

بررسی چالش‌های سیاست‌گذاری فرهنگی ایران در شبکه پخش نمایش خانگی

حوریه بزرگی*

چکیده

ورود پدیدارهای تکنولوژیک و بحث در باب آثار فرهنگی آن در کشورهایی که نه مبدع این وسایل، بلکه پذیرنده آن‌ها هستند، همواره محل تنازع آراء بوده است. ویدئو و سینمای خانگی نیز از همان ابتدای رواجش در ایران به‌ویژه از سوی سیاست‌گذاران به مثابه ابزار تکنولوژیک فرهنگی قلمداد شد. لذا نقش تصمیم‌گیران سیاسی درباره چگونگی مواجهه با این وسایل، در طی این سال‌ها همواره نقشی کلیدی و جهت‌دهنده در میزان تأثیرات مثبت یا منفی این پدیده مدرن داشته است. اگر تدابیر و مداخلات حاکمیت در مواجهه با یک مسئله فرهنگی را سیاست فرهنگی بنامیم، بی‌شک اذعان خواهیم داشت که مسائل در فرایندی پویا و سیال در قلمرو فرهنگ بازتولید می‌شوند. بنابراین سیاست‌ها نیز در فرایندی مستمر نیازمند تدوین، اجرا و ارزیابی خواهند بود. در این مقاله با مروری اجمالی بر ادبیات علمی درباره فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی، چالش‌های پیش روی فرایند سیاست‌گذاری در حوزه شبکه پخش نمایش خانگی مورد بررسی قرار گرفته است. خلأ تئوریک و عدم ادراک صحیح مسئله، خلأ منابع انسانی متعهد و متخصص، تشخیص دیرنگام مسئله فرهنگی، عدم سازگاری خط‌مشی با ارزش‌های جامعه سینمایی، و توجه صرف به افزایش و توسعه کمی محصولات سینمای خانگی، از جمله چالش‌های پیش‌روست. از جمله پیشنهاد‌های این تحقیق برای برون‌رفت از چالش‌های مذکور، گذر از مرحله اطلاع از مشکل (پذیرش اصل وجود آن) و وصول به مرحله درک صحیح آن است؛ چرا که پس از درک صحیح مشکل، بازبینی و اصلاح سیاست‌ها در هر سه حوزه اجرا، تدوین و ارزیابی در چارچوب الگوی بدیل «امام و امت» امکان‌پذیر می‌شود.

واژگان کلیدی: فرآیند سیاست‌گذاری فرهنگی، تدوین، اجرا، ارزیابی، شبکه پخش نمایش خانگی، سینمای خانگی

* دانشجوی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی دانشگاه باقرالعلوم (علیه السلام) bozorgi.h14@gmail.com

مقدمه

با ظهور عصر ارتباطات و محور روزافزون مرزهای جغرافیایی، مسئله تهاجم فرهنگی به یکی از دغدغه‌های سیاست‌گذاران فرهنگی کشورها تبدیل شده است. در این میان ابزارهای نوین، صرف‌نظر از ماهیت فرهنگی - تکنولوژیک خویش، محملی مناسب برای انتقال فرهنگ کشور مهاجم به کشور هدف است. در کشورهایی که مبدع رسانه‌های جدید نیستند، تأخیر و ورود یک‌باره این ابزارها می‌تواند منشأ ابعاد فرهنگی بسیار پیچیده‌تری باشد. در این میان سینما به سبب بعد هنری خود علاوه بر بعد تکنولوژیک، عرصه را برای ایجاد اختلافات و تناقض‌ها افزایش داده و بدین رو ظرافت، اهمیت و سختی سیاست‌گذاری در این باب را اقتضا می‌کند. توجه به سیاست‌گذاری فرهنگی به مثابه یک فرایند، نه یک پروژه و آسیب‌شناسی آن می‌تواند گامی در جهت هموار کردن این مسیر سخت باشد.

هدف کلی این تحقیق بررسی فرآیند سیاست‌گذاری فرهنگی در شبکه پخش نمایش خانگی جمهوری اسلامی ایران و چالش‌های پیش روی آن است. جهت تحقق این هدف از روش تحلیل محتوای توصیفی متون قابل دسترس استفاده شده است. متن مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی، مجلس شورای اسلامی و هیئت دولت (در هر دوره) به عنوان منابع دست‌اول تحلیل به شمار می‌روند. از سوی دیگر و به‌ویژه در بخش ارزیابی، به متن اخبار و اطلاعات مرتبط با حوزه سینمای خانگی در سایت‌های مرتبط مراجعه شده است.

در مقاله حاضر تلاش شده است ضمن مرور ادبیات علمی دانش سیاست‌گذاری فرهنگ درباره فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی، به آسیب‌شناسی این فرایند در عرصه شبکه پخش نمایش خانگی پرداخته شود. بدین منظور در بخش اول مقاله، ضمن ارائه تعاریف سیاست فرهنگی و تبیین مراحل فرایند آن، سیاست‌گذاری مبتنی بر الگوی سه‌مرحله‌ای تبیین شده است. در گام بعد مروری اجمالی بر سیر تاریخی سینمای خانگی و ویدئو از پیش از انقلاب تا کنون شده است. سینمای خانگی پس از انقلاب،

به مقتضای بحث به پنج دوره زمانی تفکیک شده است. در بخش سوم، فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی در بخش نمایش خانگی با اتکا بر بازخوانی سیاست‌های مصوب، مورد بررسی قرار گرفته است. بخش نهایی این تحقیق، بحثی اجمالی در باب چالش‌های پیش رو در فرآیند سیاست‌گذاری در عرصه فرهنگ و هنر با تأکید بر سینمای خانگی است.

چارچوب مفهومی

۱ - سیاست فرهنگی

سیاست فرهنگی عبارت است از تدابیر و مداخلات حاکمیت در مواجهه با یک مسئله فرهنگی. در حقیقت معنای مدرن سیاست فرهنگی در بافت ملت - حاکمیت^۱ شکل گرفته است. در این تعریف، حاکمیت اعم از قوای مجریه، مقننه و قضائیه است. مسئله فرهنگی نیز طبق تعریف، مشتمل بر هر نوع موضوعی است که به نحوی از انحاء منافع عمومی کل یا بخش گسترده‌ای از اعضای جامعه را تحت تأثیر قرار دهد. (هاشمیان، گرفته‌شده از جزوه درسی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در فرهنگ و ارتباطات، ۱۳۹۱)

۲ - فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی

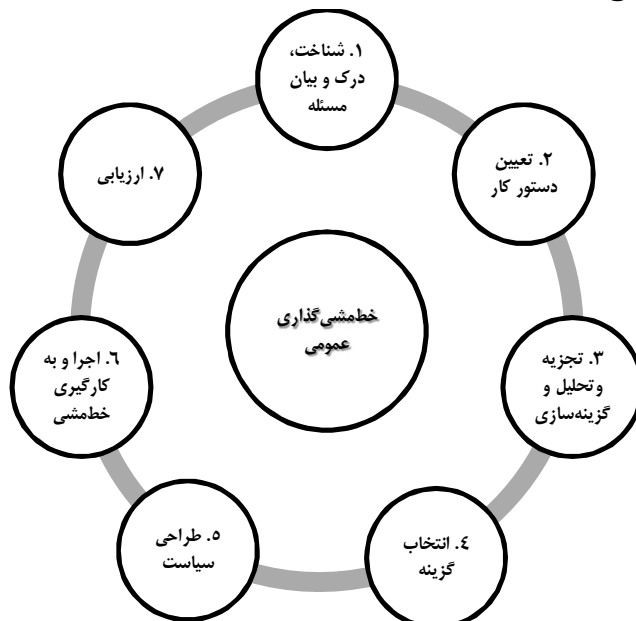
بی‌شک نمی‌توان سیاست‌گذاری فرهنگی را در قالب فعالیتی موقت و پروژه‌ای مد نظر قرار داد؛ زیرا مسائل فرهنگی تمام نمی‌شوند و حاکمیت در به‌طور مستمر با مسائل و چالش‌های فرهنگی جدید روبه‌رو خواهد بود. البته این امر به معنای انکار سیاست‌های کلان و ثابت در حوزه فرهنگ نیست؛ قلمرو فرهنگ نیز مانند سایر حوزه‌های عمومی نیازمند سیاست‌هایی کلان و ثابت است که خطوط قرمز و ضوابط کلی حاکم بر سیاست‌های پایین‌دستی را تعیین کند. ولی به هر حال از آنجا که سیاست فرهنگی در پاسخ به یک مسئله فرهنگی صورت‌بندی می‌شود و مسائل در فرایندی پویا

^۱. Nation-State.

و سیال در قلمرو فرهنگ باز تولید می‌شوند، سیاست‌ها نیز نیازمند تدوین، اجرا و ارزیابی در فرایندی مستمر خواهند بود. (هاشمیان، گرفته‌شده از جزوه درسی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در فرهنگ و ارتباطات، ۱۳۹۱)

۳- گام‌های سیاست‌گذاری فرهنگی

در میان نظریه‌پردازان سیاست‌گذاری عمومی، الگوهای مختلفی برای طبقه‌بندی فرایند سیاست‌گذاری ارائه شده است. ولی در میان الگوهای مختلف فرایند سیاست‌گذاری عمومی، الگوی اصلاح‌شده هاوالت و رامش از اعتبار بیشتری برخوردار است.



