


## پژوهش: هنر و سیاست و اقتصاد در جنگ نرم ضد ایران نمونه‌ی مطالعاتی: هالیوود (۲۰۱۶ - ۱۹۷۹)

محمد محسن \* 

استاد گروه علوم ارتباطات، دانشگاه معارف، بیروت، لبنان.

حوراء حومانی 

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه معارف، بیروت، لبنان.

### چکیده

از زمان پیروزی انقلاب اسلامی در سال ۱۹۷۹ و به‌ویژه بعد از فروپاشی اردوگاه اتحاد جماهیر شوروی، جمهوری اسلامی ایران به دشمن اصلی ایالات متحده در منطقه‌ی خاورمیانه تبدیل شد. از آنجاکه سکان‌داران کاخ سفید به این باور رسیده‌اند که دوره‌ی تأثیرگذاری و ایجاد تغییرات موردنظر از طریق اعمال پارامترهای سخت اقتصادی یا نظامی سنتی به سر آمده است، از همین رو به بهره‌گیری از آنچه جوزف نای آن را "قدرت نرم" نامید و در دو دهه‌ی گذشته به گفتمانی اساسی در محافل فکری تبدیل شده است روی آوردند. در واقع ایالات متحده‌ی آمریکا ستون فقرات جنگ نرم خود را بر محور تخریب چهره‌ی ایران در نزد افکار عمومی جهانی متمرکز ساخته است و در این میان فیلم‌های آمریکایی به‌سان اسب معروف تروآ، به بازیگری کلیدی برای تحقق این هدف و تأثیرگذاری بر اندیشه و تفکر کشورها و ملل مختلف تبدیل شده است. مقاله پیش رو از سویی به ریشه‌های نزاع ایران و آمریکا می‌پردازد و از سوی دیگر با تمرکز بر کارکرد سینما و هالیوود که به‌سان دو بال هسته‌ای جنگ نرم آمریکا، تأثیرات بی‌سابقه و مخربی بر کشورها و ملل مختلف از خود بر جای می‌گذارد ابزارهای مورد استفاده در این جنگ را مورد بررسی قرار داده است. در این راستا نویسندگان مقاله ۲۵ فیلم درام آمریکایی را که در فاصله‌ی سال‌های ۱۹۷۹ تا ۲۰۱۶ با موضوع تاریخ معاصر ایران و تاریخ قدیم امپراطوری آن بر روی پرده رفته‌اند را مورد مطالعه و ارزیابی قرار داده‌اند. این پژوهش همچنین ارتباط میان هالیوود و هیمنه‌ی (هژمونی) فرهنگی و سیاسی موجود در تولیدات ایدئولوژیک شده و نیز ارتباط میان آن و بازارهای مالی در زمینه‌ی تجارت و رفاه‌طلبی ایدئولوژیک شده را از نظر دور نداشته است و آمار و ارقام جامعی از میزان فروش و سود این فیلم‌ها در گیشه‌ی سینماهای جهان و خاورمیانه ارائه می‌نماید. از دیگر سو نگارندگان، به نوع جهت‌گیری این فیلم‌ها در انتخاب موضوعات و مضامین فرهنگی و سیاسی مرتبط با جمهوری اسلامی ایران مانند حمایت از تروریسم، نقض دمکراسی و نقض حقوق بشر نیز توجه داشته‌اند.

کلیدواژه‌ها: هنر، سیاست، اقتصاد، جنگ نرم، ایران، هالیوود.

\* نویسنده مسئول: eds@ul.edu.lb

## مقدمه

در سیر مطالعه‌ی تاریخ و اشکال مختلف جنگ و تعاریف متفاوت ارائه‌شده از موجودیتی به نام "دشمن"، به این حقیقت پی‌می‌بریم که اندیشه‌ی استعلایی و ایمان غربیان به برتری خود در مقابل دیگران ریشه‌هایی بسیار کهن دارد. این خودبرترینی به‌ویژه در قبال نژاد پارسی که غربیان از دیرباز آن را سرحدات شرق بربری قلمداد می‌کردند هرچه بهتر جلوه‌گر می‌شود.

بر همین اساس می‌بینیم که در تمدن یونانی، جنگ ضد سرزمین پارس جنگی مقدس و تنها جنگ برتر از صلح برشمرده می‌شد. (فیلهو، ۱۹۹۹، ص ۶۱). بعد از آنکه غرب میراث دار یونانیان شد هژمونی اقتصادی و علمی و فناورانه و نظامی و سیاسی و فرهنگی آن، ریشه‌های قدرتمندی یافت و عملاً در مقابل "پارسیان مسلمان" قد علم کرد؛ پارسیانی که به تدریج و به‌مرورزمان به "لولو خرخره" غرب تبدیل شدند، البته در این فرآیند، گروهی دیگر از دشمنان پارس که در بافت سیاسی و زمانی، تغییر شکل داده بودند، غرب را همراهی کردند.

نورمن دانیال در کتاب خود با نام "اسلام و غرب: ایجاد تصویری رایج" (تیری، ۲۰۰۶، ص ۳۰) با دلایلی قانع‌کننده به اثبات این نکته می‌پردازد که توصیفات منفی ارائه‌شده از اسلام، ریشه در تفسیر قدیم مسیحی از آن دارد و به همین جهات باید این نگرش به اسلام (و ایران) را جزئی از فرهنگ غرب بدانیم.

باین حال در دوران جدید و به‌ویژه در قرن گذشته، غربیان و در رأس آن‌ها آمریکایی‌ها توانستند بدون پیشبرد یک راهبرد آشکار استعماری یا بهره‌گیری از قدرت سخت نظامی، سیطره‌ی خود را بر ایران محقق سازند. آن‌ها برای تحقق این مهم، تصمیم‌سازان و حکومت‌داران ایرانی را به‌ویژه در دوران بعد از کودتای آمریکایی و غربی ۲۸ مرداد، به خدمت خود درآوردند.

دل‌بستگی غرب و آمریکا به مقوله‌ی ایران ریشه در پاره‌ای مسائل اقتصادی و ژئوپلیتیک منطقه‌ی خاورمیانه دارد که باعث برجستگی و اهمیت این منطقه در نظر آنان

شده است. بی دلیل نیست که دوایت آیزنهاور رئیس جمهور وقت آمریکا، خاورمیانه را "مهم ترین منطقه‌ی استراتژیک جهان" لقب داد. همچنان که برنامه‌ریزان انگلیسی در سال ۱۹۴۷ ثروت‌های عظیم این منطقه را جایزه‌ای حیاتی برای کشورهای علاقه‌مند به نفوذ و سیطره‌ی جهانی می‌دانستند. (چامسکی، ۲۰۰۴، ص ۱۷۸).

می‌توان اصول سیاست‌های استراتژیک غرب در قبال خاورمیانه و به خصوص منطقه‌ی خلیج را در ۳ اصل کلی زیر تعریف نمود: (perry, 1995:p5):

- حفاظت از منابع نفت و تضمین امنیت انتقال آن با قیمت‌هایی نسبتاً پایین و ثابت به غرب و به‌ویژه آمریکا.
- حفظ منطقه‌ی خاورمیانه به‌عنوان بازار مصرف کالاها و خدمات آمریکایی به‌ویژه تسلیحات ساخت آن.
- حمایت از هم‌پیمانان آمریکا در خاورمیانه و همچنین تضمین بقای رژیم‌های عربی هم‌پیمان آن.

با این حال بلافاصله بعد از پیروزی انقلاب اسلامی و سرنگونی رژیم شاه، موازین بازی قدرت و اتخاذ تصمیمات دگرگون شد و در نتیجه ماهیت روابط دول غربی با جمهوری اسلامی ایران با تأثیرپذیری از رویکرد جدید پدید آمده در نحوه‌ی مدیریت منافع و امتیازات در خاورمیانه، به شکل ریشه‌ای تغییر یافت. در این چارچوب، غرب ایران را به‌عنوان دشمنی برای صلح جهانی که باید در برابر پیشرفت آن ایستادگی کرد هدف مجازات‌های مختلف خود قرارداد. علت چنین رویکردی آن بود که ایران در برابر سیاست‌های آمریکا در زمینه‌ی "بلعیدن جهان و حمایت از حکومت‌های فاسد و استثمارگر مانند رژیم شاه" به مقاومت پرداخت. (هاتر، ۲۰۰۲، ص ۱۸۰).

بر این اساس و همان‌گونه که در زمان سرگرد سازمان جاسوسی انگلیس جان بوکان با عنوان "عبای سبز" آمده است، امام خمینی از نظر غربیان به‌عنوان دعوتگر مسلمانان به مقابله با آنچه "استکبار جهانی" نامید، در حکم شیخی بود که اینک به رویارویی با غرب برخاسته و در دستی قرآن و در دست دیگر شمشیر گرفته است.

این رهایی از هژمونی آمریکا و خارج شدن از صف، به قول چامسکی نمی‌توانست از نظر مقامات غرب (واشنگتن) قابل قبول باشد و آن‌ها این رویکرد را "جرمی درخور مجازات" قلمداد کردند. (چامسکی و دیگران، ۲۰۰۷، ص ۲۰۶). به همین جهت ایران به‌عنوان کشوری متمرّد تعریف شد که باید دوباره به کشوری وابسته تبدیل شود تا منافع آمریکا به بهترین نحو ممکن تضمین شود. (همان، ص ۳۱). در غیر این صورت این کشور تبدیل به منبع تهدیدی برای امپریالیسم و صلح آمریکایی<sup>۱</sup> می‌شود.

البته ناگفته نماند تصمیم سازان سیاست غربی تلاش کرده‌اند پاسخی برای چالش ایران در نظر بگیرند که به معنای یک رویارویی تمام‌عیار با اسلام قلمداد نگردد؛ چراکه چنین پاسخی چه‌بسا زیان‌های بیشتری را متوجه منافع غرب در خاورمیانه نماید. به این منظور آن‌ها میان اسلام به‌عنوان یک دین و اسلام به‌عنوان یک ایدئولوژی مبارزاتی جدید که توسط امام خمینی پایه‌گذاری شده بود تفاوت قائل شدند. از این مرحله به بعد ما متوجه تقسیم اسلام به دو اسلام خوب و اسلام بد برآمده از انقلاب اسلامی می‌شویم. این معادله بعد از جنگ سال ۱۹۹۶ اسرائیل علیه لبنان از نو بازتعریف شد و روزنامه‌نگار آمریکایی جیم هاگلد چنین نتیجه‌گیری کرد که شیعیان یا جریانات تأثیرپذیرفته از انقلاب شیعی، نمایندگان واقعی اسلام رادیکال یا همان اسلام بد هستند. (هانتز، ۲۰۰۲، ص ۲۵).

بعد از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱ به‌عنوان دشمن شماره یک غرب، خلأی تئوریک در ساحت دشمن‌سازی غرب پدید آمد تا آنجا که یکی از مشاورین گورباچف به آمریکایی‌ها اعلام کرد: ما یک هدیه‌ی ترسناک برای شما داریم، ما شما را از (نعمت) داشتن دشمن محروم می‌کنیم. (البزری، ۱۹۹۹، ص ۱۰۸). ولی مشاور مذکور این حقیقت را نادیده گرفته بود که دشمن‌تراشی یک سنت تاریخی است که امپراطوری آمریکا بدون آن نمی‌تواند دوام بیاورد؛ چراکه این کشور باید همواره دشمنی ایدئولوژیک برای خود خلق کند تا بتواند در یک صف‌آرایی قابل‌باور ضد آن، انسجام درونی خود را حفظ کند. بی‌جهت نیست که نظریه‌پرداز آمریکایی و پیشگام نو محافظه‌کاران ایروینگ کریستول می‌گوید: با پایان جنگ سرد آنچه اکنون ایالات متحده‌ی

1. pax america

آمریکا به آن نیاز دارد یک دشمن ایدئولوژیک و تهدیدی آشکار است، دشمنی که شایسته‌ی رویارویی آمریکا باشد، دشمنی که بتواند همه‌ی آمریکایی‌ها را با هم متحد کند. الان که آمریکا شدیداً نیازمند آنان است کجایند آن غریبه‌های مهاجم؟ (kristol, 1996). بر همین اساس می‌بینیم که تصویر دشمن بعدی آمریکا، یعنی جمهوری اسلامی ایران به شکلی واضح‌تر و آشکارتر از قبل تبلور جهانی می‌یابد (Mohsen, 1991). به‌ویژه آنکه غرب عموماً اسلام را نزدیک‌ترین و شایسته‌ترین گزینه برای جنگ تمدنی می‌داند و از دیگر سو از زمان استقلال، در سیاست‌های ایالات‌متحده در قبال دشمنان، وجه دینی و ایدئولوژیک کاملاً ملموس است. به همین جهت نیز ایران دشمنی ایده‌آل به شمار می‌رود که گفتمان آن بازگوکننده یک پارادوکس جغرافیایی و تاریخی و ایدئولوژیک و استراتژیک با گفتمان غرب است.

