

Geopolitics of Cinema and its Role in Enhancing Soft Power and Cultural Hegemony of Iran; Strategies and Policy Recommendations

Navid Kamali , Ph.D. of Political Geography, Department of Political Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: NavidKamali@ut.ac.ir

Extended Abstract

Introduction: In the contemporary world order, geopolitics defines “space” beyond its physical dimensions, incorporating psychological, cultural, and media elements. Within this paradigm, cinema functions as a powerful “technology of seeing” and a primary instrument of “identity projection,” playing a foundational role in shaping geographical imaginaries and representing national identities. The main structural problem addressed in this research is the profound gap between the geopolitical dimensions of space and the media policy doctrines embedded in the upstream policy documents of the Islamic Republic of Iran. Despite Iran’s critical geopolitical position in the energy heartland, its ancient civilizational heritage, and its profound geocultural influence in West Asia—which provide considerable potential for establishing cultural hegemony and enhancing soft power—national cinema lacks a strategic and purposeful position within the country’s policy documents. Consequently, the international image of Iran is frequently affected by what this study conceptualizes as “cinematic terrorism” orchestrated through Western media hegemony. Concurrently, Iran’s export-oriented and festival-oriented cinema, often seeking alignment with the Orientalist preferences of Western film festivals, tends to portray a marginal, passive, and crisis-centered image of the nation. This study aims to critically evaluate these structural and discursive shortcomings and propose strategic policy recommendations, informed by successful international experiences, to strengthen Iranian cinema as a driver of cultural influence and public diplomacy.

Methods: This research adopted a descriptive-analytical approach grounded in qualitative policy research methodology. To investigate the subject in depth, a qualitative research design combining documentary analysis and directed qualitative content analysis was employed. The units of analysis encompassed domestic cultural policy documents—specifically the 20-Year National Vision Document and the 7th Development Plan—as well as the thematic and discursive patterns of spatial and identity representation in internationally screened Iranian films. Furthermore, a comparative analysis was conducted of the cinematic policies and strategies of global powers, including the United States (Hollywood), South Korea (the Hallyu Wave), and China (the “Going Out” policy), to identify potentially adaptable models. Data were extracted through a systematic three-stage coding process: open, axial, and selective coding. The findings were organized around



three main axes: the discursive axis of Iran's image, the geocultural axis, and the structural-institutional axis. Finally, a gap analysis model was employed to map the substantial distance between the current state of cinematic policymaking in Iran and the desired state of cinema as an engine of cultural influence and geopolitical capacity.

Findings: The findings indicate that the gap between Iran's cultural policy structure and international geopolitical requirements operates across three interconnected levels: discursive, structural-institutional, and economic-distributive. At the discursive level, Iran's cultural policies remain predominantly protective and inward-looking, thereby limiting the geopolitical potential of cinema. The study therefore proposes an "Empowered Iran" discourse that emphasizes scientific progress, technological innovation, social resilience, and the cultural capacities of Shiite geoculture and Persian civilization. At the structural-institutional level, weak coordination between diplomatic and cinematic institutions necessitates the establishment of a Strategic Council for Cinematic Diplomacy and the expansion of international co-productions with allied countries. At the production and distribution level, the findings highlight Iran's limited integration into global distribution networks and its dependence on domestic state funding. Proposed measures include a national-interest clause in professional contracts and the establishment of a Cinematic Export Fund to strengthen regional distribution and expand the international reach of Iranian cinema.

Conclusion: This study demonstrates that cinema is not merely an entertainment industry but also a critical arena for the reproduction of geopolitical power and the naturalization of dominant discourses. The Islamic Republic of Iran's cultural influence in the region will remain fundamentally incomplete without the strategic deployment of "strategic cinema." The primary obstacle is not a lack of artistic talent or technical infrastructure, but structural shortcomings in discursive meaning-making, institutional alignment, and the political economy of cultural exports. As long as the dominant cinematic portrayal of Iran remains confined to a society in crisis, and as long as there is no structural linkage between official diplomacy and cinematic output, cinema will fail to function effectively as a strategic instrument of soft power. Therefore, transitioning from an "industry-oriented" perspective to a "geopolitically oriented" paradigm is essential. A comprehensive "National Cinema Doctrine" should be integrated into the broader doctrine of national power, redefining cinema's role in reproducing legitimacy, generating cultural attraction, and consolidating geocultural networks. By implementing the proposed policy packages, including targeted funding, geopolitical training for filmmakers, and measurable impact indicators, Iranian cinema can transform from a passive participant in the narrative struggle into a proactive agent capable of shaping a civilized, capable, and authoritative image of Iran on the global stage.

Keywords: Cinema geopolitics, Policy Research, cultural hegemony, Geo Culture, geographical imagination, cultural policy, public diplomacy.



ژئوپلیتیک سینما و نقش آن در ارتقای قدرت نرم و هژمونی فرهنگی ایران؛ راهبردها و راهکارهای سیاست گذاری

نوید کمالی^۱

چکیده

سینما به عنوان یکی از پر قدرت ترین ابزارهای تولید معنا در عصر حاضر، نقشی بنیادین در شکل دهی به تخیل جغرافیایی و بازنمایی هویت های ملی ایفا می کند. هدف این پژوهش واکاوی نسبت میان ژئوپلیتیک سینما و توانمندسازی قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است. مسئله اصلی پژوهش، فقدان یک الگوی راهبردی یکپارچه در بستر اسناد بالادستی برای بهره گیری پویا و هدفمند از پتانسیل های سینما در جهت تثبیت جایگاه هژمونیک ایران در منطقه و جهان است. این پژوهش با رویکردی توصیفی-تحلیلی و با بهره گیری از روش شناسی آمیخته (اسنادی و تحلیل محتوای کیفی)، به واکاوی تجربیات جهانی و کاستی های داخلی پرداخته است. یافته ها نشان می دهد که سینمای ایران علی رغم دستاوردهای هنری در جشنواره های بین المللی، به دلیل غلبه نگاه صرفاً اخلاقی/داخلی بر نگاه ژئوپلیتیک/راهبردی، کارکرد مناسبی در دیپلماسی عمومی و بازنمایی وجهه اشریخ از "برند ایران" نداشته است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که گذار از سیاست گذاری بازدارنده به سیاست گذاری راهبردی، نیازمند تدوین "دکترین ملی سینما"، اصلاح الگوی مالی و تولیدی به سمت آثاری با پذیرش جهانی و نفوذ در لایه های ژئوکالچر منطقه ای است. این مقاله در نهایت راهبردهایی در سه سطح تولید، توزیع و گفتمان برای ارتقای جایگاه سینمای ایران در معادلات قدرت نرم ارائه می دهد. همچنین تحلیل تطبیقی تجربه ایران با نمونه های جهانی نشان می دهد که بدون بازتعریف گفتمان سینمایی، هم راستاسازی نهادی میان دیپلماسی رسمی و نهادهای سینمایی و استقرار سازوکارهای سنجش پذیر برای ارزیابی پیامدهای ژئوپلیتیکی آثار، بخش عمده ظرفیت سینمای ایران در ارتقای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران بالفعل نخواهد شد.

واژگان کلیدی

ژئوپلیتیک سینما، سیاست پژوهی، هژمونی فرهنگی، ژئوکالچر، تخیل جغرافیایی، سیاست گذاری فرهنگی، دیپلماسی عمومی.

مقدمه

در نظم نوین جهانی، جنگ‌ها و رقابت‌ها نه تنها در میدان‌های نظامی، بلکه در عرصه‌های نمادین و معنایی جریان دارند. ژئوپلیتیک معاصر، مفهوم "فضا" را فراتر از بعد فیزیکی آن تعریف می‌کند و ابعاد روانی، فرهنگی و رسانه‌ای را به آن می‌افزاید. در این میان، سینما به عنوان یک "تکنولوژی دیدن" و ابزاری برای "پروژه‌ریزی هویت"، نقشی انکارناپذیر در بازنمایی جغرافیا و شکل‌دهی به ترس‌ها و امیدهای ملل ایفا می‌کند (Power & Crampton, 2005). سینما تنها یک سرگرمی نیست، بلکه بستری است که در آن "نظام‌های فکری مسلط" بازتولید می‌شوند و هویت "خود" در مقابل "دیگری" معنا می‌یابد. مسئله ساختاری پژوهش حاضر، گسست عمیق میان ابعاد ژئوپلیتیک فضا و دکترین‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران است. اگرچه ایران به واسطه موقعیت حساس در قلب هارتلند انرژی، میراث تمدنی کهن و نفوذ در لایه‌های ژئوکالچر منطقه، پتانسیل بالایی برای تثبیت هژمونی فرهنگی و توسعه قدرت نرم خود در غرب آسیا دارد، اما سینمای ملی به عنوان محرک اصلی «تخیل جغرافیایی»^۱ در اسناد سیاستی کشور، جایگاهی راهبردی ندارد. این خلأ ساختاری سبب شده است که تصویر بین‌المللی ایران در هژمونی رسانه‌ای غرب دچار استحاله و تروریسم سینمایی شود (نظیر فیلم‌های آرگو و ۳۰۰) و از سوی دیگر، سینمای صادراتی و جشنواره‌ای کشور نیز به دلیل انطباق با ذائقه شرق‌شناسانه فستیوال‌های غربی، تصویری حاشیه‌ای، منفعل و بحران‌محور بازنمایی کند.