شکل ۱: الگوی اصلاح‌شده سیاست‌گذاری عمومی (هاوالت و رامش، ۱۳۸۰: ۲۶)

به منظور ساده‌سازی الگوی فوق، می‌توان پنج گام اول مشتمل بر شناخت مسئله، تعیین دستور کار، تجزیه و تحلیل و گزینه‌سازی، انتخاب گزینه و طراحی سیاست را در قالب فاز تدوین سیاست خلاصه کرد. بر این اساس الگوی ساده‌تری برای تبیین فرایند سیاست‌گذاری در اختیار خواهد بود: الگویی سه‌مرحله‌ای مشتمل بر تدوین سیاست، اجرا و ارزیابی آن.

۴- بررسی فرایند سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر الگوی سه‌مرحله‌ای

۴-۱: مرحله اول: تدوین

در مرحله تدوین، ضمن شناخت و احساس مشکل، ریشه‌ها و علل بروز آن ادراک می‌شود. همچنین ضمن تحلیل مسائل عمومی متنوع و گسترده و ابعاد مختلف هر یک از آن‌ها، دستور کار سیاست‌گذاری تعیین می‌شود. (هاشمیان، ۱۳۸۷: ۱۰۱) در واقع، درک و احساس مسئله، اهمیت بسیاری در فرآیند سیاست‌گذاری دارد، زیرا این موضوع با نقش مسئولان، نحوه انعکاس مشکل به سازمان، مطالعه و بررسی عمیق مسئله، ارتباط آن با راه‌حل‌ها و تخصیص منابع و امکانات، وابستگی نزدیک دارد. (الوانی و شریف‌زاده، ۱۳۸۷: ۶۶)

۴-۲: مرحله دوم: اجرا

اجرای خط‌مشی در اصطلاح و مفهوم کلی به معنای اجرای قانون است که پس از تصویب و قانونی شدن خط‌مشی اتفاق می‌افتد. سازمان‌ها با در هم آمیختن رویه‌ها و فنون متفاوت می‌کوشند اهداف یک برنامه یا خط‌مشی پیشنهادی را به نتیجه مطلوب و مثبت برسانند. (قلی‌پور، ۱۳۸۷: ۱۹۴) به زعم بسیاری از نظریه‌پردازان، دو مرحله تدوین و اجرا منفک از هم نبوده و درهم تنیده‌اند و برای اینکه یک خط‌مشی محقق شود باید شکاف میان ذهن و عین (نظر و عمل) برداشته شود. (هاشمیان، ۱۳۹۱: ۱۴۲-۱۴۳)

۴-۳: مرحله سوم: ارزیابی

ارزیابی خط‌مشی عمومی و مقایسه اهداف پیش‌بینی شده برای یک خط‌مشی با نتایج حاصل از آن، به وسیله مراجع دولتی یا غیر دولتی صورت می‌گیرد. (هاشمیان، ۱۳۹۰: ۱۵۲) برای ارزیابی خط‌مشی می‌توان دو مرحله در نظر گرفت: ۱. در زمان اجرای خط‌مشی: در این مرحله ساختارهای اجرایی و ابزارهای اجرایی خط‌مشی، تحلیل می‌شود. ۲. پس از اجرای خط‌مشی: در این مرحله برون‌داد، اثر و پیامدها مشخص می‌شود. (قلی‌پور، ۱۳۸۹: ۲۳۱)

از دستگاه سینماتوگراف تا تولید «ویلاي من»

به اعتقاد برخی به سبب آنکه سینما از بدو ورودش به ایران ویژه شاه و درباریان بود، باید ورود سینما به ایران را از همان ابتدا به صورت خانگی محسوب کرد. این امر هرچند با معنای رایج و مورد نظر این تحقیق از سینمای خانگی متفاوت است، ولی می‌تواند تا حد زیادی در بررسی چگونگی ظهور و گسترش سینمای خانگی در ایران، راهگشا باشد. لذا در ادامه، به سیر ظهور سینمای خانگی در دوره پیش و پس از انقلاب اسلامی می‌پردازیم.

۱- پیش از انقلاب اسلامی: سینمای خانگی به مثابه یک کالای اشرافی

ورود سینما به ایران در معنایی عام، به صورت خانگی بود، زیرا اولین بار که مظفرالدین‌شاه دستگاه سینموفوتوگراف را با خود از بلاد فرنگ آورد، تولید و نمایش فیلم، به دربار و درباریان اختصاص داشت؛ به این صورت که از اهالی اندرونی یا دلک‌های دربار فیلم می‌گرفتند و همان‌جا نمایش می‌دادند. بعدها که سینما عمومی شد، همچنان سینمای خانگی در انحصار دربار و درباریان بود تا چند دهه بعد که سفارتخانه‌ها و شرکت‌های نفتی برای استفاده اعضا و کارکنان خود و نمایش در باشگاه‌های فرهنگی‌شان نسخه‌های شانزده میلی‌متری فیلم‌ها را به ایران آوردند. در این دوره، معدودی از ثروتمندان دوست‌دار سینما یا کسانی که قصد خودنمایی داشتند، آپارات‌های شانزده میلی‌متری خریدند و در خانه‌هایشان سالن سینما برپا کردند. منبع عمده تأمین فیلم برای آپارات‌های شانزده میلی‌متری، فیلم‌های خارجی و فیلم‌های امانی سازمان تلویزیون وقت بود. هرچند پیش از آن نیز برخی از قدرتمندان تراز اول، سینمای خانگی ۳۵ میلی‌متری داشتند که به مراتب به فضای بزرگ‌تری برای نصب وسایل نیاز داشت.

از اواخر دهه چهل با رواج دوربین‌ها و آپارات‌های هشت میلی‌متری و بعد از آن سوپر هشت، سینمای خانگی گسترش بیشتری یافت. ولی با آپارات هشت میلی‌متری امکان تماشای فیلم بلند سینمایی وجود نداشت. فیلم‌های موجود هشت و سوپر هشت،

اغلب کارتون‌های کوتاه، نسخه‌های کوتاه‌شده فیلم‌های بلند سینمایی یا سکانس‌هایی از فیلم‌های مشهور بود. آپارات هشت‌میلی‌متری تا زمان ظهور و رواج ویدئو تنها وسیله ارزان در عرصه نمایش خانگی بود. با رواج ویدئو، برخی از فیلم‌های هشت‌میلی‌متری را با آپارات روی پرده می‌انداختند و با دوربین ویدئویی از پرده تصویر می‌گرفتند که حاصلش کیفیت مطلوبی نداشت و صدای آپارات هم در نسخه ویدئویی شنیده می‌شد. (گلمکانی، گرفته‌شده از وبلاگ شخصی، ۱۳۹۱)

۲- سینمای خانگی پس از انقلاب اسلامی ایران

۲-۱: سال‌های ۵۷ تا ۶۲: ویدئو در مرز مجاز و ممنوع

با وقوع انقلاب اسلامی، فیلم و آپارات هشت‌میلی‌متری رواج بیشتری پیدا کرد. برای نخستین بار فروشگاه‌هایی به وجود آمدند که کارشان فروش و اجاره فیلم، دوربین، آپارات و خدمات فنی در این زمینه، نظیر «تبدیل» فیلم‌های هشت‌میلی‌متری به ویدئو به شیوه یادشده بود. پدیده هشت‌میلی‌متری اگرچه تا اواسط دهه ۱۳۶۰ همچنان حضور داشت ولی به تدریج حذف شده و فروشگاه‌های مربوط به آن تعطیل شدند. (گلمکانی، گرفته‌شده از وبلاگ شخصی، ۱۳۹۱) ویدئو درست پس از انقلاب اسلامی به سرعت همه‌گیر شد، چرا که در مقایسه با امکانات نمایش خانگی یک معجزه بود. در همان سال‌ها هزار دستگاه و صدها هزار فیلم خام وارد کشور شد و نیاز اجتماعی باعث شد خدمات جانبی ویدئویی به وجود آید. ده‌ها ویدئوکلوب در سراسر کشور به وجود آمد که در مرز مجاز و ممنوع فعالیت می‌کردند؛ زیرا برخی مقام‌ها و نهادها موافق فعالیت آن‌ها بودند و برخی مخالف. سال‌های ۵۸ و ۵۹ سال‌های استفاده بدوی و سطح پایین از این تکنولوژی نوین بود. زیرا ابزار، مواد و مجوزهای لازم برای ارائه خدمات استاندارد وجود نداشت و به کیفیت صدا و تصویر اهمیت چندانی داده نمی‌شد. منبع تأمین فیلم‌ها دفترهای پخش فیلم بودند. در این زمان دایره منکرات وارد عرصه شده و فیلم‌های مجاز که اکثراً خارجی و علی‌الظاهر موافق با فرهنگ جامعه بودند را اعلام کرد. (فخیم‌زاده، ۱۳۷۲: ۷۶)

