



Research Paper

The Place of Painting in the Field of Iranian Media Diplomacy (Case Study: The Fourth Decade After the Revolution)

Zahra Suzandeh¹, Abdolreza Shahmohamadi^{2*}, Mohamad Soltanifar³

1. PhD student of social communication Sciences, Department of Social Communication Sciences, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran.

2. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

3. Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.



<https://doi.org/10.22034/scart.2025.139769.1483>

Received: March 10, 2024

Accepted: November 17, 2024

Available Online: March 21, 2026

Keywords: media diplomacy, painting, interaction, resistance, discourse

Abstract

The main issue of the present study is to conduct a qualitative reflection on the ways of representing Iranian media diplomacy in the genre of painting in the fourth decade after the revolution. The need to pay attention to this issue is especially necessary because in this decade we are witnessing the expansion of the use of social networks, new media and other art forms in international politics, and the art of painting plays a pivotal role in representing political and cultural discourses. Iranian media diplomacy also underwent extensive changes, and digital media, social networks and international platforms became the main arena for shaping public perceptions about national identity, foreign policy and Iran's position in the world. In the meantime, the art of painting, as an independent medium, has played a decisive role in reflecting, reproducing or criticizing dominant cultural and political discourses. The question is how is Iranian media diplomacy represented in the paintings of this decade? What aspects of this diplomacy are prominent and which aspects have been marginalized? What meanings, messages, and implications do these works contain for Iran's political others? How have these works represented the dominant media themes of Iran (such as resistance, national identity, religious mission, independence, anti-arrogance, anti-Westernism, etc.) and how do these representations relate to the cultural-political developments of the fourth decade of the revolution? This research, using a qualitative approach and discourse analysis method, examines the representation of Iranian media diplomacy in paintings of the fourth decade of the revolution. The findings show that the paintings of this period represented three major discourses: the discourse of media resistance, the discourse of national identity in the global arena, and the discourse of seeking new interaction. These three discourses simultaneously reflected and shaped Iran's political-cultural developments in the fourth decade of the revolution. The conclusion of the article shows that painting as a medium plays an active role in cultural diplomacy and can be used as a source for understanding the social construction of Iran's image in the world.

Suzandeh, Z., Shahmohamadi, A., Soltanifar, M. (2026). The Place of Painting in the Field of Iranian Media Diplomacy (Case Study: The Fourth Decade After the Revolution). *Sociology of Culture and Art*, 8 (1), 1-10.

Corresponding author: Abdolreza Shahmohamadi

Address: Faculty of Social Sciences, Communication and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Email: tabestan1976@gmail.com

Extended Abstract

1- Introduction

The main issue of the present study is to conduct a qualitative reflection on the ways of representing Iranian media diplomacy in the genre of painting in the fourth decade after the revolution. The need to pay attention to this issue is especially necessary because in this decade we are witnessing the expansion of the use of social networks, new media and other art forms in international politics, and the art of painting plays a pivotal role in representing political and cultural discourses. Iranian media diplomacy also underwent extensive changes, and digital media, social networks and international platforms became the main arena for shaping public perceptions about national identity, foreign policy and Iran's position in the world. In the meantime, the art of painting, as an independent medium, has played a decisive role in reflecting, reproducing or criticizing dominant cultural and political discourses. The question is how is Iranian media diplomacy represented in the paintings of this decade? What aspects of this diplomacy are prominent and which aspects have been marginalized? What meanings, messages, and implications do these works contain for Iran's political others? How have these works represented the dominant media themes of Iran (such as resistance, national identity, religious mission, independence, anti-arrogance, anti-Westernism, etc.) and how do these representations relate to the cultural-political developments of the fourth decade of the revolution?

2- Methods

The present study was conducted with a qualitative approach. Qualitative analysis methods including semiotic analysis and discourse analysis were used simultaneously to examine the visual and textual dimensions of the paintings. The field of study of the research includes paintings produced between 2011 and 2014, focusing on the topics of national identity, resistance, foreign policy, media, and Iran's image in the world. Sampling was carried out purposefully and by selecting works that have the greatest semantic connection with the themes of media diplomacy. Data collection tools included: direct observation of the paintings; analysis of visual elements including symbols, colors, compositions, objects, characters, and spaces; and analysis of documents of Iran's media and cultural policy in the fourth decade of the revolution. In the analysis section, the data were coded in three stages: open coding, meaning extracting initial concepts from the works; axial coding, meaning categorizing concepts in the form of discursive categories; and selective coding or shaping the final model of discourses.

3- Findings

The findings show that the paintings of this period represented three major discourses: the discourse of media resistance, the discourse of national identity in the global arena, and the discourse of seeking new interaction. These three discourses simultaneously reflected and shaped Iran's political-cultural developments in the fourth decade of the revolution. The conclusion of the article shows that painting as a medium plays an active role in cultural diplomacy and can be used as a source for understanding the social construction of Iran's image in the world.

4- Discussion & Conclusion

One of the important findings of the research is that Iran's media diplomacy is not represented in paintings in a direct, slogan-like or commanding way, but rather in the form of cultural-civilizational, historical, identity and symbolic resistance narratives. This shows that Iranian artists prefer to reconstruct Iran's image through non-political, soft and symbolic paths; a path that is functionally much more effective and sustainable than official media diplomacy. By utilizing elements of cultural heritage, Iranian-Islamic architecture, civilizational signs and codes related to globalization, they create a kind of "cultural and dialogue-oriented Iran" discourse that stands out against competing discourses.

In the analysis of artistic genres and approaches, it was found that painters follow three main patterns: first, the representation of Iran as an ancient and deep-rooted civilization with a historical contribution to world culture; Second, the emphasis on Iran as a peace-loving and dialogical actor that uses cultural diplomacy to confront international challenges; and third, the representation of cultural resistance to Western media hegemony and the strengthening of an independent Iranian-Islamic identity. These three patterns show that the art of painting in Iran has been able to combine the complexities of foreign policy, national identity, and cultural resistance with a metaphorical and multi-layered expression. Another conclusion of the research is that painting, unlike official media that are often subject to political constraints and institutional control, provides a relatively free and flexible space for the production of cultural and political discourses. Through image, metaphor, color, and composition, artists can create narratives that are more human, polyphonic, and engaging than official narratives. From this perspective, art has a capacity that official politics lacks: the power to create emotional and cultural bonds with global audiences. For this reason, painting is considered one of the most important potential tools of Iran's

soft power. At the same time, the research also points to several challenges. First, parts of artistic productions may be distanced from diversity and creativity due to institutional dependence. Second, the lack of sustainable support for independent art limits the scope of artists' influence in the international space. Third, cultural diversity and polyphony, if uncoordinated, may lead to a lack of coherence in Iran's external image. Therefore, it is necessary to establish a strategic balance between artistic freedom and cultural targeting. Overall, it can be concluded that the representation of Iran's media diplomacy in painting is not only one of the important paths of public diplomacy, but also plays a vital role in shaping Iran's global image. The strong presence of identity, cultural, historical, and civilizational symbols in the paintings of Iranian artists shows that this field can play a complementary, effective, and sustainable role in strengthening the country's soft power. To better utilize this capacity, it is suggested that Iranian

cultural institutions provide more international platforms for introducing artists, develop global exhibitions, and support independent and polyphony productions. Such measures could turn painting into one of the most effective tools of Iran's cultural policy in the coming decades.

5- Funding

There is no funding support.

6- Authors' Contributions

The authors declared equal participation in writing the article.

7- Conflict of Interests

This research does not conflict with personal or organizational interests.

جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب)

زهرا سوزنده^۱، عبدالرضا شاه‌محمدی^{۲*}، محمد سلطانی‌فر^۳

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
۲. استادیار، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۳. دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران



<https://doi.org/10.22034/scart.2025.139769.1483>

چکیده

مسئله اصلی پژوهش حاضر تأملی کیفی در شیوه‌های بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در ژانر نقاشی در دهه چهارم بعد از انقلاب است. ضرورت توجه به این موضوع به‌ویژه از آن روست که در این دهه شاهد گسترش کاربرد شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های نوین و دیگر فرم‌های هنری در سیاست بین‌الملل هستیم و هنر نقاشی نقشی محوری در بازنمایی گفتمان‌های سیاسی و فرهنگی ایفا می‌کند. دیپلماسی رسانه‌ای ایران نیز دستخوش تحولات گسترده‌ای شد و رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های بین‌المللی به میدان اصلی شکل‌دهی به ادراکات عمومی درباره هویت ملی، سیاست خارجی و جایگاه ایران در جهان تبدیل شدند. هنر نقاشی نیز در این میان به‌عنوان رسانه‌ای مستقل، نقشی تعیین‌کننده در بازتاب، بازتولید یا نقد گفتمان‌های مسلط فرهنگی و سیاسی داشته است. پرسش این است که دیپلماسی رسانه‌ای ایران چگونه در آثار نقاشی این دهه بازنمود یافته است؟ چه ابعادی از این دیپلماسی برجسته‌اند و کدام ابعاد به حاشیه رانده شده‌اند؟ این آثار حاوی چه معانی و پیام‌ها و دلالت‌هایی برای دیگری‌های سیاسی ایران هستند؟ این آثار چگونه مضامین مسلط رسانه‌ای ایران (از قبیل مقاومت، هویت ملی، رسالت دینی، استقلال، استکبارستیزی، ضدیت با غرب و غیره) را بازنمایی کرده‌اند و این بازنمایی‌ها چه نسبتی با تحولات فرهنگی - سیاسی دهه چهارم انقلاب دارند. این پژوهش با رویکرد کیفی و روش تحلیل گفتمان نحوه بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران را در نقاشی‌های دهه چهارم انقلاب بررسی می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که آثار نقاشی این دوره سه گفتمان عمده را بازنمایی کرده‌اند: گفتمان مقاومت رسانه‌ای، گفتمان هویت ملی در عرصه جهانی، و گفتمان تعامل‌جویی نوین. این سه گفتمان، هم‌زمان بازتاب‌دهنده و شکل‌دهنده‌ی تحولات سیاسی - فرهنگی ایران در دهه چهارم انقلاب بوده‌اند. نتیجه‌گیری مقاله نشان می‌دهد که نقاشی به‌مثابه رسانه، نقشی فعال در دیپلماسی فرهنگی ایفا می‌کند و می‌تواند به‌عنوان منبعی برای فهم ساخت اجتماعی تصویر ایران در جهان مورد استفاده قرار گیرد.