از زمانی که ایران در نگاه غرب، نقش یک کشور وحشی خارج از قواعد را بر عهده گرفت و تبدیل به یک تهدید اسلامی و سیاسی رادیکال و بنیادگرا شد (فیلهو، ۱۹۹۹، ص ۶۳) مدیریت خاورمیانه برای آمریکایی‌ها به‌غایت دشوار شد. در همین باره وارن کریستوفر وزیر خارجه‌ی دولت اول بیل کلینتون گفت: وقتی با اتحاد جماهیر شوروی طرف بودیم کارمان آسان بود و می‌گفتیم وظیفه‌ی ما تنها آن است که توسعه‌طلبی شوروی را مهار کنیم. حتی شخص کلینتون به‌عنوان رئیس‌جمهور وقت آمریکا از دل‌تنگی خود برای سادگی نسبی جنگ سرد سخن گفت و جانشین کریستوفر، خانم مادلین آلبرایت هم به‌عنوان وزیر خارجه‌ی وقت آمریکا اعلام کرد: جهانی که امروز در آن به سر می‌بریم بسیار پیچیده‌تر از قبل شده است. (پاسویچ، ۲۰۰۲، ص ۵۶).

در همین چارچوب، دانیال بایس یکی از متفکران متخصص در پژوهش‌های اسلامی و به‌عنوان فردی نزدیک به جوج بوش رئیس‌جمهور وقت آمریکا معتقد است که از زمان انقلاب خمینی در سال ۱۹۷۹ و بعد از فروکش جریان کمونیستی و راست فاشیستی در اروپا، اکنون ایالات‌متحده‌ی آمریکا با یک دشمن مواجه است و آن هم اسلام

اعتراض‌گری است که آشکارا تمدن غرب را هدف قرار داده و تا دهه‌های آینده عامل نگرانی جهان غرب خواهد بود. (ولد اباه، ۲۰۰۴، ص ۱۵۱).

### دلایل و اهداف جنگ نرم ضد ایران

در شرایطی که آمریکا برای حل بسیاری از پرونده‌ها و مشکلات خود در خاورمیانه با دستاویز قرار دادن بهانه‌هایی مانند تروریسم و تهدید صلح جهانی و دموکراسی و تهدید منافع ایالات متحده و هم‌پیمانان غربی و منطقه‌ای آن، بارها اقدام به آتش‌افروزی نظامی کرده است ولی دولتمردان این کشور به‌رغم بالا بردن چماق جنگ ضد ایران، هرگز قصدی جدی برای اجرایی ساختن این ایده‌ی خود نداشته‌اند. دلیل چنین رویکردی را ابتداء به‌ساکن می‌توان در بیم و هراس آمریکایی‌ها از هزینه‌های ورود به چنین جنگی دانست که می‌تواند بسیار بیشتر از دستاوردهای آن باشد و با تبدیل شدن به کانونی خارج از کنترل، به عاملی برای تهدید منافع آمریکا در منطقه‌ی استراتژیک خلیج فارس تبدیل گردد.

دانشمندان و نظریه‌پردازان علم سیاست بر این باورند که زمامداران واشنگتن خود از ناممکن بودن آتش‌افروزی نظامی ضد ایران آگاه‌اند و در این راستا چامسکی احتمال حمله‌ی نظامی به ایران دور از ذهن می‌داند؛ چراکه به باور چامسکی: در چنین جنگی ایران می‌تواند ضمن دفاع از خود، در دروس‌های عظیمی نیز برای ایالات متحده‌ی آمریکا ایجاد نماید. (چامسکی و دیگران، ۲۰۰۷، ص ۲۰۹). همچنین پاتریک کلاوسون مدیر پژوهش‌های انیستیتو واشنگتن معتقد است که: جنگ ضد ایران فرآیندی سرشار از خطرات مختلف خواهد بود و درگیری‌های دریایی می‌تواند عزم تهران برای دستیابی به سلاح‌های هسته‌ای خطرناک در کوتاه‌ترین زمان ممکن به‌منظور ایجاد بازدارندگی در برابر حملات آمریکا را دوچندان سازد (clawson, 2012).

به همین جهت ایالات متحده در طول چند سال مواجهه با پرونده ایران تنها به گزینه‌ی جنگ نرم بسنده کرده است. البته این جنگ و کشمکش‌های پشت پرده‌ی آن دلایل و ریشه‌های ایدئولوژیکی، دینی، سیاسی، اقتصادی، تمدنی، فرهنگی و علمی دارد. در ادامه

به شکل مجزا به بررسی این ریشه‌ها و نظرات جهانی مطرح شده پیرامون حقیقت و گستره‌ی تأثیر آن‌ها می‌پردازیم:

### دلایل سیاسی - امنیتی

مجموعه‌ای از دلایل سیاسی - امنیتی به توجیهی برای دشمنی ایالات متحده با ایران تبدیل شده است. از جمله این دلایل می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف). متهم‌سازی ایران به تندروی و حمایت از تروریسم و تهدید دوستان غرب در منطقه‌ی خاورمیانه: آمریکایی‌ها در اثبات این اتهامات به حمایت ایران از جنبش‌های مقاومت (حزب‌الله و حماس) ضد رژیم صهیونیستی اشاره می‌کنند و بر این اساس ایران را در اردوگاه تندروهای اسلامی و دشمن اردوگاه میانه‌روهای عرب قرار می‌دهند.

ب): موضع ایران در قبال فرآیند صلح (عربی - اسرائیلی): ایالات متحده همواره ایران را به مختل‌سازی فرآیند صلح در خاورمیانه و در نتیجه تهدید منطقه و صلح جهانی متهم ساخته است. با این حال برخی بر این باورند که نگرانی آمریکا از مخالفت ایران بر فرآیند صلح امری ساختگی است و در واقع باید به آن به مثابه سیاستی نگرینت که هدف از آن تحقق یک هدف استراتژیک و راهبردی یعنی تضعیف روحیه و خودباوری رهبران ایران و مهار قدرت این کشور است. (همان، ص ۳۷).

ج). برنامه‌ی هسته‌ای ایران: این برنامه یکی از دلایل بیم آمریکایی‌ها از قدرت‌یابی علمی ایران است؛ چه آنکه با موفقیت در این زمینه، ایران خواهد توانست به شکل مستقیم در تحولات منطقه‌ای نقش آفرینی نماید و توازن موجود در خاورمیانه را به نفع خود به هم زند و مانع از گسترش نامحدود نفوذ آمریکا در منطقه شود.

د). متهم‌سازی ایران به نقض دموکراسی و سرکوب ملت و مخالفت با حقوق بشر: (Sherman, 2013).

## ۲. دلایل تمدنی و دینی - دشمن سبز

دلایل تمدنی و دینی نزاعات و اختلافات معمولاً با یکدیگر همپوشانی دارند. یکی از افرادی که ریشه‌ی نزاع آمریکا با ایران را در زمینه‌های دینی می‌جوید بنجامین باربر، نظریه‌پرداز آمریکایی است که در کتاب خود با عنوان "نزاع عالم جهاد و عالم ماک" (۱۹۹۵) در این باره سخن گفته است. هانتینگتون نیز در افکار عمومی جهان این مقوله را جا انداخته است که مشکل غرب نه با اصولگرایی اسلامی، بلکه با اسلام به‌عنوان تمدنی است که فرهنگ خود را برتر می‌داند. با این حال گراهام فولر نویسنده‌ی آمریکایی و یکی از بزرگ‌ترین مشاوران سیاسی در موسسه‌ی «راند» در واشنگتن در سال ۱۹۹۵ نوشت: برخورد تمدنی پیش از آنکه در حوزه‌ی یسوع مسیح یا کنفوسیوس یا محمد پیامبر باشد با نقشه‌ی توزیع قدرت و ثروت و نفوذ جهانی مرتبط است و این برخورد نزاعی میان غنی و فقیر و کشمکش میان دارندگان قدرت و بی‌بهرگان از آن و یک درگیری میان آنان که زمام سرنوشت جهان را در دست گرفته‌اند و آنانی که بر آنان حکومت می‌شود، خواهد بود. (هانتور، ۲۰۰۲، ص ۲۱).

## ۳. دلایل اقتصادی

برخی پژوهشگران این بُعد را دارای تأثیر بیشتری بر ماهیت روابط ایران و آمریکا می‌دانند؛ چراکه ایالات متحده همواره منافع اقتصادی و مالی و تجاری و نفتی خود را در رأس اولویت‌های سیاست خارجی قرار می‌دهد و این مؤلفه، تأثیری کلیدی بر نوع موضوع گیری‌های آن در قبال دیگر کشورها بر جای می‌گذارد.

## ۴. دلایل ایدئولوژیکی - فرهنگی

سیاری از نویسندگان بر این باور هستند که مشکل این دو کشور، به چالش هویتی و عقیدتی آن دو با یکدیگر بازمی‌گردد: چراکه ایران و آمریکا به‌مثابه ۲ جهان ایدئولوژی محور و متضاد باهم به شمار می‌روند و نوع نگاه هر یک در موضوعاتی مانند جهان، انسان، سیاست، امنیت، سعادت، اخلاق، اقتصاد، رفاه و عدالت با دیگری متفاوت است. (شریفی،



۲۰۱۲). در نقطه‌ی مقابل و در بسیاری از موارد می‌بینیم که اهداف ایدئولوژیک در درجه‌ی دوم اهمیت و بعد از اهداف سنتی یک کشور مانند: امنیت، مزیت و منفعت اقتصادی، قدرت نظامی و نفوذ سیاسی (به‌عنوان عناصر اساسی سیاست خارجی غربی) قرار گرفته است. برخی صاحب‌نظران مانند هانس مورگنتا بر این باورند که همه‌ی سیاست‌ها از جمله - سیاست‌های بین‌المللی - بر محور قدرت متمرکز می‌باشند و ایدئولوژی‌ها به‌عنوان برنامه‌ای عملی، چیزی بیش از یک نقاب نیستند و به همین دلیل است که می‌بینیم قبل از عصر ایدئولوژی، رفتار انسان غربی بر مبنای مسائل امنیتی و منافع سیاسی و اقتصادی و تلاش برای کسب هژمونی و سلطه بر دیگر ملل تعریف می‌شده است و ایدئولوژی و ملحقات آن نیز در ادامه تنها همانند بهانه‌ها و دستاویزهایی برای توجیه تصمیمات و اقدامات و بهره‌مندی از حمایت توده‌ها به خدمت گرفته شد (هانتر، ۲۰۰۲، ص ۳۵ - ۳۰).

### هالیوود: هژمونی فرهنگی جهانی و تولیدات ایدئولوژیک

در این بخش از پژوهش بر هالیوود به‌عنوان بمب هسته‌ای مورداستفاده در جنگ نرم آمریکا برای تأثیرگذاری بر ملل جهان تمرکز خواهیم کرد. در هالیوود ما شاهد بازسازی حقایق در چارچوب معادلاتی کاملاً آمریکایی هستیم تا تصویر موردنظر آمریکا از خود به‌عنوان یک هژمونی جهانی و از دیگران به‌عنوان ملل و کشورهای دوست یا دشمن ترسیم شود. جالب است بدانیم که نخستین بارقه‌های شکل‌گیری صنعت سینما هم‌زمان با تحرکات اولیه‌ی امپریالیسم آمریکا در آن‌سوی دریاها شکل گرفت. در اهمیت هالیوود و صنعت سینما همین بس که اگر آمریکا یک‌باره تمامی کنسولگری‌ها و ادارات دیپلماتیک خود در اقصی نقاط جهان را تعطیل و جریان گردشگری و بازرگانی را هم کاملاً متوقف نماید؛ در این حالت نیز همچنان مردم کشورهای مختلف جهان تصویر روشنی از جزئیات زندگی آمریکایی خواهند داشت و این مهم تحقق نمی‌یابد مگر از طریق فیلم‌هایی که چنان به آمریکاییزه سازی مخاطب می‌پردازند که اگر روند نفوذ آن‌ها متوقف نشود ما شاهد جهانی کاملاً آمریکایی شده خواهیم بود. از دیگر سو ما خود دیگر تخیل نمی‌کنیم

بلکه این هالیوود است که به جای ما مشغول تخیل و خیال بافی است. (سردار و دیویس، ۲۰۰۴، ص ۲۲۹).

برخی بر این باورند که سرگرمی، کارکرد هالیوود و پوشش جادویی آن به شمار می‌آید و در این راستا نبال گابلر می‌گوید: اگر آمریکا را به عنوان جمهوری سرگرمی در نظر بگیریم فیلم‌ها در این جمهوری نقش سنگ بنای پایانی آن را ایفا می‌کنند و همانند سلاحی کارآمد در خدمت آن قرار دارند. (سردار و دیویس، ۲۰۰۴، ص ۱۷۷).

برخلاف اغراق صورت گرفته در آرای کسانی که فیلم‌ها را تنها به عنوان ابزاری برای سرگرمی قلمداد می‌کنند، جیمس کومپ در کتاب خود با عنوان "فیلم و سیاست: رابطه‌ی دینامیک" بر این باور است که باید همواره فیلم‌ها را در یک بافت سیاسی مورد مطالعه قرار داد؛ چراکه سیاست همواره و همه‌جا حضور دارد و اندیشه و عقلانیت فیلم‌سازان را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. (Comb, 2010, P6).