اگرچه در آن سال‌ها به سبب شرایط ویژه سال‌های اوایل انقلاب، استقبال چندانی از ویدئو نشد، ولی در سال‌های بعد، ضریب نفوذ ویدئو به میزان چشمگیری افزایش یافت. (زاهدی، ۱۳۷۲: ۷۹) در حدود سال ۶۰ ویدئو آزاد بود و کلوب‌ها زیر نظر دادستانی فعالیت می‌کردند. تا آنکه در همین سال طی صحبتی که آقای کلهر معاونت سینمایی وقت با آقای قدوسی داشت، اداره ویدئو کلوب‌ها به وزارت ارشاد منتقل شد. هرچند با خروج آقای کلهر از وزارت ارشاد، تا مدتی ویدئو کلوب‌ها به صورت غیر قانونی عمل می‌کردند ولی در سال ۱۳۶۲ فعالیت ویدئو کلوب‌ها توسط آقای انواری ممنوع شد. (تاجدینی، ۱۳۸۷: ۱۳۳) انواری طی اقدامی ضربتی در قالب برخورد و جمع‌آوری فیلم‌های خارجی و پلمپ دفاتر فعال و بازداشت چند نفر موقتاً موضوع ورود فیلم‌های خارجی را فیصله داد. این امر افزایش کمی فیلم‌های تولیدشده ایرانی را که از حیث کیفیت نیز قابل توجه بودند، در پی داشت. (غفوری آذر، ۱۳۸۸: ۱۹) ویدئو کلوب‌ها اما به صورت زیرزمینی کار خودشان را ادامه دادند. (تاجدینی، ۱۳۸۷: ۱۳۳) مثلاً با وجود ممنوعیت ویدئو، بازارها پر بود از نوار کارتون مجاز و فوتبال مجاز؛ در شرایطی که خود دستگاه غیر مجاز است، لفظ مُجاز چه معنایی می‌توانست داشته باشد؟ (زاهدی، ۱۳۷۲: ۷۹)

۲-۲: سال‌های ۶۲ تا ۷۲: از ممنوعیت ویدئو تا ایجاد مؤسسه رسانه‌های تصویری

چنانچه بیان شد استفاده عمومی از ویدئو، از ابتدای پیروزی انقلاب تا سال ۶۲ که به صورت رسمی ممنوعیت استفاده از ویدئو اعلام شد، بنا به تشخیص مدیران وقت، در مرز مجاز و ممنوع بود. از سوی دیگر طی سال‌های ۵۹ تا ۷۰، هیئت وزیران دولت‌های وقت، طی مصوباتی ابتدا شرط ترخیص ویدئو از گمرک را به موافقت وزارت بازرگانی و سپس برای مصارف آموزشی - تعلیماتی، به نهادهای انقلابی موکول می‌کند. تا آنکه در سال ۷۱ در حالی که هنوز استفاده از ویدئو برای عموم غیر قانونی بود و کم‌کم صدای پای رسیدن ماهواره نیز به گوش می‌رسید، شورای عالی انقلاب فرهنگی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را موظف می‌کند که در آینده، ضمن رفع

ممنوعیت از فعالیت‌های ویدئویی هرچه زودتر اقدام به طراحی نظام اجرایی در تمامی حوزه‌های فعالیت‌های سمعی و بصری کند و آیین‌نامه‌های لازم را تهیه نماید. تأسیس مؤسسه ویدئویی رسانه‌های تصویری در سال ۱۳۷۲ و صدور اجازه تأسیس ویدئوکلوب‌ها، در پی همین مصوبه انجام شد.

در ابتدا استقبال مردم از خرید فیلم‌های ویدئوکلوب‌ها خوب بود ولی به تدریج به سبب محدود بودن تعداد فیلم‌ها و تکراری بودن آن‌ها، به‌ویژه که بسیاری از فیلم‌های عرضه‌شده در کلوب‌ها پیش‌تر چند بار از تلویزیون پخش شده بود، بار دیگر بازار دست‌فروشان آثار غیر مجاز گرم شد.^۱ (سایت نورمگز، ۱۳۹۱)

۲-۳: سال‌های ۷۲ تا ۸۴: افزایش نسبی تولیدات سینمای خانگی

در طی این سال‌ها مسئولان سینمایی با پیشرفت سینمای دیجیتال ترجیح دادند برای عرضه در شبکه نمایش خانگی، آثار سینمایی تولید کنند. به همین منظور شورای پروانه ساخت شبکه خانگی و شورای پروانه نمایش راه‌اندازی شد. اکثر کارهای سینمایی نیز پس از نمایش در تلویزیون به بازار عرضه می‌شد. این روند تا اواخر دهه هفتاد ادامه داشت تا اینکه تلویزیون از خرید رایت‌های تلویزیونی فیلم‌های سینمایی به دلیل عدم تطابق مضمون فیلم‌ها با افق رسانه ملی سر باز زد. سیاست جدید تلویزیون، بازار شبکه نمایش خانگی را برای عرضه فیلم‌های سینمایی داغ‌تر کرد. (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۱) هرچند به نظر می‌رسد تا سال ۷۹ مؤسسه رسانه‌های تصویری تنها مرکز مجاز فعال بود.

۲-۴: سال‌های ۸۴ تا ۸۸: رشد چشمگیر فعالیت مؤسسات ویدئو رسانه به بهای

تولید آثار انبوه بی کیفیت

در طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۸ تعداد مؤسسات فعال ویدئورسانه به ۱۷ مرکز رسید. این امر حاصل اقدامات مهم متولیان فرهنگی دولت نهم بود که در مسیر به ثمر رسیدن اصل ۴۴ قانون اساسی اقدام به باروری شبکه نمایش خانگی کردند و در یک

^۱ عنوان مقاله: «ویدئوکلوب‌ها؛ تجربه‌های نخستین موفق نبود!»، ماهنامه اجتماعی، شماره ۳۸، فروردین، ۱۳۷۳، ص ۴۱-۴۲ (نویسنده: نامشخص).

ضرب‌الأجل مدیریتی به شکل غیر قابل توصیفی زمینه شکوفایی ویدئورسانه را فراهم آوردند. طی این دوره سه‌ساله، تقریباً بازار قاچاق به صورت محو فعالیت می‌کرد و استودیوهای دوبله روزهای پر رونقی داشتند. تقریباً ۲۲ استودیو به صورت روزانه و شبانه مشغول به دوبله فیلم بودند.

با رشد چشمگیر شبکه نمایش خانگی، عرضه آثار داخلی به شکل فزاینده‌ای رونق یافت. درآمد تهیه‌کنندگان سینمای ایران از توزیع یک فیلم در شبکه نمایش تا پیش از این دوران موسوم به «دوران رونق»، حداکثر رقمی معادل ۲۰ تا ۳۰ میلیون تومان بود، ولی در دوران رونق، طی سال‌های ۸۴ تا ۸۶ این رقم ناچیز حدوداً ده برابر افزایش یافت و فروش رایت فیلم‌ها به مؤسسات رسانه‌ای به ۲۰۰ تا ۳۰۰ میلیون تومان رسید. در سال ۸۷ تا اواسط سال ۸۸ رقم مذکور از مرز میلیارد عبور کرد. سینماگران روی درآمد حاصله از شبکه نمایش خانگی حساب ویژه‌ای باز کرده بودند و بخش خصوصی پویا و بازار اشتغال خاصی در این حوزه به وجود آمد. (سایت روزنامه جوان، ۱۳۹۱)

البته در این میان بی‌توجهی شورای پروانه ساخت و نمایش آثار ویدئویی باعث شد فیلم‌های انبوهی با سطح کیفی نازل و دور از انتظار مخاطب با مضامین سطحی کم‌دی تولید و روانه بازار شود و شبکه نمایش خانگی از این نوع آثار که به «شانه تخم‌مرغی»^۱ شهرت یافت، اشباع شد. این آثار در بدو ورود به شبکه نمایش خانگی، مورد توجه مخاطب قرار گرفت ولی دیری نپایید که بیننده از شوخی‌های تکراری و خسته‌کننده و همچنین مضامین تکراری، خسته شد و خرید این فیلم‌ها از سبد کالای فرهنگی خانوار بیرون رفت.

عدم توجه و خرید رایت تلویزیونی فیلم‌های سینمایی باعث شد تقاضای ورود

^۱ فیلم‌های «ول کن دستمو»، «ثروت بزرگ»، «لم شنگه»، «دامادی به نام صفر»، «بابای اجباری»، «کلاه گیس»، «داماد خوش‌قدم»، «به روح پدرم»، «با من شوخی نکن»، «به من نگو دزد» و... نمونه‌هایی از این محصولات در سال ۸۹ و فیلم‌های دیگری با عنوان‌هایی مثل «گواهینامه»، «سه خط موازی»، «خیابان یک‌طرفه»، «تیم کیلو باش، مرد باش!!» و... جزو این سری محصولات در سال ۹۱ بود.

