

Study of the current situation of the components of cultural diplomacy in Iranian cinema and its distance from the desired situation

Abstract

Cultural diplomacy is one of the major tools that includes academic, professional, cultural and student exchange programs, meetings and lectures, and a country can use it to promote constructive interests and cultural, political, etc. position in the world through constructive dialogue and creation. Use a positive self-image. The main purpose of this study is to identify and rank the components of cultural diplomacy in Iranian cinema. The present research is applied in terms of research purpose and descriptive-survey research. The statistical population studied in this research consists of experts and thinkers in the field of cinema and diplomacy. Snowball sampling method was used to select the sample. The results showed that according to the views of religious identity experts with a normalized weight of 0.360 in the first priority, the cultural dimension of cultural diplomacy with a normalized weight of 0.306 in the second priority, the technical dimension of cultural diplomacy with a normalized weight of 0.152 in the third priority, the political dimension of cultural diplomacy with Normalized weight 0.111 in the fourth priority, national identity with normalized weight 0.071 is in the fifth priority. According to the incompatibility rate of 0.05 in this ranking, there is a complete compatibility between the pairwise comparison of the models.

مطالعه وضعیت موجود مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی سینمای ایران و فاصله آن تا وضعیت مطلوبحبیب شیخی^۱محمد سلطانی فر^۲افسانه مظفری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۵

چکیده

دیپلماسی فرهنگی یکی از ابزارهای عمده‌ای است که شامل برنامه‌های تبادل دانشگاهی، حرفه‌ای، فرهنگی و دانشجویی، اجلاس‌ها و سخنرانی‌ها است و یک کشور می‌تواند برای ارتقاء منافع و موقعیت فرهنگی، سیاسی و... در جهان، آن را در انجام گفتگوهای سازنده و ایجاد یک تصویر مثبت از خود، به کار گیرد. هدف اصلی این پژوهش، شناسایی و رتبه‌بندی شناسایی مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف تحقیق، کاربردی و از نوع تحقیقات توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش متشکل از خبرگان و صاحب‌نظران حوزه سینما و دیپلماسی کشور است. از روش نمونه‌گیری گلوله برفی برای انتخاب افراد نمونه استفاده شد. نتایج نشان داد که بر اساس دیدگاه خبرگان هویت دینی با وزن نرمال شده ۰,۳۶۰ در اولویت اول، بعد فرهنگی دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۳۰۶ در اولویت دوم، بعد فنی دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۱۵۲ در اولویت سوم، بعد سیاسی دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۱۱۱ در اولویت چهارم، هویت ملی با وزن نرمال شده ۰,۰۷۱ در اولویت پنجم قرار دارد. با توجه به نرخ ناسازگاری ۰,۰۵ در این رتبه‌بندی، بین مقایسه زوجی مدل‌ها سازگاری کامل وجود دارد.

واژگان کلیدی: دیپلماسی فرهنگی، سینما، هویت دینی، سیاسی، هویت ملی

دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.^۱

عضو هیئت علمی و استاد گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).^۲

عضو هیئت علمی و استاد یار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.^۳

مقدمه

از برادران لومیر تا یوتیوب، تصاویر متحرک به‌عنوان ابزار مهم دیپلماتیک، ایده‌های ساختاری مناسبی را جهت تشکیل ملل و شهروندان ارائه نموده‌اند. در همین راستا کشورهای قدرتمند با استفاده از فیلم و ویدئو در قالب تبلیغات تجاری و فرهنگی، توانسته‌اند تأثیرات عمیقی بر افکار مخاطبان جهانی و محلی خود برجای بگذارند.

در طول قرن بیست و یکم، سینما به‌عنوان یک رسانه‌ی تأثیرگذار و به‌تبع آن جشنواره‌های بین‌المللی توانسته‌اند از خود توانایی منحصربه‌فردی در عرصه دیپلماسی فرهنگی در سطح ملی و جهانی به نمایش بگذارد. برخی از فیلم‌ها باهدف سرگرم کردن مخاطبان و برخی دیگر باهدف آموزش، ارتقا و حفظ روابط، شکستن کلیشه‌ها و فراتر رفتن از مرزها در سطوح مختلف، برنامه‌ریزی و تهیه می‌شوند.

با به خدمت گرفتن ابزار کارآمدی چون دیپلماسی فرهنگی در کنار صنعت فیلم می‌توان منافع ملی کشور را از طریق تقویت ارتباطات فرهنگی و ارائه تصویری مثبت و جذاب از سیاست‌ها و ارزش‌های خودی، حمایت و تقویت نمود. در این حالت، دیپلماسی فرهنگی بسان اتوبان دوسویه، امکان مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه‌ی زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات را به‌منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها، فراهم می‌نماید.

به بیان دیگر دیپلماسی فرهنگی یکی از ابزارهای عمده‌ای است که شامل برنامه‌های تبادل دانشگاهی، حرفه‌ای، فرهنگی و دانشجویی، اجلاس‌ها و سخنرانی‌ها در مورد مشکلات اقتصادی و اجتماعی، ادبیات، صنعت فیلم، هنر تئاتری، نمایشگاه‌های هنری، اجرا و کنسرت‌های رقص و موسیقی است و یک کشور می‌تواند برای ارتقاء منافع و موقعیت فرهنگی، سیاسی و... در جهان، آن را در انجام گفتگوهای سازنده و ایجاد یک تصویر مثبت از خود، به کار گیرد. «در فضای روابط فرهنگی بین‌المللی و دیپلماسی فرهنگی هر کشور به دنبال آن است که تصویر خود را در میان مردم دیگر جوامع مثبت و سازنده نشان دهد» (قدمی، ۱۳۸۸).

در این تحقیق تلاش شده است تا از نظرات سینماگران و دیپلمات‌ها، توأمان و مورد ارزیابی قرار گیرد. انتخاب کارشناسان هر دو حوزه نیز بر اساس سوابق و تجربیات علمی و عملی آن‌ها صورت گرفته است. به‌عنوان نمونه می‌توان به دکتر محمود عزیزی و دکتر ناصر آقایی باسابقه بازیگری و کارگردانی و تدریس در حوزه سینما و تئاتر در دانشگاه اشاره نمود. در حوزه دیپلماسی نیز همین روش اعمال شده است.