تاریخ دریافت: ۲۰ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ پذیرش: ۲۷ ابان ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۱ فروردین ۱۴۰۵

واژه‌های کلیدی: دیپلماسی رسانه‌ای، نقاشی، تعامل‌جویی، مقاومت، گفتمان

استناد: سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

* نویسنده مسئول: عبدالرضا شاه‌محمدی

نشانی: دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پست الکترونیکی: tabestan1976@gmail.com

۱- مقدمه و بیان مسئله

رسانه‌ها در جامعه معاصر نقشی کلیدی در تولید معانی اجتماعی و سیاسی دارند و نه صرفاً ابزارهایی برای انتقال پیام، بلکه سازوکاری مولد برای خلق روایت‌هایی‌اند که زمینه‌های ذهنی و فرهنگی جامعه را شکل می‌دهند. اهمیت دیپلماسی رسانه‌ای به‌مثابه بخشی از دیپلماسی عمومی کشورها از همین جا نشأت می‌گیرد که در حکم فرایندی فعال برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی جهانی و ملی عمل می‌کند. دیپلماسی رسانه‌ای اصلی‌ترین مجرای است که دولت - ملت‌ها از طریق آن می‌کوشند تصویر مطلوبی از خود ارائه دهند، جایگاه بین‌المللی‌شان را تثبیت کنند و روایت‌های رقیب را کنترل یا اصلاح کنند. در ایران پس از انقلاب ۱۳۵۷، دیپلماسی رسانه‌ای روندی پیچیده، چندلایه و متأثر از ساختارهای سیاسی - ایدئولوژیک را در پیش گرفته است. در دهه نخست انقلاب، رسانه‌ها عمدتاً نقشی بازتابی داشتند؛ یعنی اغلب در خدمت تثبیت مشروعیت نظام جدید و نمایش روایت رسمی از استقلال، مقاومت و هویت اسلامی بودند. با پایان جنگ هشت ساله و گذار به دوران سازندگی، نیاز به بازتعریف جایگاه بین‌المللی کشور، ضرورت گسترش ارتباطات رسانه‌ای خارجی را برجسته ساخت. بعدها همین نیاز در قالب مقولاتی همچون گفتگوی تمدن‌ها و به‌مثابه نمادی از نوعی چرخش گفتمانی صورتبندی شد و لذا بخشی از دیپلماسی رسانه‌ای ایران به سوی تعاملات فرهنگی - تمدنی حرکت کرد. به مرور زمان و به موازات مواجهه فزاینده جامعه ایرانی با امواج و پیامدهای جدید جهانی شدن و گسترش فناوری‌های ارتباطی، صحنه دیپلماسی رسانه‌ای به‌شدت پیچیده‌تر شد. ظهور شبکه‌های ماهواره‌ای، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های فراملی و اهمیت فزاینده مخاطبان جهانی، ایران را واداشت تا روایت‌های فرهنگی - سیاسی خود را از شکل رسمی - دولتی به سوی اشکال نرم‌افزاری تر و چندرسانه‌ای تر بازآرایی کند. در این میان هنر، به‌ویژه نقاشی، جایگاهی خاص یافت زیرا می‌توانست بدون نیاز به زبان مشترک، پیام‌های چندلایه فرهنگی و سیاسی ایران را به تصویر بکشد. هنر نقاشی، برخلاف تصور رایج، صرفاً زائری زیبایی‌شناسانه نیست، بلکه در ادوار تاریخی - سیاسی همواره نقشی مهم در انتقال پیام‌های ایدئولوژیک، هویتی و فرهنگی داشته است. در ایران پس از انقلاب، نقاشی مهم‌ترین شاخه هنرهای تجسمی در بیان مفاهیم مقاومت، شهادت، هویت ملی و دیپلماسی فرهنگی بوده است. بنابراین، مطالعه نقاشی می‌تواند ابعاد تازه‌ای از دیپلماسی رسانه‌ای ایران را آشکار کند.

ژانر نقاشی نه‌فقط اثرات احساسی عمیقی بر حیات عاطفی مخاطبان دارد بلکه افکار و نگرش‌های آنان را جهت می‌دهد و امکان‌های تعامل را میان آنان می‌گشاید. به‌سبب همین خصایل، این ژانر در دیپلماسی فرهنگی توجه ویژه‌ای دریافت کرده و کارکردهای خاصی ایفا می‌کند. این ژانر، در کنار معماری و مجسمه‌سازی و موسیقی در عین حال می‌توان نماد فرهیختگی و مدنیت یک ملت باشد و بار عظیمی از تبادلات دیپلماتیک و گفت‌وگوی بین‌المللی را بر دوش بکشد. حضور دائمی و پررنگ تابلوهای نقاشی به‌مثابه نماد هویت و فرهنگ یک کشور در کاخ‌ها و بناهای عمومی همواره نقش و تأثیری خودآگاه و ناخودآگاه بر ذهن و ضمیر دولتمردان و مخاطبانی دارد که فرصت خیره‌شدن به این آثار را پیدا می‌کنند (رحمانی، ۱۳۹۴). از همین روست که در عصر مدرن هنر نقاشی همچون ابزاری مؤثر برای ارتباطات بین فرهنگی‌ها و مردمان جهان در دیپلماسی رسانه‌ای به کار گرفته شده است و پیام‌ها و مقاصد مختلف دیپلماتیک به جذاب‌ترین شیوه به‌میانجی این آثار و در راستای تسهیل تعامل بین فرهنگ‌ها رد و بدل شده است. به‌طور مثال، کشوری مثل ژاپن با استفاده از هنر سنتی خود، مانگا و انیمه، تصاویر زیبا و قابل‌فهمی از فرهنگ و تاریخ خود را به دیگر کشورها منتقل می‌کند. و بدین‌سان پلی برای ارتباطات بین فرهنگ‌ها و مردمان جهان فراهم می‌کند و به ترویج صلح و دوستی در جهان کمک می‌کند (نویمان^۱، ۲۰۱۶). بنابراین، امروزه برقراری ارتباط تصویری به‌میانجی نقاشی در میدان دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای، همزمان با گسترش ارتباطات و امواج فزاینده جهانی شدن فرهنگ، اهمیت بی‌سابقه‌ای در سیاست بین‌المللی دارد و کشورهای مختلف از این ژانر هنری برای انتقال پیام‌ها و معانی مدنظر خود بهره می‌برند (هادیان، ۱۳۹۰).

مسئله اصلی پژوهش حاضر انجام تأملی کیفی در شیوه‌های بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در ژانر نقاشی به‌منظور شناسایی ابعاد فرهنگی - سیاسی این دیپلماسی در دهه چهارم بعد از انقلاب است. ضرورت توجه به دیپلماسی رسانه‌ای در دهه چهارم انقلاب به‌ویژه از آن روست که در این دهه شاهد گسترش کاربرد شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های نوین و دیگر فرم‌های هنری در سیاست بین‌الملل هستیم و ایران نیز ناگزیر بیشتر از گذشته به سمت استفاده از این ظرفیت‌ها سوق داده شده است و هنر نقاشی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های بصری، نقشی قابل توجه در بازنمایی گفتمان‌های سیاسی و فرهنگی ایفا می‌کند. دهه چهارم، همچنین، از آن رو واجد اهمیت است که با رویه‌ها و رخدادهایی همچون تشدید تحریم‌های سیاسی و اقتصادی، پیچیده‌تر شدن روابط منطقه‌ای، تغییر الگوهای مصرف رسانه‌ای، تشدید جنگ‌های روایتی و نزاع‌های فرهنگی در سطح جهان همزمان بوده است. پرسش این است که دیپلماسی رسانه‌ای ایران چگونه در آثار نقاشی این دهه بازنمود یافته است؟ چه ابعادی از این دیپلماسی برجسته‌اند و کدام ابعاد به حاشیه رانده شده‌اند؟ این آثار حاوی چه معانی و پیام‌ها و دلالت‌هایی

¹ Neumann

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب)

برای دیگری‌های سیاسی ایران هستند؟ و سرانجام این که این آثار چگونه مضامین مسلط دیپلماسی ایران (از قبیل مقاومت، هویت ملی، رسالت دینی، استقلال، استکبارستیزی، ضدیت با غرب و غیره) را بازنمایی کرده‌اند و این بازنمایی‌ها چه نسبتی با تحولات فرهنگی - سیاسی دهه چهارم انقلاب دارند.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱: پیشینه تجربی

