبکه‌های ماهواره‌ای در این کشور است. این نظرسنجی در استان-ها و شهرهای مختلف عراق از جمله بصره، نجف، ذی‌قاز، بغداد و کرک صورت گرفت و چهار هزار و ۳۵۰ نفر در این نظرسنجی شرکت داشته‌اند. نظرسنجی این مرکز پژوهش‌های عراقی نشان می‌دهد که جوانان ۱۶ تا ۳۵ سال جزو گروه‌های سنی پربیننده شبکه آی‌فیلم هستند. این مرکز پژوهشی، نتیجه نظرسنجی را دلیلی بر موفقیت شبکه آی‌فیلم می‌داند. بخش دیگری از نتایج این نظرسنجی حاکی از آن است که درصد بینندگان مرد بیش از زنان است و ۶۰.۴ درصد از مردان شرکت‌کننده در این نظرسنجی بیننده آی‌فیلم هستند. از سوی دیگر قشر کارمند با ۴۳.۸ درصد، دانشجویان با ۲۸ درصد و زنان خانه‌دار با ۱۴.۹ درصد ب‌ترتیب بیشترین اقشار بیننده این شبکه در نظرسنجی معرفی شدند. بر اساس گزارش پایگاه خبری القاهرة، شبکه آی‌فیلم رقابت نزدیکی با شبکه‌های ترکی زبان برای نفوذ به خانه‌های مردم مصر دارد. (همشهری آنلاین، ۱۳۹۱) خبرگزاری تسنیم در ۲۱ مهر ۱۳۹۷، پوشش ماهواره‌ای این کانال را تا نزدیک چین و تعداد کشورهای تحت پوشش را ۱۰-۱۵ اعلام کرده است. همچنین اذعان داشت، طبق نظرسنجی‌های انجام شده شبکه «آی فیلم» جایگاه دوم و سوم اقبال مخاطبین کشورهای اسلامی و فارسی زبان را کماکان حفظ کرده است.

حضور و نامزدهای فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌های بین‌المللی مختلف، نیروی بی‌سابقه‌ای را در صنعت فیلم‌سازی ایران نشان می‌دهد که فیلم‌سازان موج جدید از عناصر زیبایی‌شناختی

و موضوعی جدیدی را معرفی می‌کنند. (دی والوکس^۱، ۲۰۱۲)

۴- نتیجه‌گیری

پس از جنگ سرد، نظام سیاسی جهان دچار دگرگونی شد؛ علاوه بر قدرت نظامی و اقتصادی، ارزش‌های قدرت نرم کشورها نیز به عنوان یک عنصر سیاسی ظاهر شد. ایالات متحده و کشور-های اروپایی غربی در این امر تبحر کافی دارند. امروز این کشورها در حال به روزرسانی و تنوع بخشیدن به منابع و استراتژی‌های قدرت نرم خود هستند. قدرت‌های در حال رشد مثل روسیه، چین و هند از ابزارهای قدرت نرم استفاده می‌کنند، کشورهای توسعه نیافته در زمینه قدرت نرم و دیپلماسی عمومی ضعیف هستند. ابزارها و اهداف قدرت نرم بسته به اهداف سیاسی و پویایی‌های داخلی هر کشور متفاوت است. از عناصر قدرت نرم می‌توان برای جذب گردشگر یا سرمایه‌گذاری و یا تأثیر بر افکار عمومی استفاده کرد. همچنین از قدرت نرم برای تولید تصاویر مثبت و از بین بردن تصاویر منفی استفاده می‌شود. (گونک^۲، ۲۰۱۸) این پژوهش در پی پاسخ‌گویی به این سوال بود که آیا سیاست‌گذاری فرهنگی در صنعت سینمای ایران می‌تواند به عنوان منبع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران عمل کند؟ یافته‌های این پژوهش نشان داد، در حالی که عواملی چون وابستگی به بخش دولتی، ارجحیت باورهای دینی، تأثیر احزاب، وجود نهادهای فرهنگی بیشمار (موازی کاری در نهادهای فرهنگی)، فقدان وجود یک نهاد تصمیم‌گیری واحد، تعویض متناوب مسئولین نهادهای اجرایی، تعیین خط قرمزها، عدم حمایت مادی و معنوی دولت (حق کپی رایت) و ... عملاً صنعت سینمای ایران را از حرکت باز داشته است. وجود دستگاه‌های موازی علاوه بر هدر دادن منابع، منجر به تقابل وظایف و کاهش بازدهی کلی در امر فرهنگ شده و بخش قابل توجهی از موازی‌کاری‌ها و سردرگمی‌های موجود، مولد همین عدم هماهنگی‌های دستگاه‌های دخیل در عرصه فرهنگ است (همشهری، ۱۳۹۱)؛ اما با تمام این اوصاف، فیلم‌های ایرانی توانسته‌اند به مجامع جهانی راه یابند. به طوری که سینمای ایران در عرصه جهانی و اساتید این حرفه مانند عباس کیارستمی، اصغر فرهادی و جعفر پناهی از شخصیت‌های اثرگذار بر سینمای جهان شمرده می‌شوند. (خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۸)