به لحاظ حجم اسناد موجود، ابتدا سینما و جشنواره‌های سینمایی و در ادامه، اسناد و مطالعات انجام‌شده، واکاوی شده‌اند، هرچند در خصوص نگاه و عملکرد رجال سیاسی ایران در تسهیل و حضور قدرتمند سینمای ایران در عرصه‌های منطقه‌ای و جهانی، اسناد بسیار اندکی موجود است. علی‌رغم تحلیل‌های فراوان در خصوص اثرات مثبت و منفی حضور سینماگران ایرانی در جشنواره‌های خارجی به‌عنوان ابزار سینمایی، نه‌تنها مدل مفهومی برای درک و ارزیابی موضوع ارائه نشده، حتی نگاه نقادانه به فیلم‌های ایرانی راه‌یافته به جشنواره‌های خارجی در مورد جشنواره‌های داخلی، مشاهده نمی‌شود. یکی از نکات مهم و پنهان مانده از نگاه منتقدان، عدم اطلاعات کافی و آمار قابل‌اعتماد از اقدامات دیپلماتیک انجام‌شده جهت حضور سینمای ایران در جهان تحت عنوان دیپلماسی فرهنگی است. در مطالعه جشنواره‌ها به‌عنوان یک رویداد فرهنگی در جهان خارج، نگاه تک‌بعدی وجود نداشته و به‌طور معمول همه ابعاد آن مورد بررسی قرار می‌گیرد. یکی از منابع نزدیک به این تحقیق از نظر موضوعی، کتاب بررسی ابعاد جشنواره‌ها و جوایز مهم فرهنگی جهان اثر دکتر حاکم

قاسمی است که یک نگاه کلی به جشنواره‌های فرهنگی، از جمله سینمایی نموده است. گفتگوهای رسانه‌ای، پژوهش‌های تخصصی و نظری اندکی آن‌هم به صورت تک‌بعدی در کشور صورت پذیرفته است و تاکنون مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران شناسایی و مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند و به طبع آن هر منتقدی از نگاه خود بدان نگرسته است.

برخی از محققین، رویکرد فیلم‌های برگزیده را در بازنمایی مسائل اجتماعی ایران مورد بررسی قرار داده‌اند. به عنوان نمونه (محمدی مهر، بیچرانلو، ۱۳۹۳) در بخش نتیجه‌گیری تحقیق خود در بازنمایی فیلم‌ها از جامعه ایران بیان می‌دارند: سیاه‌نمایی عمدتاً با نظریه‌های مرتبط با کلیشه سازی ارتباط پیدا می‌کند. یافته‌های بررسی تحقیق مذکور مسئله (سیاه‌نمایی) را تأیید نمی‌نماید، چراکه فیلم‌ها از تنوع موضوعی چشم‌گیری برخوردارند و به تبع تکرار سوژه و موضوع در آن‌ها به چشم نمی‌آید. به بیان دیگر، تنوع موضوعی موجود در فیلم‌های برگزیده جشنواره‌های بین‌المللی را مصداق سیاه‌نمایی از جامعه ایرانی نمی‌داند. برخی دیگر از منتقدان بر این باورند که ساخت فیلم‌ها بر اساس سیاست‌گذاری‌های صاحبان جشنواره‌ها صورت می‌گیرد و عمده این سیاست‌ها مبتنی بر حمایت از فیلم‌های ضد ایرانی است. در مقابل اکثر محققان خارجی در مطالعات خود، حضور سینمای ایران در جشنواره‌های خارجی را فرصتی مغتنم جهت معرفی نسل جدیدی از سینماگران ایرانی دانسته که با تأکید بر ابعاد و مؤلفه‌های دیپلماسی فرهنگی می‌توانند همانند پل ارتباطی در تقویت مناسبات فرهنگ ایرانی با دیگر فرهنگ‌ها، عمل کنند.

پیشینه ی تحقیق

در دو حوزه دیپلماسی فرهنگی و سینما به صورت جداگانه تحقیقات ارزشمندی صورت گرفته و بر اساس آن کتب و مقالات متعددی انتشار یافته که به عنوان پیشینه تحقیق در این پژوهش مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. در داخل مقالاتی که توأمان به دیپلماسی و سینما پرداخته باشند، اندک بوده، در حالی که در خارج از کشور با ادغام این دو موضوع تحت عنوان دیپلماسی سینمایی، تحقیقات و مقالات بسیاری وجود دارد. در پژوهش حاضر تلاش شد تا ضمن شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی در سینمای ایران، به رتبه‌بندی و این ابعاد و نیز بررسی وضعیت موجود آن‌ها و تفاوت آن‌ها با وضع مطلوب پرداخته شود. نتایج نهایی بررسی حاکی از نامطلوب بودن وضعیت ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران بود. مطالعه تحقیقات انجام گرفته در این حوزه نشان داد که پژوهش مشابهی در دسترس نیست و بر این اساس امکان مقایسه نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات قبلی مقدور نیست و این خود نشان از نو بودن موضوع دارد و نیاز به پژوهش‌های بیشتر در این حوزه را نمایان می‌سازد. در مقالات داخلی نگاه نقادانه به فیلم‌های ایرانی راه یافته به جشنواره‌های خارجی به همان نسبت در مورد جشنواره‌های داخلی، مشاهده نمی‌شود. نگاه سیاه‌وسفید در بسیاری از مقالات چاپ شده در حوزه سینمایی حاکم است گروهی این حضور را مثبت و گروهی دیگر آن را منفی دانسته‌اند. چارچوب نظری مناسب و قابل تبیین جهت این مقاله به علت دو حوزه‌ای بودن، نظریات جوزف نای و سازه‌انگاری می‌باشند. در نظریه سازه‌انگاری، هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ، نقش مهمی در سیاست‌های جهانی ایفا می‌کنند. تولیدات سینمایی با بازنمایی هویت‌های سرزمین مادری هنجارها می‌توانند منافع دولت‌ها را در تعاملات ملی و بین‌المللی تقویت نمایند.

چارچوب نظری

براین اساس مفاهیم و مبانی نظری مرتبط در قالب عناوین زیر ارائه می‌شود.