در مطالعات پیشین در حوزه بازنمایی، پژوهشگران از جمله گای دی‌بور، استوارت هال و ارنستو لاکلاو بر این نکته تأکید کرده‌اند که بازنمایی صرفاً بازتاب واقعیت نیست بلکه کنش فعالانه‌ای در تولید واقعیت اجتماعی - سیاسی است. در ارتباط با بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای، پژوهشگرانی مانند جوزف نای معتقدند که کشورها برای تأثیرگذاری بر مخاطبان خارجی صرفاً به استفاده از ابزارهای سخت بسنده نمی‌کنند، بلکه از ظرفیت‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای نیز بهره می‌گیرند. اینجاست که ژانری مثل نقاشی می‌تواند به‌عنوان ابزار قدرت نرم عمل کند، چرا که تصویر به‌شیوه‌ای فرازبانی و جهان‌شمول، احساسات را فعال کرده و جریان معنا را از طریق جذابیت فرهنگی هدایت می‌کند. در خصوص دیپلماسی رسانه‌ای ایران واقعیت این است که در دهه‌های اخیر نقاشی، در مقام رسانه‌ای نمادین، نه تنها تصویری از واقعیت سیاسی ایران ارائه کرده است بلکه به‌شکلی فعال در بساخت، برجسته‌سازی یا به‌حاشیه‌راندن واقعیت‌ها نقش ایفا کرده است. از همین روست که این موضوع مورد توجه پژوهشگران مختلف قرار گرفته است. به‌طور مثال، شیخی، سلطانی‌فر و مظفری (۱۴۰۱) در پژوهشی باعنوان «شناسایی، تبیین و رتبه‌بندی مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران» نشان داده‌اند که سینمای ایران در بازنمایی مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی خوب عمل نکرده است و نتوانسته است بازوی نیرومندی برای تقویت دیپلماسی فرهنگی باشد. یا مثلاً بشیر و رضایی (۱۳۹۴) در تحقیق خود باعنوان «دیپلماسی رسانه‌ای ایران: شبکه یک سیما، ساعت ۲۱» کوشیده‌اند بازنمود دیپلماسی ایران در قبال جهان اسلام، اروپا و آمریکا در دهه سوم بعد از انقلاب را در این شبکه مطالعه کنند و به این نتیجه دست یافتند که مطابق روایت‌هایی که این شبکه از این مقوله ارائه داده است پنج مقوله سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و دینی بیشترین تأثیر را بر دیپلماسی ایران گذاشته است. در همین ارتباط مهدی‌زاده (۱۳۹۱) معتقد است که دیپلماسی رسانه‌ای ایران در دهه‌های اخیر به‌گونه‌ای بوده است که تا حدودی این امکان را برای هنرمندان و به‌ویژه نقاشان فراهم آورده است تا با بهره‌گیری از دستاوردها و سبک‌ها و فنون نقاشان سایر کشورها به بازنمایی ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان بپردازند و با ترویج پیام‌های صلح و دوستی گام‌هایی مرثر در جهت تقویت دیپلماسی بین‌المللی ایران بردارند.

در میان پژوهشگران خارج از کشور این مسئله با جدیت و وسعت بیشتری دنبال شده است. برخی از پژوهشگران به این نتیجه دست یافته‌اند که امروزه دیگر تردیدی بر جای نمانده است که نقاشی میانجی‌ای است که در انتقال ارزش‌ها، تاریخچه، هویت و فرهنگ یک کشور نقشی محوری ایفا می‌کند، امری که می‌تواند ارتباطات فرهنگی بین جوامع را تسهیل و تقویت کند. در واقع، نقاشی نوعی زبان هنری جهانی است که برای تبادل فرهنگی و هنری بین جوامع مختلف استفاده می‌گردد (شیفر و گابای^۲، ۲۰۱۷). نقاشی در دیپلماسی رسانه‌ای حتی ممکن است برای انتقال پیام‌های سیاسی و دولتی استفاده شود و نقاشی‌های سیاسی غالباً برای نشان دادن نظرات یا سیاست‌های یک کشور در قضایای بین‌المللی به کار گرفته می‌شوند. افزون بر این، نقاشی می‌تواند به‌عنوان یک وسیله برای تحقق اهداف سیاسی یک کشور در خارج از مرزها استفاده شود و به ترویج سیاست‌ها و ایدئولوژی‌های آن کمک کند (نیومان، ۲۰۱۶). همه این کارکردها ذیل مقوله دیپلماسی عمومی تعریف می‌شوند که در واقع حسن تعبیری است برای اصطلاح پروپاگاندا یا روابط عمومی بین‌الملل که عملاً شکلی از ارتباط نسبتاً فریبنده برای اقناع افکار عمومی است (گیلبوا^۳، ۱۳۸۸). در همین ارتباط، برخی پژوهشگران حتی تا آنجا پیش می‌روند که معتقدند «هسته اصلی دیپلماسی عمومی عبارت است از ارتباطی هدایت‌شده با افراد خارجی، به منظور تأثیر گذاشتن بر افکار آنها و سرانجام تأثیر گذاشتن بر دولت‌های» (مالونی^۴، ۱۹۸۵). به بیان دیگر، «دیپلماسی عمومی فعالیت‌هایی در زمینه‌های اطلاعات، آموزش و فرهنگ، با هدف تأثیرگذاری بر دولتی خارجی از طریق تأثیرگذاران شهروندان آن است» (فردریک^۵، ۱۹۹۳). ارتباط متقابل نقاشی و دیپلماسی رسانه‌ای در همین چارچوب معنا پیدا می‌کند.

۲-۲: ملاحظات نظری

² Sheaffer & Gabay

³ Gilboa

⁴ Maloney

⁵ Frederick

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

– جایگاه نقاشی در دیپلماسی رسانه‌ای

دیپلماسی رسانه‌ای به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که با بهره‌گیری از رسانه‌ها برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی داخلی و جهانی صورت می‌گیرد (گیلبوا، ۲۰۰۸). یکی از مهم‌ترین رویکردهای نظری برای تحلیل دیپلماسی رسانه‌ای نظریه «قدرت نرم» از جوزف نای است. بر اساس این نظریه، فرهنگ، ارزش‌ها و روایت‌های یک کشور می‌توانند بدون توسل به زور، قدرت تأثیرگذاری ایجاد کنند. به علاوه، هنر بخشی از منابع قدرت نرم کشورها محسوب می‌شود و می‌تواند نقش مهمی در تصویرسازی از یک کشور ایفا کند (نای، ۲۰۰۴). در دیپلماسی رسانه‌ای، دولت‌ها، نهادها و بازیگران فراملی از ابزارهای رسانه‌ای برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، خلق تصویر مطلوب از خود و پیشبرد اهداف سیاسی و فرهنگی بهره می‌گیرند. این گونه از دیپلماسی، برخلاف دیپلماسی رسمی که مبتنی بر تعامل‌های دولتی است، از طریق رسانه‌ها به صورت غیرمستقیم عمل می‌کند و به میدان رقابت بر سر «تصویر»، «گفتمان» و «ادراک» تبدیل شده است. اگرچه در نخستین نگاه رسانه‌های خبری، سینما، شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات سیاسی به‌مثابه ابزارهای اصلی دیپلماسی رسانه‌ای شناخته می‌شوند، اما هنرهای تجسمی – و به‌ویژه نقاشی – در دهه‌های اخیر به یکی از ساحات بالقوه و اثرگذار این نوع دیپلماسی بدل شده‌اند. نقاشی، از حیث توانایی‌اش در خلق روایت‌های بصری، برانگیختن احساسات و ارائه بازنمایی‌های استعاری، قابلیت ویژه‌ای برای ایفای نقش در دیپلماسی رسانه‌ای دارد. این نقش در دو سطح قابل مشاهده است: نخست در سطح «نمایش رسمی و نهادی»، جایی که دولت‌ها و موزه‌ها از نقاشی برای ساخت تصویر فرهنگی و تمدنی خود بهره می‌گیرند؛ و دوم در سطح «بازنمایی‌های گفتمانی» که هنرمندان مستقل از طریق آثار خود در تولید یا نقد روایت‌های سیاسی و اجتماعی مشارکت می‌کنند.

در سطح رسمی، نمایش آثار نقاشی در گالری‌های بین‌المللی، هفته‌های فرهنگی، اکسپوها و موزه‌های جهان می‌تواند به ابزاری برای تقویت قدرت نرم تبدیل شود. دولت‌ها از طریق این نمایش‌ها تلاش می‌کنند چهره‌ای تاریخی، صلح‌طلب، انسانی یا پیشرو از خود ارائه دهند. چنین بازنمایی‌هایی، حتی اگر ظاهری صرفاً هنری داشته باشند، در واقع در خدمت پروژه‌های دیپلوماتیک قرار می‌گیرند که هدف آن شکل‌دهی به برداشت جهانیان از یک کشور یا فرهنگ خاص است. آثار نقاشی در این سطح، همچون نشانه‌های فرهنگی عمل می‌کنند که هویت ملی، ارزش‌های اجتماعی و سطح توسعه فرهنگی را می‌توان از خلال آنها بازخوانی کرد. در سطح گفتمانی، نقاشی می‌تواند محل مواجهه و منازعه روایت‌ها باشد. هنرمندان از طریق تکنیک‌ها، رنگ‌ها، بدن‌ها، فضاها و نمادهایی که برمی‌گزینند، می‌توانند روایت‌های رسمی را تقویت یا آنها را به چالش بکشند. برای نمونه، بازنمایی رنج، مقاومت یا هویت‌های به‌حاشیه‌رانده شده در نقاشی می‌تواند شکلی از دیپلماسی معکوس باشد؛ نوعی بیان هنری که سیاست‌های قدرت را زیر سؤال می‌برد و روایت‌های انسانی‌تر یا انتقادی‌تری را وارد فضای عمومی جهانی می‌کند. این گونه آثار، در میدان جهانی هنر، فراتر از ارزش زیباشناختی، حامل پیام‌های اجتماعی و سیاسی‌اند که می‌توانند در جهت‌دهی افکار عمومی نقش داشته باشند.