بررسی اولیه سند یکسان‌سازی و مرجع‌سازی در حوزه سینما و سیاست‌های فرادستی نشان می‌دهد که جهت‌گیری‌های موجود عمدتاً بر ابعاد دفاع ملی، صنعت داخلی یا ترجیحات اخلاقی متمرکز بوده‌اند و از کارکرد سینما به عنوان بازوان دیپلماسی عمومی و بازتولیدکننده برند ملی غفلت ورزیده‌اند. این رویکرد هنجاری و تحدیدکننده، منجر به عدم هم‌راستایی میان دستگاه دیپلماسی رسمی و نهادهای متولی تولید فیلم شده و سرمایه‌های نمادین کشور را در بزنگاه‌های ژئوپلیتیکی بی‌اثر ساخته است. فرض اساسی این پژوهش بر آن است که کیفیت بازنمایی فضا و هویت در متن سینمایی، مستقیماً ذهنیت مخاطبان خارجی را نسبت به مشروعیت، جذابیت و اعتبار یک قدرت منطقه‌ای بازتعریف می‌کند؛ بنابراین، تحلیل سینما از لایه زیبایی‌شناختی صرف باید به لایه سیاست‌پژوهی راهبردی منتقل شود.

برای خروج از این چالش، پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با تکیه بر ابزارهای سیاست‌پژوهی، ارزیابی دقیقی از شکاف وضعیت موجود و مطلوب ارائه دهد. در همین راستا، این تحقیق به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌های دقیق و آزمون‌پذیر زیر است:

پرسش‌های پژوهش:

۱. کاستی‌های ساختاری و گفتمانی اسناد بالادستی و رویه‌های سیاست‌گذاری سینمایی در ایران از منظر عدم انطباق با الزامات ژئوپلیتیک فرهنگی و قدرت نرم کدام‌اند؟

۲. منطق حاکم بر تجربیات جهانی (آمریکا، کره جنوبی و چین) در پیوند دادن ساختارهای دکرین سیاست خارجی با زنجیره ارزش صنعت سینما چیست و چه الگوهای تطبیقی برای بومی‌سازی ارائه می‌دهد؟

۳. الگوی عملیاتی و الزامات نهادی، ابزاری و شاخص‌گذاری بسته سیاستی متمم برای ارتقای سینمای ایران به مثابه پیشران هژمونی فرهنگی چیست؟

پیشینه پژوهش

الف) پیشینه بین‌المللی و جهانی

پژوهش‌های متعددی در دو حوزه قدرت نرم و سینما انجام شده، اما نگاه ژئوپلیتیک به سینما در ادبیات داخلی کمتر مورد واکاوی قرار گرفته است. در سطح بین‌المللی، جوزف نای^۱ (۲۰۰۴) با تعریف قدرت نرم، بر اهمیت جذابیت فرهنگی تأکید می‌کند. همچنین محققانی چون مارکوس پاور و سیمون کرمپتون^۲ (۲۰۰۷) در کتاب «سینما و ژئوپلیتیک عامه» نشان می‌دهند که چگونه فیلم‌ها در خدمت سیاست خارجی و جنگ سرد استفاده شده‌اند. یوسفا لوشیتزکی^۳ (۲۰۱۰) نیز در بررسی سینمای پس از یازده سپتامبر، به بازنمایی ایدئولوژیک و شرق‌شناسانه غرب از پدیده‌های هویتی می‌پردازد. بررسی ادبیات پژوهش در حوزه تقاطع سینما، ژئوپلیتیک و قدرت نرم، حاکی از غنای نظری قابل توجهی در سطح بین‌المللی است، اما این تراکم در متون بومی و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی ایران کمتر مشاهده می‌شود. در سطح کلان، رابطه میان رسانه و سیاست همواره موضوع چالش برانگیزی بوده است. لامجهادی^۴ (۲۰۲۲) در

تحلیل خود از رابطه رسانه و سیاست، با طرح پرسش «کدام یک دیگری را کنترل می‌کند؟»، بر این نکته تأکید می‌کند که رسانه‌ها بازیگران بااستعدادی هستند که در چارچوب‌های ساختاری محدود، جهان سیاست را به شیوه‌های گوناگون تحت تأثیر قرار می‌دهند. او با نقد نگاه سنتی که رسانه را صرفاً ابزاری در دست قدرت می‌داند، نشان می‌دهد که رسانه‌ها نقشی تعیین‌کننده در شکل‌دهی به هویت‌های سیاسی و تغییر باورهای شهروندان ایفا می‌کنند. این دیدگاه، مبانی نظری لازم برای درک «قدرت عمل» سینما را فراهم می‌آورد.

در حوزه تخصصی‌تر ژئوپلیتیک سینما، ادبیات جهانی به‌وضوح نشان می‌دهد که سینما تنها یک پدیده سرگرمی‌محور نیست، بلکه یک «تکنولوژی دیدن» و ابزاری برای بازنمایی و تثبیت هژمونی قدرت‌های بزرگ است. باتاثویی^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی مستند و معتبر که بر روی سینمای هالیوود پس از یازده سپتامبر متمرکز است، نشان می‌دهد که چگونه هژمونی ژئوپلیتیک آمریکا از طریق فرهنگ عامه و به‌طور خاص سینما بازتولید می‌شود. او استدلال می‌کند که سینما فضایی است که در آن ایده‌های «معمول» و «بدیهی» درباره سیاست جهانی بازتولید می‌شوند و داستان‌هایی درباره رفتار قابل قبول دولت‌ها و افراد طبیعی‌سازی می‌گردند. این پژوهش به‌طور خاص فیلم «پادشاهی» (The Kingdom, 2007) را تحلیل کرده و نشان می‌دهد که چگونه مناظر جغرافیایی و هویت‌های «خود» و «دیگر» در سینما، برای توجیه‌گفتمان «جنگ علیه تروریسم» و نفوذ آمریکا در خاورمیانه به کار گرفته شده‌اند.

همان‌طور که در نظریه‌های ژئوپلیتیک عامه^۲ تبیین می‌شود، فرهنگ عامه و سینما نه‌تنها بازتابی از روابط بین‌الملل هستند، بلکه خود پدیده‌ای «هویت‌بخش» به سیاست جهانی محسوب می‌شوند. این دیدگاه، مبانی نظری قدرت نرم را تکمیل می‌کند؛ جایی که جوزف نای (۲۰۰۴) بر جذابیت فرهنگی تأکید دارد، محققان حوزه ژئوپلیتیک عامه بر نحوه «کدگذاری» و ساختار محتوایی این جذابیت در متون سینمایی تمرکز دارند تا مشخص کنند سینما چگونه در بازتعریف انگاره‌های فرامرزی و بازنمایی برندینگ ملی نقش کلیدی ایفا می‌کند.

علاوه بر این، مطالعات بین‌المللی که به‌طور مشخص به «سینمای ایران به‌عنوان ابزار دیپلماسی عمومی و قدرت نرم» پرداخته‌اند، نشان می‌دهند که این سینما در برخی مقاطع توانسته است بخشی از تصویر ایران را از سطح «تهدید امنیتی» به سطح «فرهنگ و هنر»

1. Bataoui

2. Popular Geopolitics

منتقل کند، اما به دلیل نبود چارچوب راهبردی و سیاستی منسجم، این دستاوردها پراکنده و ناپایدار باقی مانده‌اند و کمتر به تغییر پایدار در ادراکات ژئوپلیتیکی از ایران منجر شده‌اند (Ehteshami & Miles, 2015; Erhan, 2018; Naficy, 2012).

ب) پیشینه پژوهش‌های داخلی (بومی)

در ادبیات پژوهشی داخل کشور، واکاوی نسبت میان سینما، سیاست و ساختارهای حاکمیتی عمدتاً بر سه محور «سیاست‌گذاری سینمایی»، «دیپلماسی فرهنگی» و «بازنمایی مؤلفه‌های هویت ملی» متمرکز بوده است. تابش (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای پیرامونی، بر کارکرد رسانه سینما به عنوان ابزار دیپلماسی در القای بین‌المللی محتوای هدف و فرهنگ ایرانی تأکید می‌کند؛ با این حال وی معتقد است این پتانسیل تنها زمانی از لایه انتزاع به سطح بالفعل منتقل می‌شود که در قالب برنامه‌ای هدفمند و مبتنی بر اسناد بالادستی سازمان‌دهی گردد. در لایه‌ای عملیاتی‌تر، تابش و همکاران (۱۴۰۰) با طراحی الگوی بین‌المللی‌شدن فیلم و سینمای ایران، موانع ساختاری صادرات فرهنگی را واکاوی کرده و نشان داده‌اند که ضعف زیرساخت‌های نهادی، بازاریابی بین‌المللی و زنجیره ارزش بازارهای منطقه، مانع اصلی توسعه سهم ایران از این بازارهاست.