مفهوم فرهنگ

درباره فرهنگ تعاریف متعددی ارائه شده است که به باور برخی بیش از ۱۶۱ تعریف جمع‌آوری شده است (ناظمی، ۱۳۸۸: ۲۴۶).

کاربرد دقیق و تعریف مفهوم فرهنگ با تایلور آغاز شد. تایلور در ۱۸۷۱ م. فرهنگ را این‌گونه تعریف کرد: «فرهنگ، کلیت درهم تافتته‌ای است شامل دانش، دین، هنر، قانون، اخلاقیات و هرگونه توانایی و عادت‌هایی که آدمی همچون عضوی از جامعه به دست می‌آورد (آشوری، ۱۳۵۷: ۸-۷).

از نگاه دیگر، فرهنگ مجموعه باورهای موردپذیرش اکثریت مردم یک جامعه معین که جنبه اجتماعی داشته و زمان‌بند باشد، تعریف شده است (علوی، ۱۳۹۴: ۱۶۲). با عنایت به تعاریف فوق می‌توان بیان داشت که فرهنگ، یک امر اجتماعی است، در درون جامعه جاری است که در طول زمان شکل می‌گیرد و نمی‌توان آن را به یک فرد نسبت داد.

هویت

آگاهی از جایگاه، منزلت و مرتبت انسان‌ها در حال و گذشته، حقیقت هویتی آن‌ها را آشکار می‌نماید. آگاهی از عناصر و مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده هویت حقیقی، یکی از دغدغه‌های انسان امروزی است به‌گونه‌ای که کشورهای قدرتمند با به‌کارگیری فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله سینما درصدد اشاعه مؤلفه‌های فرهنگی خود بر دیگر کشورها می‌باشند. عدم آگاهی جوامع نسبت به هویت خویش و مؤلفه‌های آن، سلطه و نفوذ فرهنگ بیگانه همراه با بحران‌های هویتی را در پی خواهد شد.

در فرهنگ عمید در باب هویت آمده است: «آنچه از نام، نام خانوادگی، نام پدر و ویژگی‌های دیگر که شخص بدان‌ها شناخته می‌شود، حقیقت شیء یا شخص که مشتمل بر صفات جوهری او باشد» (عمید، ۱۳۶۳: ۱۲۱۲). از این تعریف درمی‌یابیم شخصیت هر فرد متأثر از هویت اوست. در لغت‌نامه دهخدا نیز برای بیان ریشه و اصل کلمه هویت، از لفظ «هو» استفاده شده است. هویت اشاره به غایت است و آن درباره خدای تعالی اشاره است به کنه ذات او به اعتبار اسماء و صفات و با اشعار به غیبت آن. هویت گاه بر وجود خارجی اطلاق می‌شود و گاه بر ماهیت با تشخیص که عبارت است از حقیقت جزئی (دهخدا، ۱۳۷۲: ۲۰۸۶۶). یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر شکل‌گیری هویت و شخصیت، عوامل فرهنگی هست که در طول زمان ایجاد شده و به همان نسبت نیز پایدارتر و ماندگارتر از عوامل دیگری نظیر عوامل سیاسی، اقتصادی، جغرافیایی و تاریخی هست. لذا توجه به آن از طریق تولیدات فرهنگی از اولویت‌های نهادهای رسمی و غیررسمی هر کشوری است. در مجموع می‌توان هویت را ویژگی یا کیفیتی دانست که موجب تمایز و شناسایی فرد، قوم یا جامعه‌ای از یکدیگر می‌شود. در واقع هویت، عامل یا عواملی است که فرد را از فردی و گروهی را از گروه دیگر مجزا می‌کند (زمانی محجوب، ۱۳۸۵: ۳۱).

هویت ملی

هویت ملی مجموعه‌ای از خصایص و ارزش‌های یک ملت است که افراد آن ملت نسبت به آن خودآگاهی یافته و به واسطه آن‌ها احساس یگانگی و تعلق به همدیگر دارند. هویت ملی به معنای احساس تعلق و وفاداری به عناصر و نمادهای مشترک در اجتماع ملی (جامعه کل) و در میان مرزهای تعریف‌شده سیاسی است. مهم‌ترین نمادهای ملی که سبب شناسایی و تمایز می‌شوند، عبارت‌اند از: «سرزمین، دین و آئین، آداب و مناسک، تاریخ، زبان و ادبیات، مردم و دولت» (یوسفی، ۱۳۸۰: ۱۷). در تعاریف هویت ملی دو عنصر «ایرانیت و اسلامیت» بیشتر موردتوجه قرار گرفته و برخی یکی را بر دیگری مقدم دانسته‌اند.

عواملی چون جغرافیا، نژاد، زبان، سنن، فرهنگ و سایر عناصر هویتی را در درجه دوم اهمیت قرار داده است. از نظر ایشان مهم‌ترین عامل هویت‌یابی ایرانیان، گرایش آنان به دین اسلام هست، چراکه اسلام به واسطه خصوصیات معنوی خود،

توانست به ایرانیان هویت جدیدی اعطا کند و به ایرانی بودن نیز معنای جدیدی بدهد (قربانی، ۱۳۸۳: ۶۳). در مقابل تعاریف دیگر با تکیه بر عنصر ایرانیت ارائه شده‌اند.

هویت دینی (مذهبی)

هویت دینی هر شخص متأثر از نسبت سازگاری سه متغیر عقاید، گفتار و رفتار او هست. به عبارتی هرچه میزان این سه متغیر در یک فرد بالا باشد، هویت دینی او کامل‌تر است. هرگاه هر فرد و جامعه‌ای هویت خویش را بر اساس مؤلفه‌های دینی تعریف و تبیین نماید در واقع وجه تمایز خود با دیگران را با مقیاس هویت دینی مشخص نموده است. موضوع هویت مذهبی و الگوی آن در ارتباط با هر دینی متفاوت است؛ چراکه هویت مذهبی به ماهیت و تاریخ ادیان، تاریخ جنبش‌های مذهبی و نوع عقاید دینی مربوط می‌شود. بنابراین در اندازه‌گیری هویت مذهبی در هر دین خاص باید به ترجیحات دینی، نوع طبقه‌بندی فرقه‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌های مذهبی هر کدام توجه کرد (حاجیان، ۱۳۸۸: ۴۳۴). در فرایند جهانی‌شدن، جوامع جهان‌سومی جهت مصونیت در برابر تبلیغ گسترده ارزش‌های غربی نظیر سکولاریسم و لیبرالیسم و بحران هویت ناشی از این تبلیغات، می‌بایستی پیوسته هویت خود را بازایی و بازتولید کنند. لذا جهانی‌شدن علاوه بر آنکه فرصت‌هایی را برای افراد ایجاد می‌کند، به همان نسبت چالش‌هایی را نیز فراروی آنان قرار می‌دهد.

