

عنوان مقاله:

طراحی مدل سیاست گذاری در سینمای ایران با هدف ارتقای جایگاه بین المللی آن

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت دولتی، دوره 14، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

رضا میرمحرابی - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

طاهر روشندل اربطانی - استاد، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. استاد مدعو دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

علی اکبر فرهنگی - استاد، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

عطاءاله ابطی - استادیار، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

هدف: با توجه به اهمیت راهبردی سینما در جوامع معاصر و همچنین، توجه دولت ها و افکار عمومی به سینما به عنوان هنر، صنعت و رسانه، پژوهش حاضر درصدد طراحی مدل سیاست گذاری در سینمای ایران با هدف ارتقای جایگاه بین المللی آن است. روش: از لحاظ راهبرد، پژوهش حاضر کیفی، از نوع گردند تئوری (نظریه داده بنیاد) است. داده ها از طریق مصاحبه نیمه ساخت یافته با ۱۲ نفر خبره سیاست گذاری فرهنگی و سینما و به کمک روش نمونه گیری هدفمند، گردآوری شد. برای احصای مفاهیم و مقوله های فرعی و اصلی، مطابق با مدل پارادایمی استراوس و کوربین، کدگذاری نظری انجام گرفت و داده ها تحلیل شدند. اعتبارسنجی به شیوه تشکیل گروه کانونی و پایایی سنجی از طریق قابلیت تکرارپذیری (ضریب پایایی) انجام شد. یافته ها: مدل سیاست گذاری در سینمای ایران، از ۱۸ مقوله اصلی، ۵۰ مقوله فرعی و ۵۰۷ مفهوم به اشباع نظری رسید. بر اساس نتایج، شرایط علی عبارت اند از: وجود مشکلات قانونی و حقوقی، وابستگی سینما به ساختار سیاسی و دولت، مشکلات مالی و سرمایه گذاری در سینما و عدم برخورداری از ساختار یکپارچه. شرایط زمینه ای عبارت اند از: مشکلات سخت افزاری و نرم افزاری و حاکم بودن فضای بی اعتمادی بین ساختار سیاسی و فعالان سینما. شرایط مداخله ای: بی توجهی ساختار سیاسی به جهانی شدن، شرایط تحریمی کشور، عدم اعمال مدیریت دانش، بی توجهی به ظرفیت رسانه ها در بخش بین المللی و بی توجهی به بازاریابی و برندسازی. راهبردها بدین ترتیب مشخص شد: بازنگری، اصلاح و تدوین مسائل حقوقی و قانونی، حمایت بخش دولتی و عمومی، تلاش برای صنعتی کردن سینما و تعامل و هم افزایی داخلی و خارجی در حوزه سینما. پیامدها نیز عبارت اند از: تقویت دیپلماسی عمومی در جهان و ارتقای جایگاه سینمای ایران. نتیجه گیری: سینما می تواند به عنوان ابزار اثرگذار، دریچه جدیدی از ایران به روی جامعه بین المللی باز کند و علاوه بر حضور در بازار جهانی، به گسترش شناخت مخاطبان از فرهنگ ایران و در نتیجه خنثی شدن تبلیغ های منفی ایران در رسانه های خارجی کمک کند.

کلمات کلیدی:

بین المللی شدن، سیاست گذاری، سیاست گذاری فرهنگی، سینمای ایران، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1520668>