در امتداد این مسیر و با تمرکز بر نظام مسائل این صنعت، پژوهش‌های حوزه سیاست‌پژوهی با رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد از جمله پژوهش اسدزاده و آشنا (۱۳۹۹) با موضوع «تحلیل سیاست‌گذاری سینمای پس از انقلاب با تأکید بر سیاست‌های بنیاد سینمایی فارابی» اثبات می‌کنند که فرآیند شناسایی مسئله در سیاست‌گذاری سینمایی کشور هنوز به صورت نظام‌مند انجام نمی‌شود و غلبه نگاه‌های مقطعی، مانع از صورت‌بندی دقیق خلأهای راهبردی قبل از ارائه بسته‌های فرهنگی شده است. این انسداد ساختاری در پژوهش «طراحی مدل سیاست‌گذاری در سینمای ایران باهدف ارتقای جایگاه بین‌المللی آن» نیز ریشه‌یابی شده است؛ یافته‌های این تحقیق، وابستگی شدید توأم با نوسان سینما به ساختار سیاسی، چالش‌های مزمن مالی، نبود فرماندهی و ساختار یکپارچه متمم و غفلت از بازاریابی و برندسازی ملی را به عنوان دست‌اندازه‌های اصلی ارتقای جایگاه جهانی سینمای ایران معرفی می‌کند که نشان می‌دهد ارتقای قدرت نرم سینمایی بدون اصلاح ساختار نهادی و اقتصادی ناممکن است.

در امتداد رویکردهای موجود، بخشی از ادبیات جدید داخلی با تمرکز بر اقتصاد سیاسی سینما، به تبیین نسبت میان ساختارهای قدرت، بازار و تولید فرهنگی پرداخته است. در این چارچوب، پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که سینمای ایران در یک

وضعیت «دوگانه نهادی» میان منطق بازار و الزامات حاکمیتی عمل می‌کند؛ به گونه‌ای که این تعارض، هم بر الگوهای تولید و هم بر قابلیت‌های رقابت‌پذیری بین‌المللی اثرگذار است. برای مثال، درویشی کوهی و اعتمادی فرد (۱۴۰۳) با تحلیل اقتصاد سیاسی سینمای ایران نشان می‌دهند که وابستگی به منابع دولتی و ضعف نظام توزیع بین‌المللی، منجر به شکل‌گیری چرخه‌ای از تولیدات کم‌ریسک و محدود شدن نوآوری شده است. همچنین حمزه لویی و همکاران (۱۴۰۳) در مطالعه‌ای پیرامون «زنجیره ارزش سینمای ایران» تأکید می‌کنند که گسست میان تولید، توزیع و مصرف، مانع از تحقق یک اکوسیستم پایدار فرهنگی شده و این امر به‌طور مستقیم بر کارآمدی دیپلماسی فرهنگی تأثیر منفی می‌گذارد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بدون بازآرایی ساختارهای اقتصادی و تنظیم بازار، سیاست‌گذاری فرهنگی در سطح کلان به نتایج راهبردی مورد انتظار دست نخواهد یافت.

از سوی دیگر، واکاوی تاریخی روندها در پژوهش فدایی و آقابابایی (۱۴۰۰) با عنوان «مطالعه سیاست‌های سینمایی در ایران با محوریت سینمای ملی (۱۳۵۸ - ۱۳۹۲)» حاکی از آن است که سیاست‌های سینمایی پس از انقلاب، رویکردی تکنیک‌محور، دستورالعملی و مبتنی بر هدایت متن و روایت داشته‌اند و در مقابل، به ابعاد مخاطب‌محور، لایه‌های ستاره‌سازی بین‌المللی و تفاوت‌های پیرامونی کم‌توجه بوده‌اند؛ این امر مؤید آن است که دکترین سینمایی کشور بیشتر در سطح صیانت، کنترل و هدایت داخلی محاط مانده و نتوانسته است به سطح برندسازی منطقه‌ای و ژئوپلیتیکی ارتقا یابد. در حوزه دیپلماسی فرهنگی نیز، شیخی و همکاران (۱۳۹۸) در تبیین عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران نشان می‌دهند که مؤلفه‌هایی نظیر هویت دینی، بعد فرهنگی، بعد فنی و بعد سیاسی، زنجیره‌ای درهم‌تنیده را شکل می‌دهند که کارآمدی قدرت نرم تصویر را تضمین می‌کند. هم‌راستا با این یافته، مطالعات تکمیلی شیخی و همکاران (۱۴۰۳) پیرامون «شناسایی و رتبه‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران» اثبات کرد که هویت دینی و بعد فرهنگی در اولویت نخست لایه جذابیت قرار دارند و هرگونه سیاست‌گذاری ملی بدون اتکا بر این گرانیگاه‌های هویتی فاقد اصالت نفوذ خواهد بود.

از سوی دیگر، در حوزه حکمرانی فرهنگی و تنظیم‌گری رسانه‌ای، مطالعات جدید بر ضرورت گذار از الگوهای متمرکز و دستوری به سمت حکمرانی شبکه‌ای و چندسطحی تأکید دارند. در این راستا، میرمحرابی و همکاران (۱۴۰۱) با طرح مدل سیاست‌گذاری

در سینمای ایران با رویکرد بین‌المللی، نشان می‌دهند که کارآمدی سیاست‌ها درگرو تعامل میان دولت، بخش خصوصی و نهادهای فراملی است. همچنین سربندی و همکاران (۱۴۰۳) با بررسی تطبیقی نظام‌های تنظیم‌گری سینمایی، نتیجه می‌گیرند که فقدان نهاد تنظیم‌گر مستقل و شفاف در ایران، موجب تداخل کارکردهای سیاست‌گذار، ناظر و تولیدکننده شده و کارایی نظام تصمیم‌گیری را کاهش داده است. این مطالعات، در امتداد مباحث پیشین، بر این نکته تأکید دارند که ارتقای جایگاه بین‌المللی سینمای ایران نه تنها مستلزم بازتعریف مؤلفه‌های هویتی و دیپلماسی فرهنگی، بلکه نیازمند اصلاح الگوهای حکمرانی و تنظیم‌گری در سطح ساختاری است.

در همین راستا، در حوزه ژئوپلیتیک فرهنگی و دیپلماسی منطقه‌ای، پژوهش‌های کلیدی بر نقش تصویرسازی رسانه‌ای و قدرت نرم به عنوان ارکان نفوذ فرامرزی ایران در غرب آسیا تأکید دارند؛ به طوری که کمالی و محمدیان (۱۴۰۱) نشان می‌دهند که دیپلماسی فرهنگی کارآمد منوط به بازتعریف بسترهای جغرافیایی قدرت نرم است. همچنین، کمالی و پیرزاده (۱۴۰۳) با تحلیل فضایی مؤلفه‌های قدرت نرم ج.ا.ایران تبیین می‌کنند که حوزه تمدنی و فرهنگی بدون ابزارهای رسانه‌ای و بازنمایی مدرن، پویایی خود را از دست می‌دهد. یزدان‌جو و احمدگلی (۲۰۲۲) نیز سینما را مهم‌ترین ابزار تصویرسازی تمدنی برای کشورمان و تأمین منافع ملی در عرصه جهانی معرفی کرده‌اند. این مطالعات بومی نشان می‌دهند که سیاست‌گذاری رسانه‌ای باید از پوسته صیانتی خارج شده و به بازوی پویای دیپلماسی جغرافیایی تبدیل شود. علاوه بر این، دیپلماسی عمومی و رسانه نقشی تعیین‌کننده در بازتعریف ابعاد فضایی قدرت نرم و خنثی‌سازی تهدیدات ژئوپلیتیکی ایفا می‌کنند (برزگر و همکاران، ۱۴۰۴).