مکدونالد نیز در دهه‌ی ۵۰ قرن گذشته صراحتاً اعلام کرد که هالیوود از سویی سنگ بنای اصلی در فرآیند تولید و نشر فرهنگ آمریکایی به شمار می‌رود و از دیگر سو نیز آن دسته از آرمان‌ها و افکار آمریکایی که در خدمت نظام سرمایه‌داری هستند را مورد حمایت و پشتیبانی خود قرار می‌دهد. (Macdonald, 1975.P60). به این ترتیب درمی‌یابیم که رابطه میان هالیوود و سیاست آمریکا همواره آمیزه‌ای از سلطه فرهنگی و سلطه سیاسی بوده است. ژان میشل والانتین در کتاب خود با عنوان "هالیوود، پنتاگون، واشنگتن: فیلم‌ها و امنیت ملی از جنگ دوم جهانی تا کنون" (۲۰۱۵) پرده از همکاری دائم وزارت دفاع آمریکا و استودیوهای هالیوود برمی‌دارد.

زمانی هم که از بن افلک کارگردان فیلم آرگو درباره‌ی رابطه‌ی هالیوود و سازمان سیا پرسیدند او پاسخ داد: "من اعتقاد دارم که هالیوود پر است از عوامل سازمان سیا". (Nazemroaya, 2015). در همین راستا تریشا جنکینز در کتاب خود با عنوان "سیا در هالیوود" (۲۰۱۳) موضوع تأثیر عظیم ارگان‌های سیاسی و اطلاعاتی در صنعت فیلم‌سازی را مورد بررسی قرار داده و سؤالاتی چالشی درباره‌ی میزان مشروعیت و اخلاقی بودن

بهره‌گیری یک ارگان حکومتی از ابزارها و ظرفیت رسانه در جهت انتقال یک تصویر خاص به افکار عمومی مطرح می‌کند.

جانی ریکو که خود یک نویسنده‌ی آمریکایی به شمار می‌رود این سؤال جالب توجه را مطرح کرده است: چه کسی ممکن است تنها در مقابل ۱ میلیون دلار حاضر شود هواپیماهای اف ۱۶ و موشک‌های بی-۲ و مرکز ملی عملیات هوایی و ۳ بالگرد CH-53E و ۴ کامیون نظامی و ۵۰ کماندوی مارینز را در اختیار شما قرار دهد؟ پاسخ روشن است: پنتاگون. البته به این شرط که شما سناریویی ارائه دهید که با رویکردها و اهداف جهانی آن همخوانی داشته باشد. (Rico, 2016). این صحبت ریکو به تسهیلات و همکاری‌هایی اشاره دارد که پنتاگون در قبال تطهیر چهره‌ی آمریکا و سرپوش گذاشتن بر جنگ‌ها و جنایت‌های آن و بدنام کردن مخالفان آمریکا، در اختیار فیلم‌سازان قرار می‌دهد.

از دیگر سو، ترسیم چهره‌ی آمریکا در اذهان جهانیان و نیز ارائه‌ی هر تصویری از سایر کشورها و ملل، بر اساس مجموعه‌ای از اصول و مبادی سیاسی و اقتصادی صورت می‌پذیرد. برای نمونه از زمان اکتشاف نفت در منطقه‌ی خلیج فارس (دهه‌ی ۳۰ قرن ۲۰)، آمریکا همواره نگران و در جستجوی راهی برای تحت سیطره قرار دادن بازارهای نفت و ثروت منطقه بوده است و از همین رو تلاش کرده است تا از طریق سرمایه‌گذاری‌های نفتی شرکت‌های بزرگ آمریکایی و چندملیتی به این منطقه ورود پیدا کند. به‌ویژه آنکه درآمدهای نفتی در قرن گذشته ثروت هنگفتی را نصیب ایران و کویت و عربستان و عراق کرد و این موضوع اسباب نگرانی دوچندان آمریکا را فراهم ساخت. به همین جهت مقامات آمریکایی روابطی نظامی و سیاسی با کشورهای منطقه برقرار کردند تا از این رهگذر، کنترل منابع نفتی و مسیرها و روند صادرات انرژی را تحت کنترل داشته باشند. همچنان که تمامی حمایت‌های نظامی و دیپلماتیک آمریکا از کشورهای خلیجی هم‌پیمان با آن، تنها در سایه‌ی حفظ منافع آمریکا صورت گرفته و می‌گیرد. از دیگر استراتژی‌ها و راهبردهای نفتی آمریکا که به‌منظور تأمین منافع آن اتخاذ شده است می‌توان به طرح جنگ

با تروریسم و حمله‌ی نظامی به عراق و افغانستان و نظامی جلوه دادن برنامه‌ی هسته‌ای ایران و در پایان حمایت از قیام‌های موسوم به انقلاب‌های عربی اشاره کرد. از دیرباز میان نوع تصویر ارائه‌شده در رسانه‌ها از ملل و کشورهای خاورمیانه و راهبردهای آمریکا در این منطقه رابطه‌ای مستقیم وجود داشته است. با این حال آمریکایی‌ها همواره از پوشش‌هایی به‌ظاهر اخلاقی برای پیشبرد استراتژی‌های نظامی و سیاسی و اقتصادی خود در خاورمیانه بهره می‌برند. هرچند اهداف اقتصادی و مالی آمریکا در اتخاذ چنین راهبردهایی کاملاً آشکار است اما آمریکایی‌ها می‌کوشند با دستاویز قرار دادن برتری ادعایی غرب در مقولاتی مانند دموکراسی، حقوق بشر، نوآوری، جامعه‌ی مدنی و تمدن سپری فرهنگی برای دخالت‌های خود فراهم سازد و به‌زعم خود مسیر توسعه‌ی کشورهای غیر توسعه‌یافته و دیکتاتور سالار و مملو از گروه‌های دینی متعصب را هموار کند.

بر همین منوال تصویر ترسیم‌شده از جهان اسلام نیز در ارتباط تنگاتنگ با موضوع نزاع عربی-اسرائیلی قرار می‌گیرد که اکنون ابعادی جهانی به خود گرفته است. می‌توان گفت: مخترعان یهودی هالیوود توانستند با خلق مجموعه‌ای از تصاویر و افکار، خیال و تخیل آمریکایی‌ها را به استعمار خود درآورند. (سردار و دیویس، ۲۰۰۴، ص ۱۹۶). در این میان لابی صهیونیستی نقش بارزی در تأثیرگذاری بر سیاست خارجی آمریکا در خاورمیانه ایفا نموده است. این لابی و تبلیغات خود، اسرائیل را تنها دموکراسی موجود در خاورمیانه می‌داند که همانند سپر محافظ منافع آمریکا عمل کرده و در نتیجه هم‌پیمانی کارآمد و ضروری برای غرب به شمار می‌آید. جنبش صهیونیستی با به‌کارگیری مجموعه‌ای از سازمان‌ها و گروه‌ها توانسته است نفوذ یهودیان در اقتصاد و رسانه و فیلم‌ها و دانشگاه‌ها را تقویت نماید. از جمله این گروه‌ها می‌توان به آپیک<sup>۱</sup> اشاره کرد که از سوی مجله‌ی فورچن و نشنال جورنال به‌عنوان قدرتمندترین لابی آمریکا انتخاب شده است. (Mearsheimer, 2012, P95).

---

1 . American Israeli Public Affairs Community (AIPAC)

در چارچوب چنین نگاهی است که می‌بینیم تصاویر ارائه‌شده از کشورهای جهان در فیلم‌های چند دهه‌ی اخیر هالیوود، هم‌راستا با منافع اسرائیل در خاورمیانه، به‌ویژه در زمینه‌ی برتری نژادی و اسلام‌هراسی بوده است.

### هالیوود: اقتصاد بازار و تجارت رفاه ایدئولوژیک

ارتباط میان هالیوود و بازارهای مالی، مولود چند دهه‌ی اخیر نیست و ریشه در آغازین روزهای تولد صنعت سینما دارد. در طی قرن گذشته روابط مستحکمی میان فعالیت تجاری و صنعتی با سینمای هالیوود برقرار شد. هربرت شیلر در کتاب خود با عنوان "گردانندگان افکار" می‌نویسد: در خلال سال ۱۹۷۱ آژانس‌های تبلیغاتی و مجموعه‌های صنعتی، پای به عرصه‌ی فعالیت‌های سینمایی نهادند. (شیلر، ۱۹۷۴، ص ۱۰۰).

هالیوود از همان ابتدا سرمایه‌گذاری تجاری - رفاهی را یک الگوی سرمایه‌داری بر مبنای تولید قلمداد کرد که در آن ماده‌ی تولیدی، یک کالا و ستاره‌ی مشهور، یک تبلیغاتچی و فروشنده‌ی کالا محسوب می‌شود.

بر همین اساس آموزه‌های سرمایه‌داری درباره‌ی سودآوری و فروش، همواره حضوری قدرتمند در فیلم‌های ساخته‌شده‌ی هالیوود داشته است. فعالیت این شرکت‌ها تنها به تولید فیلم محدود نماند و دیگر زمینه‌ها مانند پخش و نمایش و تولید آثار و کالاهای الهام گرفته از فیلم‌ها مانند انواع بازی‌ها، لباس‌ها و دیگر وسایل دربردارنده‌ی تصاویر شخصیت‌های این فیلم‌ها تسری یافت ضمن آنکه تولید فیلم‌های دیجیتال و انواع مختلف برنامه‌های تلویزیونی نیز در دستور کار قرار گرفت.

شرکت‌های مذکور در این چارچوب همچنین اقدام به ساخت پروژه‌های تفریحی و هتل‌های مختلف در اقصی نقاط جهان کرده‌اند که از نمونه‌های عربی آن می‌توان به پروژه‌های والت دیزنی در دبی و ابوظبی اشاره کرد.

صنعت سینما در راستای مأموریت خود، اقدام به ساخت تصویر مطلوب آمریکا و میزان شایستگی آن برای ایفای نقش امپراطوری نموده است و اگر ما امپراطوری آمریکا را به سان بنایی باشکوه در نظر بگیریم که سنگ بنای آن دیپلماسی دلار باشد، در این حالت

هرگز نمی‌توانیم فیلم‌های هالیوود را تنها به‌مثابه یک ویتترین فروش قلمداد کنیم بلکه همین ساخته‌های هالیوود تبدیل به یک کالای تجاری پیشرو در منظومه‌ی تجاری آمریکا شده‌اند و معانی دیپلماتیک و سیاسی مستقیمی را به مخاطب منتقل می‌سازند. در واقع آمریکا به یاری همین فیلم‌ها رابطه‌ی امپریالیستی خود با دیگر کشورهای جهان را ترسیم و پایه‌ریزی می‌کند همچنان که در این فیلم‌ها، تصویر و باور جدیدی از تاریخ دیگر تمدن‌ها و فرهنگ‌ها ارائه می‌شود تا در نهایت همه‌ی آن‌ها در نوع جهان‌بینی خاص آمریکایی ذوب شوند. (سردار و دیویس، ۲۰۰۴، ص ۱۸۵).

ادوارد جی لوری گفته است: "تجارت دنباله‌رو سینماست". این گفته بیانگر میزان قدرت هالیوود در جریان بخشی به اقتصاد و جهت‌دهی فرهنگی به مردم است. در همین راستا مجلس لردهای بریتانیا در ارتباط با کارخانه‌های میدلندز نگرانی عمیق خود را ابراز کرد؛ چراکه این کارخانه‌ها مجبور شده بودند طراحی‌های خود را تغییر دهند تا از این رهگذر بتوانند رضایت مشتریان خاورمیانه‌ای خود را که خواهان کفش‌ها و لباس‌هایی همانند ستاره‌های آمریکایی بودند را تأمین کنند. کفش‌های و لباس‌های مورد اشاره، مورد استفاده‌ی ۳۵ درصد از ستارگان آمریکایی قرار گرفته بود. در موردی دیگر مهندسان ساختمان‌سازی برای مشتریان عرب خود اقدام به طراحی و ساخت بناهایی نظیر کلبه‌ها و ویلاهای کالیفرنیا کرده‌اند. (سردار و دیویس، ۲۰۰۴، ص ۱۹۵).

طرفه این‌که کنگره‌ی آمریکا نیز به دلیل اهمیت تجاری و اقتصادی هالیوود، از سال ۱۹۲۵ بخشی از دفتر تجارت خارجی و داخلی خود را به سینما اختصاص داده است.

به‌عنوان یک مثال دیگر، امپراطوری عظیم سرگرمی که توسط والت دیزنی تأسیس شد یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های صنعتی آمریکا به شمار می‌رود تا آنجا که در سال ۱۹۷۲ با درآمدی بالغ بر ۱۷۵ میلیون دلار در رتبه‌ی ۵۰۲ بزرگ‌ترین کمپانی‌های آمریکا قرار گرفت (شیلر، ۱۹۹۹، ص ۱۳۵). این در شرایطی است که اکنون و بنا به آمارهای مجله‌ی فوربز در سال ۲۰۱۷، والت دیزنی در جایگاه ۲۴ از میان ۲۵ کمپانی برتر آمریکا قرار گرفته است (Forbes, 2017). در سال ۲۰۱۶ درآمد دیزنی تنها از پارک‌ها و تفریحگاه‌های خود

بالغ بر ۱۶ میلیارد دلار بوده است (Bilbao, 2016). ماکس رافیرتی کارشناس آمریکایی آموزش‌های عمومی، چند دهه قبل در اشاره به تأثیرات جهانی دیزنی گفته بود که اکنون دیزنی بزرگ‌ترین معلم این قرن به شمار می‌رود. این در شرایطی است که ۲ تن از پژوهشگران به نام‌های آرماند ماتلارت و دورفمان در تحقیقات خود دریافتند که تولیدات کمپانی عظیم دیزنی دربردارنده‌ی مفاهیمی مبتنی بر نژادپرستی و امپریالیسم و حرص و طمع و قلدری و بی‌قانونی است (شیلر، ۱۹۷۴، ص ۱۴۳). نتایج تحقیقات این دو پژوهشگر بیانگر ضرورت احساس خطر از این کمپانی و رویکردهای آن می‌باشد.