دیپلماسی فرهنگی

میلتون کامینگز، دیپلماسی فرهنگی را مبادله ایده‌ها، اطلاعات، هنر، نحوه زندگی، نظام ارزشی، سنت‌ها و اعتقادات به منظور دستیابی به مفاهیم مشترک و تقویت تفاهم متقابل میان ملت‌ها و کشورها تعریف نموده است (کامینگز، ۲۰۰۳: ۱). دولت‌ها معمولاً از دیپلماسی فرهنگی جهت ارائه چهره‌ای موجه از خود و پیشبرد اهداف سیاست خارجی از طریق تبلیغ محصولات فرهنگی خود در خارج از کشور، مانند ادبیات، هنر، فیلم، تئاتر و غیره بهره می‌گیرند. در تعریفی جامع‌تر می‌توان بیان داشت، دیپلماسی فرهنگی عبارت‌اند از: نیاز به تلاشی در راستای درک متقابل و مشارکت دادن دیپلماسی فرهنگی عبارت است از «تلاش برای درک، مطلع ساختن، مشارکت دادن و تأثیرگذاری بر مردم دیگر کشورها و تبادل ایده‌ها، اطلاعات، هنر و دیگر جنبه‌های فرهنگ میان ملت‌ها به منظور تقویت تفاهم متقابل» (خانی، ۱۳۸۴: ۹۱). بایستی توجه داشت که مبادله و درک ایده‌ها و اطلاعات در خلأ اتفاق نمی‌افتد و نیاز به برنامه، ابزار و تلاش مستمر دارد. در جمهوری‌ها، دیپلماسی فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد سیاست خارجی، جهت تأثیرگذاری بر ادراکات، ارزش‌ها و باورهای سایر ملت‌ها و شناخت متقابل از فرهنگ‌های دیگر به‌منظور تأمین و تقویت منافع ملی کاربرد دارد؛ اما در عمل با موانعی از سوی دشمنان و رقبای منطقه‌ای مواجه است که برخی از آنها ناشی از قدرت سخت (محدودسازی مرزهای جغرافیایی، تحریم‌های اقتصادی و...) و برخی دیگر ناشی از قدرت نرم (تبلیغات گسترده، ضعف دیپلماسی مناسب و...) می‌باشند.

منافع ملی:

ارزش‌های مادی و معنوی که افراد یک ملت نسبت به آن‌ها احساس تعلق، وابستگی و مالکیت نموده و در مقابل از دست دادن آن‌ها حساس بوده و برای حفاظت از آن‌ها حاضر به پرداخت هزینه می‌باشند. منافع ملی برخاسته از نظام وستفالی است لذا دولت‌ها با تأکید بر عناصر مشترک هویتی با سایر ملل می‌توان رفتار آن‌ها بدون پرداخت هزینه‌ای با

خواست خود تطبیق دهند. دیپلماسی فرهنگی با افزایش زمینه گفتگو با مخاطبان خارجی و ایجاد بافت موقعیتی بین‌المللی توانا، وظیفه استراتژیک خود را در راه ارتقا منافع ملی واقعی در صحنه بین‌المللی به انجام می‌رساند (خرازی، ۱۳۸۸: ۱۱۷).

نظریه قدرت نرم (جوزف نای)

جوزف نای قدرت نرم را توانایی جذب کردن دیگران که اغلب در نهایت به رضایت منجر می‌شود (نای، ۲۰۰۴: ۲) تعریف می‌کند، به بیان دیگر قدرت نرم توانایی ایجاد شرایطی است که در آن منافع و علائق یک کشور با تعریف و تعیین منافع سایر کشورها، همخوانی داشته باشد. این همخوانی می‌تواند از طریق جذابیت‌های فرهنگی و ارزشی یک کشور برای ترغیب دیگران به تبعیت از آن، ایجاد و از طریق انطباق دستور کار جهانی و هنجارهای بین‌المللی با خواست و هنجارهایش، گسترش یابد.

از فرهنگ به عنوان یکی از منابع قدرت نرم یاد می‌شود؛ لذا در مبادلات فرهنگی اولویت نخست کارشناسان روابط بین‌الملل در اعمال قدرت بر دیگر کشورها، استفاده از قدرت نرم هست. در ادبیات سیاسی امروز، قدرت نرم به صورت مختصر به معنای، توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران جهت جذب آن‌ها، بیان می‌شود. قدرتی که بدون اعمال فشار و تطمیع، دیگران را ترغیب به اجرای خواست خود می‌کند. در هنگامه جنگ سرد، دو بلوک قدرت به این نتیجه رسیدند که استفاده از قدرت سخت (قدرت نظامی) منجر به نابودی طرف‌های درگیر به علاوه بخش اعظمی از کره خاکی خواهد شد. از این رو از گزینه‌های باقی‌مانده (اقتصادی و قدرت نرم) به علت نزدیکی مؤلفه‌های قدرت اقتصادی به قدرت سخت، بر قدرت نرم خود تمرکز کردند.