ج) واکاوی سوابق سیاستی و نهادی

تحلیل لایه‌های ساختاری نشان می‌دهد که ریشه چالش‌های فوق را باید در مدل‌های نظری حاکم بر مدیریت فرهنگی جست‌وجو کرد. واکاوی‌های پژوهش «نظریه سینمای دولتی ایران» (۱۳۹۹) بیانگر آن است که از زمان تأسیس بنیاد سینمایی فارابی به عنوان بازوی اجرایی، دولت نقشی همه‌جانبه و تعیین‌کننده در هدایت، حمایت و نظارت بر زنجیره تولید و توزیع فیلم ایفا کرده است. با این وجود، این پارادایم حمایتی-نظارتی به علت نگاه صنف‌محور و درون‌مرزی، نتوانسته است به یک فهم مشترک و کلان از «سینمای ملی»، «منافع ژئوپلیتیک معاصر» و «مخاطب بین‌المللی» دست یابد که همین امر تعارض در سیاست‌گذاری و چندپارگی در اهداف نهادهای موازی را در پی داشته است.

این گسست ساختاری، در ارزیابی‌های مربوط به «وضعیت موجود مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی سینمای ایران و فاصله آن تا وضعیت مطلوب» (۱۴۰۱) نیز خود را نشان می‌دهد؛ این ارزیابی‌ها آشکار می‌سازند که سینمای ایران گرچه واجد اعتبار زیبایی‌شناختی بالایی است، اما این ظرفیت به دلیل فقدان معماری سیاستی منسجم (عدم پیوند ارگانیک میان زنجیره تولید، توزیع، روایت و دستگاه دیپلماسی رسمی) و نبود بازاریابی فرهنگی در بلوک‌های منطقه‌ای همسو، بلا تکلیف مانده است.

بنابراین، نقدی که بر مجموعه ادبیات داخلی و خارجی وارد است، فقدان یک نگاه سیستماتیک به مفهوم نظام‌مند «ژئوکالچر»^۱ و «تخیل جغرافیایی» است. گسست میان تحلیل‌های فرهنگی با اهداف راهبردی و فضایی، یک آسیب مشترک در سیاست‌گذاری فرهنگی کشور است. در نتیجه، خلأ پژوهشی موجود، فقدان الگویی جامع است که بتواند با الهام از سازوکارهای هژمونیک سینمای جهان (همان‌طور که باتاویلی تحلیل کرده) و با رفع انسدادهای ساختاری بومی، راهبردهایی عملیاتی در قالب یک بسته سیاستی متمم برای تولید سینمای راهبردی و مؤثر در معادلات قدرت نرم ایران ارائه دهد؛ امری که پژوهش حاضر درصدد پر کردن آن برآمده است.

مرور سوابق سیاستی

برای تحلیل انتقادی مسیر طی شده، باید به تجربیات داخلی و مقایسه آن با نمونه‌های جهانی پرداخت.

الف) تجربه جهانی:

۱. ایالات متحده (هالیوود): همکاری نزدیک پنتاگون و هالیوود (دفتر سرگرمی نیروهای مسلح) یک الگوی کلاسیک است. فیلم‌هایی چون «تاپ گان» یا «ماهی گیر جنگجو» مستقیماً جهت نوسازی تصویر ارتش و آمریکا طراحی شدند. هالیوود با استفاده از «نظم جهان‌شهودی» خود، فرهنگ آمریکایی را به‌عنوان فرهنگ جهانی جا زده است (Kellner, 2010).

۲. کره جنوبی (موج هالیو): دولت کره جنوبی با سرمایه‌گذاری کلان در صنعت محتوا و ایجاد «قانون ترویج صنعت موسیقی و فیلم»، توانست در کمتر از دو دهه فرهنگ پاپ خود را به ابزاری قدرتمند برای گسترش نفوذ منطقه‌ای و گردشگری تبدیل کند (Kim, 2017).

۳. چین: با سیاست «خروج به بیرون» در سال ۲۰۰۱، این کشور با تزریق

سرمایه‌های دولتی به سینما و تولید آثار تاریخی-حماسی (مانند «ولگرد»)، به دنبال تثبیت هویت مدنی و مقابله با گفتمان غربی است (De Souza, 2012). این سه الگو، از منظر این پژوهش، نشان می‌دهند که هرگاه سینما در پیوند ساختاری با دکترین سیاست خارجی و راهبرد برند ملی قرار گرفته، توانسته است در مقام «سلاح نمادین» برای جابه‌جایی مرزهای نفوذ و مشروعیت عمل کند؛ به‌ویژه در مورد هالیوود و موج کره‌ای که ترکیب حمایت دولتی، زیرساخت صنعتی و آزادی نسبی خلاقیت، سینما را به رکن متمم قدرت ملی بدل کرده است.

ب) تجربه ایران: در ایران، سازمان‌هایی همچون «بنیاد سینمایی فارابی» و «دفتر امور سینمایی و سمعی-بصری» متولی اصلی هستند.

– **دهه ۶۰ و ۷۰:** سینمای دفاع مقدس با رویکرد مستندگونه و البته با تکیه‌بر ارزش‌های دینی، موفق شد تا گفتمان مقاومت را شکل دهد، اما مخاطب این آثار عمدتاً داخلی بود.

– **دهه ۸۰ و ۹۰:** با رویکردی عقلانی‌تر، سینمای «جشنواره‌ای» پدید آمد. فیلم‌های اصغر فرهادی و عباس کیارستمی افتخاراتی آوردند، اما ساختار سیاسی ایران نتوانست از این «سرمایه نمادین» برای اهداف دیپلماتیک استفاده کند. ساختار دولتی و بودجه‌های تخصیص‌یافته، اغلب صرف آثار با تکیه‌بر اهداف صرفاً ایدئولوژیک یا بازار داخلی شد که فاقد جذابیت صادراتی بودند.

– **تحلیل انتقادی اسناد بالادستی و سیاست‌های فرادستی فرهنگی:** واکاوی اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران نشان‌دهنده یک «شکاف ساختاری و معرفتی» عمیق میان اهداف ژئوپلیتیک کلان و ابزارهای سیاست‌گذاری رسانه‌ای است. برای تبیین دقیق این گسست، سه سند کلیدی مورد تحلیل انتقادی قرار می‌گیرند:

۱. **سند چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران (افق ۱۴۰۴):** این سند بر احراز جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در منطقه جنوب غربی آسیا با هویت اسلامی و انقلابی تأکید می‌کند. با این حال، تحلیل انتقادی این سند نشان می‌دهد که علی‌رغم تأکید کلی بر ارتقای قدرت نرم، هیچ‌گونه سازوکار اجرایی یا پیوند نهادی میان صنایع خلاق (به‌ویژه سینما) با دیپلماسی رسمی تعریف نشده بود. سند چشم‌انداز، سینما را صرفاً در لایه اخلاقی/تربیتی درون مرزی محاط کرده و از تعریف مأموریت فرامرزی ژئوکالچر برای آن غفلت

ورزیده بود. این خلأ ساختاری مانع از آن شده که «اعتبار زیباشناختی» سینمای ایران به «قدرت اقناعی و هژمونیک» در منطقه ترجمه شود.

۲. ماده ۷۵ قانون برنامه هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۷-۱۴۰۳):

این ماده (به‌ویژه بندهای ب و ج) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را مکلف به حمایت از آثار هنری در جهت ترویج سبک زندگی ایرانی-اسلامی می‌کند. نقد اساسی بر این ماده، سیطره تام «رویکرد صیانتی-سلبی» بر «رویکرد تهاجمی-ژئوپلیتیکی» است. تخصیص بودجه و تسهیلات در این قانون، منحصرأ به انطباق با معیارهای هنجاری داخل کشور مشروط شده و پتانسیل فرامرزی، برندسازی ملی و بازاریابی منطقه‌ای اثر به کلی نادیده گرفته شده است. این رویکرد انقباضی، فیلم‌ساز تراز بین‌المللی را میان دو لبه قیچی رها می‌کند: سانسور داخلی به دلیل معیارهای سخت‌گیرانه سبک زندگی و ترجیح بازارهای غربی به دلیل نبود حمایت ساختاری فرامرزی؛ امری که به بازنمایی شرق‌شناسانه و رنج‌محور از ایران دامن می‌زند. همچنین، فقدان هرگونه الزام قانونی برای قراردادهای هم‌تولیدی بین‌المللی^۱ در این ماده، به‌عنوان یک مانع بزرگ، سینمای بومی را در انزوای مالی و شبکه توزیع جهانی نگه داشته است.

۳. پیوست فرهنگی قوانین برنامه‌های توسعه: این پیوست‌ها در عمل به‌جای

آنکه نقش تسهیلگر و محرک توسعه صنایع فرهنگی را ایفا کنند، به یک ابزار بروکراتیک نظارتی تقلیل یافته‌اند. این پیوست‌ها به‌جای هدایت تولیدات به سمت شکستن هژمونی رسانه‌ای رقبا در غرب آسیا، با تمرکز بر جزئیات ممیزی محتوایی، پویایی و جسارت را از تخیل جغرافیایی فیلم‌ساز سلب کرده‌اند.