جمهوری اسلامی ایران دریافته است که دیپلماسی عمومی می‌تواند در مدت زمان بسیار

^۱ . De Vaulx

^۲ . Gunek

کوتاهی همبستگی ایجاد کند و پیام‌های تصادمی مفید زیادی را در سطح تصویر منتشر کند؛ ایران مجدداً استراتژی‌های دیپلماسی خود را به سمت حوزه‌های هوشمند باز گردانده است، چرا که تبادل عقاید بر منازعات از هر نوعی ارجحیت دارد. بنابراین، به رسمیت شناختن صنعت فیلم سازی ایران در سطح بین‌المللی، نشان از علاقه تمامی افراد درگیر در روند فیلم‌سازی برای اثبات اینکه ایران برنامه هسته‌ای یا سخن جنگ‌طلبانه‌ای با کشورها ندارد.

بدون توجه به هالیوود، صنعت فیلم ایران، به گفته ریچارد پنا^۱ مدیر انجمن فیلم‌های لینکلن در نیویورک "یکی از هیجان‌انگیزترین‌ها در دنیای امروز است" (ویتزول، ۲۰۱۸)، این موفقیت با سبک‌های بین‌المللی و سنتی در آمیخته است، بازتاب خطر سیر سیاسی و اجتماعی ایران در ۴۰ سال گذشته است؛ و همین امر نسل جدیدی از هنرمندان را به وجود آورده است تا به جهانیان نشان دهند که ایرانیان می‌توانند فیلم‌های غیرتبلیغاتی را ارائه کنند، در جایی که عناصر تاریخی، جغرافیایی، زیباشناسی، اقتصادی و سیاسی در سینمای ایران با یک چارچوب فرهنگی اصیل گرد هم می‌آیند.

باتوجه به آنچه که بیان شد به نظر می‌رسد کاهش تصدی‌گری دولت در حوزه سینما، اصلاح روابط بین‌الملل، اصلاح ساختار صنعت و ویژگی‌های مؤسسات سینمایی را می‌توان به عنوان راه‌کارهایی جهت نفوذ و گسترش صنعت سینمای ایران در دنیا به کار بست.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

¹ . Richard Pena

منابع فارسی

کتاب

- بشیریه، حسین (۱۳۸۲)، عقل در سیاست: سی و پنج گفتار در فلسفه، جامعه‌شناسی و توسعه سیاست، تهران، نگاه معاصر
- پهلوان، چنگیز (۱۳۷۸)، فرهنگ‌شناسی: گفتارهایی در زمینه فرهنگ و تمدن، تهران، پیام امروز
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۰)، اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک، مشهد، انتشارات پاپلی
- سیف‌زاده، حسین (۱۳۸۲)، سیاست‌گذاری فرهنگی و میزان مداخله دولت در آن، تأملی نظری، به اهتمام مجید وحید، تهران، انتشارات باز
- علی‌پور، سمیه (۱۳۸۶)، پایان تلخ سنتوری به نفع تماشاگران، کتاب سال سینمای ایران، دوره هفدهم