علاوه بر این، کارکرد رسانه‌ای نقاشی در عصر دیجیتال تقویت شده است. گردش سریع تصاویر در شبکه‌های اجتماعی باعث شده نقاشی – حتی اگر به صورت فیزیکی در یک گالری محدود باشد – بتواند به رسانه‌ای جهانی تبدیل شود. تصویری از یک اثر نقاشی که بازنمایی خاصی از جنگ، زنان، محیط‌زیست یا عدالت اجتماعی ارائه می‌دهد، می‌تواند در جریان دیپلماسی رسانه‌ای معاصر، در کوتاه‌ترین زمان به بازنمایی نمادین یک ملت، بحران یا گفتمان تبدیل شود. بدین ترتیب، نقاشی نه‌تنها رسانه‌ای هنری بلکه جزئی از جریان‌های ارتباطات سیاسی و فرهنگی جهان امروز است. به طور کلی می‌توان گفت که نقاشی در بستر دیپلماسی رسانه‌ای به مثابه ابزاری دوگانه عمل می‌کند: از یک سو قدرت‌های سیاسی از آن برای ساخت تصویر رسمی خود بهره می‌گیرند، و از سوی دیگر هنرمندان آن را بستری برای بازتعریف هویت‌ها، نقد روایت‌های غالب و ارائه جهان‌نگری‌های بدیل می‌سازند. این تنش میان استفاده رسمی و خوانش انتقادی، نقاشی را به میدان پیچیده و پویایی از بازنمایی‌های دیپلوماتیک تبدیل کرده است؛ میدانی که در آن سیاست، فرهنگ و زیبایی‌شناسی درهم‌تنیده می‌شوند و معنا از خلال همین درهم‌تنیدگی ساخته و بازساخته می‌گردد.

– نشانه‌شناسی نقاشی به‌مثابه رسانه

نشانه‌شناسی تصاویر بر آن است که هر تصویر مجموعه‌ای از نشانه‌هاست که معنا تولید می‌کنند. به تعبیر میچل، تصاویر سوزه‌هایی اندیشمند هستند، به این معنا که آن‌ها ساختارهای فکری و ایدئولوژیک تولید می‌کنند و بخشی از نظم گفتمانی جامعه محسوب می‌شوند (میچل، ۱۹۹۴). از این دید، آثار نقاشی‌ها حامل پیام‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی‌اند. نقاشی همواره به‌عنوان رسانه‌ای حامل معنا، تجربه و گفتمان عمل کرده است. به علاوه، هر اثر نقاشی نظامی از نشانه‌هاست که در تعامل با زمینه‌های فرهنگی، تاریخی و اجتماعی تولید و تفسیر می‌شود. در این چارچوب، اثر نقاشی را می‌توان متنی بصری دانست که از طریق رمزگان‌های متنوعی چون رنگ، ترکیب‌بندی، سبک، ژانر، نور و تکنیک بر مخاطب اثر می‌گذارد و معنا را برمی‌سازد. اگر از منظر سوسور به قضیه نگاه کنیم، می‌توان گفت که نقاشی به‌مثابه مجموعه‌ای از دال‌ها

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

است که رابطه آنها با مدل‌ها قراردادی یا فرهنگی است، بدین معنا که هر عنصر دیداری در نقاشی (از اشیاء و بدن‌ها تا خطوط و رنگ‌ها) به واسطه قراردادهای فرهنگی حامل معنا می‌شود. در مقابل، سنت پیرسی نشانه‌شناسی بر سه‌گانه شمایل، نمایه و نماد تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه تصویر نقاشی می‌تواند هم شمایی باشد (شبهه به ابژه)، هم نمایه‌ای (ردی از جهان)، و هم نمادین (تولیدکننده معنای انتزاعی مبتنی بر قرارداد).

نکته دیگر این که خوانش نشانه‌شناختی نقاشی همواره مستلزم توجه به بینامتنیت بصری و گفتمانی است. هر نقاشی در شبکه‌ای از ارجاعات میان آثار هنری گذشته، سنت‌های بصری، روایت‌های فرهنگی و مناسبات قدرت شکل می‌گیرد و مخاطب نیز از خلال این شبکه‌ها به تفسیر دست می‌زند. بدین ترتیب، نقاشی را باید رسانه‌ای دانست که هم حامل جهان‌بینی هنرمند و گفتمان غالب زمانه است و هم ساحت مقاومت، بازتعریف و بازنمایی امر اجتماعی به حساب می‌آید. این گونه است که فرایند معناسازی در نقاشی نه ثابت است و نه یک‌لایه. معنا در تعامل میان متن بصری، مخاطب، و زمینه شکل می‌گیرد. نقاشی بازنمایی مستقیمی از واقعیت نیست، بلکه بازآفرینی واقعیتی گفتمانی است که از خلال انتخاب‌ها، حذف‌ها، برجسته‌سازی‌ها و سبک هنرمند ساخته می‌شود. نقاشی در مقام امکان بیان تجربه‌های زیسته، بازنمایی بدن‌ها و هویت‌ها، و ساختن روایت‌های بدیل را فراهم می‌کند. قدرت رسانه‌ای نقاشی در این است که می‌تواند با مکانیسم‌های نمادین و عاطفی خود، درک ما از جهان و دیگری را شکل دهد. تحلیل نشانه‌شناختی نقاشی، این ظرفیت را آشکار می‌کند که چگونه عناصر ظاهراً زیباشناختی، در واقع حامل گفتمان‌های پنهان درباره جنسیت، قدرت، احساس، حافظه و فرهنگ‌اند.

– اثر نقاشی به مثابه گفتمان

آثار هنری در تعامل با گفتمان‌های مسلط جامعه شکل می‌گیرند و بازنمایی‌های بصری همواره بازتابی از روابط قدرت و ایدئولوژی‌ها هستند (هال، ۱۹۹۷). از این دید، اثر نقاشی نه به مثابه امری تکین، بلکه فقط در شبکه‌ای از معانی سیاسی، رسانه‌ای و فرهنگی قابل تحلیل است. این نوع تحلیل به بررسی چگونگی تولید، گردش و تثبیت معنا در آثار هنری می‌پردازد و بر این فرض استوار است که هنر فضایی گفتمانی است که در آن روابط قدرت، ایدئولوژی، سیاست، فرهنگ، هویت و مقاومت به گونه‌ای نمادین و غیرمستقیم بازنمایی می‌شوند. از این منظر، نقاشی نه فقط یک تصویر بلکه متنی سیاسی – فرهنگی است که لایه‌های پیچیده‌ای از معنا را در دل خود حمل می‌کند. در همین ارتباط، میشل فوکو بر این باور است که قدرت تنها در قالب نهادهای سیاسی اعمال نمی‌شود، بلکه در سازوکارهای ظریف فرهنگی و معنایی حضور دارد. نقاشی نیز بخشی از این سازوکار است. هر انتخاب هنری – از رنگ و فرم گرفته تا چیدمان نشانه‌ها – در واقع انتخابی سیاسی است که می‌تواند به بازتولید یا تضعیف گفتمان مسلط کمک کند. بنابراین، نقاشی‌های مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای ایران به عنوان میدان‌هایی برای تولید دانش سیاسی و روایت‌های فرهنگی درباره ایران عمل می‌کنند. همچنین، لاکلاو و موفه معتقدند که از آنجا که معنا هرگز ثابت و نهایی نیست و همواره در حال شکل‌گیری و بازتعریف است، لذا اثر هنری به عنوان یک دال شناور، واجد ظرفیت‌های متعدد معنایی است. مخاطب، هنرمند و بافت اجتماعی در تعامل با یکدیگر معنا را می‌آفرینند. از این منظر هم می‌توان نتیجه گرفت که نقاشی‌های مربوط به دیپلماسی رسانه‌ای ایران نیز حول دال‌های مرکزی همچون ایران فرهنگی، مقاومت، صلح، گفتگو و هویت مل «سازمان می‌یابند و هر اثر تلاش می‌کند یکی از این محورها را برجسته‌تر کند.

به طور کلی، در تحلیل گفتمانی یک اثر نقاشی همواره سه سطح را از هم تفکیک می‌کنند:

(الف) سطح متنی: شامل رنگ‌ها، فرم‌ها، ترکیب‌بندی، نمادها، عمق میدان و سایر عناصر بصری که همچون زبان عمل می‌کنند.
(ب) سطح عمل تولید: شرایط اجتماعی، فرهنگی و سیاسی تولید اثر؛ نقش نهادهای رسمی و غیررسمی؛ جایگاه هنرمند و روابط او با قدرت.
(ج) سطح دریافت مخاطبان: شیوه‌های متفاوت ادراک و تفسیر که بسته به فرهنگ، تجربه، طبقه اجتماعی و پیش‌فرض‌های مخاطب تغییر می‌کند.

تحلیل گفتمانی اثر هنری در این سه سطح بیانگر آن است که معنا نه در اثر هنری ثابت است و نه صرفاً در ذهن هنرمند، بلکه در گفتگویی میان اثر، زمینه اجتماعی و مخاطب شکل می‌گیرد. در این جا پای مفهوم هژمونی خودبه‌خود به میان کشیده می‌شود. بدین معنا که هنر می‌تواند به تثبیت روایت هژمونیک درباره یک ملت، یک سیاست یا یک تاریخ کمک کند. اما در عین حال می‌تواند فضای مقاومت باشد؛ فضایی که در آن روایت‌های بدیل، به‌ویژه در جوامعی مانند ایران، ظهور می‌کنند. از این دریچه، نقاشی‌های مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای ایران در بسیاری موارد در برابر هژمونی رسانه‌های غربی مقاومت می‌کنند. آن‌ها تلاش می‌کنند تصویری متفاوت، فرهنگی، صلح‌گرا، تمدنی و انسانی از ایران ارائه کنند. هر اثر هنری نه فقط بازتاب سیاست، بلکه بازیگری فعال در عرصه سیاست فرهنگی و قدرت نرم است. تحلیل گفتمانی هنر امکان می‌دهد نقاشی‌های مرتبط با دیپلماسی رسانه‌ای ایران را به عنوان کنش‌های سیاسی – فرهنگی خوانش بشوند. این رویکرد نشان می‌دهد که

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

چگونه هنرمندان ایرانی در دهه چهارم انقلاب، آگاهانه یا ناآگاهانه، در خلق روایت‌هایی تازه درباره ایران مشارکت می‌کنند و چگونه آثارشان به بخشی از سازوکار قدرت نرم و دیپلماسی عمومی کشور تبدیل می‌شود.

۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی انجام شده است. روش‌های تحلیل کیفی شامل تحلیل نشانه‌شناختی و تحلیل گفتمان به‌طور هم‌زمان برای بررسی ابعاد بصری و متنی آثار نقاشی به‌کار رفته است. میدان مطالعه پژوهش شامل نقاشی‌های تولید شده بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰ با محوریت موضوعات هویت ملی، مقاومت، سیاست خارجی، رسانه و تصویر ایران در جهان است. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و با انتخاب آثاری انجام شده است که بیشترین ارتباط معنایی را با مضامین دیپلماسی رسانه‌ای دارند. ابزار گردآوری داده‌ها عبارتند از: مشاهده مستقیم آثار نقاشی؛ تحلیل عناصر بصری شامل نمادها، رنگ‌ها، ترکیب‌بندی‌ها، اشیا، شخصیت‌ها و فضاها؛ و تحلیل اسناد سیاست رسانه‌ای و فرهنگی ایران در دهه چهارم انقلاب. در قسمت تحلیل، داده‌ها در سه مرحله کدگذاری شدند: کدگذاری باز، یعنی استخراج مفاهیم اولیه از آثار؛ کدگذاری محوری، به معنای دسته‌بندی مفاهیم در قالب مقولات گفتمانی؛ و کدگذاری انتخابی یا شکل‌دهی به مدل نهایی گفتمان‌ها.

۴- تحلیل یافته‌ها

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نقاشی‌های دهه چهارم انقلاب را باید بخشی از دیپلماسی فرهنگی و رسانه‌ای ایران دانست. این آثار در تعامل دوسویه با سیاست‌گذاری رسانه‌ای قرار دارند: از یک‌سو بازتاب‌دهنده سیاست‌های رسانه‌ای هستند و از سوی دیگر خود در شکل‌دهی به آن سیاست‌ها نقش دارند. بر این اساس، می‌توان گفت که نقاشی‌ها قدرت نرم ایران را در سه سطح تقویت می‌کنند: «سطح ملی» در معنای تقویت هویت ملی و انسجام فرهنگی؛ «سطح منطقه‌ای» که نقش ایران در مقاومت را بازنمایی می‌کنند؛ و «سطح جهانی» که جایگاه ایران به‌عنوان یک کنشگر فرهنگی در مناسبات بین‌المللی را به نمایش می‌گذارند. برخی از آثار تولیدشده تلاش دارند ایران را به‌عنوان تمدنی دیرینه و دارای میراث فرهنگی غنی معرفی کنند. در این نقاشی‌ها مفاهیمی همچون تمدن کهن، میراث ایرانی - اسلامی و حکمت شرقی برجسته می‌شوند. چنین بازنمایی‌هایی بخشی از تلاش ایران برای تثبیت خود به عنوان الهام‌بخش در حوزه فرهنگی و تمدنی است. دسته‌ای دیگر از آثار می‌کوشند موقعیت ایران را در برابر قدرت‌های جهانی بازتعریف کنند. نقاشانی که به این رویکرد نزدیک‌اند معمولاً رویدادهایی همچون دیپلماسی گفتگو محور، مقابله با یک‌جانبه‌گرایی یا تاریخ صلح‌خواهی ایران را موضوع خود قرار دهند. چنین آثاری در میدان هنر جهانی نقش مهمی در مقابله با انگاره‌های منفی ایفا می‌کنند. و سرانجام، نقاشی‌های دیگری هستند که مضمون محوری آن‌ها مقاومت هویتی - فرهنگی است. هنرمندانی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، بر تمایز ایران از جریان‌های غرب‌محور تأکید دارند و با بهره‌گیری از نشانه‌های فرهنگ ایرانی، هویت ملی را عاملی برای ایستادگی در برابر استکبار جهانی می‌دانند. بدین ترتیب، با تأملی گفتمانی در نقاشی‌های بررسی شده می‌توان آن‌ها را ذیل سه گفتمان دسته‌بندی کرد:

- گفتمان هویت ملی

به‌عنوان برخی از برجسته‌ترین نمونه‌هایی که در این زمینه به بازتاب و تقویت گفتمان هویت ملی می‌پردازند می‌توان به از «شکار سیمرغ» (۱۳۹۵) از رضا درخشانی نام برد که مستقیماً از اسطوره سیمرغ و روایت‌های کهن ایرانی بهره برده و با زبان بصری معاصر (ترکیب مواد روی بوم و مقیاس بزرگ) تولید شده است. این اثر هم در بازار هنری داخل و هم در نمایشگاه‌های خارجی به نمایش درآمد و به نماد تصویری هویت ملی در تنظیمات دیپلماتیک تبدیل شد. همچنین می‌توان به «پاویون ایران در اکسپو میلان ۲۰۱۵ - طراحی و گزینش تصویری ملی» اشاره کرد که از عناصر باغ ایرانی و قنات به‌عنوان نمادهای هویت ملی ایران استفاده کرد و طراحی و نمایش محتوا (از جمله پوسترها، تصاویر سفارشی و چیدمان بصری) در آن طوری تنظیم شد که تصویر جهانی از ایران سنتی - معاصر» ارائه دهد. این نمونه نشان می‌دهد چگونه عناصر تصویری معاصر و تاریخی در عرصه بین‌الملل به کار گرفته می‌شوند. و به‌عنوان نمونه‌ای دیگر می‌توان به «آثار منتخب در دوسالانه/نمایشگاه‌های ملی» اشاره کرد که نشان می‌دهد در دهه ۱۳۹۰-۱۴۰۰ گفتمان‌های متکثر درباره هویت ملی مطرح شده و آثار زیادی با رجوع به «بومی‌گرایی»، «نگارگری» و «بازخوانی تاریخی» در این رویدادها حضور داشته‌اند. این رویدادها هم خود تبدیل به کانال رسانه‌ای برای برجسته‌سازی یک نوع روایت ملی شده‌اند. این‌ها کانال‌ها و مجراهایی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای هستند که از آثار نقاشی برای بازتاب و تقویت هویت ملی استفاده می‌کنند. این‌ها معماری و محتوای تصویری را برای مخاطب بین‌المللی طراحی و روایت می‌کنند؛ این فضاها معمولاً همراه تصاویر، پوستر و گزینش آثار بصری هستند که هویت ملی را برجسته می‌سازند. همچنین می‌توان از نمایشگاه‌های موردحمایت سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب)

نمایندگی‌های فرهنگی در سفارت‌خانه‌ها و خانه‌های فرهنگ در خارج از کشور (تورهای نمایشگاهی، امانت آثار برای موزه‌ها) نام برد که نظام سیاسی و نهادهای فرهنگی مرتبط از طریق آنها برنامه‌های مشخصی برای حضور هنری در حوزه بین‌المللی دارند. و نیز می‌توان از دوسالانه‌ها و جشنواره‌های ملی / بومی نام برد که گفتمان‌ها را تولید و به رسانه‌های داخلی و گاهی خارجی منتقل می‌کنند. به طور کلی، این دسته از کارها که به این گفتمان تعلق دارند با استفاده از چندین شگرد نقش خود در بازتاب و تقویت هویت ملی را ایفا می‌کنند:

۱- نمادها و اسطوره‌های مشترک: وقتی نقاشی از اسطوره‌ها (مثلاً سیمرغ، رستم، نمادهای میهنی)، روایات حماسی یا نشانه‌های سنتی استفاده می‌کند، بلافاصله به زبان نمادین هویتی متکی می‌شود. این زبان در فضای دیپلماتیک تصویری ساده و قابل فهم برای مخاطب ارایه می‌دهد. ۲- نگارگری و عناصر بصری بومی: ارجاع صریح یا اقتباس از نگارگری، خوشنویسی، نقش فرش یا معماری (گنبد، باغ ایرانی، قنات) پیامی درباره «تداوم تاریخی» و «منحصربه‌فرد بودن فرهنگ ایرانی» می‌فرستد. چنین ارجاعی در متون تحلیل هنر معاصر به‌عنوان راهی برساخت هویت ملی شناخته می‌شود.

۳- تصویرپردازی پاسداری از میراث در فرم مدرن: هنرمندانی که زبان بصری معاصر را با آیت‌های تاریخی تلاقی می‌دهند، به دیپلماسی فرهنگی امکان می‌دهند تصویری از ایران بسازند که هم «قدیم/اصیل» و هم «معاصر/پاسخگو» به جهان امروز باشد. این ترکیب در میدان دیپلماسی رسانه‌ای توان بسیاری در جلب توجه مخاطبان دارد.

۴- صیقل دادن روایت ملی از طریق نمایشگاه‌ها/پایون‌ها: وقتی دولت یا مؤسسه‌های فرهنگی در اکسپوها، رویدادهای بین‌المللی یا به‌صورت تور نمایشگاهی آثار را انتخاب و ارائه می‌کنند، خود ترکیب آثار و طراحی صحنه پیام هویتی را تقویت/فیلتر می‌کند. نمونه‌اش طراحی و گزینش محتوای پایون ایران در اکسپوها که به‌صراحت عناصر باغ، فرش و قنات را برجسته کرده‌اند تا «هویت ایرانی» به شکل قابل فهمی به نمایش گذاشته شود.