از منظر نظریه سازه‌نگاری ونت (۲۰۱۲)، این اسناد با بازتولید یک «هویت تدافعی، تداکاتی و درون‌گرا» برای کشور، از بازآفرینی یک «برند ملی جذاب، هژمونیک و مهاجم» (در معنای گرامشی، ۱۹۷۱) بازمانده‌اند. عدم هم‌راستایی میان دستگاه دیپلماسی و نهادهای سینمایی، محصول مستقیم همین نگاه غیرسیستماتیک در اسناد بالادستی است که سینما را ابزاری فاقد کارکرد راهبردی در امنیت ملی می‌پندارد. همان‌گونه که مشخص است اگرچه سینمای ایران در سطح جشنواره‌ای و هنری موفق به ایجاد نوعی «اعتبار زیباشناختی» برای ایران شده است، اما فقدان پیوند این سرمایه نمادین با استراتژی‌های دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، موجب شده است که این

اعتبار کمتر به "قدرت اقناعی در موضوعات حساس ژئوپلیتیکی" (مانند پرونده هسته‌ای، نقش منطقه‌ای ایران یا گفتمان مقاومت) ترجمه شود (Ehteshami & Miles, 2015).

مبانی نظری پژوهش

این پژوهش برای واکاوی پتانسیل‌های ساختاری و گفتمانی سینما، بر پایه تلفیق سه چارچوب نظری و مفهومی استوار است تا گسست میان متون فرهنگی و اهداف فضایی را تبیین نماید:

۱. **قدرت نرم و هژمونی:** آنتونیو گرامشی هژمونی را به‌عنوان ترکیبی از زور و رضایت تعریف می‌کند که در آن گفتمان مسلط، حقانیت و روایات خود را در ذهن مخاطب طبیعی‌سازی می‌کند (Gramsci, 1971). جوزف نای نیز قدرت نرم را توانایی به دست آوردن آنچه می‌خواهیم از طریق جذابیت (و نه اجبار و پاداش مالی) می‌داند (Nye, 2004). سینما با تولید لذت، معنا و بازآفرینی هویتی، یکی از کارآمدترین ابزارها برای اعمال این هژمونی و خلق جذابیت غیرمستقیم است (Thussu, 2013).

۲. **ژئوپلیتیک انتقادی و سینما:** تواتیل و دالبی (۱۹۹۸) معتقدند که جغرافیا یک لوح خالی و طبیعی نیست، بلکه توسط متون مختلف سیاسی و رسانه‌ای نوشته و بازتولید می‌شود. ژئوکریسیسم به ماکمک می‌کند تا فضا را در فیلم نه به‌عنوان یک پس‌زمینه خنثی، بلکه به‌عنوان عنصری فعال و حامل معنا در فرآیند جابه‌جایی مرزهای نفوذ ببینیم. از این منظر، سینمای ایران باید فضای زندگی ایرانی-اسلامی و مؤلفه‌های «ژئوکالچر» بومی را به‌درستی بازنمایی کند تا بتواند فضاهای خیالی و تروریسم رسانه‌ای تولید شده توسط هژمونی غربی را در هم بشکند.

۳. **ساخت‌گرایی در روابط بین‌الملل:** الکساندر ونت معتقد است واقعیت‌های بین‌المللی صرفاً مادی نیستند، بلکه ریشه در معنا و انگاره‌هایی دارند که بازیگران به آن‌ها می‌دهند (Wendt, 2012). سینما در فرآیند اجتماعی‌سازی بین‌المللی، هویت «خود» و «دیگری» را بازآفرینی می‌کند. اگر سینمای یک کشور تصویری منفعلانه، بحران‌زده و رنج‌محور از خود ارائه دهد، در نظام بین‌الملل این تصویر متن‌شناختی به یک واقعیت سیاسی در ادراک مخاطبان فرامرزی تبدیل می‌شود.

۴. **تلفیق نظری و انسجام تحلیلی مفاهیم:** برای دستیابی به انسجام تحلیلی، این پژوهش یک مدل تلفیقی را مبنا قرار می‌دهد؛ به این صورت که «قدرت نرم» (Nye, 2004) منبع اولیه جذابیت است، اما این جذابیت در فرآیند جامعه‌پذیری بین‌المللی و طبق نظرون (۲۰۱۲) از طریق متون فرهنگی شکل می‌گیرد. سینما دقیقاً همان واسطه‌ای است که طبق نظر گرامشی (۱۹۷۱)، هژمونی را از طریق تولید رضایت و طبیعی‌سازی روایات در ذهن مخاطب بازتولید می‌کند. پیوند عملیاتی این زنجیره با جغرافیا، از طریق مفهوم «ژئوپلیتیک انتقادی» تواتیل و دالبی (۱۹۹۸) برقرار می‌شود؛ جایی که فیلم‌ها با ابزار ساخت مکان، به بازآفرینی «تخیل جغرافیایی» و مرزبندی میان خود‌کنشگر و دیگرِ بحران‌زده دست می‌زنند. بنابراین، ترکیب این چارچوب‌ها مبنایی فراهم می‌کند تا سینما نه صرفاً به عنوان یک متن فرهنگی مجزا، بلکه به عنوان فضایی برای تولید هژمونی در نظر گرفته شود؛ فضایی که در آن جغرافیا در مقام صحنه، هویت در جایگاه کنشگر و قدرت در قالب یک رابطه درهم‌تنیده عمل می‌کنند و برآیند این فرایند، صورت‌بندی جدیدی از تصورات جهانی درباره ایران است (Iordanova, 2013).

روش پژوهش

این پژوهش مبنای خود را بر چارچوب روش‌شناختی سیاست‌پژوهی کیفی با تمرکز بر دو ابزار «تحلیل اسناد بالادستی» و «تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار» قرار داده است. فرآیند روش‌شناختی تحقیق برای رفع ابهامات فنی در چهار گام عملیاتی شده است:

۱. **واحد تحلیل و جامعه پژوهش:** در بخش سیاست‌پژوهی بومی، جامعه پژوهش شامل اسناد فرادستی فرهنگی ایران (با تمرکز بر پیش‌نویس سند یکسان‌سازی و مرجع‌سازی در حوزه سینما و مصوبات کلان شورای عالی انقلاب فرهنگی) است. در بخش مطالعه تطبیقی، جامعه پژوهش معطوف به دکترین‌های سینمایی سه قدرت هالیوود (آمریکا)، موج هالیو (کره جنوبی) و سیاست خروج به بیرون (چین) است. همچنین در لایه متن‌شناختی، واحد تحلیل «تم‌ها و الگوهای گفتمانی بازنمایی فضا و هویت» در فیلم‌های شاخص ایرانی اکران شده در سطح بین‌المللی است.

۲. **منطق انتخاب نمونه‌ها:** روش نمونه‌گیری در این تحقیق از نوع «هدفمند استراتژیک» است. منطق انتخاب اسناد بالادستی، میزان تأثیرگذاری مستقیم

آن‌ها بر ریل‌گذاری بودجه‌ای، محتوایی و نهادی سینمای ایران بوده است. منطق انتخاب نمونه‌های سینمای بین‌الملل (آمریکا، کره و چین)، توفیق ساختاری آن‌ها در پیوند دادن دکرترین سیاست خارجی با زنجیره صنعت تصویر بر اساس ادبیات موجود (De Souza, 2012; Kellner, 2010; Kim, 2022) است. منطق انتخاب فیلم‌های شاخص ایرانی نیز، میزان بازتاب رسانه‌ای و نرخ دیده شدن آن‌ها در فستیوال‌ها یا بازارهای منطقه‌ای بوده است تا پارادایم بازنمایی (ایران توانمند در برابر ایران بحران‌زده) به‌طور عینی واکاوی شود.

۳. **فرآیند تحلیل محتوا و کدگذاری:** فرآیند استخراج داده‌ها به شیوه تحلیل محتوای کیفی جهت‌دار و در سه مرحله کدگذاری انجام شد:

– **کدگذاری باز:** استخراج گزاره‌ها و مفاهیم اولیه از متون اسناد و تم‌های ساختار فیلم‌ها.

– **کدگذاری محوری:** دسته‌بندی کدهای اولیه در ذیل مقوله‌های فرعی (نظیر گسست ساختاری، نگاه صرفاً صیانتی، وابستگی به دروازه‌بانان غربی، بازنمایی شرق‌شناسانه رنج).

– **کدگذاری گزینشی:** سازمان‌دهی مقوله‌ها حول سه محور اصلی یافته‌ها یعنی «محور گفتمانی تصویر ایران»، «محور ژئوکالچر و حوزه نفوذ» و «محور ساختاری-نهادی».