ابزارها و منابع اعمال قدرت به شکل پیچیده در ارتباطی متقابل، به یکدیگر وابسته‌اند. جنگ نرم اساساً با تغییر اعتقاد فرد و جامعه اعمال می‌شود. جنگ نرم آن‌چنان عمل می‌کند که نفس تسلیم، تشخیص داده نمی‌شود (مرادی، ۱۳۸۸). دیپلماسی فرهنگی به عنوان جلوه‌ای از قدرت نرم با پرداختن به ارزش‌ها و باورهای مشترک به ویژه در ارتباط با مردم کشورهای منطقه و جامعه گسترده مسلمانان در قالب تولید آثار سینمایی جذاب همراه با فنون روز سینمایی، می‌تواند در قالب نمایش‌های تصویری به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط و درک فرهنگی عمل نماید. جهت اثرگذاری بالای تولیدات سینمایی بر مخاطبان علاوه بر محتوای مناسب، می‌بایستی با فن‌های روز سینمایی نیز آشنا بود. با نگاهی به سینمای آمریکا و تولیدات هالیوود به ویژه پس از یازده سپتامبر می‌توان به هماهنگی سیاست‌مداران آمریکایی با مدیران کمپانی‌های سینمایی در پیشبرد اهداف سیاسی پی برد. پس از وقوع حادثه یازده سپتامبر، تولیدات سیاسی هالیوود هم‌زمان با تغییر سیاست خارجی آمریکا، دچار تحول در جهت‌گیری شد. لذا جریانی از تولید فیلم‌هایی حول محور خاورمیانه، اسلام‌هراسی، تروریسم، بنیادگرایی و امثال آن شکل گرفت که تا سال‌های پس‌از آن و تاکنون نیز ادامه یافته است (قوام، اسماعیلی، ۱۳۹۳: ۱۳۶-۱۳۷).

نظریه سازه‌انگاری

در نظریه سازه‌انگاری، هویت‌ها، هنجارها و فرهنگ نقش مهمی در سیاست‌های جهانی ایفا می‌کنند؛ لذا در تعاملات بین‌المللی، شناخت فضای ادراکی و ذهنی و نقش هویتی طرف مقابل از اهمیت بالایی برخوردار است. سیاست خارجی بسیاری از کشورهای جهان بر اساس الزامات نظام بین‌الملل (رعایت حقوق بشر، کنوانسیون‌ها، معاهدات بین‌المللی و...) و همچنین سیاست خارجی کشورهای قدرتمند شکل می‌گیرد. عوامل تأثیرگذار در سیاست خارجی و تصمیم‌سازی در نظریه سازه‌انگاری، باورها و ارزش‌های ذهنی مشترک تصمیم‌گیرندگان سیاسی در سطح ملی و بین‌الملل است، زمانی که بحث از عناصر هویت سازد در روابط بین‌الملل می‌شود، نظریه سازه‌انگاری می‌تواند کاربرد داشته باشد. نکته مهم در

تحلیل سیاست خارجی جمهوری ۱.۱ از جمله فرهنگی بر اساس مدل سازه‌انگاری، نکته مهم توجه به ایستا نبودن جهان بین الملل و چند هنجاری بودن رفتار ایران از سوی تحلیل گران هست.

در سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، تولیدات سینمایی با بازنمایی هویت‌های سرزمین مادری هنجارها می‌توانند منافع دولت‌ها و ملت‌ها را در تعاملات ملی و بین‌المللی تقویت نمایند. از سوی بسیاری از کارشناسان، حضور سینمای ایران در جشنواره‌های سینمایی جهان از جمله اسکار، کن و کسب عناوین و جوایز معتبر گامی بلند در شناساندن فرهنگ ایران اسلامی و مقابله با سیاه‌نمایی‌های که اتفاقاً برخی از آن‌ها از طریق تولیدات سینمایی همچون "بدون دخترم، هرگز" اعمال می‌شوند، محسوب می‌شود. با کاربرد نظریه سازه‌انگاری، فرآیند هویت‌سازی و همچنین نرم‌ها و هنجارها به صورت مناسبی قابل تبیین می‌باشند. با عنایت به موضوع ارتباطات فرهنگی از میان نظریه‌های موجود در روابط بین‌الملل، نظریه سازه‌انگاری به بهترین وجه، شکل‌گیری و نقش‌آفرینی هویت‌ها را توضیح می‌دهد و به‌عنوان یکی از چارچوب‌های نظری، از قابلیت کاربردی مناسبی در تبیین و شکل‌گیری، گسترش و تقویت هویت تمدن ایرانی اسلامی در سطح جهان، برخوردار است.

ب) نظریه بازنمایی

امروزه مفهوم بازنمایی به‌شدت وامدار آثار استوارت هال است و به ایده‌های بنیادین در مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای مبدل شده است. هال شاخص‌ترین چهره مطالعات فرهنگی است که با رجوع به نظریه «هژمونی» گرامشی به احیاء نگاه انتقادی گرامشی به فرهنگ می‌پردازد (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۹۲).

این امر در ارتباط با «دیگری» و از خلال تفاوت‌های معنایی شکل می‌گیرد. آمریکایی‌ها با توسل به هالیوود در هر دوره با توجه به سیاست‌های خارجی و داخلی خود تعریف جدیدی از دشمن می‌دهند. امروزه هالیوود تروریسم را جایگزین کمونیست نموده است. دولت‌های قدرتمند و صاحب سینما در عصر جهانی‌شدن، از رسانه‌ها به‌ویژه سینما با انگاره‌سازی و به‌کارگیری فن‌هایی نظیر برجسته‌سازی، زمینه‌پذیرش و همراه نمودن افکار عمومی جهانیان را در راستای اقدامات سیاسی خود مهیا می‌کنند. تولیدات آن‌ها همچون سمبل و نشانه عمل می‌کنند، نشانه‌ها، مقاصد و ایده‌های ما را نمایندگی می‌کنند، به‌گونه‌ای که دیگران می‌توانند آن‌ها را پس از رمزگشایی، درک نموده و واکنش‌های خود را در برابر آن سامان دهند (هال، ۱۸۸۳: ۹). به‌بیان‌دیگر سینمای هالیوودی در یک سیر زمانی، پس از جنگ دوم جهانی، جنگ سرد و یازدهم سپتامبر تا به امروز از طریق بازنمایی سیاست‌های دولتمردان آمریکایی به‌عنوان دیپلماسی رسانه‌ای با تمام نقاط جهان پیوند برقرار کرده است. به‌عنوان نمونه، در اواخر دهه ۱۹۳۰ روزولت به این نتیجه رسید که جنگ با ژاپن و آلمان غیر اجتناب است، به کمک هالیوود نیاز داشت تا «مردم انزواطلب» آمریکا را مجاب نماید که مجبورند وارد جنگ شوند. در همان سال قبل از جمله ژاپنی‌ها به پرل هاربر، چهل فیلم ساخته شد که آمادگی نظامی را تبلیغ می‌کرد. حال آنکه سال قبل از آن هیچ نشانه‌ای از این‌گونه فیلم‌ها نبود (توسلی، اسماعیلی، ۱۳۹۲: ۱۲۹). در نقطه مقابل، سینمای ایران پس از پایان جنگ با عراق، توجه خود را بیشتر معطوف به زندگی زیرپوستی جامعه نمود و کمتر به بازنمایی و تبلیغ سیاست‌گذاری‌های دولت پرداخت، امری که تا به امروز کم‌وبیش ادامه دارد. جای پرسش و نقد است که چرا سینمای ایران، تمایلی به بازنمایی سیاست‌های دولت به‌ویژه در بخش خارجی آن ندارد؟ عامل این عدم‌انگیزه از کدام سوست؟ در جامعه سیاست‌زده ایران که اکثر افراد جامعه از هر قشر و جنسی از قیمت تخم‌مرغ تا برقراری رابطه با آمریکا همگان نظر می‌دهند، تنها سینماست که آرام از کنار این مسائل می‌گذرد. با نگاهی به بازنمایی‌های ارائه‌شده توسط سینمای آمریکا از ایران و بالعکس متوجه تفاوت‌ها هم از نظر حجم، فرم و محتوا می‌شویم. بررسی فیلم‌های سینمایی ساخته‌شده در هالیوود که به نحوی با ایران