به طور خلاصه، نتایج تحقیق نشان می‌دهد که این آثار از مجموعه‌های متنوعی از تکنیک‌های بصری و شگردهای روایت‌پردازی بهره می‌گیرند که از آن جمله می‌توان به مواردی از این قبیل اشاره کرد: الف) بازنمون عناصر نگارگری مثل فضاسازی صاف، خطوط ریز، فضاهای زرین یا قاب‌بندی‌های سنتی؛ ب) ارجاع به اسطوره‌ها و حماسه‌های مثل داستان سیمرغ، شکارگاه‌ها، سواران و نمادهای پهلوانی برای برجسته‌کردن پیوستگی تاریخی؛ و ج) استفاده از پس‌زمینه‌ها یا بافت‌هایی شبیه فرش، کاشی‌کاری یا معماری ایرانی به‌مثابه بافت هویتی. این آثار با بهره‌گیری از این مجموعه تکنیک‌های روایی و بصری کارآمدی بسیاری در میدان دیپلماسی رسانه‌ای دارند، چرا که چندین کارکرد را به‌طور توأمان ایفا می‌کنند: نخستین کارکرد عبارت است از «ساده‌سازی نمادین» ف بدین معنا که نمادها و موتیف‌های سنتی سریعاً توسط مخاطب بین‌المللی شناسایی می‌شوند، چیزی که برای پیام‌رسانی در رسانه‌ها بسیار حیاتی است؛ کارکرد دوم، توان این آثار در ارایه نوعی «ترکیب‌بندی از سنت و مدرنیته» است، جایی که اثر هم «بومی» به‌نظر می‌رسد و هم زبان هنری معاصر دارد، هم برای مخاطب داخلی اعتبار می‌آفریند و هم برای مخاطب خارجی قابل خوانش است؛ و کارکرد سوم، «قابلیت روایت‌پذیری برای رسانه» است، بدین معنا که این آثار حاوی اسطوره/نماد قابل تبدیل به تیترو، پوستر و روایت تصویری در رسانه‌ها هستند و این ویژگی آنها را برای دستگاه دیپلماتیک دیداری جذاب می‌کند.

- گفتمان مقاومت فرهنگی

مقاومت فرهنگی به معنای بازتولید و دفاع از ارزش‌ها، نمادها، تاریخ و سبک زندگی بومی در برابر فرم‌های مسلط و جهانی‌شده یا روایت‌های غرب‌محور است. این مضمون در سیاست‌های رسانه‌ای بعد از انقلاب در ایران مترادف نقد سلطه رسانه‌ای غرب و نمایش سوژه مقاوم ایرانی نیز به وفور کاربرد داشته است، چیزی که هم در هنر انقلاب/جنگ رویت‌پذیر است و هم در هنر دهه‌های سوم و چهارم پس از انقلاب. مقاومت فرهنگی در مقام یک گفتمان در واقع همواره تلاشی بوده است برای نوسازی نوسازی نمادهای مقاومت از قبیل اسطوره‌های ایرانی، ادبیات محلی، شخصیت‌های تاریخی و نشانه‌های آیینی. آن دسته از آثار نقاشی که در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای ذیل این گفتمان تولید شده‌اند و در قالب پوسترهای بین‌المللی، نمایشگاه‌های رسمی برون‌مرزی، جشنواره‌ها و هفته‌های فرهنگی به نمایش درآمده‌اند معمولاً در خدمت برساخت تصویری از ایران فرهنگی بوده‌اند. آثار نقاشی از آنجا که قابلیت تکثیر بالایی دارند میزان کاربردشان در این گفتمان بسیار است. به‌علاوه، نقاشی زانری است که زبانی جهانی دارد اما در عین حال می‌تواند محتوایی بومی/ایدئولوژیک را در خود بازتاب دهد. بی‌جهت نبوده است که میدان دیپلماسی رسانه‌ای در ایران در دهه‌های اخیر به اهمیت چنین چیزی واقف شده است و به‌طور مثال بازه ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۰، از نظر دیپلماسی فرهنگی، دوره‌ای است که ایران فعالیت برون‌مرزی‌اش را در قالب هنرهای تجسمی ارزشی و هویتی بیش از پیش افزایش داده

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

و از این طریق به تقویت مقاومت فرهنگی همت گماشته است. بررسی نقاشی‌های تولیدشده در این دهه نشان می‌دهد که این نقاشی‌های چهارم‌الگوی متفاوت از مقاومت فرهنگی را بازتاب می‌دهند:

- بازخوانی نگارگری و موتیف‌های عرفانی به‌مثابه سپر فرهنگی

در این الگو، بازگشت به نگارگری و تلاش برای ارایه خوانش‌های نوین از عرفان ایرانی دقیقاً در راستای برجسته‌سازی مضامینی همچون «اصالت تاریخی»، «مقاومت در برابر زیبایی‌شناسی غربی» و «تأکید بر تمدن ریشه‌دار ایرانی» بوده است.

- برجسته‌سازی شخصیت‌ها و تم‌های ملی، تاریخی و دینی

در این الگو، نقاشی‌هایی با مضامین و موتیف‌های مثل عاشورا، فلسطین، مقاومت منطقه‌ای و قهرمانان/ پهلوانان ایرانی تولید شده و در نمایشگاه‌ها و دیگر میدان‌های بین‌المللی به نمایش درآمده‌اند.

- نقد استعمارگری و تقویت گفتمان استکبارستیزی

در این الگو، اثری تولید و منتشر شده‌اند که اغلب با فرم‌ها و تکنیک‌های سوررئال یا تمثیلی سعی در ترسیم تصویری از «ایران زیر فشار» و در عین حال «ایران ایستاده» داشته‌اند.

- بازنمایی زندگی روزمره به‌مثابه منبع مقاومت

در این الگو، نقاشان سعی کرده‌اند با بازنمایی و برجسته‌سازی سبک‌های زندگی بومی در قالب آیین‌ها، پوشش، خانواده، زنان آیینی، روستا و غیره سپری از مقاومت در برابر امواج همگن‌شدن و یکسان‌سازی فرهنگی که به‌واسطه فرایندهای جهانی‌شدن ترویج می‌شود بسازند.

در زمره بارزترین نمونه‌های آثاری که ذیل گفتمان مقاومت فرهنگی خلق شده‌اند نقاشی‌های «**رزم‌افزارهای نمادین**» از حبیب‌الله صادقی هستند. این آثار ضمن ترکیب مفاهیم عاشورایی با زبان بصری معاصر کوشیده‌اند نوعی سوژه مقاوم در قالب انسان‌های ایستاده، چهره‌های مصمم، کتیبه‌ها و رنگ‌های آتشین به نمایش بگذارند و در عین حال به بازخوانی تاریخ دینی به‌عنوان بنیانی برای مقاومت امروز بپردازند. آثار صادقی به‌کرات در نمایشگاه‌های بین‌المللی هفته‌های فرهنگی، اکسپوهای هنری و رویدادهای رسمی خارج از کشور نمایش داده شده‌اند و رسانه‌های رسمی این آثار را «نماینده هنر مقاومت» نامیده‌اند. در کنار این‌ها، می‌توان از نقاشی‌هایی نام برد که با محوریت موضوع **فلسطین و مقاومت منطقه** تولید شده‌اند که آثار نقاشانی چون رضا بدرالسماء (مجموعه‌هایی تمثیلی با محور مقاومت)، کاظم چلیپا (با تمرکز بر سوژه مقاومت منطقه‌ای) و مجید محدود در این چارچوب قرار می‌گیرند. در این گونه آثار خصایلی همچون بازنمایی قربانی/ قهرمان، رنگ‌های تیره - سرخ، پیوند تاریخ عاشورا با مقاومت معاصر، و ترکیب نقاشی - خط و نشانه‌های قرآنی بسیار برجسته‌اند. همگی این نقاشی‌ها همواره در رویدادهایی چون «هفته هنر مقاومت»، «نمایشگاه‌های فلسطین»، «خانه‌های فرهنگ ایران در لبنان، سوریه و عراق» به نمایش درآمده و به‌عنوان ابزار قدرت نرم استفاده شده‌اند. و به‌عنوان نمونه‌ای دیگر می‌توان به آن دسته از آثار رضا درخشانی اشاره کرد که حکم **مجموعه‌های اسطوره‌ای - تمدنی** را دارند و با برجسته‌سازی موتیف‌هایی مثل سیمرغ، شکار و اسطوره‌های ایرانی گفتمان مقاومت فرهنگی را تقویت می‌کنند. زبان تصویری این آثار بر پیوستگی تمدن ایرانی، استقامت فرهنگی و اصالت تصویری تأکید می‌کند و این دقیقاً نقطه‌مقابل زیباشناسی مسلط غربی است. آثار او در برخی نمایشگاه‌های رسمی خارج از کشور (مانند نمایشگاه ایران امروز) و برنامه‌های انتخابی وزارت ارشاد یا سازمان فرهنگ و ارتباطات به‌عنوان نمادی از قدرت فرهنگی به نمایش درآمده‌اند. همچنین می‌توان از **نقاشی‌های آیینی و عاشورایی با محوریت بازنمایی زنان** نام برد که نقاشانی مثل الهام گودرزی و مریم محمودی خلق کرده‌اند. مشخصه اصلی این آثار بازنمایی زن مؤمن، مقاوم و آیینی، تلفیق رنگ‌های فیروزه‌ای، طلایی و مشکی، و استفاده از فرم‌های نگارگری و بافت‌های ایرانی است. در این آثار مقوله مقاومت فرهنگی در هیأت «زن ریشه‌دار در فرهنگ» در برابر تصویر جهانی‌شده و تجاری‌شده از زن بازنمایی شده است. آثار این نقاشان در هفته‌های فرهنگی کشورهای اسلامی، جشنواره هنرهای تجسمی فجر، و نمایشگاه‌های سفارتخانه‌ها معرفی شده‌اند. و سرانجام باید به **نقاشی‌های انتقادی - تمثیلی درباره سلطه رسانه‌های غرب** اشاره کرد که معمولاً از سوی هنرمندانی که خود را پست‌مدرن معرفی می‌کنند تولید می‌شود. در این آثار مضامینی همچون سلطه رسانه جهانی، مصرف‌گرایی، استانداردسازی فرهنگی و بازنمایی کلیشه‌ای ایران در رسانه‌های بین‌المللی به نقد کشیده می‌شود. این نقد معمولاً با توسل به شگردهایی همچون «ترکیب چهره‌های بی‌هویت غربی با موتیف‌های ایرانی» و «نمایش فرسایش هویت در برابر بازگشت به ریشه‌ها» انجام می‌گیرد. این آثار در رسانه‌های داخلی با عنوان «رویکرد مقاومت فرهنگی در هنر معاصر» معرفی می‌شوند.