اکنون کمپانی‌های عظیمی مانند: AOL، تایم وارنر، دیزنی، جنرال الکتریک، فیاکوم، سونی، نیوز کورپوریشن و At & T در کنار یکدیگر به یک هیمنه و هژمونی گسترده‌ی اقتصادی و فرهنگی دست یافته‌اند. این وضعیت پیامد فرآیندهای ادغام (جهانی) و تلاش برای احتکار ثروت و قدرت و سیطره‌ی کامل بر جهان به‌عنوان دو همزاد هالیوود به شمار می‌آید.

در این میان، کمپانی‌های بین‌المللی و چندملیتی اروپایی و چینی و هندی نیز قدم به عرصه‌ی هالیوود نهاده‌اند و در نتیجه آن را از بُعد صرفاً آمریکایی خود فراتر برده و ابعادی جهانی به آن داده‌اند تا آنجا که هالیوود که قبلاً تنها از تعدادی کمپانی آمریکایی شکل یافته بود اکنون به شبکه‌ای از کمپانی‌های جهانی و انسانی و مالی تبدیل شده است. (Goldsmith, 2010, p13).

در این میان انقلاب تکنولوژیکی صورت گرفته در قرن گذشته نیز به یاری دست‌اندرکاران هالیوود آمده است تا هم تصاویر و ساختار فیلم‌ها تحول یابد و هم شیوه‌ی توزیع و تبلیغ آن‌ها با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت انجام پذیرد.

بنا به پژوهش منتشرشده در مجله‌ی "Journal of Media Economics" با عنوان: "نقش متغیر هالیوود در بازار جهانی فیلم"، محققان دو دانشگاه کالگری و سیدنی اقدام به بررسی روند تولید حدود ۲۰۰۰ فیلم منتشرشده در فاصله‌ی سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۷ نمودند. در این تحقیقات روشن شد که سود جهانی هالیوود در سال ۲۰۰۷، بالغ بر ۲ برابر

سود حاصله‌ی آن در بازار داخلی آمریکا بوده است. این در حالی است که نسبت مذکور در سال ۲۰۰۰ با یکدیگر برابر داشته است (Wihbey, 2013). این توفیقات تجاری و مالی و فناوریانه، راه را هموار ساخت تا سود فیلم‌ها در سال ۲۰۱۵ به بیش از ۳۸ میلیارد دلار برسد. در این میان بازارهای خارجی به‌ویژه بازار چین، نقشی مهم در تحقق این مهم ایفا نموده‌اند (Faughnder, 2015).

باگذشت زمان، سرمایه‌گذاران عرب نیز به خیل سرمایه‌گذاران خارجی هالیوود پیوسته‌اند. برای نمونه ولید بن طلال در نیوز کورپ که فاکس انترنایمنت زیرمجموعه‌ی آن به شمار می‌آید، سرمایه‌گذاری‌های سنگینی صورت داده است. این شاهزاده‌ی سعودی ۶/۶ درصد از سهام ۲۱ St Century Fox را خریداری کرده است. شرکت مذکور نیز به‌نوبه‌ی خود مالک ۱۹ درصد از شبکه‌ی روتانا وابسته به ولید بن طلال می‌باشد ( Jaafar, 2016).

از دیگر سو شراکت‌هایی میان هالیوود و برخی کشورها و شهرهای اسلامی مانند ترکیه، دبی، ابوظبی، اندونزی و ... در زمینه‌ی تولید و تصویربرداری و توزیع به انجام رسیده است که از آن میان می‌توان به شرکت ایمج نیشن امارات و شراکت آن با شرکت وارنر بروس آمریکا در زمینه‌ی تولید فیلم‌های جهانی اشاره کرد. ( Imagenationabudhabi, 2017). شراکت موسسه‌ی الدوحه للافلام با شرکت آمریکایی "Participant Media" اشاره کرد که دیفتری اسکال ریاست آن را بر عهده دارد.

جدول ۱. کمپانی تولیدکننده فیلم و میزان فروش

ردیف	فیلم	کمپانی تولیدکننده	ملیت کمپانی	بودجه	فروش	فروش خارج از آمریکا
۱	The Man Who Saw Tomorrow	David L. Woiper Production	آمریکا			
۲	Not Without My Daughter	Pathe Entertainment	فرانسه	۲۲ میلیون \$	\$ ۱۱۳,۷۸۹,۱۴	
۳	Wishmaster	Pierre David	کانادا	۵ میلیون \$	\$ ۷۶۹,۷۳۸,۱۵	
۴	Esther	five mile river	تولید			



ردیف	فیلم	کمپانی تولید کننده	ملیت کمپانی	بودجه	فروش	فروش خارج از آمریکا
		films & lux vide & beta film & quinta	مشترک (آمریکا - ایتالیا - آلمان)			
۵	house of sand & fog	bisgrove entertainment & cobalt media group	آمریکا	۱۶,۵ میلیون \$	۷۹۵,۹۴۲,۱۶\$	۵۰۷,۹۰۲,۳\$
۶	Alexander	intermedia films & IXTLAN productions & France 3 cinema & pacific film & EGMOND film & television IMF internationale Medien und film Gmbh & co. 3 Produktions kg	تولید مشترک (آمریکا - فرانسه - نیوزیلند)	۱۵۵ میلیون \$	۱۹۲,۲۹۸,۱۶۷\$	۰۰۱,۰۰۱,۱۳۳\$
۷	SYRIANA	Participant media & section eight productions	آمریکا	۵۰ میلیون \$	۶۲۰,۹۷۴,۹۳\$	۰۰۰,۱۵۰,۴۳\$
۸	One night with the king	Gener8xion entertainment	آمریکا	۲۰ میلیون \$	۴۵۰,۷۲۸,۱۳\$	۴۸۹,۳۳۲\$
۹	۳۰۰	Legendary pictures & virtual studios & atmosphere pictures & Hullywood gang productions	آمریکا	۶۵ میلیون \$	۱۸۱,۰۶۸,۴۵۶\$	۲۴۲,۴۵۳,۲۴۵\$
۱۰	The stoning of Soraya	MPOWER pictures	آمریکا		۲۶۰,۰۹۰,۱\$	۸۳۹,۴۵۲\$
۱۱	The wrestler	Wild bunch & protozoa pictures	تولید مشترک (آمریکا - آلمان)	۶ میلیون \$	۹۹۵,۷۰۳,۴۴\$	۷۵۲,۴۶۵,۱۸\$
۱۲	Yes man	Village roadshow	تولید	۷۰ میلیون \$	۶۳۷,۲۴۱,۲۲۳\$	۶۶۱,۵۵۰,۱۲۵\$

ردیف	فیلم	کمپانی تولیدکننده	ملیت کمپانی	بودجه	فروش	فروش خارج از آمریکا
		pictures & the Zanuck company & heyday films	مشترک (آمریکا - استرالیا - بریتانیا)			
۱۳	Crossing over	Kenned / Marshall	آمریکا	۱۹ میلیون \$	۸۶۹,۵۲۹,۳۳\$	۲۱۵,۰۷۴,۳۳\$
۱۴	The prince of Persia	Walt Disney pictures & jerry Bruckheimer films	آمریکا	۱۵۰ - ۲۰۰ میلیون \$	۶۷۶,۳۶۵,۳۳۶\$	۰۰۰,۶۰۶,۲۴۵\$
۱۵	Transformer s: dark of the moon	Di Bonaventura pictures & Hasbro	آمریکا	۱۹۵ میلیون \$	۰۷۹,۷۹۴,۱۲۳,۱\$	۵۳۶,۴۰۳,۷۷۱\$
۱۶	Jerusalem countdown	west studios & god & country entertainment & pure FLIX productions	آمریکا			
۱۷	Argo	GK films & smokehouse pictures U.S	تولید مشترک (آمریکا - بریتانیا)	۴۴/۵ میلیون \$	۵۰۳,۳۲۵,۲۳۲\$	۰۰۰,۳۰۰,۹۶\$
۱۸	Red 2	Summit entertainment & dc entertainment & di Bonaventura pictures	آمریکا	۸۴ میلیون \$	۵۶۵,۰۷۵,۱۴۸\$	۰۰۵,۸۱۳,۹۴\$
۱۹	The fifth estate	Dream works pictures & reliance entertainment & participant media & anonymous content	تولید مشترک (آمریکا - هند)	۲۸ میلیون \$	۰۰۸,۵۵۵,۸\$	۰۰۰,۳۰۰,۵\$
۲۰	The book of Esther	Pure Flix entertainment	آمریکا			
۲۱	Robocop	Strike entertainment & metro - Goldwyn	آمریکا	۱۰ میلیون \$	۹۶۵,۶۸۸,۲۴۲\$	۹۵۸,۰۸۱,۱۸۴\$

ردیف	فیلم	کمپانی تولید کننده	ملیت کمپانی	بودجه	فروش	فروش خارج از آمریکا
		- Mayer & Columbia pictures				
۲۲	Seal team 8: behind enemy lines	۲۰th century fox home entertainment	آمریکا			
۲۳	Girl walks home alone at night	Logan pictures & SPECTRE vision	آمریکا		\$ ۹۱۰,۴۹۱	
۲۴	Rosewater	Odd lot Entertainment & busboy productions	آمریکا	۵-۱۰ میلیون \$	\$ ۹۴۱,۱۲۸,۳	
۲۵	Septembers of shiraz	Millennium films & eclectic pictures & Ambi pictures & crosscurrent productions & g - base	تولید مشترک (آمریکا - ایتالیا)			\$ ۰۳۳,۲۲

با نگاهی به این آمار متوجه می‌شویم که بیشتر فیلم‌هایی که به موضوع ایران و تمدن پارسی پرداخته‌اند یا آمار فروششان دقیقاً روشن نیست مانند فیلم‌های: The Book Of Ester، Seal Team، Jerusalem countdown، The Stoning Of Soraya، یا آنکه مقایسه‌ی میان بودجه‌ی اختصاصی و درآمد حاصله بیانگر شکست تجاری آنهاست مانند: Not Without My Daughter، One Night With The King، Crossing Over، The Fifth Estate و Rosewater اشاره کرد.

از فیلم‌هایی که میزان تحقق سود آن حداقل ۱۰۰ میلیون دلار بیش از بودجه‌ی تخصیصی آنها بوده است می‌توان به فیلم‌های: میزان تحقق سود آن حداقل ۱۰۰ میلیون دلار بیش از بودجه‌ی تخصیصی آنها بوده است می‌توان به فیلم‌های: 300، Yes Man، Robocop و Transformers: Dark Of The Moon، Argo، The prince of Persia، House of Sand & Fog اشاره کرد. این در حالی است که فیلم‌هایی مانند: House of Sand & Fog

Syriana، The wrestler، Red 2، Alexander، Wishmaster در مقایسه با بودجه‌ی خود سودی در حدود ۶۰ میلیون دلار کسب کرده‌اند.

با نگاهی گذرا به این فیلم‌ها درمی‌یابیم که فیلم‌های حماسی و علمی-تخیلی در مقایسه با فیلم‌هایی که به موضوعات تاریخ معاصر به‌ویژه مسائل اجتماعی توجه داشته‌اند از اقبال بیشتر مخاطبان برخوردار شده‌اند. در این لیست فیلم Transformers: Dark of The Moon که محصول مشترک هالیوود و پنتاگون به شمار می‌آید، سودی ۹۲۸ میلیون دلاری نصیب خود ساخته و در صدر پرفروش‌ترین فیلم‌های مورداشاره قرار گرفته است. این در حالی است که فیلم مذکور داستانی علمی تخیلی را روایت می‌کند و بدون ذکر صریح نام ایران، درباره‌ی وجود مرکزی هسته‌ای در خاورمیانه و انجام آزمایش‌های هسته‌ای در آن سخن می‌گوید. قهرمانان این فیلم مأموریت خود را حل و فصل اختلافات انسان‌ها قلمداد می‌کنند و برای تحقق هدف خود فداکاری‌های فراوانی به انجام می‌رسانند.