مقالات

- آزادی، س؛ مقصودی، م؛ مهرپویان، آ. (۱۳۹۰)، تحلیل عملکرد دیپلماسی فرهنگی ایران در آسیای میانه، مجله بین‌المللی علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، جلد ۲ (۲)
- اعظم راودراد، مصطفی اسدزاده (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران (بایدها و نبایدهای سیاست‌گذاران سینمای ایران در دهه ۱۳۷۰ و ۱۳۸۰)، هفته‌نامه پژوهش فرهنگی، ۱۱ (۹) دوره ۳
- اعظم راودراد، امیرحسین تمنایی (۱۳۹۱)، تحلیل رابطه سیاست‌های فرهنگی-سینمایی ایران با فیلم‌های معرفی شده به عنوان نمایندگان سینمای ایران به آکادمی اسکار، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، ۶ (۱)
- بشیریه، حسین (۱۳۷۵)، ایدئولوژی و فرهنگ سیاسی گروه‌های حاکم در دوره پهلوی، فصلنامه نقد و نظر، سال دوم، شماره ۳ و ۴
- جلال درخشه، علیرضا اسماعیلی کلیشمی (۱۳۹۶)، دیپلماسی فرهنگی و قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در ایتالیا: فرصت‌ها، تهدیدها و راهبردها، فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، ۷ (۲)
- حیدری، غلام (۱۳۷۷)، فیلمسازان نام‌آور سینمای ایران و مقام و جایگاه آنها، فصلنامه سینمای فارابی، شماره ۳۲ و ۳۳

- سیدمهدی الوانی، سیدمحمدحسین هاشمیان (۱۳۸۷)، ارائه مدل بومی سیاست‌گذاری متوازن بخش فرهنگ، تهران، همایش ملی و تحول در فرهنگ و هنر
- شهرود امیرانتخابی، سیدرضا صالحی امیری، محمد سلطانی فر و علی اکبر رضایی (۱۳۹۴)، ارائه الگوی جهت سیاست‌گذاری فرهنگی رسانه‌ها در ایران، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی ۵ (۱۷)
- رضا التیامی‌نیا، علی تقوایی نیا (۱۳۹۵)، تبیین نقش و جایگاه قدرت نرم در تحقق اهداف سیاست داخلی و خارجی، فصلنامه پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام ۶ (۳)
- راووداد، اعظم (۱۳۷۸)، تبیین فیلم و جامعه، فصلنامه فارابی. شماره ۳۴
- روح‌الامین سعیدی، حمیدرضا.مقدم‌فر (۱۳۹۳)، منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم، ۴ (۱۱)
- صادق زیباکلام، جلیل بیات (۱۳۹۳)، سینما و قدرت نرم: سیاست تطبیقی آمریکا و چین، مطالعات میان فرهنگی ۱۰ (۲۴)
- لنا عبدالخانی، محمد نصرآبادی (۱۳۹۰)، بازنمایی نقش زن در سینما (سیاست‌گذاری‌های فرهنگی در سینمای قبل و پس از انقلاب اسلامی)، فصلنامه علمی پژوهشی زن و فرهنگ ۳ (۱۰)
- محمدسعید ذکایی، سمیه سادات شفیعی (۱۳۸۹)، کالبدشکافی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در حوزه سبک زندگی دختران، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات. ۶ (۲۰)
- محمد لعل علیزاده، مژگان احمدپور اردجانی (۱۳۹۰)، جهانی‌شدن فرهنگی و قدرت نرم: ضرورت سیاست‌گذاری جدید با رویکرد نرم‌افزارانه، مجله مطالعات قدرت نرم، شماره ۳، پاییز
- مرتضی مقتدایی، علیرضا ازغندی (۱۳۹۴)، آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی ۱۲ (۳۴)
- ملک‌زاده، محمد. (۱۳۹۴)، مؤلفه‌های دینی و ملی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران، مجله علوم سیاسی، ۱۷ (۶۸)
- مهدی‌زاده، محمد. (۱۳۸۸)، صنایع فرهنگی و چالش‌های آن در ایران، مجله علوم اجتماعی، شماره ۲۴
- نفیسی، ه (۱۳۵۷)، فیلم برجسته ایرانی: مختصر تاریخ انتقادی، فصلنامه مروری مطالعات،