فیلم‌های سینمایی پس از اکران در سینماها، به مراکز توزیع فیلم در شبکه نمایش خانگی افزایش یابد. از سوی دیگر فیلم‌های در حال اکران به دلایل مختلف از جمله شرایط بد سینماها، شرایط بد اکران و اوضاع اقتصادی نامناسب، متقاضی حضور سریع‌تر در شبکه نمایش خانگی شدند تا بدین طریق سرمایه‌تهیه‌کننده بازگردد. همین امر لطمه جبران‌ناپذیری به سینما وارد کرد، زیرا مخاطب احساس کرد فیلمی که به موضوع آن علاقه‌مند است، پس از گذشت سه تا شش ماه در شبکه نمایش خانگی توزیع خواهد شد و او خواهد توانست فیلم مورد علاقه‌اش را در شرایطی مطلوب و برای دفعات مکرر و به همراه اعضای خانواده به تماشا بنشیند. صاحبان آثار هم برای تشویق مشتریان به خرید فیلم در شبکه، از راه‌های مختلفی بهره بردند و گزینه‌های مختلفی نظیر پشت صحنه، تصاویر، گفت‌وگو و... را نیز در فیلم‌ها جای دادند. (خبرگزاری فارس، ۱۳۹۱)

۲-۵: سال‌های ۸۸-۹۱: تغییر اساسی سازوکار معاونت سینمایی و کاهش رونق

شبکه نمایش خانگی

از اواسط سال ۸۸ با روی کار آمدن دولت دهم، معاونت سینمایی وقت به منظور ارتقای صنعت سینما، پیشنهاد داد که «معاونت سینمایی» به «سازمان سینمایی» تغییر سازوکار دهد. عملیاتی شدن این تصمیم موجب اختلاف‌های فراوانی میان اهالی مؤسسات ویدئویی و سازمان سینمایی شد و تأثیر زیادی بر کاهش رونق شبکه نمایش خانگی گذاشت. سایت‌ها و مجلات سینمایی در سال‌های اخیر پر از شکوه‌ها، اختلافات و بیانیه‌های دو گروه مذکور بوده است. به تدریج مؤسسات فعال پیشین، بار دیگر از رونق افتاده و به سه تا چهار مؤسسه کاهش یافتند.

در طی همین سال‌ها بود که سریال‌های خارجی لاست، فرار از زندان، فرندز و... وارد بازار سینمای خانگی ایران شد و مورد استقبال قرار گرفت. متعاقب این امر، فصل اول سریال «قلب یخی» به کارگردانی محمدحسین لطیفی، به عنوان اولین سریال ایرانی شبکه پخش نمایش خانگی، در اوایل مرداد ۸۹ با تیراژ یک میلیون نسخه وارد شبکه

پخش شده و مورد استقبال خوبی قرار گرفت. (سایت تبیان، ۱۳۹۱) تولید فصل سوم این سریال، هرچند با فراز و فرودهای فراوان - از تأخیر در صدور مجوز گرفته تا ورشکستگی اقتصادی و عدم استقبال مخاطبان - همچنان ادامه دارد.^۱ پس از استقبال از فصل اول این سریال بود که سریال‌های دیگری مانند «شام ایرانی»، «ساخت ایران» و «قهوه تلخ» وارد شبکه شد. «ویلاي من» اثر مهران مدیری، تازه‌ترین سریال ویژه شبکه نمایش خانگی است.

این در حالی است که تجربه‌ی نه‌چندان خوش سریال‌های پیشین، گمانه‌زنی‌ها درباره عدم اقبال مجموعه تازه مهران مدیری در زمینه جذب مخاطب را افزایش داده است. در این راستا محمدرضا عباسیان مدیرعامل مؤسسه رسانه‌های تصویری رسماً اعلام کرد: «سه سریال شبکه خانگی ۵۰ میلیارد تومان به سینمای ما ضرر زد. تولید سریال برای شبکه نمایش خانگی یک آسیب، آفت و خیانت بود.» (سایت روزنامه جوان) از دیگر سو مؤسسه گلرنگ رسانه در سال ۹۱ با هدف توسعه بازار، اولین سری از سریال «ویلاي من» را راهی اقلیم کردستان عراق کرد که مقامات فرهنگی این منطقه فدرال، دوبله کردی اثر را مناسب ندانستند و دوبله مجددی متناسب با زبان کردهای عراقی در دستور کار مؤسسه قرار گرفت. به علاوه در حالی که به دلایلی دوبله آثار خارجی در شبکه نمایش خانگی به نسبت گذشته کاهش یافته است، دوبله سریال «ویلاي من» به زبان‌های کردی و ترکی گام ارزنده‌ای برای افزایش شمار مخاطبان محصولات نمایش خانگی در مناطق مرزی کشور به حساب آمده و از منظر امنیت فرهنگی کاری قابل تقدیر به شمار می‌رود. (سایت روزانه‌های سینمایی، ۱۳۹۲)

۳- بررسی فرآیند سیاست‌گذاری در سینمای خانگی

۳-۱: مرحله اول: تدوین

ظهور مسئله سینمای خانگی را باید با ورود ویدئو در همان سال‌های اولیه پیروزی

^۱ قسمت ۱۷ و ۱۸ قلب یخی ۱۵ اسفند ۹۱، پس از هفته‌ها انتظار وارد بازار شد.

انقلاب مقارن دانست. ورود این تکنولوژی جدید به ایران با توجه به شرایط خاص آن سال‌ها از همان ابتدا مورد توجه مسئولان بود. نوع واکنش سیاست‌گذاران با این پدیده در طی این سال‌ها کاملاً متفاوت و گاه متناقض بوده است.

اولین قانون درباره ویدئو در تاریخ ۱۳۵۹/۰۵/۲۷ به تصویب هیئت وزیران وقت رسید که ورود ویدئو را به موافقت وزارت بازرگانی موقوف می‌کرد. حدود ۱۰ ماه پس از تصویب این قانون، هیئت وزیران در ۱۳۶۰/۰۳/۲۰ شرایط ویژه‌ای را برای ترخیص ویدئو تعیین کرد که به استناد آن، «صاحبان دستگاه‌های ویدئو و نوار ویدئو که در گمرکات کشور موجود است می‌توانند در مقابل دریافت پایین‌ترین قیمت سی‌انداف با تأیید گمرک ایران اسناد حمل‌کالای خود را برای مصارف آموزشی و تعلیماتی به نام نهادهای انقلاب، واحدهای آموزشی، واحدهای بهداری و بهزیستی ظهنروسی نمایند».

سال بعد در تاریخ ۷۰/۰۸/۲۷ با تصویب هیئت دولت، سازمان تبلیغات اسلامی نیز از پرداخت ۵۰ درصد سود بازرگانی مربوط به ویدئو و لوازم فنی سمعی و بصری معاف شد.

موضوع ویدئو اما همچنان ادامه داشت. این بار ۸ ماه پس از توسعه نسبی مصرف ویدئو برای سازمان‌های خاص و با اهداف فرهنگی، شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۱۳۷۱/۰۴/۰۹ در مصوبه جلسه ۲۸۵ خود با عنوان «مسئله ویدئو و مشکلات و عوارض فرهنگی آن» چنین می‌نویسد: «مسئله ویدئو و قاچاق آن در کشور و مشکلات و عوارض آن به تفصیل مورد بحث قرار گرفت و پس از بحث طولانی، شورا تصویب کرد که ممنوعیت ویدئو برداشته نشود، تا زمانی که بتوانیم اولاً فیلم‌های خوب و اخلاقی به اندازه کافی تولید کنیم و در اختیار مردم بگذاریم، و در ضمن از تکثیر و پخش فیلم‌های مضر نیز جلوگیری کنیم. ولی در عین حال باید در جهت آزاد کردن ویدئو حرکت کنیم».

ویدئو همچنان مسئله است و شورا شش ماه بعد در تاریخ ۷۱/۱۰/۲۲ طی مصوب جلسه ۲۹۸ تلاش می‌کند سیاست‌گذاری‌ها را به صورتی عملیاتی‌تر شرح دهد: «نظر به

اینکه استفاده صحیح از لوازم و تجهیزات و محصولات مختلف سمعی بصری می‌تواند در خدمت ارتقاء فرهنگ عمومی قرار گیرد، شورای عالی انقلاب فرهنگی به وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی مأموریت داد تا در آینده ضمن رفع ممنوعیت از فعالیت‌های ویدئویی، هرچه زودتر اقدام به طراحی نظام اجرایی در تمامی حوزه‌های فعالیت‌های سمعی و بصری بکند و آیین‌نامه‌های لازم را تهیه نماید و پس از تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به اجرا درآورد.» (سایت مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۱)

۲-۳: مرحله دوم: اجرا

چنانچه بیان شد پس از مواجهه مسئولان با مسئله ویدئو و سینمای خانگی از همان سال‌های اول پیروزی انقلاب، قوانینی جهت ساماندهی این عرصه به تصویب رسید. ولی در سال‌های اولیه به سبب فقدان سیاست مصوب و مشخص، کمیته و دادستانی مسئول رسیدگی به این موضوع بودند. تا آنکه در اوایل دهه ۶۰ این مأموریت به وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی واگذار شد و مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۷۱ به این امر، صورتی قانونی بخشید. سرانجام در سال ۷۲ مؤسسه ویدئورسانه به صورت رسمی کار خود را آغاز کرد.