مرتبط بوده‌اند نشان می‌دهد در این فیلم‌ها ایران به‌مثابه «دیگری فرودست» غرب نشان داده‌شده و کلیت عمل رسانه‌ای هالیوود را می‌توان بخشی از «نژادپرستی نوین» دانست (گیویان و سروی زرگر، ۱۳۸۸: ۱۴۷). تنها تحفه سینمای ایران برای جهانیان به تصویر کشیدن فرهنگ ملی، و مسائل و معضلات جاری در جامعه امروز ایران است که اتفاقاً همین مقدار نیز با استقبال جهانیان مواجه شده است، کسب مقام و جوایز از معتبرترین جشنواره‌های جهانی دلیل این مدعاست. در فیلم جدایی نادر از سیمین، بازنمایی صورت گرفته از این طبقه بیشتر بر زندگی روزمره‌ای که این طبقه درگیر آن است تأکید می‌کند. به‌علاوه، طبقه متوسط به‌عنوان طبقه‌ای که به اوضاع و شرایط، بدبین است و طبقه‌ای که با تضاد و دوگانگی در زندگی‌اش مواجه است در فیلم بازنمایی می‌شود (جعفری و مظفری، ۱۳۹۲: ۱۲۷).

دیپلماسی سینمای جمهوری اسلامی ایران

تقدم و تأخر دو مؤلفه مهم اقتصاد و فرهنگ، بر چگونگی مؤلفه سومی به نام سیاست چه در بحث تئوریک و چه در عمل بسیار اثرگذار است. به‌بیان‌دیگر نوع سیاست‌گذاری‌ها و تعاملات بین‌المللی، حتی در تولیدات سینمایی به این تقدم و تأخر بستگی دارد. آنچه به‌عنوان هویت دیپلماسی در «نظریه جهانی‌شدن» به‌صورت فرمول خطی اقتصاد - سیاست - فرهنگ ارائه می‌شود، اعتقاد به اقتصاد آزاد بر اساس عرضه و تقاضا دارد، لذا اقتصاد را بر دو مؤلفه دیگر مقدم می‌دارند. اقتصاد در نظریه جهانی‌شدن زیربنای تمام سیاست‌گذاری‌ها از جمله فرهنگی هست. در این نگاه، فرهنگ نیز شکل کالا به خود گرفته و تولیدات فرهنگی نام می‌گیرد. در این فضا، اولویت نخست تولیدات فرهنگی از جمله فیلم‌های سینمایی، بازگشت سرمایه به‌علاوه سود حاصل از آن هست که در آن اشاره به هویت‌های موجود در فرهنگ به‌صورت سطحی است. مصداق این مدعا، تولیدات سینمای پیش از انقلاب با نام «سینمای فارسی» بود که به‌استثنای چند فیلم قابل‌اعتنا نظیر گاو، سینمای غالب آن دوران بود. دیپلماسی فرهنگی در تعاملات خود بر فرهنگ تأکید دارد که صورت فرمولی آن فرهنگ — اقتصاد — سیاست است، گیفورد دالون، دیپلماسی فرهنگی را معماری یک بزرگراه دوطرفه به‌منظور ایجاد کانال‌هایی برای معرفی تصویر واقعی و ارزش‌های یک ملت در عین تلاش برای دریافت تصاویر واقعی و ارزش‌های ملت‌های دیگر می‌داند (سلیمی نبی، مجاورشبخان ۱۳۹۲: ۱۷۸). یکی از این بزرگراه‌های مورد اشاره، سینما است که می‌توان در قالب سینمای ملی (که البته در مورد تعریف آن‌هم در داخل تفاهم وجود ندارد) به حمایت و تقویت آن پرداخت. با عنایت به مطالب فوق، می‌توان برداری را تصور کرد که در یک سوی آن «اقتصاد» و در سوی دیگر «فرهنگ» و در نقطه صفر و میانی آن، «سیاست» قرار گرفته است.