فیلم (۴)

- وحید، مجید (۱۳۶)، بحثی در سیاست‌گذاری فرهنگی، فصلنامه سیاست، مجله دانشگاه حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، ۳۷ (۳)

خبرگزاری

- ایرنا (۱۳۹۸/۱۰/۲۵)، سریال‌های ایرانی میهمان لبنانی‌ها در شب‌های رمضان، کد خبر ۸۳۳۱۵۳۴۳، قابل دریافت در:

www.irna.ir

- بقایی، سارا (۱۳۹۸)، مفاهیم برجسته سینما در دهه ۱۳۹۰، فرود یک فراز، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران، کد خبر ۸۳۶۱۲۵۹۴

- پرس‌تی‌وی (۱۳۹۸/۱۰/۲۶)، آغاز به کار شبکه ایرانی آی‌فیلم، قابل دریافت در www.presstv.com

- تابناک (۱۳۹۸/۱۰/۲۶)، افتتاح نخستین سایت سینمای عربی در ایران، کد خبر ۱۳۶۸۱۰، قابل دریافت در:

www.tabnak.ir/fa/news/136810

- خبر آنلاین (۱۳۹۸/۱۰/۲۵)، کدام کشورها مشتری سریال‌های ایرانی هستند، قابل دریافت در:

<https://www.khabaronline.ir>

- خبرگزاری تسنیم، آی فیلم برای فراگیری بیشتر، نیازمند نگاه فرامرزی فیلمسازان، کد خبر ۱۸۵۱۵۷۶، قابل دریافت در:

<http://tn.ai/1851576>

- خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۸)، سینماگران ایرانی بر سینمای جهان تأثیر گذاشته‌اند، کد خبر: ۸۳۵۹۴۸۶۵

- سلام سینما (۱۳۹۸/۱۱/۲۶)، ترکیه دوم در دنیا، توجه به منافع ملی در ساخت سریال، نوشته محمود نامی، قابل دریافت در:

<https://www.salamcinama.ir>

- همشهری آنلاین (۱۳۹۸/۱۰/۲۶)، استقبال مخاطبان از شبکه آی‌فیلم، کد خبر ۱۷۸۴۳۹، قابل دریافت در:

www.hamshahrionline.ir/news/178439

- همشهری (۱۳۹۸/۱۰/۲۶)، نهادهای فرهنگی موازی؛ تعامل یا تقابل، کد خبر ۱۹۵۶۱۴

- ویکی‌پدیا (۲۰۱۹)، آی فیلم، قابل دریافت در:

www.fa.m.wikipedia.org

پایان نامه

- اسدزاده، مصطفی (۱۳۸۳)، **جامعه‌شناسی سیاسی سینمای ایران در دهه ۷۰ شمسی**، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق (ع)

English Resources

Book

- Bohas, A. (2010), **Disney, un capitalisme mondial du rêve** [Disney, a global capitalism of the dream]. Paris: L'Harmattan
- Kozymka, L. (2014), **The diplomacy of culture: the role of UNESCO in sustaining cultural diversity**, New York: Palgrave Macmillan
- Nye, J.S. (1990), **Bounding to lead: the changing nature of American power**, New York: Basic Books
- Nye, J.S. (2004), **Soft power, the means to success in world politics**, New York: Public Affair
- Rad, J. (2012), **The Public Diplomacy Aspect of the Iranian Oscar Win**, U-SC Center on Public Diplomacy. 6 March
- Sharp, Paul. (2005), **Revolutionary States, Outlaw Regimes and the Techniques of Public Diplomacy**, In Jan Mellison. (ed.), **The new public diplomacy: soft power in international relations**, Hampshire, New York: Palgrave MacMillan
- Singh, J.P. (2010), **China goes global. The partial power**, New York: Palgrave Macmillan
- Strange, S. (1994), **States and markets: an introduction to international political economy (1988)**. 2e ed. London: Frances Pinter
- trade negotiations. In: L. Richieri-Hanania, ed. **Cultural diversity in international law: the effectiveness of the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions**, New York: Routledge