بنابراین، ما در مسئله سینمای خانگی و در راستای اجرایی کردن مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی، با دو گروه از مجریان روبه‌رویم: ۱. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معاونت سینمایی و دفتر امور همکاری‌های سمعی بصری و نمایش خانگی که این گروه را عوامل درون‌سازمانی نامیده‌ایم. ۲. مؤسسات دولتی و خصوصی که مأموریت اجرای قوانین و آیین‌نامه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد را به عهده دارند. این گروه از مجریان را عوامل برون‌سازمانی نامیده‌ایم.

۱-۲-۳: عوامل اجرا

عوامل درون‌سازمانی: طبق مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی عامل اصلی در تهیه آیین‌نامه‌های لازم در حوزه‌های فعالیت‌های ویدئویی و سمعی و بصری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی است. بدین منظور آیین‌نامه تأسیس مؤسسات ویدئو رسانه تهیه و به تصویب رسید که نسخه نهایی آن مربوط به سال ۸۹ است. بر اساس این آیین‌نامه، مؤسسات ویدئو رسانه با اهداف و مقاصد

فرهنگی هنری اعم از انتفاعی یا غیر انتفاعی، با مسئولیت اشخاص حقیقی یا حقوقی تشکیل می‌شوند و معاونت امور سینمایی و سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز تأسیس و نظارت بر فعالیت‌ها و انحلال آن‌ها را صادر می‌کند. صدور مجوز پس از بررسی صلاحیت متقاضی حقیقی یا حقوقی و با توجه به اهداف و موضوعات فرهنگی و هنری مندرج در اساسنامه آن‌ها که مصادیق و قلمرو آن در قالب یک اساسنامه مشخص گردیده است، صورت می‌گیرد. (سایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۱)

عوامل برون‌سازمانی: مؤسسات ویدئو رسانه در حوزه تولید و مؤسسات پخش در حوزه توزیع را می‌توان از عوامل برون‌سازمانی در حوزه شبکه پخش نمایش خانگی دانست. حوزه توزیع تولیدات سینمایی از همان اوایل انقلاب و ظهور نوارهای ویدئویی تا به امروز همواره با مسئله قاچاق، کپی و رایت فیلم‌های مجاز و غیر مجاز روبه‌رو بوده که بحث در این باب به تحقیقی جدا نیازمند است. اما در حوزه تولید و مراکز فعال مجاز می‌توان به موسسه رسانه‌های تصویری اشاره کرد. این مؤسسه در پی مصوبه جلسه ۲۸۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۷۲ کار خود را در پاسخ به نیازهای فرهنگی در راستای ارتقا و تعالی سلايق و ذائقه عمومی جامعه در زمینه رسانه‌های دیداری و شنیداری آغاز نمود. این مؤسسه تا سال ۱۳۷۹ تنها مرکز مجاز فعال در این عرصه به شمار می‌رفت. تا اینکه در طی سال‌های ۸۴ تا ۸۸ به سبب سیاست‌های حمایتی دولت تعداد مراکز فعال به ۲۰ عدد رسید. مؤسسه‌های «قرن ۲۱»، «تصویر دنیای هنر»، «هنر هشتم»، «افق رسانه پاسارگاد»، «رودکی»، «پارسیان»، «هنرهای تصویری سوره»، «پرده نقره‌ای»، «سینما هفت»، «پارس ویدئو»، «لوح طلایی رسانه»، «قرن جدید»، «سینما خانه ایرانیان»، «پرتو آبی»، «سینما رسانه آسیا»، «تصویر مهر هشتم»، «هنرنامه پارسیان»، «جوانه پویا» و... از آن جمله‌اند.

۳-۳. مرحله سوم: ارزیابی

با توجه به اینکه مجری اصلی سیاست‌های تدوینی در حوزه سینمای خانگی،

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاونت سینمایی است، شایسته است که این سازمان سازوکارهایی جهت ارزیابی داشته باشد؛ امری که به نظر می‌رسد در این سالها مورد غفلت واقع شده است. طی تحقیقات نگارنده ظاهراً سازوکار مشخصی جهت ارزیابی و اصلاح سیاستها پس از اجرای آن وجود ندارد. چالش تقریباً همیشگی میان اهالی سینما و مدیران وزرات ارشاد را می‌توان شاهدهی بر این امر دانست. اما در ارتباط با ارزیابی سیاستها در حین اجرای آن می‌توان به فعالیت‌های اداره کل نظارت و نمایش وزرات ارشاد اسلامی و شوراهای ذی‌ربط اشاره کرد.

در این راستا نخستین قانون مصوب در راستای ارزیابی و نظارت بر نمایش فیلم و ویدئو به جلسه مورخ ۶۱/۱۲/۴ هیئت وزیران وقت برمی‌گردد که بر طبق آن کلیه فیلمها و نوارهای ویدئو باید دارای پروانه نمایش فیلم از اداره کل نظارت و نمایش وزرات ارشاد اسلامی باشند و در صورت تخلف به درخواست وزرات ارشاد یا ادارات تابعه در شهرستانها، از طریق نیروهای انتظامی جمهوری اسلامی از نمایش آن جلوگیری به عمل خواهد آمد.

حجم عمده‌ای از این مصوبه در جهت چگونگی ارزیابی محتوایی آثار است که پس از ذکر محورهای ممنوعیت دوازده‌گانه ذیل (تلخیص توسط نگارنده)، اظهار نظر درباره مصداق موارد ممنوعه در فیلمها را به هیئت نظارت واگذار می‌کند که از یک نفر روحانی آشنا به مسائل هنری، سه نفر دارای بینش سیاسی - اجتماعی اسلامی و آشنا به مسائل فیلم و سینما و یک نفر کارشناس امور فیلم و سینمای داخلی تشکیل شده است.

❖ انکار، سست کردن، تحریف، اهانت به اصل توحید و دیگر اصول یا فروع دین مقدس اسلام و یا هتک حرمت مقدسین و مقدسات سایر ادیان شناخته‌شده در قانون اساسی.

❖ اهانت مستقیم و یا غیر مستقیم به پیامبران الهی و ائمه معصومین (علیهم‌السلام) و مقام رهبری (ولی فقیه) یا شورای رهبری و مجتهدان جامع‌الشرایط.

❖ نفی برابری انسانها از هر رنگ و نژاد و زبان و قوم و انکار ملاک برتری که تقوی

- است و تحریک اختلاف نژادی و قومی و یا استهزا و تمسخر آن‌ها.
- ❖ نفی یا مخدوش نمودن ارزش والای انسان.
 - ❖ اشاعه اعمال رذیله و فساد و فحشا.
 - ❖ تشویق و ترغیب و یا آموزش اعتیادهای مضر و خطرناک و راه‌های کسب درآمد از طرق نامشروع مانند قاچاق و غیره.
 - ❖ کمک به نفوذ فرهنگی یا سیاسی یا اقتصادی بیگانگان که مغایر با سیاست «نه شرقی، نه غربی، جمهوری اسلامی ایران» است.^۱
 - ❖ بیان و یا عنوان هرگونه مطلبی که مغایر منافع و مصالح کشور بوده و مورد سوء استفاده بیگانگان قرار گیرد.
 - ❖ نشان دادن صحنه‌هایی از جزئیات قتل، جنایت، شکنجه و آزار به نحوی که موجب ناراحتی بیننده یا بدآموزی گردد.
 - ❖ بیان حقایق تاریخی و جغرافیایی به نحوی که موجب گمراهی بیننده شود.
 - ❖ نشان دادن تصاویر و اصوات ناهنجار اعم از آن که ناشی از نقص فنی یا غیر آن باشد به نحوی که سلامت تماشاگر را به خطر اندازد.
 - ❖ نمایش فیلم‌هایی که از ارزش تکنیکی و یا هنری نازلی برخوردار بوده و یا ذوق و سلیقه و پسند تماشاگران را به انحطاط و ابتذال بکشد.
- لازم به ذکر است در صورتی که فیلمی طبق آیین‌نامه بالا موفق به اخذ پروانه نمایش نگردد و متقاضی نسبت به رأی صادره معترض باشد می‌تواند تقاضای بازبینی مجدد توسط شورای عالی نظارت^۲ بنماید.

^۱ تبصره: فیلم‌هایی که متضمن آشنا کردن بیننده به آداب، رسوم و فنون اقوام، ادبیات، هنر و صنایع ملت‌ها و محیط‌های مختلف طبیعی، جغرافیایی و علوم انسانی و تکنیک‌های گوناگون فیلم‌سازی و یا تقویت‌کننده قوه تفکر و سرگرم‌کننده و یا آموزنده و نظایر این‌ها باشد به شرطی که از اهداف استتعماری و استعماری پیروی نکنند می‌توانند پروانه نمایش دریافت دارند.