در رتبه‌ی بعدی فیلم حماسی ۳۰۰ قرار دارد که به موضوع نبرد اسپارت‌های یونانی و پارسیان می‌پردازد. این فیلم در نمایش جهانی خود توانست سودی ۳۹۰ میلیون دلاری را برای سازندگان خود به ارمغان آورد. در رتبه‌ی سوم این لیست نیز نام فیلم آرگو با آمار سود ۱۸۸ میلیون دلاری دیده می‌شود. فیلم مذکور از منظر هالیوود به بازگویی حوادث مربوط به اشغال سفارت آمریکا در تهران (۱۹۷۹) و به گروگان گرفته شدن کارمندان این سفارت‌خانه از سوی گروه‌های دانشجویی می‌پردازد.

### میزان فروش فیلم‌های آمریکایی با موضوع ایران در خاورمیانه

فیلم‌های آمریکایی در غالب کشورهای جهان بازار فروش خود را دارند و حتی در سطح کشورهای عربی و اسلامی نیز با اقبال مخاطبین مواجه می‌شوند. البته میزان اقبال به فیلم‌هایی با موضوع ایران در کشورهای مختلف خاورمیانه با یکدیگر تفاوت دارد که علت آن نیز پس زمینه‌های سیاسی و فرهنگی و مذهبی مختلف این کشورهاست. در جدول پیش رو آماری از فروش فیلم‌هایی با موضوع ایران در کشورهای امارات، بحرین، لبنان، مصر، ترکیه و رژیم صهیونیستی ارائه می‌دهیم:

جدول ۲. میزان فروش فیلم‌های آمریکایی با موضوع ایران در خاورمیانه

فیلم	فروش خارج از آمریکا	امارات	بحرین	لبنان	مصر	ترکیه	رژیم صهیونیستی
Alexander	\$1,133,001	\$733,480		\$229,337	\$1,145,766	\$1,962,428	\$73,270
Syriana	\$43,150,000	\$124,228			\$1,103,266	\$483,413	
۳۰۰	\$245,243,442	\$1,482,071		\$1,166,831	\$533,513	\$861,226	\$728,501
The Wrestler	\$18,465,752	\$31,725		\$10,013		\$81,940	
Yes Man	\$125,550,661	\$738,370		\$275,289	\$273,105	\$1,888,542	\$1,390,320
Crossing Over	\$3,074,215	\$57,563	\$22,780	\$49,356	\$46,417		\$60,191
The Prince of Persia	\$245,606,000	\$2,429,451		\$252,106	\$345,819	\$3,286,955	\$1,522,120
Transformers: Dark of The Moon	\$771,403,536	\$4,194,701		\$558,864	\$379,866	\$3,753,228	\$1,493,957
Argo	\$96,300,000	\$1,055,112		\$184,438	\$119,812	\$530,854	\$2,868,026
Red 2	\$94,813,005	\$1,492,812		\$358,423	\$77,853	\$695,951	
The Fifth Estate	\$5,300,000	\$91,185		\$18,013	\$2,478		
Robocop	\$184,081,958	\$1,569,094	\$172,988	\$158,607	\$121,752		\$464,135

بمطالعه‌ی این جدول درمی‌یابیم که میزان فروش فیلم‌های مذکور در کشورهای امارات، مصر و ترکیه تا حدودی با گرایش جهانی مخاطبین همخوانی داشته و بیشترین فروش به ترتیب نصیب فیلم‌های 300، Transformers: Dark Of The Moon شده است. این در حالی است که در لبنان فیلم‌های Transformers: Dark Of The Moon و Red 2 بیشترین میزان مخاطب را به خود اختصاص داده‌اند. آمار فروش صورت گرفته در رژیم صهیونیستی نیز بیانگر پیشتازی دو فیلم Argo و The prince of Persia می‌باشد که این امر نشان از اهتمام این رژیم و مخاطبان آن به فیلم‌هایی است که مستقیماً موضوع ایران را نشانه می‌روند و در این میان فیلم‌های علمی - تخیلی درباره‌ی ایران و موضوعات هسته‌ای خاورمیانه چندان مورد استقبال مخاطب اسرائیلی قرار نمی‌گیرد.

باید بگوییم که جدول‌ها و آمار فوق بیانگر این حقیقت است که فیلم‌های آمریکایی با موضوع ایران، در کشورهایی که رابطه‌ای دوستانه با جمهوری اسلامی ندارند و خود را

صاحب دیدگاهی متفاوت درباره‌ی مسائل خاورمیانه و جهان می‌دانند، از اقبال بیشتری برخوردار می‌شوند. در این میان، رژیم صهیونیستی بیشتر بر فیلم‌هایی تمرکز دارد که به تخریب چهره‌ی جهانی ایران کمک می‌کنند و از همین رو فیلم‌های علمی - تخیلی پرفروش در سطح جهانی، چندان مورد اعتنای سران و مخاطبین این رژیم نیستند. در واقع از نظر اسرائیل پیام القای یک فیلم و میزان هم‌راستایی آن با اهداف و دیدگاه این رژیم بسیار مهم‌تر از پارامترهای هنری و فنی و سرگرم‌کننده‌ی به کاررفته در آن است.

جنگ نرم ضد ایران بر چه محورهایی متمرکز شده است؟ و آیا بعد از توافق هسته‌ای در میزان و ماهیت این جنگ تفاوتی ایجاد شده است؟

دکترین جنگ نرم ضد ایران از ابعاد مختلف رسانه‌ای، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، روانی و دینی بهره می‌برد که همگی در خدمت اهداف اصلی آمریکا قرار دارند. این ابعاد و ابزارها را می‌توان در ۳ ضلع کلی تعریف کرد: حمایت از تروریسم - حقوق بشر و به‌ویژه حقوق زنان و مشروعیت حکومت. در ادامه به تفصیل به این ۳ ضلع می‌پردازیم:

۱. جنگ نرم در تلاش برای گمراه‌سازی و سیاه‌نمایی رسانه‌ای می‌کوشد تا کشور دشمن را به شکل کشوری شیطانی به تصویر درآورد که رهبری آن بر عهده‌ی شخصیتی شرور یا ماجراجو یا فردی دارای اختلالات خطرناک روحی - روانی قرار دارد (رولو، ۲۰۰۳). در این میان هالیوود برای ادامه‌ی حیات خود نیازمند یک دشمن جهانی است و آمریکا نیز انتظار دارد که در آثار تولیدی در نقش منجی جهانی ظاهر شود. از همین رو می‌بینیم که در ۶۴ درصد از فیلم‌های تولیدی سال ۲۰۱۴ به موضوع دشمن جهانی پرداخته شده است. در ۴۴ درصد از این فیلم‌ها، آمریکا در نقش منجی ظاهر می‌شود و سهم غربی‌ها تنها ۸ درصد بوده است. ضمن آنکه ملیت ۴۸ درصد از این به‌اصطلاح منجیان بر مخاطب پنهان باقی می‌ماند.

۲. در این سیاه‌نمایی رسانه‌ای، ایران به‌عنوان بزرگ‌ترین حامی تروریسم جهانی به تصویر درمی‌آید. باین حال به دلیل سیاست یک بام و دو هوایی که آمریکایی‌ها در قبال پرونده‌های جهانی اتخاذ می‌کنند، شاهد برخی تناقضات عجیب در این باره هستیم مانند:

الف) ایران تنها به دلیل کمک به جنبش‌های مقاومت علیه اشغالگران صهیونیست به حمایت از تروریسم متهم می‌شود. این در حالی است که کاخ سفید، خود یکی از تأمین‌کنندگان مالی تروریسم به شمار می‌رود و بر اداره و نحوه‌ی اجرای عملیات تروریستی در جهان نظارت می‌کند. در همین راستا دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا صراحتاً اعلام کرد که "داعش ساخته‌ی دست آمریکا است" حتی اندیشمند بارزی مانند چامسکی نیز تأکید دارد که ایالات متحده‌ی آمریکا یک کشور ممتاز تروریستی به شمار می‌رود (Chomsky, 2016, p.253 – 258).

ب) برنامه‌ی هسته‌ای: آمریکایی‌ها قویاً بر این باورند که برنامه‌ی هسته‌ای ایران نباید توسعه یابد؛ چراکه بزرگ‌ترین خطر برای صلح جهانی به شمار می‌رود (Chomsky, 2016, P280). این در حالی است که آمریکا به هند و پاکستان به‌عنوان دو هم‌پیمان خود اجازه می‌دهد برنامه‌های هسته‌ای خود را توسعه بخشند بی‌آنکه با اتهاماتی مانند تهدید صلح و امنیت جهانی مواجه شوند.

ج) مفهوم ثبات در خاورمیانه: آمریکا جنگ خود علیه عراق را تلاش برای برقراری ثبات در آن کشور جلوه می‌دهد و این در حالی است که کمک‌های ایران به حکومت عراق در زمینه‌ی برقراری امنیت و مبارزه با داعش و النصره و به سرانجام رساندن دیگر پروژه‌های مرتبط با توسعه، در نظر غربیان و منطق بی‌منطق جنگ نرم به‌مثابه اقداماتی ثبات‌زا به شمار می‌آید. بدیهی است چنین رویکردی درنهایت منجر به تحریف مفاهیم و تشویش افکار عمومی جهانی می‌گردد. (Chomsky, 2016, P 279 – 292).

۳. جنگ نرم همواره از برجسب‌های تبلیغاتی آمریکا و اصول ۷ گانه‌ی آن بهره می‌برد. در راستای این اصول از صفات و نام‌های منفی مانند فاشیستی، نازیستی، شرقی، غیرعقلانی، انقلابی و... علیه جریان‌های مخالف استفاده می‌شود، مسائل تعمیم داده می‌شود، شعارهایی دل‌فریب برای مخاطبان طرح می‌شود، دشمنی تنها به یک شخص محدود می‌گردد، از مبالغه استفاده می‌شود، مخالفین بدنام می‌گردند و درنهایت یک

مطلب بارها و بارها تکرار می‌شود تا در ذهن مخاطب نقش بندد (عبدالمجید، ۲۰۰۸، ص ۷۷-۷۶).

۴. همواره باید تصویری منفی از ایران ارائه شود. در این چارچوب مشکلات اقتصادی و اجتماعی بزرگنمایی می‌شود و نیز میان جریان‌ها حاضر در حکومت اختلاف افکنی صورت می‌گیرد. از دیگر سو در این نوع از جنگ نرم همواره مشروعیت حکومت ولایت فقیه و میزان کارآمدی دین در اداره امور کشور زیر سؤال می‌رود و تلاش می‌شود هیچ نوع گزارش و تصویر مثبتی از ایران ارائه نشود مگر زمانی که در تعارض با منافع جمهوری اسلامی قرار داشته باشد.

۵. قومیت‌گرایی در جهت تجزیه‌ی ایران ترویج می‌شود. همچنین ادیان ساختگی و نیز طرفداران جدایی دین از سیاست مورد حمایت قرار می‌گیرند.

۶. انتشار اخبار مربوط به نقض دمکراسی و آزادی‌ها به‌ویژه آزادی مطبوعات و نقض حقوق بشر به‌شدت مورد اهتمام قرار دارد (چوبین، ۲۰۰۷، ص ۱۴۷). در این راستا روزنامه‌های آمریکایی و انگلیسی به شکل هم‌زمان اقدام به انتشار اخباری جهت‌دار درباره‌ی تعقیب روزنامه‌نگاران و دخترانی کشف حجاب‌کننده در اماکن عمومی می‌کنند و زنان زندانی و احکام سنگسار و مشکلات طبقات فقیر ایران و حقوق حیوانات و تعداد اعدام‌ها در ایران می‌کنند.

آمریکایی‌ها و غربیان با تمرکز بر موضوع حقوق بشر، آن را یکی از عناصر و ارزش‌های خدشه‌ناپذیر دیپلماسی خود قلمداد کرده و با این ابزار درصدد اعمال فشار بر کشورهای مخالف که در مسائل مهم جهانی دیدگاه مستقل خود را دارند برمی‌آیند.

غربی‌ها در غالب اوقات با استفاده‌ی ابزاری از مقوله‌ی حقوق بشر، سیاست‌های تجاوزکارانه و زیاده خواهانه‌ی خود در قبال دیگر کشورها و تلاش برای متزلزل ساختن دولت‌های حاکم را توجیه می‌کنند. (هانتز، ۲۰۰۲، ص ۳۷).

۷. انتشار اخبار و دیدگاه‌هایی که بازگوکننده‌ی ویژگی‌های یک رهبری دلخواه آمریکایی در ایران است. در این راستا ادعاهایی نیز مطرح می‌شود که مقامات ایران خود از



پیامدهای تنش با آمریکا نگران‌اند و علاقه‌مند به نزدیکی و بهبود هر چه بیشتر این روابط می‌باشند (همان، ۲۰۰۱، ص ۳۸).

به‌عنوان یک نمونه ما اگر انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۹ ایران را در نظر بگیریم می‌بینیم که روزنامه‌هایی مانند: *The Washington Times*، *The Guardian*، *New York Times*، *Washington Post* و شبکه‌ها و رادیوهای بین‌المللی انگلیسی و فارسی‌زبان بر اخباری مانند: "کشتار تظاهرات‌کنندگان، حبس و شکنجه‌ی معترضان و تقلب در انتخابات" تمرکز داشته‌اند و بارها اقدام به انتشار شعارهای معترضان از قبیل: «مرگ بر دیکتاتور، رأی ما رو پس بده» نموده‌اند. از جمله‌ی این شبکه‌ها می‌توان به *Aljazeera Eng*، *ABC News*، *MSNBC*، *NPR*، *CNN* و *BBC* اشاره کرد.