۴. **الگوی تحلیل شکاف:** درنهایت با روی‌هم‌گذاری یافته‌های حاصل از واکاوی اسناد داخلی و تطبیق آن با منطق موفقیت الگوهای جهانی، فاصله ملموس میان «وضعیت موجود سیاست‌گذاری سینمایی در ایران» و «وضعیت مطلوب (سینما به‌مثابه پیشران هژمونی فرهنگی)» ترسیم‌شده و مبنای طراحی بسته سیاستی متمم قرار گرفته است. روایی و اعتبار یافته‌ها از طریق سه سوسازی داده‌ها (اسناد، نمونه‌های بین‌المللی، ادبیات نظری هم‌تراز) و بازبینی کدهای استخراج‌شده توسط متخصصان سیاست‌گذاری فرهنگی تأیید گردید.

یافته‌های پژوهش (ارائه راهبردها)

با توجه به چارچوب نظری تلفیقی و متدولوژی تحلیل شکاف، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گسست میان ساختار سیاست‌گذاری فرهنگی و الزامات ژئوپلیتیک بین‌المللی در سه سطح گفتمانی، ساختاری-نهادی و توزیع اقتصادی قابل صورت‌بندی

است. برای گذار از چارچوب‌های راهبردی انتزاعی به سطح طراحی اجرایی، در این بخش به ازای هر یک از راهبردهای شش‌گانه، «ابزارهای سیاستی»، «سازوکار عملیاتی»، «نهادهای مسئول/همکار» و «شاخص‌های کمی ارزیابی» تدوین شده است تا در قالب یک بسته سیاستی منسجم عمل نمایند.

۱. لایه گفتمانی و ژئوپلیتیک بازنمایی (اصلاح تصویر ملی)

- راهبرد نخست: گذار از گفتمان قربانی به گفتمان توانمند
- ابزار سیاستی: بازتعریف نظام ترجیحی تسهیلات و حمایت‌های دولتی (یارانه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های حمایتی) بر اساس رویکرد «ایران پیشران».
- سازوکار عملیاتی: تغییر جهت حمایت‌های مادی و معنوی بنیاد سینمایی فارابی و مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی از سینمای موسوم به فستیوال رنج‌محور (که با ذائقه شرق‌شناسانه همخوانی دارد) به سمت آثاری که پیشرفت‌های علمی، فناوری، زیست‌بوم نوآوری، و تاب‌آوری اجتماعی جامعه ایرانی را در قالبی دراماتیک و حرفه‌ای بازنمایی می‌کنند.
- نهاد مسئول و همکار: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (سازمان سینمایی) با همکاری معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری.
- شاخص کمی ارزیابی: «سهم سالانه فیلم‌های اکران بین‌المللی با درون‌مایه پیشرفت علمی و توانمندی بومی» (هدف‌گذاری: حداقل ۲۵٪ از کل آثار صادراتی).
- راهبرد دوم: بهره‌گیری هدفمند از ظرفیت‌های ژئوکالچر شیعی و تمدن فارسی
- ابزار سیاستی: تدوین «پیوست مأموریت فرامرزی متون سینمایی» و دستورالعمل دیالوگ‌نویسی منطقه‌ای.
- سازوکار عملیاتی: سرمایه‌گذاری بر تولید درام‌های تاریخی، حماسه‌های مشترک ملی-مذهبی و شخصیت‌های نمادین مورد وثوق در جهان اسلام و حوزه تمدنی نوروز، به‌منظور ساختن یک گرانیگاه معنایی مشترک در تخیل جغرافیایی مخاطبان منطقه (عراق، سوریه، لبنان، افغانستان و آسیای مرکزی).
- نهاد مسئول و همکار: سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با همکاری حوزه هنری انقلاب اسلامی و صداوسیما.
- شاخص کمی ارزیابی: «نرخ نفوذ و ضریب جذابیت آثار در پلتفرم‌های پخش (VOD) کشورهای حوزه هدف».

۲. لایه ساختاری و نگاشت نهادی (دیپلماسی سینمایی)

- راهبرد سوم: تأسیس شورای راهبردی دیپلماسی سینمایی
- ابزار سیاستی: ایجاد نهاد هماهنگ کننده بین دستگاهی و تدوین «نقشه محتوایی اولویت محور».
- سازوکار عملیاتی: استقرار دبیرخانه دائمی شورا با هدف پایان دادن به تعارضات و موازی کاری های نهادهای نظارتی و اجرایی. این شورا وظیفه دارد اطلس جغرافیای مخاطبان جهانی را ترسیم کرده و پیش از تولید آثار استراتژیک، پیوست دیپلماسی عمومی فیلم ها را در موضوعاتی چون تصویر ایران در خلیج فارس، غرب آسیا و آمریکای لاتین هم راستا با دکترین سیاست خارجی تنظیم کند.
- نهاد مسئول و همکار: شورای عالی انقلاب فرهنگی (نهاد بالادستی)؛ وزارت امور خارجه و سازمان سینمایی (نهادهای مجری).
- شاخص کمی ارزیابی: «تعداد پیوست های سیاستی مصوب به ازای پروژه های سینمایی الفویژه بین المللی».
- راهبرد چهارم: عملیاتی سازی قراردادهای هم تولیدی^۱
- ابزار سیاستی: تفاهم نامه های دو یا چند جانبه سینمایی و مشوق های مالیاتی/ حقوقی فرامرزی.
- سازوکار عملیاتی: استفاده از ظرفیت ائتلاف های نوظهور جهانی و منطقه ای جهت انعقاد قراردادهای تولید مشترک با کشورهای همسو (نظیر روسیه، چین، ترکیه و کشورهای محور مقاومت)؛ به گونه ای که با اشتراک گذاری هزینه ها و بهره گیری از ستارگان سینمایی دو کشور، روایتی هماهنگ در مواجهه با چالش های ژئوپلیتیکی مشترک بازتولید شود.
- نهاد مسئول و همکار: سازمان سینمایی (بنیاد سینمایی فارابی) با همکاری بخش بین الملل وزارت امور خارجه.
- شاخص کمی ارزیابی: «تعداد پروژه های مشترک سینمایی به سرانجام رسیده و اکران شده در کشورهای طرف قرارداد» (هدف گذاری: تولید سالانه حداقل ۲ پروژه مشترک کلان).

۳. لایه تولید و توزیع (اقتصاد سیاسی فرهنگ)

- راهبرد پنجم: الحاق پیوست منفعت ملی به الزامات حقوقی و صنفی فیلم سازان

- ابزار سیاستی: بازتعریف نظام رتبه‌بندی حرفه‌ای و اصلاح الگوی قراردادهای تیپ ساخت فیلم.
- سازوکار عملیاتی: گنجانیدن بند حقوقی «متعهد به حفظ منافع ملی و صیانت از هویت فرهنگی در عرصه بین‌الملل» در قراردادهای استخدامی و حمایتی سینما بدون اعمال سانسور مستقیم یا رویکردهای گل‌درشت تبلیغاتی. این ابزار از طریق کارگاه‌های آموزشی ژئوپلیتیک سینما برای فیلم‌نامه‌نویسان، نوعی حساسیت راهبردی خودآگاه نسبت به پیامدهای فرامرزی تصاویر خلق‌شده ایجاد می‌کند.
- نهاد مسئول و همکار: خانه سینما (به‌عنوان نهاد صنفی) زیر نظر سازمان سینمایی.
- شاخص کمی ارزیابی: «میزان کاهش کدهای بازنمایی منفی از هویت ملی در فیلم‌های راه‌یافته به بخش بین‌الملل».
- راهبرد ششم: استراتژی توزیع شبکه محور و تشکیل صندوق صادرات سینمایی
- ابزار سیاستی: ایجاد بلوک‌های توزیعی اختصاصی و مکانیزم تأمین مالی پایدار از گیشه داخلی.
- سازوکار عملیاتی: اختصاص درصدی مشخص از درآمد حاصل از گیشه بلیت‌فروشی سینماهای داخل کشور به «صندوق حمایت از صادرات فرهنگی». همچنین، انتقال ثقل توزیع از فستیوال‌های غربی به سمت راه‌اندازی بازارهای منطقه‌ای فیلم (مانند بازارچه سینمای مقاومت یا پلتفرم‌های پخش اختصاصی در غرب آسیا و آسیای مرکزی) جهت شکستن انحصار دروازه‌بانان فرهنگی غرب.
- نهاد مسئول و همکار: سازمان سینمایی با همکاری موسسه سینماشهر و سازمان توسعه تجارت.
- شاخص کمی ارزیابی: «حجم مبادلات مالی ناشی از فروش حق پخش^۱ فیلم‌های ایرانی در بلوک‌های منطقه‌ای هدف و درج آن در سالنامه آماری».