به‌طور کلی، مشخصه‌های بنیادین نقاشی‌هایی که ذیل گفتمان مقاومت فرهنگی تولید می‌شوند عبارتند از:

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

– استفاده از رنگ‌های هویتی

قرمز (شهادت/ ایستادگی)، مشکی (سوگ – استقامت)، طلایی (قداست – فراتاریخی بودن).

– بازگشت به اسطوره

سیمرغ، رستم، سواران، آیین عاشورا.

– تلفیق نقاشی – خط

برای تأکید بر ریشه‌های فرهنگی و هویت دینی – ملی.

– استفاده از فرم‌های ایرانی

قاب‌بندی نگارگری، نقش‌قالی، بافت معماری (قاب‌های محرابی یا گنبدی).

– روایت تمثیلی

نمایش تهدید/ مقاومت به صورت نمادین برای انتقال پیام قابل قبول در فضاهای بین‌المللی.

سبب اصلی این که این آثار در میدان دیپلماسی رسانه‌ای کارایی و تأثیر بالایی دارند این است که در درجه نخست قابلیت روایت بسیاری دارند و رسانه‌ها می‌توانند به راحتی از آن‌ها برای تولید معنا (نظیر ایران اصیل، ایران مقاوم و ایران فرهنگی) استفاده کنند. دوم این که برای مخاطب بین‌المللی به آسانی خوانش‌پذیر هستند و مضامین محوری آنها، مثل سیمرغ یا عاشورا، به‌عنوان نشانه‌های «هویت/ استقامت» قابل درک‌اند. و سرانجام این که این آثار به بهترین شیوه ممکن تبدیل به ابزار قدرت نرم فرهنگی می‌شوند و در برابر هجوم فرهنگی مقاومت می‌کنند.

۳. گفتمان تعامل جویی

این آثار معمولاً در نمایشگاه‌های بین‌المللی، پروژه‌های هنری با رویکرد گفت‌وگو، و رویدادهای فرهنگی برون‌مرزی عرضه می‌شوند و در رسانه‌های خارجی و داخلی به‌عنوان نشانه‌هایی از چهره گفت‌وگوگر، صلح‌جو و فرهنگی ایران بازنمایی می‌گردند. نقاشانی که به خلق این نوع آثار دست می‌زنند غالباً بیشتر در فضای هنر جهانی قرار می‌گیرند و آثارشان حامل نوعی روایت انسانی، شاعرانه و کمتر سیاسی از ایران است، چیزی که رسانه‌ها آن را نشانه‌ای از تمایل به تعامل فرهنگی معرفی می‌کنند. این نقاشان عمدتاً از نشانه‌های مشترک انسانی، مثل بدن، طبیعت، حافظه و تخیل سود می‌جویند و توان بالایی در جذب مخاطبان بین‌المللی دارند. آنها با خلق روایت‌هایی که جامعه ایران را از ورای سیاست‌های رسمی بازنمایی می‌کند (مثل روایت زیست شهری، بدن زن یا حافظه جمعی) تلاش دارند در رسانه‌های بین‌المللی تصویری از ایران که انسانی‌تر و گفت‌وگومحورتر است ارائه دهند.

از جمله نقاشان مشهور این حوزه نیلوفر قادری‌نژاد است که همواره در جهت خلق چهره‌های انسانی و روایت‌های بین‌فرهنگی گام برداشته است. او با ترکیب چهره‌های انسانی، بدن زن و عناصر مینیمال آثاری پدید آورده است و همواره در نمایشگاه‌های اروپایی و آمریکایی حضور پررنگی داشته است. به‌طور مثال، آثار او در نمایشگاه «هنرمندان جوان پاریس» در دهه ۱۳۹۰ به‌مثابه نماد صدای صلح و دوستی بازتاب گسترده پیدا کرد. این آثار در واقع تلاش‌هایی‌اند برای نمایش چهره‌ای انسانی و غیرایدئولوژیک از زن ایرانی در گفتمان هنری جهانی. به همین دلیل، برخی منتقدان آثار او را نماد نگاه گفت‌وگومحور نسل جدید زنان هنرمند ایرانی معرفی می‌کنند. یک نمونه دیگر از این هنرمندان، محمد خلیلی است که نقاشی‌هایی مفهومی از زیست معاصر ایرانی خلق کرده است. آثار خلیلی در حوزه نقاشی – چیدمان^۶ روایتی شاعرانه از زندگی روزمره ارائه می‌کنند. او نقشی کلیدی در خلق فضاهای ذهنی‌ای داشته است که ایران را در گفت‌وگو با مسائل مشترک جهانی – از قبیل انسان، زمان و بدن – به تصویر می‌کشند. برخی منتقدان او را نماینده نسل گفت‌وگو با جهان معرفی کرده‌اند. همچنین می‌توان به نقاشانی مانند نیوشا توکلیان اشاره کرد که بیشتر در زانر عکس – نقاشی کار می‌کنند. اغلب تحلیل‌گران بر این باورند که عکس – نقاشی‌های توکلیان بارزترین نمونه‌های تأکید بر گفتگو، شفافیت و به‌رسمیت‌شناختن سوژه‌های اجتماعی ایرانی هستند که واقعیت اجتماعی ایرانی را با نوعی زبان هنری غیرتقابلی به نمایش می‌گذارند. و سرانجام به‌عنوان نمونه‌ای دیگر از آثار موسی نیرومند اسم برد که عمدتاً بازنمایی طبیعت و حافظه هستند و جایی میان نقاشی سنتی و مدرن قرار می‌گیرند. بی‌جهت نیست که منتقدان آثار او را پیونددهنده

⁶ - painting-installation

سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از

انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

سنت و مدرنیته و معرف ایران فرهنگی به حساب می‌آوردند. این آثار درواقع، نمایش‌گر هویتی تعامل‌گرا و صلح‌جو از سوژه ایرانی، ورای سیاست‌های رسمی موجود، هستند.

نقاشی‌های تولیدشده ذیل این گفتمان که در نمایشگاه‌هایی مثل نیویورک و دوی و لندن و پاریس به نمایش درآمده‌اند غالباً با بازنمایی موتیف‌هایی مثل بدن، طبیعت، حافظه و تخیل کوشیده‌اند با نمایش تصویری معمولی و انسانی از جامعه ایران نوعی ایران غیرسیاسی را به جهان معرفی کنند. این آثار گاهی تقویت این گفتمان تعامل‌جویی را به‌واسطه حضور زنان به انجام رسانده‌اند. مرکزیت زنان در نقاشی‌های دهه ۱۳۹۰، در رسانه‌های بین‌المللی باعث شد که جامعه ایران در قالب روایت جامعه زنده و گفت‌وگومحور به جهانیان معرفی شود. این چنین بود که هنرمندان ایرانی با قرار گرفتن در متن شبکه‌ای از ارتباطات جهانی گام‌هایی اساسی در جهت ایجاد تعامل نمادین با جهان برداشتند. درواقع نقاشی‌های بازنامگر زندگی شهری، بدن انسان یا تجربه‌های مشترک به شکستن تصاویر کلیشه‌ای قدیم از ایران پرداختند.

۵- بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که دیپلماسی رسانه‌ای ایران در نقاشی‌های دهه چهارم انقلاب در قالب سه گفتمان اصلی بازنمایی شده است که هر یک بخش مهمی از تحولات سیاسی - فرهنگی ایران را بازتاب می‌دهد. نقاشی‌های این دوره نشان می‌دهند که هنر می‌تواند ابزار مؤثری برای تقویت قدرت نرم باشد و به‌عنوان رسانه‌ای مستقل در عرصه دیپلماسی فرهنگی ایفای نقش کند. بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در نقاشی، به‌ویژه در دهه چهارم انقلاب اسلامی، بستری غنی و چندلایه برای فهم تحولات فرهنگی - سیاسی کشور فراهم می‌آورد. نقاشی صرفاً رسانه‌ای زیبایی‌شناختی نیست، بلکه ابزاری معرفت‌زا و گفتمانی است که از طریق آن، روایت‌های رسمی و غیررسمی درباره هویت ملی، سیاست خارجی و جایگاه ایران در جهان بازتولید می‌شوند. در این میان، نقاشی نه تنها بازتاب‌دهنده واقعیت‌های سیاسی است، بلکه به شکلی فعال در ساختن و جهت‌دهی به فهم مخاطبان نقش ایفا می‌کند.