^۲ اعضای شورای عالی نظارت از افراد زیر با حکم وزیر ارشاد اسلامی تعیین می‌شوند:

۱ - معاونت سینمایی وزارت ارشاد اسلامی یا نماینده تام‌الاختیار ایشان.

۲ - یک نفر نماینده به معرفی وزیر کشور و تأیید وزیر ارشاد اسلامی.

۳ - یک نفر نماینده به معرفی شورای عالی تبلیغات و تأیید وزیر ارشاد اسلامی.

تقریباً سه سال بعد در تاریخ ۱۳۶۴/۶/۳ هیئت وزیران آیین‌نامه مذکور را تکمیل و اصلاح می‌کند که این تغییرات شامل تبدیل عنوان هیئت نظارت به شورای بازبینی، تغییراتی در اعضای شورای عالی نظارت و زمان و چگونگی نمایش فیلم‌هاست.^۱ این آیین‌نامه در سال ۱۳۷۷^۲ بار دیگر توسط هیئت وزیران وقت، مورد تغییر و اصلاحاتی از جمله تغییر مجدد در اعضای شورای عالی^۳ نظارت قرار می‌گیرد. (سایت مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۱)

۴ - چالش‌های فرآیند سیاست‌گذاری در حوزه سینمای خانگی

۴-۱: خلأ تئوریک و عدم ادراک صحیح مسئله

همواره احساس مشکل در مقایسه با درک آن بسیار ساده‌تر است؛ زیرا احساس با شناخت عوارض ظاهری یک مسئله فرهنگی میسر است، حال آنکه برای ادراک مسئله لازم است علل و ریشه‌های آن، تحلیل شود و مورد بررسی قرار گیرد. شناخت علل مذکور نیازمند تقویت بنیان‌های تئوریک و مبانی معرفتی مشترک در مسئله فرهنگ به طور عام و در هر مسئله فرهنگی به طور خاص است. در واقع، فرهنگ به خودی خود به واسطه ارتباطش با انسان و جامعه انسانی مسئله‌ای پیچیده است ولی وقتی امر فرهنگی وارد حیطه ارتباط انسان با پدیده‌های مدرن تکنولوژیک می‌شود، ابعادی پیچیده‌تر می‌یابد. در این میان سینما با دو موضوع ظریف و در عین حال سخت «هنر» و «تکنولوژی» روبه‌روست؛ لذا تا زمانی که مبانی معرفتی (و از جمله مبانی فقهی) در

۴ - رئیس شورای بازبینی بدون حق رأی و به عنوان پاسخگوی مسائل شورای بازبینی در جلسات شرکت می‌کند.

^۱ متن کامل پیوست گردید. (پیوست ۱)

^۲ به نظر می‌رسد علاوه بر آیین‌نامه‌های ذکر شده درباره پروانه نمایش فیلم‌های ویدئویی، پس از سال ۱۳۷۷، آیین‌نامه‌های جدیدتری جهت تشکیل شورای ویژه صدور پروانه ساخت و نمایش آثار ویدئویی به تصویب رسیده باشد، که نگارنده به رغم تلاش‌های فراوان نتوانست به آن دسترسی یابد.

^۳ اعضای شورای عالی نظارت متشکل از افراد زیر است که به پیشنهاد معاون سینمایی و سمعی - بصری تعیین و با حکم وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی منصوب می‌شوند.

الف - سه نفر کارشناس امور فرهنگی و سینمایی

ب - دو نفر فیلمساز معتبر به پیشنهاد خانه سینما

ج - یک نفر نماینده شورای بازبینی

د- مدیر کل نظارت و ارزشیابی که ضمن حق رأی سمت دبیر جلسه را بر عهده خواهد داشت

این باب تبیین و مشخص نگرده، این عرصه همچنان با چالش تضاد آراء روبه‌رو خواهد بود.

نوع عکس‌العمل مدیران سینمایی به شرحی که گذشت، نشان می‌دهد که از تحلیل علمی ریشه‌ها و علل ظهور این مسئله فرهنگی غفلت کرده و به همان لایه عوارض بسنده کرده‌اند که این، به خوبی آشکارکننده عدم ادراک صحیح آن‌ها نسبت مسئله است. این عدم ادراک، ریشه در خلأ تئوریک و به تبع آن، فقدان شاخص‌های مناسب برای ارزیابی دارد. نتیجه چنین رویکردی تجویز اقدامات موقتی و تسکینی برای برخورد با عوارض بوده است که نهایتاً منجر به ظهور مجدد مسئله پس از مدتی کوتاه شده است؛ موضوعی که در طی این سال‌ها بارها با عنوان افراط و تفریط در ممیزی‌ها مطرح شده است. ماجرای حذف کلمه «بی‌تریت» در بازبینی فیلم «کلاه قرمزی و بچه ننه» برای ورود به سینما در کنار مجوز دادن به فیلم‌های نازل به سبک فیلم‌فارسی از جمله این موارد در سال‌های اخیر بوده است.

شهید آوینی در این باب می‌گوید ما در جهانی زندگی می‌کنیم که در آن مرزها در حال فرو ریختن‌اند و در عصری به سر می‌بریم که محصولات تکنولوژیک لازمه حیات بشری‌اند. بنابراین، اصلاً نباید درباره ورود یا عدم ورود ویدئو به کشور اندیشید؛ چه ما بخواهیم و چه نخواهیم این کار انجام شده است. اگرچه نظارت بر ورود هر دوی این محصولات تکنولوژیک لازم است ولی اکنون باید در این باره که «چگونه ویدئو را مسخر خویش کنیم» بیندیشیم. البته این کار جز با وصول به معرفت نسبت به ماهیت ویدئو و غلبه روحی بر حقیقت آن ممکن نیست. ما بیش از آنکه در جست‌وجوی عوامل ورود ویدئو به کشور باشیم، باید بدون ترس از دشمن، تصویری درست و مطابق با واقع از او داشته باشیم؛ چرا که نه تنها ویدئو، بلکه به زودی ماهواره را نیز خواهیم پذیرفت. باید برای حفظ فرهنگ خویش در جست‌وجوی راه‌هایی به جز دیوار کشیدن و محصور کردن برآییم.

تردیدی نیست که دیوار هم لازم است، ولی باید دانست کسی که برای محافظت از

خویش به دور خود دیوار می‌کشد، همواره در حال انفعال است. جواب تهاجم را باید با تهاجم داد و تنها در این صورت است که از انفعال خارج خواهیم شد. «دفاع» یک «وضع انفعالی» است و «فاعلیت» هماره از آن «مهاجم» است. تهاجم فرهنگی دشمن نیز ما را علی‌رغم این واقعیت که قربانی‌های بسیاری از ما خواهد گرفت به تعالی خواهد رساند. تنها چنین است که ما امروز از انفعال در برابر ویدئو و فردا از موضوع انفعال در برابر ماهواره خارج خواهیم شد. (سایت شهید آوینی، ۱۳۹۱)

۴-۲: خلأ منابع انسانی متعهد و متخصص

ادراک صحیح یک مسئله فرهنگی، پیش از هر چیز نیازمند تربیت نیروهایی متعهد و متخصص است. پرورش نیروهای مذکور بیش و پیش از هر مسئله دیگری ریشه در وجود و تبیین صحیح و دقیق مبانی و مبادی معرفتی مرتبط با پدیدارهای نوظهور تکنولوژیک دارد. لذا، خلأ منابع انسانی متعهد و متخصص چه در عرصه تئوری‌پردازی (مبانی) و چه در عرصه مدیریت رسانه (اجرا و کاربرد مبانی) از جمله آسیب‌های پیش روست. هرچند در سال‌های پس از انقلاب اسلامی تلاش‌هایی در این عرصه صورت گرفته است ولی تعامل علمی، مستمر و پویای تئوری‌پردازان دینی با مجریان رسانه‌ای با هدف تبادل اندیشه‌ای و رسیدن به الگوی مطلوب بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد.

۴-۳: تشخیص دیرنگام مسئله فرهنگی

در سال‌های اول پیروزی انقلاب مسئله ویدئو همچنان در وضعیت پنهان^۱ قرار

^۱ به منظور مواجهه صحیح با مسائل عمومی و اتخاذ خط‌مشی‌های لازم برای هر یک باید بررسی کرد که مسائل یادشده در چه وضعیتی قرار دارند. در این راستا صاحب‌نظران، مسائل عمومی را از نظر چرخه وقوع به چهار وضعیت تقسیم می‌کنند:

- ❖ وضعیت پنهان: مسئله به طور وسیع توسط رسانه‌های جمعی و گروه‌های ذی‌نفع به بحث گذاشته نشده است، اما نشانه‌هایی از فشارهای عمومی دیده می‌شود.
 - ❖ وضعیت در حال ظهور: مشکل عمومی کاملاً شکل سیاسی و عمومی پیدا نکرده است، ولی از سوی بسیاری از گروه‌ها و احزاب ذی‌نفع و رسانه‌ها به بحث گذاشته می‌شود.
 - ❖ وضعیت جاری: کاملاً سیاسی و عمومی شده، حالت قانونی به خود می‌گیرد.
 - ❖ وضعیت نهادینه شده: حالتی است که در آن استانداردهای لازم به منظور پاسخ مسائل عمومی به بحث گذاشته می‌شود و مذاکره میان دولت و سازمان‌ها و خط‌مشی‌های وضع شده اجرا می‌شود.
- بوخلز چهار نوع استراتژی یا خط‌مشی برای مواجهه با این وضعیت چهارگانه ارائه می‌دهد:

داشت و تصمیم‌گیران فرهنگی می‌توانستند با درک صحیح ماهیت تکنولوژیک ویدئو از اتخاذ استراتژی پیش‌نگر بهره‌مند شوند. ولی شرایط فرهنگی خاص آن سال‌ها، تعدد مسائل فرهنگی و مراکز تصمیم‌گیری در کنار افزایش ضریب نفوذ ویدئو، به تدریج گزینه‌های پیش روی مدیران را کاهش داد و آن‌ها را مجبور به اتخاذ استراتژی واکنشی کرد؛ رویکردی که اگرچه برای مدت‌زمان کوتاهی مناسب بود، ولی هیچ‌گاه نتوانست جلو نفوذ تکنولوژی و تأثیرات فرهنگی آن را در آن سال‌ها و سال‌های بعد بگیرد.