جدول ۱. مدل عملیاتی بسته سیاستی متمم ژئوپلیتیک سینمای ایران

محور تحلیلی	وضعیت موجود سیاست گذاری	وضعیت مطلوب و هدف سیاستی	ابزارها و سازوکارهای عملیاتی	نهاد مسئول و همکار	شاخص های کمی ارزیابی
لایه گفتمانی و تصویر ایران	غلبه روایت رنج محور و منفعل؛ انطباق با ذائقه شرق شناسانه فستیوال های غربی	تثبیت تصویر ایران، توانمند، خلاق، مرجع و کنشگر در تخیل جغرافیایی منطقه	چرخش حمایت مادی به آثار پیشرفت محور؛ تدوین دستورالعمل دیالوگ نویسی منطقه ای در لایه ژئوکالچر	سازمان سینمایی، سازمان فرهنگ و ارتباطات، معاونت علمی ریاست جمهوری	سهم ۲۵ درصدی آثار پیشرفت محور در صادرات؛ نرخ نفوذ در VOD های منطقه
لایه ساختاری و نگاشت نهادی	گسست نهادی میان دستگاه دیپلماسی رسمی و نهادهای تولید فیلم؛ تعارضات ساختار تصمیم گیری	استقرار فرماندهی واحد و دیپلماسی سینمایی منسجم و هم راستا با سیاست خارجی	تأسیس شورای راهبردی دیپلماسی سینمایی؛ انعقاد تفاهم نامه های هم تولیدی با شرکای راهبردی	شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت امور خارجه، سازمان سینمایی	تعداد پیوست های ژئوپلیتیک مصوب؛ تعداد پروژه های هم تولیدی سالانه (هدف: ۲ فیلم)
لایه تولید و اقتصاد توزیع	تمرکز بر بازار داخلی یا وابستگی به فستیوال های غربی؛ غلبه نگاه صرفاً نظارتی	خودبستگی نسبی در زنجیره ارزش فرهنگی؛ سنجش پذیری اثرگذاری ژئوپلیتیک آثار	تخصیص درصد گیشه به صندوق صادرات سینمایی؛ ایجاد بلوک پخش اختصاصی و درج بند منافع ملی در قراردادها	سازمان سینمایی، خانه سینما، سازمان توسعه تجارت	حجم درآمد ارزی حاصل از فروش رایت در منطقه؛ سنجش سالانه نرخ تغییر نگرش مخاطب فرامرزی

بحث و نتیجه گیری

پژوهش حاضر نشان داد که سینما تنها یک صنعت سرگرمی نیست، بلکه میدانی از میدان های بازتولید قدرت در سطح ژئوپلیتیک است. هژمونی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در منطقه، بدون بهره گیری از «سینمای راهبردی» ناقص خواهد ماند.

تجربه هالیوود و کره جنوبی اثبات کرد که "دولت" می‌تواند نقش هدایت‌گر (و نه لزوماً کنترل‌گر مطلق) را ایفا کند تا متون سینمایی در خدمت منافع ملی قرار گیرند. در ایران، فقدان یک "دکترین راهبردی" باعث شده است تا گاهی فیلم‌های تولید داخلی، در نقطه مقابل اهداف سیاست خارجی قرار گیرند و یا فرصت‌های طلایی برای جاذبه‌سازی^۱ هدر بروند.

نتایج تحلیلی این پژوهش نشان می‌دهد که فاصله اصلی میان وضع موجود و وضعیت مطلوب، نه در سطح نبود استعداد هنری یا فقدان زیرساخت‌های فنی، بلکه در سه سطح "معناسازی گفتمانی"، "هم‌راستاسازی نهادی" و "طراحی اقتصاد سیاسی هژمونی فرهنگی" نهفته است. تا هنگامی که تصویر غالب از ایران در سینما، جامعه‌ای صرفاً بحران‌زده باشد، پیوند ساختاری میان دیپلماسی رسمی و تولیدات سینمایی برقرار نشود و شاخص‌های اثرگذاری ژئوپلیتیکی آثار تعریف نگردد، سینما در بهترین حالت، تنها بخشی از چهره فرهنگی ایران را نمایش خواهد داد، بدون آنکه به سطح ابزار راهبردی قدرت نرم ارتقا یابد.

نتیجه‌گیری این پژوهش آن است که "قدرت نرم سینمایی" نیازمند یک پارادایم انتقادی است که در آن، جغرافیا، هویت و قدرت به صورت مثلی درآمیزند. باید از نگاه صرفاً "صنعت‌گرا" به نگاه "ژئوپلیتیک‌گرا" تغییر وضع دهیم. تصویر ایران در سینما باید از "فضای بحران" به "فضای تمدن" تغییر یابد. این امر بدون حمایت نهادی، اصلاح رویه‌های توزیع و آموزش فیلم‌سازان با نگاه راهبردی ممکن نیست.

در چنین پارادایمی، "دکترین ملی سینما" نه یک سند صرفاً صنفی، بلکه بخشی از دکترین کلان قدرت ملی تلقی می‌شود که در آن، نقش سینما در بازتولید مشروعیت، خلق جذابیت فرهنگی، تقویت شبکه‌های ژئوکالچر و کاهش هزینه‌های اعمال قدرت سخت، به‌طور روشن تعریف شده است. بر این اساس، سینمای جمهوری اسلامی ایران می‌تواند از یک بازیگر منفعل در میدان نبرد روایت‌ها، به کنشگری فعال در ساختن تصویر ایران توانمند، خلاق و مرجع در افکار عمومی منطقه و جهان تبدیل شود.

در این رابطه پیشنهاد می‌شود:

۱. تأمین منابع: اختصاص درصدی از درآمد حاصل از گیشه (بلیت فروشی) به صندوق "صادرات فرهنگی و سینمایی" با هدف ورود به بازارهای منطقه‌ای؛
۲. آموزش: برگزاری کارگاه‌های تخصصی "ژئوپلیتیک سینما" برای کارگردانان

و فیلمنامه‌نویسان جوان با محوریت چگونگی کدگذاری ارزش‌های ایرانی در فرم‌های نوین سینمایی؛ ۳. موانع پیاده‌سازی: اصلاح ساختار تصمیم‌گیری چندگانه و رفع تعارض میان نهادهای نظارتی و اجرایی (مانند شورای پروانه و سازمان سینمایی) که مانع از چابکی لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌های ژئوپلیتیک است؛ ۴. ارزیابی: ایجاد شاخص‌های کمی برای سنجش «تأثیرگذاری ژئوپلیتیکی» آثار سینمایی (مانند میزان تغییر نگرش مخاطبان خارجی) و درج در سالنامه آماری.

اجرای این پیشنهادها می‌تواند سازوکاری پایدار برای تبدیل موفقیت‌های مقطعی سینمای ایران به دستاوردهای پایدار در حوزه قدرت نرم و هژمونی فرهنگی فراهم آورد و نسبت میان «سیاست فرهنگی» و «سیاست خارجی» را از حالت گسسته و واکنشی به وضعیت هم‌افزا و پیش‌دستانه ارتقا دهد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

اسدزاده، مصطفی و حسام‌الدین آشنا (۱۳۹۹). نظریه سینمای دولتی ایران (تحلیل سیاست‌گذاری سینمای پس از انقلاب با تأکید بر سیاست‌های بنیاد سینمایی فارابی)، *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۱۰ (۳۴)، ۲۵۲-۲۷۱.

برزگر کشتلی، هادی؛ خسروی، ملک‌تاج و محبوبه پاک‌نیا (۱۴۰۴). دیپلماسی عمومی به‌مثابه رسانه و جایگاه آن در موفقیت برنامه‌های توسعه کشور (با تأکید بر تجربه دولت‌های هفتم تا دهم جمهوری اسلامی ایران)، *علوم خبری*، ۱۴ (۲)، ۱۴۲-۱۶۲. <https://doi.org/10.22034/Irsi.2024.477246>

تابش، علیرضا؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ حسینی، سیدروح‌اله؛ و طهمورث شیری (۱۴۰۰). الگوی بین‌المللی شدن فیلم و سینمای ایران در جهت کسب سهم از بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی، *نشریه هنرهای زیبا: هنرهای نمایشی و موسیقی*، ۲۳ (۱)، ۲۳-۳۳.

تابش، علیرضا. (۱۳۹۸). نقش رسانه سینما به‌عنوان ابزار دیپلماسی در القای بین‌المللی محتوای هدف و فرهنگ ایرانی، *فصلنامه علمی رسانه*، ۳۰ (۱)، ۱۰۱-۱۱۷.

جوهری، محمد و محمدحسین وکیل (۱۳۹۹). مسائل سیاستی سینمای ایران در دهه پنجم انقلاب اسلامی، *اندیشه مدیریت راهبردی*، ۱۴ (۲)، ۵۵۳-۵۸۴.