Articles

- Gunek, Abdulsamet. (2018), **New Type of Soft Power: Country Branding**, International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS). June 2018: Volume 4 (Issue 1). e-ISSN : 2458-9381 ISSN
- Rugo, D., Asghar Farhidi. (2017), **Acknowledging Hybrid Traditions: Iran, Hollywood and Transnational Cinema**, Taylor & Francis Online. Vol.30. Issue 3-4
- Sarsangi, Majid., Soleimanzadeh, Hamed. (2018), **Contemporary Iranian Cinema from another Perspective**, Journal of Fine Arts Volume 1, (3), 2018: 16-21. ISSN 2637-5885
- Sarsangi, Majid., Soleimanzadeh, Hamed. (2018), **Contemporary Iranian Ci**

nema from another Perspective, Journal of Fine Arts Volume 1, (3),16-21. ISSN 2637-5885

- Scott, A.J.(2004), **Hollywood and the world:the geography of motion-picture distribution and marketing**, Review of international political economy, 11 (1)

- Shoamanesh S.S. (2017), **Iran's Untapped Soft Power Is Key to Its Success & Regional Stability**, Iranian Diplomacy. 18.08

- Vlassis, A. and Richieri-Hanania, L. (2014), Effects of the CDCE on Vlassis, A. (2013), **L'UNESCO face à l'enjeu 'commerce-culture', Quelle action politique pour une organisation internationale?** [The UNESCO vis-à-vis the stake "trade-culture": which political action for an international organization?] Politique et sociétés, 32 (3)

- Vlassis, A. (2015), **Les industries culturelles, vecteurs de la puissance de l'Inde?** [The cultural industries, vector of the Indian power?] Etudes internationales (forthcoming)

Site

- Aydemir, Emrah (2017), **Use of Hollywood as a Soft Power Tool in Foreign Policy Strategy of the United States of America**, International Journal of Humanities and Social Science Invention ISSN (Online): 2319 – 7722, ISSN (Print): 2319 - 7714, www.ijhssi.org ||Volume 6 Issue 11||November

- Cabrera, L., ed. (2011), **Global governance, global government: institutional visions for an evolving world**. Albany, NY: Sunny Press

- Cathcart, N.E. (2014), **The New Iranian Film: Central Themes within a Framework of Values in Third Phase Post-Revolutionary Iranian Film**. Loyola University New Orleans [online].URL:<http://cas.loyno.edu/sites/chn.loyno.pdf>

- De Vaultx, J.B. (2012), **An Analysis of the New Iranian Cinema through four of its key directors**, Young and Innocent [online].URL: <http://www.youngandinnoent>

- Eisenstadt, M. (2011), **The Limits of Iran's Soft Power**, Washington Institute [online]. URL: <https://www.washingtoninstitute.org>

-Morin, J.-F. (2013), **La politique étrangère, Théories, méthodes et références** [Foreign policy: theories, methods and references], Paris: Armand Colin

- Shakil, S. (2009), **Iranian Film Industry thrives amidst continuing censorship**, The International Online. 21.10

- Viteazul, Mihai. (2018), **Cinema as a tool of influence in the portfolio of Iran's public diplomacy**, International conference RciL"18. Redefining community in international context. Bucharest 17-19may

- Vlassis, Antonios.(2015), **Soft power, global governance of cultural industries and rising powers: the case of China**, International Journal of Cultural Policy, 2015 <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2014.1002487>