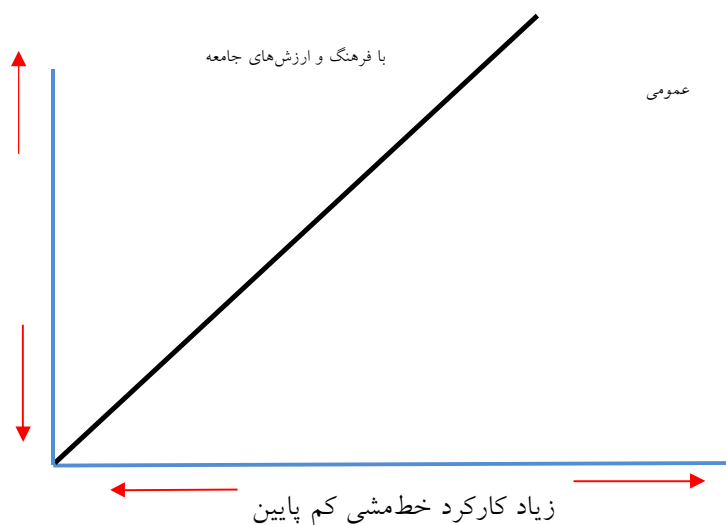
۴-۴: عدم سازگاری خط‌مشی با ارزش‌های جامعه سینمایی:

به نظر می‌رسد در بسیاری موارد ارزش‌های مدیران هنری با ارزش‌های مجریان سینمایی متفاوت است. این امر همان چیزی است که تا حد زیادی سبب ایجاد شکاف بین سیاست‌های تدوینی و اجرای آنان می‌شود. اتخاذ رویکرد «بالا به پایین» در بسیاری از موارد و اجتناب از روی آوردن به رویکردهای تعاملی در فرآیند سیاست‌گذاری، یکی از عواملی است که این اختلافات را تشدید می‌کند.^۱ تیرهای مجلات و

- ❖ استراتژی واکنشی: زمانی مناسب است که مشکل عمومی در مرحله نهاده‌سازی است و تأثیر آن بر سازمان زیاد است. سازمان با اتخاذ استراتژی واکنشی در مقابل تغییر مقاومت می‌کند.
 - ❖ استراتژی انطباقی: در وضعیتی به کار گرفته می‌شود که مسئله عمومی در مرحله نهفتگی است و تأثیر آن بر سازمان کم یا متوسط است و یا مسئله در حال شکل‌گیری است و تأثیر آن بر سازمان کم است. سازمان با به‌کارگیری این استراتژی هزینه‌ها را پایین آورده و انتظارات عمومی را به اندازه کافی تأمین می‌کند.
 - ❖ استراتژی تعاملی: برای شرایطی مناسب است که مسائل عمومی در حال شکل‌گیری‌اند و تأثیر زیادی بر سازمان دارند، یا مسائل عمومی جاری با تأثیر متوسط یا مسائل عمومی نهادی با تأثیر کم بر سازمان پیش‌روست. سازمان با این استراتژی تغییرات تدریجی روابط خود با جامعه را متعادل نگه می‌دارد.
 - ❖ استراتژی پیش‌نگر که برای موقعیت‌های ذیل مناسب است: مسئله عمومی در مرحله نهفتگی با تأثیر زیاد، مسئله در حال شکل‌گیری با تأثیر متوسط و یا مسئله جاری با تأثیر کم بر سازمان. خط‌مشی‌گذار باید تلاش کند با اتخاذ این خط‌مشی‌ها از هر گونه تأثیرات مخرب مسئله جلوگیری کرده و به درستی آن را مهار و مدیریت کند. (قلی‌پور، ۱۳۸۷: ۱۱۶ - ۱۱۸)
- ^۱ اجرای یک خط‌مشی از سه منظر ممکن است: رویکرد بالا به پایین، رویکرد پایین به بالا و دیدگاه تعاملی و مشارکتی. در رویکرد از بالا به پایین که مبتنی بر سلسله مراتب بروکراتیک میان دولت و سایرین است، فرض بر این است که مردم با رأی خود به دولت، آنان را نماینده تام‌الاختیار خود در تصمیم‌گیری و اجرا کرده و هر تصمیمی که نمایندگان مردم بگیرند بدون هیچ بحثی لازم‌الاتباع خواهد بود. در رویکرد پایین به بالا جریان اجرا برعکس است و ایده عمومی نقش تعیین‌کننده‌ای در فرایند شکل‌گیری و اجرای خط‌مشی دارد. در رویکرد تعاملی با بهره‌گیری از ساختارهای شبکه‌ای بخش دولتی و نهادهای سازمان‌های غیر دولتی (خصوصی، مردم‌نهاد و...) با مشارکت و تعامل از طریق مذاکره و گفت‌وگو با یکدیگر به وضع و اجرای یک خط‌مشی می‌پردازند. (هاشمیان، ۱۳۹۰: ۱۴۴)

سایت‌های مختلف در طول این سال‌ها درباره عدم مجوز اکران یا عدم صدور پروانه نمایش و متهم شدن مسئولان به مدیریت سلیقه‌ای، شاهدهی بر این امر است. در پی آنچه در مورد دوم ذکر شد، اصلاح منابع دانشگاهی و مراکز آموزشی و نزدیکی ایدئولوژیک اهالی سینمایی یکی از ضرورت‌های پیش روست.

منحنی خط‌مشی میزان همسویی خط‌مشی بالا



نمودار ضریب موفقیت خط‌مشی با توجه به میزان همسویی آن با فرهنگ و ارزش‌ها

۴-۵: توجه صرف به افزایش و توسعه کمی محصولات سینمای خانگی و مغفول ماندن بُعد محتوایی آثار:

سیاست‌گذاری‌های تدوین شده در حوزه سینمای خانگی در آغاز با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی و ارتقا و تعالی جامعه شکل گرفت. سیاست‌گذاران شورای عالی انقلاب فرهنگی، بر اساس مبانی ارزشمند اسلامی و با الهام‌گیری از اندیشه امام خمینی و رهبری انقلاب، رفع ممنوعیت ویدئو را تنها به توانایی در ساخت فیلم‌های

خوب و اخلاقی و جلوگیری از تکثیر فیلم‌های مضر موکول کردند. صرف نظر از اینکه این آرمان تا چه اندازه در سال‌های بعد عملی شد، این تفکر را تنها در چارچوب الگوی بی‌نظیر «امام و امت» می‌توان تحلیل کرد. بر طبق این الگو منشأ قدرت، الهی و اصل بر تکلیف‌محوری و اقامه حدود الهی است. پس رضایتمندی و استقبال اکثریت از یک موضوع شرط صحت آن نیست. ولی در حوزه اجرا اتفاق دیگری افتاد. به تدریج، گفتمان سیاست‌گذاری‌ها که بیشتر غیر مصرح و نانوشته بود، به سبب نقش کلیدی مخاطب در بقا و پویایی شبکه سینمایی، به گفتمان بازار نزدیک شد. بر اساس این گفتمان، منطق عرضه و تقاضا تعیین‌کننده خط‌مشی‌های فرهنگی است. می‌توان ساخت فیلم‌ها و سریال‌های ویژه شبکه نمایش خانگی را که تا حد زیادی با شکستن خطوط قرمز فیلم‌های تلویزیونی و حتی آثار سینمایی همراه بود، در این راستا تبیین کرد. این شیوه عمل اهالی سینما، تا حد زیادی ذیل الگوی «خرد بازی‌ها» نیز قابل تفسیر است. بر طبق این الگو که مبتنی بر مبانی الگوی عقلایی و رسیدن به حداکثر منفعت اجتماعی است، سیاست‌گذاران تنها کنشگران اصلی در فرایند برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و تحول فرهنگی نیستند؛ بلکه در هر مسئله فرهنگی باید به رقبا و فعالیت‌های آن‌ها نیز توجه داشت و به تناسب حرکات آن‌ها، حرکات و اقدامات مناسب را پیش‌بینی و انتخاب کرد.