۸ جنگ نرم هالیوود به‌عنوان تولیدکننده‌ی ۸۰ درصد فیلم‌های سینمایی جهان بر این اصل استوار است که فرهنگ آمریکایی به‌عنوان یک فرهنگ برتر و فرد آمریکایی به‌عنوان یک فرمانده و قهرمان و دربردارنده‌ی تمامی ارزش‌های آمریکایی به تصویر درآیند. این در حالی است که فیلم‌های تولیدشده در ارتباط با کشورهای مخالف آمریکا مانند روسیه، ایران، چین، و کره‌شمالی تصویری کاملاً منفی و ناخوشایند از آن‌ها ارائه می‌دهند (Drysen, 2016).

در این میان فیلم‌های تولیدی با موضوع ایران درصدد القای این نکته به مخاطب هستند که زندگی در این کشور بسیار ترسناک، غیرقابل تحمل و همانند یک زندان مخوف است. در نقطه‌ی مقابل کشورهای غربی را داریم که با تصاویری آرمانی و اخلاقی در برابر چشمان مخاطب به نمایش درمی‌آیند. هالیوود در فیلم‌های تاریخی خود رویکردی منفی به ایرانیان دارد و در فیلم‌هایی با موضوع جهان معاصر نیز می‌کوشد نظام حاکم بر ایران را نظامی شیطانی و فاقد ارزش‌های اخلاقی جلوه دهد. در این فیلم‌ها موضوعاتی از این دست مورد توجه قرار می‌گیرد: رفتار وحشیانه‌ی انقلابیون در شکنجه‌ی مخالفان بعد از به دست گرفتن قدرت: *Septembers of Shiraz*، محبوس ساختن روزنامه‌نگاران: *Rosewater*، سنگسار زنان به اتهام زنا: *The Stoning of Soraya*، قتل‌های ناموسی:

Crossing Over، تروریسم و جنایت به نام خدا: Jerusalem countdown، مهاجر ایرانی غیرقانونی و غضب کننده‌ی خانه‌ها: House of Sand & Fog، هجوم به سفارت آمریکا و گروگان گرفتن کارکنان سفارت: Argo و شخصیت مرد پارسی وحشی و درنده و عقب‌مانده و سرکوب گر زنان: 300.

۹. در فیلم‌های هالیوود تلاش می‌شود معادله‌ی خیر - شر و دیگری - دشمن در ذهن مخاطب جا انداخته شود. در این فیلم‌ها فرد آمریکایی / غربی همواره شخصیتی صلح‌جوست که به دلیل تجاوزات و ظلم آن "دیگری" مجبور به دفاع از خود شده است. لوئیس لافام نویسنده‌ی آمریکایی در این باره می‌گوید: شر هرگز جزئی از جامعه یا شخصیت آمریکایی نبوده است بلکه همانند کالایی بی‌مجاز، پا به حیات آمریکا گذاشته است و از آنجا که آمریکا کشوری پاک و منزّه و کاملاً بی‌گناه است همواره مورد خیانت قرار می‌گیرد (نظیر آنچه در پرل هاربر یا خلیج هاوانا شاهد آن بودیم). به همین جهت و از آنجا که همواره دیگران به ما خیانت می‌کنند پس ما هم حق داریم از ابزارهای وحشیانه ویرانگر ضد دیگران استفاده کنیم. (لافام، ۲۰۰۱).

۱۰. در این تولیدات با بهره‌گیری از نظریه‌های فرهنگ مصرف، از راهبرد بازی دادن‌های ایدئولوژیک و اغوای مخاطب استفاده می‌شود، همچنان که در آن‌ها پدیده‌ای به نام اوقات فراغت و نحوه‌ی گذراندن آن و نوع نیازهای انسان معاصر و ترویج لذت طلبی مورد توجه و عنایت قرار می‌گیرد (فدرستون، ۱۹۹۱، ص ۴۸ - ۳۹). به این ترتیب شاهد آمریکایی کردن آداب و رسوم (موردان، ۲۰۰۲، ص ۲۵۱) و رفتارها و در نتیجه نابودی هویت‌های ملی و استحاله‌ی آن‌ها از محتوای دینی و اقتصادی و اجتماعی خود هستیم (Petras, 2000).

۱۱. نقطه‌ی مشترک هالیوود و روزنامه‌های غربی و شبکه‌ها و رادیوهای فارسی‌زبان، تلاش برای تبلیغ نوع تفکر و زندگی غربی و آمریکایی است و در این راستا پدیده‌هایی مانند: مصرف‌گرایی، توجه به ظاهر، خودآرایی، ورزش، موسیقی، آزادی در روابط و توجه به لوازم‌آرایی به شدت میان مخاطبان ترویج می‌شود. این در واقع همان پدیده‌ای

است که هانتینگتون از آن به عنوان "استعمار کولا" یاد می‌کند (هانتینگتون، ص ۱۵۷). او بر این باور است که تمدن غربی بر جهان چنبره زده و آن را با غذا و موسیقی و سینما و کالاهای مصرفی آمریکایی به محاصره درآورده است. در این رویکرد تمدن آمریکا با شلواریهای روشن و غذاهای چرب و مشروبات فوران کننده مترادف انگاشته می‌شود. بر مبنای همین سیاست، زبان انگلیسی نیز به عنوان زبان عصر و کلید گشایش دروازه‌های علم و زندگی مورد تبلیغ قرار می‌گیرد. با نگاهی گذرا به جریان کنونی جنگ نرم و ابعاد مختلف رسانه‌ای آن درمی‌یابیم که بعد از امضای توافق هسته‌ای، موضوعات داخلی ایران مانند احکام اعدام، آزادی فردی، آزادی مطبوعات، فقر، حقوق بشر و حقوق حیوانات کمتر از قبل در مرکز توجهات قرار گرفته و روزنامه‌های آمریکایی و بریتانیایی برخلاف قبل دیگر هر هفته گزارشی درباره‌ی مسائل اجتماعی ایران منتشر نمی‌کنند. هرچند این‌گونه گزارش‌ها تا حدودی کنار گذاشته شده است ولی این روزنامه‌ها در صفحات سیاسی خود به‌ویژه هنگام تحلیل وضعیت سوریه همچنان بر طبل جنگ نرم ضد ایران می‌کوبند.

در نقطه‌ی مقابل، نکته‌ی جالب توجه آن است که جریان ساخت فیلم ضد ایرانی حتی بعد از توافق هسته‌ای نیز تضعیف نشده است. در این چارچوب آماری از تعداد فیلم‌های آمریکایی ساخته‌شده با موضوع ایران، به تفکیک دوره‌های رؤسای جمهور مختلف به همراه نوع نگاه غرب به آنان را ارائه می‌دهیم:

جدول ۳. فیلم‌های آمریکایی ساخته‌شده با موضوع ایران

دوره‌ی زمانی	رئیس جمهور	عنوان دوره	مهم‌ترین حوادث	تعداد فیلم‌ها ۲۵ سال	تعداد سال‌ها
۱۹۸۱- ۱۹۸۹	آیت‌الله خامنه‌ای	دشمن درجه‌ی ۲	جنگ عراق ضد ایران	۱	۹ سال
۱۹۹۰- ۱۹۹۷	هاشمی رفسنجانی	دشمن جدید	فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی	۳	۸ سال
۱۹۹۸- ۲۰۰۵	محمد خاتمی	مد و جزر سیاسی	حوادث ۱۱ سپتامبر - حمله به افغانستان و عراق	۳	۸ سال

دوره‌ی زمانی	رئیس‌جمهور	عنوان دوره	مهم‌ترین حوادث	تعداد فیلم‌ها ۲۵	تعداد سال‌ها
۲۰۰۶-۲۰۱۳	محمود احمدی‌نژاد	برخورد پیوسته	جنگ ۲۰۰۶ لبنان و جنگ ۲۰۰۹ غزه و آغاز مذاکرات هسته‌ای	۱۳	۸ سال
۲۰۱۴-۲۰۱۶	حسن روحانی	گشایش ظاهری در روابط	به نتیجه رسیدن مذاکرات هسته‌ای	۵	۳ سال

### رابطه سیاست و هالیوود در تولید فیلم‌های ضد ایرانی

بامطالعه‌ی این جدول درمی‌یابیم که افزایش تولید این‌گونه آثار در دوره‌ای رخ داده است که توجهات جهانی بیش‌ازپیش به جنگ نرم و تأثیرات آن در روابط بین‌المللی، معطوف گشته است. همچنان که مرحله‌ی برخورد پیوسته، در دوره‌ی ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد کلید خورده و در طی ۸ سال، ۱۳ فیلم ضد ایرانی در هالیوود تولید و منتشر شده است.

نکته‌ی قابل توجه آن است که تصویر ایران در فیلم‌های آمریکایی، چه در دوران قدرت گرفتن اصلاح‌طلبان و چه در مراحل قدرت‌یابی محافظه‌کاران، هیچ تغییری نداشته و همان تصویر منفی سابق از دولت و ملت ایران به مخاطبین انتقال داده شده است. در این چارچوب اگر به دوران ریاست جمهوری حسن روحانی نگاه کنیم می‌بینیم که آمریکایی‌ها در این ۳ سال ۵ فیلم ضد ایرانی تولید کرده‌اند و به‌این‌ترتیب و با یک حساب و کتاب ساده‌ی ریاضی درمی‌یابیم که در صورت ادامه‌ی این روند در طی ۸ سال شاهد تولید ۲۱ فیلم ضد ایرانی خواهیم بود.

این حقیقت بیانگر آن است که آمریکایی‌ها نه تنها هیچ قصدی برای کنار گذاشتن قدرت نرم در مواجهه با ایران ندارند بلکه اکنون بیش از گذشته بر بهره‌گیری از ظرفیت جنگ نرم برای انتقال افکار خود به توده‌ی مردم کشورهای مختلف تأکید دارند. در واقع آمریکایی‌ها امیدوارند هر فیلم تولیدی و محتوای آن تبدیل به میخی جدید بر تابوت جمهوری اسلامی شود و درنهایت با یک انقلاب فرهنگی و مسالمت‌آمیز مردمی، مقدمات تغییر نظام اسلامی را فراهم آورند.

## نگاهی جامع به جنگ نرم علیه ایران

یک دهه قبل و پیش از امضای توافق هسته‌ای، زیگنیف برژینسکی اندیشمند سیاسی آمریکایی اعلام کرد که مشکل آمریکا عدم فهم درست ایران و حضور نداشتن در داخل آن است که این امر منجر به فهم ضعیف آمریکا از تحولات داخلی ایران و نقش منطقه‌ای و سیاست خارجی آن شده است. (Brzezinski, 2004).

اینک این پرسش مطرح است که آیا توافق هسته‌ای (برجام)، باعث خواهد شد آمریکا تحولات داخلی ایران را درک کند و ایران را از درون ایران ببیند و در نتیجه بتواند مسیر خود را برای عملی کردن یک جنگ نرم در سال‌های آینده، هموار سازد؟ در این میان آیت‌الله خامنه‌ای رهبر ایران در غالب سخنرانی‌های خود به موضوع جنگ نرم پرداخته و بر این نکته تأکید می‌کند که غربی‌ها و در رأس آن‌ها آمریکایی‌ها برای سرنگونی جمهوری اسلامی و سلطه‌ی مجدد بر ایران، جنگ نرم و غیرنظامی را در دستور کار قرار داده‌اند.

دنيس رأس مشاور ویژه‌ی باراک اوباما نیز بر این باور است که رهبر عالی ایران بیشتر نگران تهاجم فرهنگی است تا یک هجوم نظامی خارجی (Ross, 2016).

باید گفت آیت‌الله خامنه‌ای به‌خوبی متوجه خطر جنگ نرم فرهنگی شده است و از همین رو در تمامی سخنرانی‌های خود بر لزوم هوشیاری در این زمینه تأکید کرده است. او بعد از امضای توافق هسته‌ای خواستار توجه بیشتر به مبحث جنگ نرم شد. از نظر آیت‌الله خامنه‌ای، آمریکایی‌ها از تمامی درهای گشوده شده به نفع سیاست جنگ نرم خود سوءاستفاده خواهند کرد. به‌این‌ترتیب روشن می‌شود که جنگ نرم کنونی حداقل تا آینده‌ی نزدیک با قدرت، تداوم خواهد داشت، به‌ویژه آنکه توافق هسته‌ای نوع نگاه ایران و آمریکا به یکدیگر را تغییر نداده و چالش‌هایی که پیش‌ازاین موجب تعارض سیاست‌های بین‌المللی آن دو شده بود همچنان با قدرت پابرجاست. به‌رغم امضای توافق هسته‌ای و برخی ابراز خوش‌بینی‌ها، همچنان شاهد سیطره‌ی جو بی‌اعتمادی بر روابط ایران و آمریکا هستیم. در همین راستا منتقدان آمریکایی توافق‌نامه‌ی هسته‌ای معتقدند که برجام منجر به

ایجاد هیچ تغییری در روابط ایران و آمریکا نشده و نگرانی‌های ناشی از سیاست‌های ایران همچنان با قوت پابرجا باقی مانده است (Kelemen, 2016). به همین جهت، ایالات متحده ابزارهای قدیمی جنگ نرم را برای ارتباط‌گیری با مردم ایران حفظ خواهد کرد و در این میان و در سایه‌ی گشایش‌های ظاهری صورت گرفته در روابط، تلاش دارد تا از برخی ابزارها و راهکارهای جدید مانند موارد زیر نیز بهره‌برد:

۱. تلاش برای بازگشایی سفارت آمریکا در ایران که از نظر آمریکایی‌ها منجر به فعال شدن دیپلماسی نرم و انعطاف‌پذیر واشنگتن برای جلب اقبال مختلف ملت ایران خواهد شد.