اقتصاد → سیاست ————— فرهنگ

تئوری‌هایی که با تمرکز بر حوزه اقتصادی شکل گرفته‌اند در حدفاصل سیاست و اقتصاد قرار می‌گیرند و بر اساس تفکرات اقتصادی آن‌ها، اخلاق و فرهنگ روبنا بوده و اولویت اول نمی‌باشند. در سوی دیگر بردار با توجه به نزدیکی و دوری به متغیرهای فرهنگ و سیاست، تئوری‌های فرهنگی قرار دارند. به بیان ساده در نظریه جهانی‌سازی، سیاست و فرهنگ و دیگر متغیرها بایستی در خدمت اقتصاد باشند، زیرا باور دارند بازارهای مشترک جهانی، حتی به شکل منطقه‌گرایی آن، ارتباط و پیوند ملت‌ها به یکدیگر را موجب می‌شوند. سینمای ایران در عمر بیش از چهاردهه خود پس از انقلاب، شاهد آمدن و رفتن مدیرانی با سلاقی مختلف و ادعای برقراری تعامل‌های دوسویه با جهان خارج بوده است. در این آمادوشدها، هرکدام تلاش داشتند تا «پسوند اسلامی» را همچون علوم دیگر مانند، اقتصاد اسلامی، بانکداری اسلامی و... به سینمای ایران بیفزایند. به‌بیان‌دیگر آن‌ها در پی رسیدن به یک نسبتی میان انقلاب اسلامی با سینمای دینی بودند. در این راستا، در

دهه‌های ۶۰، ۷۰، ۸۰ و ۹۰ انواع و اقسام عناوین به این نوع سینما اطلاق شد، از سینمای عرفانی تارکوفسکی و بلوک شرق تا سینمای معناگرای دهه ۷۰ و ۸۰ و حتی سینمای موسوم به سینمای فاخر که عمدتاً فیلم‌های پرخرج و کم‌فروش را شامل می‌شد. اما آنچه در همه این سال‌ها و در طول بررسی و تحلیل سینمای دینی با تعاریف فوق حاصل شده است تنها ماکت و کلیشه‌ای از دین و عرفان و مفاهیم اخلاقی است که نه تماشاگر را مجبور می‌کند تا به سینما بیاید و نه فکر او را درگیر می‌کند (تقی زاده، ۱۳۹۵: ۲۴). با توجه به سرعت انتشار تحولات متقارن و نامتقارن در ساختار امنیت جهان امروز، برای دولتمردان ایران روشن شده است که با استفاده از ابزارهای فرهنگی، مذهبی و زبان جدید که فراتر از دیپلماسی سنتی است، می‌توانند به اعتبار جهانی خود کمک نمایند (ارهان، ۲۰۱۸: ۲۴۱).

سینما، با ارائه یک تصویر متفاوت و واقعی از فرهنگ ایرانی-اسلامی، فرصتی دوباره در شکل دادن به ذهن و قلب جهانیان مهیا می‌نماید. اسکار و دیگر جوایز بین‌المللی کسب‌شده از سوی کارگردانان، بازیگران و تولیدات سینمای ایران، منابع ارزشمندی برای صدور و ترویج فرهنگ و هویت ایرانی در سراسر جهان می‌باشند، این درحالی‌که است که تعامل بین زیبایی‌شناسی و مسائل اجتماعی و سیاسی در هزاره سوم، حضور موفقیت‌آمیز فیلم‌های ایرانی در جشنواره‌ها، فضای بین‌المللی را مهیای روایت جدیدی از دیپلماسی فرهنگی ایران نموده است. جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با قرار دادن مبنای استراتژی دیپلماسی خود بر پایه بسیج دیپلماتیک با هدف رفع مسائل سخت و به‌کارگیری قدرت نرم‌افزاری روز از طریق ارتقا ارزش‌ها و باورهای مذهبی پیش و پس از اسلام، در جهت مقابله با ایران هراسی حاصل از تبلیغات سوء و محور شرارت خوانده شدن از سوی آمریکا، در باشگاه دیپلماتیک بین‌الملل، حضوری قدرتمند داشته باشد. جمهوری اسلامی ایران برای به دست آوردن ذهن و قلب مردمان خارج از کشور و با آگاهی از تمدن ایران پیش از اسلام، می‌تواند در قالب برنامه‌های فرهنگی، بسیاری از آداب و رسوم و سنت‌های ایرانی مانند جشن نوروز را توسعه داده و به موازات آن، اقدام به برجسته نمودن روزهای سیاسی در دنیای اسلام همانند روز جهانی قدس؛ برنامه‌های متنوع آموزشی تمام‌وقت در سراسر جهان و حضور فعال در محیط آن‌لاین، راه‌اندازی شبکه‌های ماهواره‌ای به زبان‌های زنده دنیا، نماید. در این فرایند، دیپلماسی فرهنگی می‌تواند در قالب دیپلماسی موسیقی، خوشنویسی فارسی، دیپلماسی دینی، دیپلماسی ادبیات یا دیپلماسی سینمای ایران عمل نماید، زیرا از این طریق هنرمندان ایرانی می‌توانند در سراسر جهان مبدل به سفیران و منابع قدرت نرم شده و تغییرات تدریجی در درک دیگران از هویت ایرانی ایجاد نمایند.

روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی و نوع آن کاربردی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش متشکل از کارشناسان مجرب دو حوزه سینما و دیپلماسی فرهنگی است. افراد جامعه آماری ذکر شده دارای تحصیلات حداقل کارشناسی با سوابق مرتبط حداقل ۱۰ ساله است. حجم نمونه آماری تحقیق حاضر با روش کوکران، از جامعه آماری کل که به صورت انتخاب هدفمند اما به‌طور تصادفی و با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد تعیین شده است. نمونه‌ی آماری با روش گلوله برفی به تعداد ۱۰ نفر از دو حوزه دیپلماسی و سینمایی انتخاب شد. روش گردآوری داده‌ها به صورت کتابخانه و ابزار گردآوری داده‌ها به صورت پرسشنامه محقق ساخته شده می‌باشد که روایی آن با تایید خبرگان رسیده است و پایایی آن توسط آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت و تایید شد همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

۱) اولویت بندی ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران

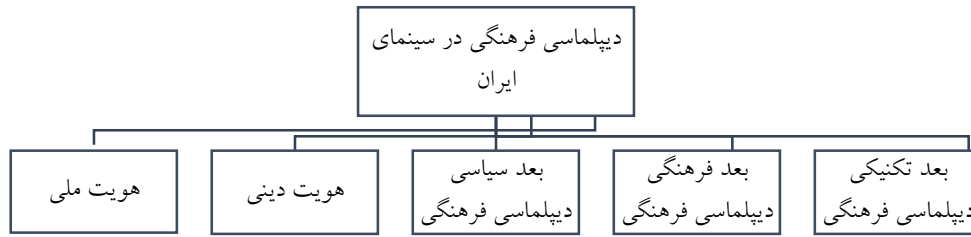
در گام نخست مؤلفه‌های اصلی انتخاب شده است که عبارت‌اند از: مؤلفه‌های تحقیق با اندیس عددی به صورت جدول شماره یک نام‌گذاری شده‌اند تا در جریان تحقیق به سادگی قابل ردیابی و مطالعه باشند. در این پژوهش برای تعیین وزن ابعاد دیپلماسی فرهنگی از فن تحلیلی سلسله‌مراتبی استفاده شده است. الگوی سلسله‌مراتبی مدل با استفاده از فن AHP در نمودار شماره یک ترسیم شده است.