حمزه‌لویی، شهرام؛ رشیدپور، علی و رضا ابراهیم‌زاده (۱۴۰۳). راهبردهای مؤثر بر ساختار زنجیره ارزش در وضعیت فعلی صنعت سینمای ایران، *کنفرانس/همایش علمی منتشرشده در سیویلیکا*. <https://civilica.com/doc/2223044>

درویشی‌کوهی، مصطفی و سیدمهدی اعتمادی‌فرد (۱۴۰۳). سینمای ایران و نظم سیاسی اقتصادی (نقد ایدئولوژیک فیلم‌های ۱۳۴۰ تا ۱۳۵۷). *مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)*، ۳۱ (۱)، ۲۱۱-۲۲۶. <https://doi.org/10.22059/jsr.2025.323445>

سربندی، فرناز؛ صالحی‌امیری، سیدرضا؛ حاجبانی، ابراهیم و میثم موسائی (۱۴۰۳). بررسی تطبیقی سیاست‌گذاری اقتصاد سینمای ایران و ارائه راهکارهایی برای آینده، *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۲۰ (۷۶)، ۸۷-۱۲۳. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2020.108913>.

شیخی، حبیب؛ سلطانی‌فر، محمد و افسانه مظفری (۱۴۰۱). مطالعه وضعیت موجود مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی سینمای ایران و فاصله آن تا وضعیت مطلوب، *ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵ (۱۰)، ۱۹۰۲-۱۹۱۹. <https://doi.org/10.30510/psi.2022.251286>

شیخی، حبیب؛ سلطانی‌فر، محمد؛ و افسانه مظفری (۱۳۹۸). شناسایی عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران، *مطالعات رسانه‌ای*، ۴۶ (۴)، ۵۷-۷۶.

فدائی، محمد و امید آقابابایی (۱۴۰۰). مطالعه سیاست‌های سینمایی در ایران با محوریت سینمای ملی (۱۳۵۸-۱۳۹۲)، *سیاست‌گذاری عمومی*، ۷ (۴)، ۱۸۹-۲۱۰.

کمالی، نوید و احد پیرزاده (۱۴۰۳). *اطلاعات فرهنگی در مأموریت‌های بین‌المللی: با تأکید بر افغانستان*. تهران: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران، انتشارات دافوس.

کمالی، نوید و عباس محمدیان (۱۴۰۱). *راهنمای دیپلماسی عمومی در مأموریت‌های برون‌مرزی: اصول اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان خارجی*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت

مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

میرمحرابی، رضا؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ فرهنگی، علی‌اکبر؛ و علیرضا ابطحی (۱۴۰۱). طراحی مدل سیاست‌گذاری در سینمای ایران با هدف ارتقای جایگاه بین‌المللی آن، مدیریت دولتی، ۱۴ (۲)، ۱۶۹-۱۹۴. <https://doi.org/10.22059/jipa.2022.341680.3141>

Hamzeh Louei, S., Rashidpour, A., & Ebrahimzadeh, R. (2024). Effective strategies for the value chain structure under the current conditions of Iran's cinema industry. *Civilica*. <https://civilica.com/doc/2223044>. [In Persian]

Darvishi Kouhi, M., & Etemadi Fard, S. M. (2024). Iranian cinema and the political-economic order (An ideological critique of Iranian films, 1961-1978). *Journal of Sociological Studies (Formerly Social Sciences Letter)*, 31(1), 211-226. <https://doi.org/10.22059/jsr.2025.323445.1671>. [In Persian]

Sarabandi, F., Salehi Amiri, S. R., Hajiani, E., & Mousaei, M. (2024). A comparative study of policy-making in the economy of Iranian cinema and recommendations for the future. *Cultural Studies and Communication*, 20(76), 87-123. <https://doi.org/10.22034/jscs.2020.108913.1930>. [In Persian]

Mirmahrabi, R., Roshandel Arbatani, T., Farhangi, A. A., & Abtahi, A. (2022). Designing a policy model for Iranian cinema with the aim of enhancing its international position. *Journal of Public Administration*, 14(2), 169-194. <https://doi.org/10.22059/jipa.2022.341680.3141>. [In Persian]

Asadzadeh, M., & Ashna, H. (2020). The Theory of Iranian State Cinema (Analysis of Post-Revolutionary Cinema Policy with Emphasis on Farabi Cinema Foundation Policies). *Strategic Studies of Public Policy*, 10(34), 252-271. [In Persian]

Barzegar Keshtli, H., Khosravi, M. T., & Paknia, M. (2025). Public Diplomacy as Media and Its Position in the Success of the Country's Development Programs (With Emphasis on the Experience of the Seventh to Tenth Governments of the Islamic Republic of Iran). *News Sciences*, 14(2), 142-162. doi: 10.22034/lrsi.2024.477246.1242 [In Persian]

Bataoui, M. (2022). Cinema, Geopolitics, and Power Surveillance: Screening Middle East in Post-9/11 Hollywood Films. *Arab Journal of International Law, Special Issue 2*, 18-47. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7424679>.

De Souza, L. (2012). Global Chinese cinema: the culture and politics of Hero. *International Journal of Cultural Policy*, 18(3), 356-358. <https://doi.org/10.1080/10286632.2012.658780>.

Ehteshami, A., & Miles, S. (2015). The modalities of Iranian soft power: From cultural diplomacy to soft war. *Politics*, 35(3-4), 364-377. <https://doi.org/10.1111/1467-9256.12084>.

Erhan, H. (2018). Cinema as a tool of influence in the portfolio of Iran's public diplomacy. In *Proceedings of 13th International Conference "Scientific Research and Education in the Air Force"* (pp. 241-246). Braşov: "Henri Coandă" Air Force Academy.

Fadaei, M., & Aghababaei, E. (2021). Study of Cinema Policies in Iran with a Focus on National Cinema (1979-2013). *Public Policy*, 7(4), 189-210. [In Persian]

Ghofrani, T. (2024). Hollywood, a platform for shaping cultural coherence / divergence: A critical textual analysis of the representation of Iranians in contemporary Hollywood action films. *International Communication Gazette*.

Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. New York: International Publishers.

- Jordanova, D. (2013). *Cinema at the periphery: Cinematic geopolitics and soft power*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Johari, M., & Vakil, M. H. (2020). Policy Issues of Iranian Cinema in the Fifth Decade of the Islamic Revolution. *Strategic Management Thought*, 14(2), 553-584. **[In Persian]**
- Kamali, N., & Mohammadian, A. (2022). *Guide to Public Diplomacy in Overseas Missions: Principles of Information and Effective Communication with Foreign Audiences*. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance, Press and Information Deputy, Office of Media Studies and Planning. **[In Persian]**
- Kamali, N., & Pirzadeh, A. (2024). *Cultural Intelligence in International Missions: With an Emphasis on Afghanistan*. Tehran: Command and Staff University of the Islamic Republic of Iran Army (DA-FOOS). **[In Persian]**
- Kellner, D. (2010). *Cinema Wars: Hollywood Film and Politics in the Bush-Cheney Era*. John Wiley & Sons.
- Kim, Y. (2022). The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama (pp. 31-44). Routledge.
- Lanjahdi, A. (2022). Media and Politics: Which is Controlling Which?. *Arab Journal of International Law*, Special Issue 2, 2-17. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7424641>
- Loshitzky, Y. (2010). *Screening Strangers: Migration and Diaspora in Contemporary European Cinema*. Indiana University Press.
- Naficy, H. (2012). *A social history of Iranian cinema* (Vols. 1-4). Durham, NC: Duke University Press.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- Ó Tuathail, G., & Dalby, S. (Eds.). (1998). *Rethinking Geopolitics*. Routledge.
- Power, M., & Crampton, A. (Eds.). (2007). *Cinema and Popular Geo-politics*. Routledge.
- Sheikhi, H., Soltanifar, M., & Mozaffari, A. (2022). A Study of the Current Status of Cultural Diplomacy Components of Iranian Cinema and Its Distance from the Desired Status. *Political Sociology of Iran Monthly*, 5(10), 1902-1919. **[In Persian]**
- Sheikhi, H., Soltanifar, M., & Mozaffari, A. (2019). Identifying the factors affecting cultural diplomacy in Iranian cinema. *Media Studies*, 15(46), 57-76. **[In Persian]**
- Tabesh, A. (2019). The Role of Cinema Media as a Diplomacy Tool in the International Induction of Target Content and Iranian Culture. *Media Scientific Quarterly*, 30(1), 101-117. **[In Persian]**
- Tabesh, A., Farhangi, A. A., Hosseini, S. R., & Shiri, T. (2021). The Internationalization Model of Iranian Film and Cinema towards Gaining a Share of Regional and International Markets. *Honar-Ha-Ye-Ziba: Performing Arts and Music*, 26(1), 23-33. **[In Persian]**
- Thussu, D. K. (2013). *Communicating India's soft power: Buddha to Bollywood*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Wendt, A. (2012). *Social Theory of International Politics*. Cambridge University Press.
- Yazdanjoo, M., & Ahmadgoli, K. (2022). The politics of cultural diplomacy: The case of Asghar Farhadi's *A Separation* and *The Salesman*. *Quarterly Review of Film and Video*, 39(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/10509208.2020.1855054>