۲. ارائه‌ی بورسیه‌های تحصیلی به جوانان ایرانی و تلاش برای هم‌راستا سازی آنان با ارزش‌های فرهنگی غربی و تعریف آمریکایی دموکراسی.

۳. تلاش برای تشکیل جمعیت‌های مدنی در دو سطح عمودی و افقی: این جمعیت‌ها از سویی با فعالیت نرم خود در پی ایجاد دموکراسی ادعایی در ایران و زیر سؤال بردن حکومت دینی و بی‌اعتماد سازی مردم به گفتمان جمهوری اسلامی هستند و از دیگر سو در سطح مردمی اقدام به بسیج و تحریک روانی در حوزه‌ی مسائلی مانند وضعیت زنان، حقوق بشر، آزادی، سانسور و... می‌کنند.

۴. افزایش هدف‌گیری ایران در فیلم‌های هالیوودی به‌عنوان سریع‌ترین ابزار برای برقراری ارتباط با شهروندان ایرانی.

۵. حضور در رسانه‌های فارسی‌زبان غربی و داخلی باهدف ابراز حُسن نیت آمریکا (و در واقع فریب جامعه‌ی داخل ایران).

۶. بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی و دیجیتال در جهت انتقال آسان و مستقیم افکار آمریکایی به مردم ایران.

۷. تلاش برای صادرات تولیدات آمریکایی به‌عنوان مُبلِّغ شیوه‌ی زندگی مصرف‌گرای آمریکایی و افتتاح رستوران‌ها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای آمریکا که از زمان پیروزی انقلاب اسلامی تعطیل شده‌اند. این سیاست تا قبل از توافق هسته‌ای در چارچوب

رسانه‌ها پیگیری می‌شد ولی اینک آمریکا درصدد پیاده‌سازی عملی آن می‌باشد. در اهمیت این سیاست کافی است به سخنان و درویلسون رئیس‌جمهور وقت آمریکا مراجعه کنیم. او در سال ۱۹۱۶ (یعنی سال‌ها پیش از پیدایش نظریه‌ی قدرت نرم) خطاب به بازرگانان آمریکایی گفت: راهی کشورهای مختلف جهان شوید و کالاهای آمریکایی را بفروشید تا آن‌ها هم تغییر کنند و با اصول و ارزش‌های آمریکایی خود را هماهنگ سازند. (حیدر، ۲۰۰۴، ص ۱۶).

### راهکارهای عملی برای مواجهه با جنگ نرم

کامیابی در عرصه‌ی جنگ نرم نیازمند اتخاذ هم‌زمان راهبردهایی در سطح کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت و ترسیم چهره‌ای مقبول از کشور در برابر کشورهای غربی - عربی و نیز افکار عمومی داخلی است. در ادامه‌ی مجموعه‌ای از پیشنهادها مفید و کارآمد در ارتباط با جنگ نرم آمریکا ضد ایران ارائه می‌شود:

۱. باید این حقیقت را در نظر داشت که موفق‌ترین شیوه‌ی جنگ نرم، ایجاد قدرتی نرم مخصوص و متناسب با کشور مهاجم است. برای نمونه به‌رغم اعتقاد رایج درباره‌ی دفاعی بودن قدرت نرم همه‌ی کشورهای جهان، آمریکا در مبحث قدرت نرم از راهبردی تهاجمی بهره می‌برد. (Glaser & Murphy, 2009). بر این اساس ایران باید قدرتی نرم را شکل دهد که هم‌زمان دارای دو بُعد دفاعی و هجومی باشد. این قدرت نرم ایرانی وظیفه خواهد داشت علاوه بر سطح کشورهای خارجی، در سطح کشورهای داخلی نیز به اقتناع افکار عمومی بپردازد. نمونه‌ی چنین راهبردی در مواجهه با افکار عمومی داخلی را می‌توان در استراتژی چین برای تحکیم هویت کنفوسیوسی ملت چین یافت. همچنان که مسکو نیز برای ایجاد تصویری قوی و خوشایند از مفهوم "روسیه" در ذهن ملت این کشور، چنین راهبردی را در پیش گرفته است که از نمونه‌های آن می‌توان به نحوه‌ی تبلیغات روسیه در المپیک سوچی اشاره کرد. تحقیقات صورت گرفته این نکته را روشن کرده است که مقامات روسیه با برگزاری این المپیک بیشتر به دنبال تبلیغ در داخل روسیه بوده‌اند و ترسیم

چهره‌ای خوشایند از روسیه در نزد افکار عمومی جهانی در اولویت دوم قرار داشته است. (Grix & kramareva, 2015).

۲. از آنجا که هیچ تمدنی با جز با فروپاشی و فرسایش درونی رو به نابودی نمی‌رود از همین رو ضروری است که اندیشه اسلامی در کنار هویت ایرانی تقویت شود، چنان که در طول تاریخ نیز یکی از ویژگی‌های برجسته‌ی این کشور، انسجام فرهنگی و احساس ایرانی بودن بوده که از سویی منجر به تحولات فرهنگی و سیاسی ایران شده است و از دیگر سو به شکلی ریشه‌دار یک دوگانه‌ی اسلامی - ایرانی را در اعماق هویت جمعی مردم آن پایه‌گذاری کرده است. (هاتر، ۲۰۲۲، ص ۱۵۴).

۳. تلاش برای برقراری ارتباط سازنده با ایرانیان ساکن آمریکا تا این اقلیت همانند یک لابی ایرانی در سطوح مختلف اقتصادی و سیاسی و فرهنگی به فعالیت پردازد؛ چراکه مواضع این گروه از ایرانیان، نقش به‌سزایی در نوع شکل‌گیری تصور آمریکایی‌ها و غربی‌ها از ایران ایفا می‌کند.

۴. تقویت رسانه‌های داخلی به شکلی که هم اعتماد شهروندان به کشور و میهن افزایش یابد و هم آموزش‌های مستمری در زمینه‌ی جنگ نرم به مخاطبان ارائه شود. ۵. ایجاد رسانه‌هایی ایرانی به زبان انگلیسی و فعالیت در این زمینه به شکلی که حقیقت دروغ‌پردازی‌های رسانه‌های بیگانه ضد ایران بر ملا شود. در این راستا و به شکل هم‌زمان باید کاستی‌های آمریکا در پرونده‌ی حقوق بشر و اعمال سانسور در داخل و خارج آن به مخاطبان جهانی گوشزد شود تا به این ترتیب ضد خروج از لاک دفاعی، به شکل مستقیم خود این کشور موردتهاجم رسانه‌ای قرار بگیرد.

۶. افزایش فعالیت در زمینه‌ی شبکه‌های تلویزیونی عرب‌زبان جهت تعمیق ارتباط با مخاطبان کشورهای عربی و انتقال تصویری خوشایند از ایران به آن‌ها.

۷. تشکیل واحدهای رسانه‌ای با مأموریت رصد تصویر ایران در غرب و تلاش برای پاسخگویی به هر نوع دروغ‌پردازی و شبهه افکنی در خود رسانه‌های غربی.



۸. اختصاص بودجه‌های عظیم برای ساخت آثاری سینمایی در سطح جهانی و تلاش برای استفاده از ظرفیت جهان امروز برای صدور این تولیدات به غرب. به این ترتیب ایران خواهد توانست با قدرتمندترین سلاح آمریکا یعنی سینما (هالیوود) به عرصه‌ی مواجهه با آن وارد شود.

۹. در همه‌ی آثار درام و مستند، از ۳ عنصر باید بهره گرفته شود: عنصر حرکت و هیجان در جهت جذب مخاطب، عنصر بازگویی تاریخی جهت ادغام درام با حقایق انکارناپذیر تاریخی و عنصر حقوق بشر جهت ترسیم تصویری روشن از وضعیت شهروندان و به‌ویژه زنان و حقوق اعطایی به آنان بعد از پیروزی انقلاب اسلامی.

۱۰. تلاش برای تبلیغ تمدن ایرانی از طریق ساخت آثاری درام که به شیوه‌ی بیانی غیرمستقیم، واقعیت و نوع زندگی طبیعی ایرانی را به مخاطب خارجی منتقل سازد و او را با ابعاد مختلف و زیبایی این تمدن و جغرافیا آشنا نماید.

۱۱. تمرکز بر نشان دادن زیبایی‌های طبیعی و جاذبه‌های گردشگری ایران تا ترس خارجی‌ها از این کشور فروریزد. در این میان تجربه‌ی موفق یک دهه‌ی اخیر سریال‌های ترکیه‌ای در جذب مخاطبین عرب که از آن به‌عنوان پدیده‌ی استعمار سریال‌های ترکی یاد می‌شود، می‌تواند الگوی خوبی برای فیلم‌سازان ایرانی باشد.

۱۲. با توجه به وضعیت کنونی جهان وجود اینترنت و امکان دسترسی به افکار مختلف، ضروری است که کمیته‌هایی تخصصی در وزارت خارجه‌ی ایران تشکیل و اقدام به پایه‌ریزی مجموعه‌ای از سایت‌ها نمایند. این سایت‌ها به‌عنوان بازوی مردمی و دیجیتال وزارت خارجه فعالیت کرده و افکار عمومی جهانی را مخاطب قرار خواهند داد. همچنین باید شبکه‌های مجازی دانشگاهی برای جوانان ایجاد شود تا پاسخ مناسب و به‌هنگامی به سیاه‌نمایی‌های رسانه‌ای داده شود. ضمن آنکه نباید از فعال‌سازی ظرفیت گفتگوهای داخلی با محوریت هویت ایرانی نیز غفلت ورزید.

۱۳. افزایش نظارت بر تولیدات رسانه‌ای و مجازی داخلی وارداتی و نیز تحت نظر داشتن احزاب نوپا و جمعیت‌های مدنی که حامیانی در آن‌سوی مرزها دارند. البته این

نظارت نه از باب سرکوب و ممنوعیت، بلکه از این نظر صورت گیرد تا نقشه‌های آمریکا و غرب ضد ملت ایران برملا و خنثی شود.

### نتیجه‌گیری

از آنچه گذشت دریافتیم که جنگ نرم ضد ایران نه تنها همچنان استمرار دارد بلکه نسبت به قبل از ابعاد و شدت بیشتری نیز برخوردار شده است، به‌ویژه آنکه ابزارهای جدید و بعضاً غیرمستقیمی در اختیار دست‌اندرکاران آمریکایی آن قرار گرفته است که با استفاده از آن می‌توانند به شکلی ناخودآگاه، مواضع و رفتار مخاطبین خود را دگرگون سازند. در این میان می‌توان دیپلماسی عمومی و سینما را از مهم‌ترین و کارآمدترین ابزارهای کنونی جنگ نرم قلمداد کرد. از همین رو ضروری است ابعاد مختلف پیام‌های نرم و غیرمستقیم آمریکا به ملت ایران به‌دقت موردبررسی قرار گیرد، پیام‌هایی که محور اصلی آن بر ۳ ضلع حقوق بشر به‌ویژه حقوق زنان، حمایت از تروریسم و مشروعیت نظام متمرکز است.

از سوی دیگر از آنجا که هر قدرت نرمی باید از پشتوانه‌ی یک قدرت سخت بهره‌مند باشد، ایران فرصتی طلایی برای تشکیل یک نیروی هوشمند سخت - نرم در اختیار قرار دارد. به‌ویژه آنکه قدرت سخت آن، کارآیی خود را اثبات کرده و خود آمریکایی‌ها عهده‌دار تبلیغ جهانی قدرت سخت ایران شده‌اند. این امر نشان‌دهنده‌ی موفقیت ایران در تشکیل یک مثلث: صنعتی - نظامی - اطلاعاتی است و اینک تنها باید در وهله اول، اقدام به تأسیس قدرتی نرم با اولویت رسانه‌ها کند تا بتواند تصویر صحیحی از خود را به افکار عمومی جهانی مخابره نماید.