حرکات اهالی سینمایی در طی این سال‌ها همواره تدافعی و در پاسخ به حرکات رقبای داخلی و خارجی بوده است تا آنجا که گویی ما در ساختار بازی دیگران گرفتار آمده‌ایم. ممنوعیت ویدئو در ابتدا و آزاد کردن آن مقارن با ورود ماهواره؛ افزایش کمی تولید فیلم‌های سینمایی بدون توجه کافی به محتوای آن‌ها در جهت اشباع بازار و ترس از نفوذ فیلم‌های قاچاق خارجی؛ اقدام به ساخت سریال‌های ویژه شبکه نمایش خانگی پس از استقبال از نمونه‌های خارجی آن؛ و... نمونه‌هایی از گرفتار آمدن در ساختار بازی دیگران است. نگاهی به اهم سیاست‌های اجرایی شبکه نمایش خانگی در سال ۱۳۸۹ و بندهای آن اعم از امنیت شبکه، گسترش

بازار، کیفیت شبکه، توجه به فناوری‌های نوین، مکانیزه نمودن خدمات اداری و... بیش از پیش آشکار می‌کند که سیاست‌گذاری‌های سینمایی ما تلاش برای حرکت در راستای استانداردهای جهانی بوده و آن‌گونه که مطلوب بازی در صفحه شطرنج رقبای خارجی باشد، حرکت کرده‌ایم.

جمع‌بندی

در این مقاله تلاش شد تا ضمن بیان سیری از چگونگی ورود سینما به ایران و گسترش آن، فرآیند سیاست‌گذاری در حوزه شبکه نمایش خانگی به طور اجمالی بیان شود. سپس از رهگذر بیان این سیاست‌ها، چند نمونه از چالش‌های فرآیند سیاست‌گذاری در این حوزه تبیین شد. نتیجه آنکه این کشتی طوفان‌زده به ساحل آرامش نمی‌رسد مگر آنکه سیاست‌گذاران سینمایی و مجریان آن با گذر از مرحله شناخت به مرحله ادراک صحیح مسئله برسند و بتوانند در چارچوب الگوی امام و امت به بازبینی و اصلاح سیاست‌ها در هر سه حوزه اجرا، تدوین و ارزیابی بپردازند. در غیر این صورت شبکه پنخس نمایش خانگی که با هدف مقابله با تهاجم فرهنگی تأسیس شد، روزبه‌روز و بیش از پیش به سبب تزلزل در سیاست‌گذاری‌ها از اهداف اصلی دور شده و به کام تهاجم فرهنگی خواهد بود. تحلیل و بررسی مسائل فرهنگی در قالب الگوی «امام و امت»، مجریان تصمیم‌گیر را وارد عرصه کاملاً متفاوت و گاه حتی متناقض با جریان‌های تصمیم‌گیر رایج در عرصه عمومی جهانی خواهد کرد؛ زیرا به لحاظ معرفتی، دو قطب امام و امت موجود در نظام سیاسی اسلام در مقابل دو قطب دولت و ملت و مبادی و مبانی نظریه دولت مدرن قرار دارد. تفاوت میان گفتمان دولت - ملت و امام - امت با توجه به موضوع خطیر ولایت و امامت بایستی بیش از پیش در نظام معرفتی و سیاسی اسلام آشکار شود؛ زیرا مبنای اصلی نظام سیاسی اسلام آنچنان که از آموزه‌های وحیانی برمی‌آید، ولایت خداوند و رسول و معصومین (علیهم السلام) است. در دوران غیبت معصوم (علیه السلام) نیز ساختار سیاسی شیعه در قالب نظام مرجعیت دینی و نظریه ولایت فقیه صورت‌بندی می‌شود که این

نیز خود دارای توجیه عقلی و نقلی است. بدین‌سان قدرت در نظام اسلامی که بیشتر با عنوان ولایت مطرح می‌شود، منبع الهی دارد و امری حقیقی است؛ در حالی که قدرت در نظریه دولت، شأن اعتباری دارد. به علاوه، در رابطه دولت با ملت تکثر فردی بسیار مهم است و ملت بر اساس آن تشکیل می‌شود؛ در حالی که در نظام اسلام آنچه مهم است تکثر وجودی است و ممکن است کسی سعه وجودی داشته باشد و خودش یک امت را تشکیل دهد: «كَانَ إِزَاهِيمُ أُمَّةً وَاحِدَةً». در واقع، تعمق در مفهوم امت و امام که قدر متیقن هر دو، ماهیت دینی و الهی آن‌ها و حرکت به سوی این غایت (خداوند) است، نشان می‌دهد روابطی که میان امت و امام در جامعه اسلامی برقرار می‌شود، نه بر اساس تمنیات مادی، بلکه بر اساس غایات معنوی و فrazمینی است. امام و امت در اندیشه سیاسی تشیع هدفی جز اطاعت خدا که از مسیر ولایت الهی می‌گذرد، ندارد. در این مسیر، منطق همه حرکت‌ها عمل به تکلیف است. این در حالی است که منطق روابط میان دولت در معنای مدرن و ملت به عنوان شهروندان صاحب عقل ابزاری و جست‌وجوگر منافع، منطق رضایت است. دولت، فروشنده آزادی، امنیت و رفاه است و ملت به عنوان خریدار محاسبه‌گر به او مراجعه می‌کند و تنها رضایت است که می‌تواند این رابطه را تداوم بخشد.

جدول (۱): مقایسه دو الگوی دولت - ملت و امام - امت

الگوی امام و امت	الگوی دولت - ملت
منشأ قدرت الهی است.	منشأ قدرت اعتباری است.
عدم دوگانگی بین امام و امت	دوگانگی بین دولت و ملت وجود دارد.
تکثر وجود مدنظر است	تکثر فردی مهم است و در صورتی که تعداد افراد به حدی برسند ملت تشکیل می‌شود.
اصل بر تکلیف‌محوری است.	اصل بر نتیجه‌محوری است.
چون اصل بر تکلیف‌محوری است، رضایتمندی در آن شرط نیست.	چون اصل بر نتیجه‌محوری است، رضایتمندی شرط است.
اقامه حدود الهی مطرح است.	مصلحت عامه مطرح است.
امام به دلیل سعه وجودی‌اش از امت بالاتر است.	دولت با حکم از ملت بالاتر است.

منابع

۱. قلی پور، رحمت الله، **تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی**، چاپ اول، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، ۱۳۸۷
۲. الوانی، سید مهدی، شریف‌زاده، فتاح، **«فرایند سیاست‌گذاری عمومی»**، چاپ ششم، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۷
۳. هاشمیان، سید محمدحسین، **«بازخوانی دانش خط‌مشی‌گذاری در بستر پست مدرنیسم: شکل‌گیری خط‌مشی در عصر پست مدرن»**، روش‌شناسی علوم انسانی، شماره ۵۶، پاییز ۱۳۸۷
۴. هاشمیان، سید محمدحسین، **«بازخوانی دانش خط‌مشی‌گذاری در بستر پست مدرنیسم: اجرا و ارزیابی سیاست‌ها در عصر پست مدرن»**، روش‌شناسی علوم انسانی، شماره ۶۶، بهار ۱۳۹۰
۵. تاج‌دینی، علی، **«سیاست‌گذاران سینمای پس از انقلاب اسلامی»**، نقد سینما، شماره ۱۹، زمستان ۱۳۸۷
۶. آوینی، سید مرتضی، **«ویدئو در برابر رستاخیز تاریخی انسان»**، گرفته‌شده از سایت شهید آوینی، ۱۳۹۱.../http://www.aviny.com/article/aviny/Chapters/...
۷. غفوری‌آذر، بابک، **«پرونده یک موضوع: معاونت سینمایی / رفت‌وآمد در عمارت خیابان کمال الملک»**، خردنامه همشهری، شماره ۳۶، دی‌ماه ۱۳۸۸
۸. (مصاحبه با چند نفر از اهالی هنر و مطبوعات: مهدی فخریزاده، حمیدرضا زاهدی، علیرضا داوودنژاد و...)، **«گزارش ویژه: ویدئو... و بعد هم ماهواره»**، سوره، شماره ۴۹، فروردین ۱۳۷۲، گرفته‌شده از سایت نورمگز
۹. «ویدئوکلوب‌ها تجربه‌های نخستین موفق نبود!»، ماهنامه اجتماعی، شماره ۳۸، فروردین ۱۳۷۳، گرفته‌شده از سایت نورمگز
۱۰. سایت مرکز پژوهش‌های مجلس
۱۱. سایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۱۲. سایت تبیان
۱۳. سایت خبرگزاری فارس
۱۴. سایت روزنامه جوان
۱۵. سایت روزانه‌های سینمایی: سایت شخصی سعید رجبی فروتن: مدیرکل دفتر امور همکاری‌های سمعی، بصری و نمایش خانگی معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
۱۶. وبلاگ شخصی هوشنگ گل‌مکانی، ۱۳۹۱ <http://golmakani.blogspot.com>