یکی از یافته‌های مهم پژوهش آن است که دیپلماسی رسانه‌ای ایران در نقاشی‌ها نه به شکل مستقیم، شعاری یا دستوری، بلکه در قالب روایت‌های فرهنگی - تمدنی، تاریخی، هویتی و مقاومت نمادین بازنمایی می‌شود. این امر نشان می‌دهد که هنرمندان ایرانی ترجیح می‌دهند از مسیرهای غیرسیاسی، نرم و نمادین به بازسازی تصویر ایران بپردازند؛ مسیری که از نظر کارکردی، به مراتب مؤثرتر و پایدارتر از دیپلماسی رسانه‌ای رسمی است. آنان با بهره‌گیری از عناصر میراث فرهنگی، معماری ایرانی - اسلامی، نشانه‌های تمدنی و نیز رمزگان مرتبط با جهانی‌شدن، نوعی گفتمان «ایران فرهنگی و گفتگومحور» را در برابر گفتمان‌های رقیب برجسته می‌سازند.

در تحلیل گونه‌ها و رویکردهای هنری مشخص شد که نقاشان سه الگوی اصلی را پی می‌گیرند: نخست، بازنمایی ایران به‌عنوان تمدنی دیرینه و ریشه‌دار با سهمی تاریخی در فرهنگ جهانی؛ دوم، تأکید بر ایران به‌عنوان بازیگری صلح‌طلب و اهل گفتگو که از دیپلماسی فرهنگی برای مواجهه با چالش‌های بین‌المللی بهره می‌گیرد؛ و سوم، بازنمایی مقاومت فرهنگی در برابر هژمونی رسانه‌ای غرب و تقویت هویت مستقل ایرانی - اسلامی. این سه الگو نشان می‌دهد که هنر نقاشی در ایران توانسته است پیچیدگی‌های سیاست خارجی، هویت ملی و مقاومت فرهنگی را با بیانی استعاری و چندلایه تلفیق کند.

نتیجه دیگر پژوهش آن است که نقاشی، برخلاف رسانه‌های رسمی که اغلب در معرض محدودیت‌های سیاسی و کنترل نهادی‌اند، فضایی نسبتاً آزاد و منعطف برای تولید گفتمان‌های فرهنگی و سیاسی فراهم می‌کند. هنرمندان می‌توانند از طریق تصویر، استعاره، رنگ و ترکیب‌بندی، روایت‌هایی خلق کنند که بیش از روایت‌های رسمی، انسانی، چندصدایی و جذاب‌اند. از این منظر، هنر ظرفیتی دارد که سیاست رسمی از آن کم‌بهره است: قدرت ایجاد پیوند عاطفی و فرهنگی با مخاطبان جهانی. به همین دلیل، نقاشی یکی از مهم‌ترین ابزارهای بالقوه قدرت نرم ایران به شمار می‌رود. در عین حال پژوهش به چند چالش نیز اشاره دارد. نخست، بخش‌هایی از تولیدات هنری به سبب وابستگی نهادی ممکن است از تنوع و خلاقیت دور شوند. دوم، نبود حمایت پایدار از هنر مستقل باعث محدود شدن گستره تأثیرگذاری هنرمندان در فضای بین‌المللی می‌شود. سوم، تنوع و چندصدایی فرهنگی اگر بدون هماهنگی باشد ممکن است به نبود انسجام در تصویر بیرونی ایران بینجامد. بنابراین لازم است میان آزادی هنری و هدف‌گذاری فرهنگی نوعی تعادل استراتژیک برقرار گردد. در مجموع، می‌توان نتیجه گرفت که بازنمایی دیپلماسی رسانه‌ای ایران در نقاشی نه تنها یکی از مسیرهای مهم دیپلماسی عمومی است، بلکه نقشی حیاتی در شکل‌دهی به تصویر جهانی ایران دارد. حضور پررنگ نمادهای هویتی، فرهنگی، تاریخی و تمدنی در نقاشی‌های هنرمندان ایرانی نشان می‌دهد که این عرصه می‌تواند نقشی مکمل، مؤثر و پایدار در تقویت قدرت نرم کشور ایفا کند. برای بهره‌گیری بهتر از این ظرفیت، پیشنهاد می‌شود نهادهای فرهنگی ایران بسترهای بین‌المللی بیشتری برای معرفی هنرمندان فراهم کنند، نمایشگاه‌های جهانی را توسعه دهند، و از تولیدات مستقل و

جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب)

چندصدایی حمایت‌کننده. چنین اقداماتی می‌تواند نقاشی را به یکی از اثرگذارترین ابزارهای سیاست فرهنگی ایران در دهه‌های آینده تبدیل کند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

در مطالعه حاضر فرم‌های رضایت‌نامه آگاهانه توسط تمامی آزمودنی‌ها تکمیل شد.

حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

مشارکت نویسندگان

مقاله محصول مشارکت مشترک نویسندگان است.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

منابع

- بشیر، حسن و رضایی، عبدالله (۱۳۹۴). دیپلماسی رسانه‌ای ایران (شبکه یک سیما، ساعت ۲۱) در قبال جهان اسلام، اروپا و آمریکا در دهه سوم بعد از انقلاب اسلامی ایران، *نشریه مطالعات رسانه و امت*، ۳ (۱۲)، ۳۷-۱.
- بورقانی فراهانی، سهیلا و رضایی، رضا (۱۳۹۸). دیپلماسی رسانه‌ای سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، *نشریه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی*، ۴ (۱۷)، ۹۵-۷۷.
- چندلر، دانیل، خان محمدی؛ احسان. (۱۴۰). تجلیل گفتمان انتقادی بازنمایی رفتارهای اخلاقی ایرانیان در متون خلیفات نویسی، *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ‌و هنر*، ۴ (۳)، ۸۹-۶۲.
- حسن خانی، محمد. (۱۳۸۴). دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها، *مجله دانش سیاسی*، ۲ (۱۱)، ۵۶-۳۶.
- حسینی، حسن. (۱۳۸۴). *دیپلماسی عمومی: سازوکارها و ساختارها*. مجموعه مقالات ویژه دیپلماسی عمومی در آمریکا. شماره ۶.
- خاکسار، علی و هراتی، امین. (۱۴۰۱). تحلیل اثرات نهادهای آموزشی بر حیات موسیقی کلاسیک ایران، *فصلنامه علمی جامعه‌شناسی فرهنگ‌و هنر*، ۴ (۱۲)، ۶۷-۴۷.
- رحمانی، منصور. (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، *مطالعات راهبردی جهانی شدن*، ۶ (۱۵)، ۱۲۹-۱۰۱.
- رضایی، محمد. (۱۳۸۸). بازنمایی طبقه و مناسبات طبقاتی، *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*.
- روح الامینی، محمود. (۱۳۶۸). *زمینه فرهنگ شناسی: تالیفی در انسان شناسی فرهنگی و مردم شناسی*، تهران: عطار.
- سلطانی فر، محمد؛ شهناز هاشمی و لیلان‌خانزاده. (۱۳۹۱). نقش دیپلماسی رسانه‌ای در حفظ منافع ملی کشور، *راهبرد اجتماعی و فرهنگی*، ۱ (۴)، ۸۶-۶۳.
- سیمبر، رضا. (۱۳۹۶). انقلاب اسلامی و دیپلماسی فرهنگی: از نظریه تا عمل. اندیشه سیاسی در اسلام. شماره ۱۴.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۲). رسانه‌های و جنگ روانی، *نشریه عملیات روانی*، ۱ (۱).
- شمخانی، محمد. (۱۳۹۶). *فرهنگ نامه هنر، نشرطلابی*.
- شیخی، حبیب؛ سلطانی فر، محمد و مظفری، افسانه. (۱۴۰۱). شناسایی، تبیین و رتبه بندی مولفه های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران، *نشریه پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی*، ۵۱ (۱۲)، ۱۵۸-۱۴۱.
- شیرازی ابوالحسن، حبیب‌الله. (۱۳۹۶). دیپلماسی فرهنگی و نقش انجمن‌ها دوستی در روابط بین‌الملل، *مطالعات روابط بین‌الملل*، ۱۰ (۳۸)، ۹۴-۱۱۳.
- ضیایی‌پرور، حمید. (۱۳۸۲). *شبکه‌های اجتماعی، گردشگری و دیپلماسی عمومی*، نشریه ندای قلم، پیاپی ۲۴ (بهمن ۱۳۹۹)، ص ۴۹.
- قرلسفلی، محمد تقی و میر خوشخو، سیده آمنه. (۱۳۹۶). هنر و سیاست زمینه‌های تعامل و تقابل سیاست و هنر در پست مدرنیسم، *نشریه سیاست*، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دوره ۴۷، شماره ۴.
- قوام، عبدالعلی. (۱۳۸۴). *فرهنگ بخش فراموش شده و یا عنصر ذاتی نظریه روابط بین‌الملل*، سیاست خارجی، سال ۱۹.
- مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۴). *نظریه انتقادی در روابط بین‌الملل*، شماره ۶۷.
- سوزنده، زهرا؛ شاه‌محمدی، عبدالرضا؛ سلطانی فر، محمد (۱۴۰۴). جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۸ (۱)، ۱-۱۰.

جایگاه نقاشی در میدان دیپلماسی رسانه‌ای ایران (مطالعه موردی: دهه چهارم بعد از انقلاب)

منصوریان، یزدان. (۱۳۹۳). روش تحقیق در علم اطلاعات و دانش‌شناسی، نشر سمت.
مهديزاده، سيدمحمد. (۱۳۸۷). رسانه‌ها و بازنمایی، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
نقیب زاده، احمد (۱۳۹۱). مفهوم شناسی دیپلماسی فرهنگی؛ فرهنگ ابزار تحقق منافع ملی خبرگزاری مهر، ۱۸ مرداد.
نقیب سادات، سیدرضا. (۱۳۷۹). جهانی سازی و ابزار جهانی سازی، مطالعات راهبردی زنان، شماره ۱۰ زنان.
هادیان، ناصر. (۱۳۹۰). سازه‌نگاری: از روابط بین الملل تا سیاست. سیاست خارجی، ۴ (۱۷)، ۷۸-۹۸.