## منابع

- انديک، مارتین. (۱۹۹۳). *سیاسه إدارة کلیتوتون حیال الشرق الأوسط*. مجله‌ی الدراسات الفلستینیه، شماره ۱۵، ص ۱۹۹ – ۱۹۶.
- آیت الله خامنه‌ای، علی. (۲۰۱۶). *ده اقدام درزمینه‌ی اقتصاد مقاومتی در برابر دوگانه‌ی کاذب تسلیم یا خطر*. سخنرانی در مرقد امام رضا علیه السلام، به نقل از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری: Leader.ir
- باسویچ، آندره. (۲۰۰۲). *الإمبراطوریه الأميركيه: حقائق و عواقب الدبلوماسية الأميركيه*. الدار العربیه للعلوم.
- البرزی، دلال. (۱۹۹۹). *صوره الآخر: العربی ناظرا ومنظورا إلیه*. مرکز دراسات الوحده العربیه، ط ۱.
- تیری، جانیس. (۲۰۰۵). *السیاسه الخارجیه الأميركيه: دور جماعات الضغط والمجموعات ذات الاهتمامات الخاصه*. حسان البستانی (ترجمه)، الدار العربیه للعلوم – ناشرون، (۲۰۰۶).
- ثابت، عمرو. (۲۰۰۱). *الاحتواء المزدوج وما وراءه: تأملات فی الفكر الاستراتيجی الأميركي*. شماره ۴۱، مرکز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجیه، صص ۴۹ – ۱۹.
- چامسکی، نوام. (۲۰۰۳). *الهیمنه أم البقاء: السعی الأميركي إلی السیطره علی العالم*. سامی الکعکی، (ترجمه)، دار الكتاب العربی.
- چامسکی، نوام. (۲۰۰۷). *السلطان الخطیر: السیاسه الخارجیه الأميركيه فی الشرق الأوسط*. ربیع وهبه (ترجمه جلیبر الأسقر)، دار الساقی،
- چوبین، شهرام. (۲۰۰۷). *طموحات ایران النوویه*. بسام شیحا (ترجمه)، الدار العربیه للعلوم – ناشرون.
- حیدر، محمود. (۲۰۰۴). *الدوله المستباحه: من نهاییه التاریخ إلی بدایه الجغرافیا*. ریاض الریس للکتب والنشر، ط ۱.
- رولو، اریک. (۲۰۰۳). *فی التصلیل الإعلامی*. لوموند دیپلوماتیک النشره العربیه.
- شرفی، احمد حسین. (۲۰۱۲). *الحرب الناعمه*. قم: مؤسسه الإمام الخمنی للتعلیم والتحقیقات.
- شیلر، هربرت. (۱۹۷۴). *عبدالسلام رضوان*. (ترجمه). عالم المعرفه، (۱۹۹۹).
- عبدالمجید، احمد. (۲۰۰۸). *استماله العاطفه: فیالقی الدعایه الأميركيه آلتی مهدت لغزون العراق*. المؤسسه العربیه للدراسات والنشر.

فیدرستون، مایک. (۱۹۹۱). *الثقافه الاستهلاكيه والاتجاهات الحديثه*. محمد عبدالله المطوع (ترجمه)، دار الفارابی.

فیلهو، هارلی. (۱۹۹۹). *مفهوم وموارث العدو فی ضوء عمليه التوحيد والسياسات الأوروبية*. به نقل از کتاب: *صوره الآخر: العربي ناظرا ومنظورا إليه*، مرکز دراسات الوحده العربيه، ط ۱.

لافام، لوئیس. (۲۰۰۱). *روما الأميركية: عن نظريه الإمبراطوريه الفاضله*. مجله هارپر، منتشر شده در مجله الثقافه العالميه، شادی عمران بطاح (ترجمه)، شماره ۱۱۷، سال ۲۲، آوریل (۲۰۰۳).  
موردان، میشل بوگون. (۱۹۹۷). *أمیرکا التولیتاریه: الولايات المتحده والعالم: إلى أين؟* خليل احمد خليل (ترجمه)، دار الساقی، ۲۰۰۲.

نای، جوزف. (۲۰۰۴). *القوه الناعمه: وسيله النجاح فی السياسه الدوليه*. محمد توفیق البجيرمی (ترجمه)، العبيکان، (۲۰۰۷).

هانتر، شیرین. (۲۰۰۲). *مستقبل الإسلام والغرب: صدام حضاری أم تعايش سلمی*. (ترجمه: زینب شوربا)، مرکز الدراسات الاستراتيجيه والبحوث والتوثيق.

هانتيگتون، ساموئل. (۲۰۰۰). *الغرب وبقیه العالم: بين صدام الحضارات وحوارها*. مرکز الدراسات الاستراتيجيه والبحوث والتدقيق، ط ۱. ولد أباه، السيد، (۲۰۰۴)، عالم ما بعد ۱۱ سبتمبر ۲۰۰۱: الإشکالات الفكریه والاستراتيجيه، الدار العربيه للعلوم.

*America's 25 Biggest Public Companies In 2017*. (2017). Forbes.com, Retrieved from: <https://www.forbes.com/pictures/gkxh45ehdI/23-goldman-sachs/#fd5a0a05d794>

Amstrong, David. (2002). *Dick Cheney's Song Of America: Drafting a Plan for Global Dominance*. Harper's Magazine, 305, Retrieved from: <http://harpers.org/archive/2002/10/dick-cheney-s-song-of-america/>

*An Introductory Primer on Ngos in Iran*. (2014). Retrieved from: <http://www.nabz-iran.com>

Azodi, Sing. (2016). *3Possible Paths for Iran – Us Relations*. Retrived from: <http://thediplomat.com/2016/08/3-Possible-Paths-for-Iran-us-relations/>

Bilbao, Richard. (2016). *The Walt Disney Co. Reports record revenue, Theme Parks up Slightly*, Relrived from: <http://www.bizjournals.com/orlando/News/2016/11/10/the-walt-disney-co-reports-record-revenue-theme.html>.

- Brzezinski, Zbigniew. (2004). *Iran: Time for a New Approach*. Task Force Report, Retrieved from: <http://www.cfr.org/iran/iran-time-new-approach/p7194>
- Burns, Alex, & Eltham, Ben. (2009). *Twitter Free Iran: an Evaluation of Twitter's Role in Public Diplomacy and Information Operation in Iran's 2009 Election Crisis*. Retrieved from :[http://www.researchgate.net/publication/40403814\\_Twitter\\_Free\\_Iran\\_an\\_Evaluation\\_of\\_Twitter's\\_Role\\_in\\_Public\\_Diplomacy\\_and\\_Information\\_Operation\\_in\\_Iran's\\_2009\\_Election\\_crisis](http://www.researchgate.net/publication/40403814_Twitter_Free_Iran_an_Evaluation_of_Twitter's_Role_in_Public_Diplomacy_and_Information_Operation_in_Iran's_2009_Election_crisis)
- Chomsky, N. (2016). *Who Rules The World*. New York Metropolitan Books.
- Clawson, Partick. (2012). *Calculating Victory How Iran Views Confronting the United State*. Washington Institute.
- Comb, I. (2014). *Movies & Politics: The Dynamic Relation*. London, New York: Routledge: Tylor & Francis Group.
- Ditto, Steven. (2014). Infographic: Iranian Student in the United States. Retrieved from: <http://www.washingtoninstitute.org/Policy-analysis/view/infographic-iranian-student-in-the-united-states>
- Drysen, Elin. (2016). *A Critical Examination of Cultural Imperialism and Its Impact on Global*. Communication Today, Retrieved from: <http://www.linkedin.com/pulse/critical-examination-cultural-imperialism-its-impact-global-drysen%20%20>
- Faughnder, R. (2015), *\$40 billion in global box office? Thank China and 'Star Wars'*, Retrieved from: <http://Latimes.com/entertainment/envelope/cotown/la-et-ct-global-bcx-office-20151231-story.html>
- Glaser, Bonnie, & Murphy, Milessa. (2009). *Soft Power with Chinese Characteristics: The Ongoing Debate*. Retrieved from: [https://scholar.google.com/scholar?q=glaser+%26+murphy+2009+soft+power+With+Chinese+characteristics&hl=en&as\\_sd=0&as\\_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEWjk3pfw-ldrahucoxqkhv1gdfkqgmigtaa](https://scholar.google.com/scholar?q=glaser+%26+murphy+2009+soft+power+With+Chinese+characteristics&hl=en&as_sd=0&as_vis=1&oi=scholart&sa=X&ved=0ahUKEWjk3pfw-ldrahucoxqkhv1gdfkqgmigtaa)
- Global Box Office Remains Strong in 2016, Reaching \$38.6 Billion*. (2017). Retrieved from: <https://cellululoidjunkie.com/wire/global-box-office-remains-strong-in-2016-reaching-38-6-billion/>
- Goldsmith, B. Ward, S. & O'Regant. (2010). *Local Hollywood: Global Film production & Gold Coast, Queensland Australia*: University of Queensland Press.
- Grix, jonathan, & Nina Kramareva. (2015). *The Sochi Winter Olympics and Russia's unique soft power stratcgy*. Retrieved from :[https://www.researchgate.net/Publication/283840572\\_The\\_Scchi\\_Wi nter\\_Olympics\\_and\\_Russi's\\_unique\\_soft\\_power\\_strategy](https://www.researchgate.net/Publication/283840572_The_Scchi_Wi nter_Olympics_and_Russi's_unique_soft_power_strategy)
- Guide To Iranian Media and Broadcasts To Iran*. (2007). BBC Monitoring, Retrieved from:

- <http://www.arabmediasociety.com.UserFiles/Documents%20Iran%20Media%20Guide.pdf>.
- Gusterson, Hugh. (2008). *The U.S. military's quest to weaponized culture*. Retrieves from: <http://thebulletin.org/us-militarys-quest-wcaponaze-culture>.
- Jafar, Ali. (2016). *21 st Century Fox Shareholder Al Waleed Bin Talal's Rotana Pledges \$36M To Arab Films*. Retrieves from: <http://deadline.com/2016/04/news-corp-shreholder-saudi-prince-al-waleed-bin-talal-rotana-big-film-hnvestments-1201735960/>
- Jeffrey, James. (2012). *The Twilight War the Secret History of Americas Thirty Year Conflict With Iran*. Washington Institute, Retrieved from: <http://www.washingtoninstitue.org/ar/policy-analysis/view/the-twilight-war-the-secret-history-of-americas-thirty-year-conflict-with-iran>
- Kalemen, Michele. (2016). *A Year After Iran Nuclear Deal. What Has Changed?*
- Kristol, Irving. (1996). *A Post-Wilsonian Foreign Policy*. Wall Street Journal, August 7.
- Lowie, Arthur. (1997). *United States Policy In the Persian Gulf: Domestic Basis of Containment of Iran*. Occasional Papers, no. 13, p 1 – 8.
- MacDonald, D. (1957). *A Theory of Mass Culture: The Popular Arts in America*. Free Press.
- Mearsheimer, L. & Walt, S. (2012). *The Israel Lobby: The Domestic Sources of American Foreign Policy*. Lahman Maryland: Rowman & Littlefield Publications.
- Mohsen, Mohammad. (1991). *The British Press Constructions of Iran*. University of Leicester, UK.
- Nazemroaya, Mehdi. (2015). *Cultural Imperialism and Perception Management: How Hollywood Hides US War Crimes*, Retrieved from: <http://www.globalresearch.ca/cultural-imperialism-and-perception-management-how-hollywood-hides-us-war-crimes/5473497>
- Open doors fact sheet: Iran. (2015). *Institute of International Education*. Retrieved from: <http://www.iie.org/Research-and-Publications/Open-Doors/Data/Fact-Sheets-by-Country/2015#.WHib1H3RsnI>
- Perry, William. (April 1995). *Gulf Security and U.S. Policy in Middle East Policy*, Vol 3, No. 4.
- Petras, James. (Feb 2000). *Cultural Imperialism in the Late 20<sup>th</sup> Century*. Retrieved from: <https://www.globalpolicy.org/component/content/article/154/25597.html>
- Prikhodko, Pavel. (2016). *American film industry: top companies and popular genres*. Retrieved from:

- data.com/blog/4447-american-film-industry-top-companies-popular-genres/#ixzz4kiWkgoK4
- Rico, Johnny, (2016). *Hollywood Films Funded By*. The Pentagon: Which Films Do Your Tax Dollars Support? Retrieved from: <https://www.thoughtco.com/johnny-rico-3437788>
- Robasa, A, Benard, C, Schwartz, L & Sickle, P. (2007). Retrieved from: [www.rand.org/content/dom/rand/pubs/monographs/2007/RAND\\_MG574.pdf](http://www.rand.org/content/dom/rand/pubs/monographs/2007/RAND_MG574.pdf)
- Ross, Danes. (2016). *U.S Iran Competition Prospects and Limits of cooperation*, Washington Institute. Retrieved from: <http://washingtoninstitute.org/ar/policy-analysisi/view/u.s.iran-competition-prospects-and-limits-of-cooperation>
- Sciolino, Elaine. (1996). *Seeing Green: The Red Menace is Gone. But here's Islam*. New York Times, January 21, Retrieved from: <http://www.nytimes.com/1996/01/21/weekinreview/seeing-green-the-red-menace-is-gone-but-here-s-islam.html>
- Sherman, Wendy. (2013). *U.s Policy Toward Iran*<sup>1</sup>, Retrieved from: <http://www.stste.gov/p/us/rm/2013/202684.htm>
- Wihbey, John. (2013). *The changing role of Hollywood in the global movie market*, Retrieved from: <http://journalistsresource.org/studies/society/culture/changing-role-hollywood-global-movie-market>

---

1. Under Secretary for Political Affairs, Written Statement before the Senate Foreign Relations Committee, Washington, DC, May 15, 2013