جدول شماره ۱- ابعاد دیپلماسی فرهنگی

نماد	ابعاد
C۱	هویت ملی
C۲	هویت دینی
C۳	بعد سیاسی دیپلماسی فرهنگی
C۴	بعد فرهنگی دیپلماسی فرهنگی
C۵	بعد تکنیکی دیپلماسی فرهنگی

جدول شماره ۲- نظرات کارشناسان و محاسبه میانگین هندسی نظرات

مقایسات زوجی	کارشناس ۱	کارشناس ۲	کارشناس ۳	کارشناس ۴	کارشناس ۵	کارشناس ۶	کارشناس ۷	کارشناس ۸	کارشناس ۹	کارشناس ۱۰	میانگین هندسی
۲-C1C	۸	۱/۹	۱	۱/۷	۱/۶	۱/۹	۱/۷	۱/۵	۱/۹	۱/۹	۲۴۷.۰
۳-C1C	۶	۱/۹	۲	۱	۱/۶	۶	۱/۵	۱/۵	۱/۷	۱/۵	۵۲۳.۰
۴-C1C	۸	۱/۹	۱/۷	۱/۳	۴	۱/۸	۱/۷	۱	۱/۹	۱/۵	۳۱۵.۰
۵-C1C	۶	۱/۸	۱	۱/۳	۱	۱/۷	۱/۶	۱/۹	۱/۹	۱/۸	۳۲۷.۰
۳-C2C	۷	۱/۸	۱	۷	۷	۷	۶	۱	۹	۵	۷۰۴.۳
۴-C2C	۱/۸	۱/۹	۱/۶	۵	۴	۱/۶	۶	۳	۸	۵	۲۷۲.۱
۵-C2C	۸	۱/۷	۱/۷	۵	۱	۸	۴	۱/۹	۹	۷	۴۰۹.۲
۴-C3C	۱/۸	۱/۹	۱/۷	۱	۱	۱/۸	۱/۶	۱	۱/۹	۱/۵	۲۰۳.۰
۵-C3C	۸	۷	۱/۶	۱	۹	۱/۶	۱/۷	۱/۵	۱/۹	۷	۲۵۰.۱
۵-C4C	۸	۹	۷	۱	۱	۵	۱/۵	۱/۹	۹	۱/۷	۶۶۸.۱



نمودار شماره ۱- نمایش سلسله‌مراتبی معیارها

تمامی عناصر هر خوشه باید به صورت دویبه دو مقایسه شوند. بنابراین اگر در یک خوشه n عنصر وجود داشته باشد $\frac{n(n-1)}{2}$ مقایسه صورت خواهد گرفت. چون هفت معیار وجود دارد بنابراین تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر است با:

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{5(5-1)}{2} = 10$$

بنابراین ۲۱ مقایسه زوجی از دیدگاه گروهی از خبرگان انجام شده است و با استفاده از فن میانگین هندسی دیدگاه خبرگان تجمیع گردیده است. پس از گردآوری نظرات کارشناسان، برای تجمیع نظرات از فن میانگین هندسی استفاده شد. برای انجام تحلیل سلسله مراتبی، نخست مؤلفه‌ای اصلی بر اساس هدف به صورت زوجی مقایسه شده‌اند. برای این منظور از نظر گروهی خبرگان استفاده شده است و با استفاده از فن میانگین هندسی و نرمال‌سازی مقادیر به دست آمده، بردار ویژه محاسبه خواهد شد. میانگین

کارشناسان برای به صورت فرمول ۲ (فرمول ۲)

معیارها	C۱	C۲	C۳	C۴	C۵
C۱	۱,۰۰۰	۰.۲۴۷	۰.۵۲۳	۰.۳۱۵	۰.۳۲۷
C۲	۴.۰۴۹	۱,۰۰۰	۳.۷۰۴	۱.۲۷۲	۲.۴۰۹
C۳	۱.۹۱۲	۰.۲۷۰	۱,۰۰۰	۰.۲۰۳	۱.۲۵۰
C۴	۳.۱۷۵	۰.۷۸۶	۴.۹۲۶	۱,۰۰۰	۱.۶۶۸
C۵	۳.۰۵۸	۰.۴۱۵	۰.۸۰۰	۰.۶۰۰	۱,۰۰۰

$$\mu_g = \left(\prod_{i=1}^n a_i \right)^{1/n} = \sqrt[n]{a_1 \cdot a_2 \cdot \dots \cdot a_n}$$

$$C_1 - C_2 = \sqrt[7]{8 * \frac{1}{9} * 1 * \frac{1}{7} * \frac{1}{6} * \frac{1}{9} * \frac{1}{7} * \frac{1}{5} * \frac{1}{9} * \frac{1}{9}} = 0.247$$

جدول ۱: ماتریس مقایسه زوجی معیارهای اصلی

گام بعدی محاسبه میانگین هندسی هر سطر برای تعیین وزن معیارها است:

$$\pi_1 = \sqrt[5]{1 * 0.247 * 0.523 * 0.315 * 0.327} = 0.422$$

به همین ترتیب میانگین هندسی سایر سطرها محاسبه می‌شود.

$$\pi_2 = 2.150$$

$$\pi_3 = 0.666$$

$$\pi_4 = 1.830$$

$$\pi_5 = 0.906$$

سپس مجموع میانگین هندسی تمامی سطرها محاسبه می‌شود.

$$\sum_{i=1}^m \pi_i = 0.422 + 2.150 + 0.666 + 1.830 + 0.906 = 5.973$$

با تقسیم میانگین هندسی هر سطر بر مجموع میانگین هندسی سطرها مقدار وزن نرمال به دست می‌آید که به آن بردار ویژه ویژه نیز گفته می‌شود. خلاصه نتایج در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴: ماتریس مقایسه زوجی مؤلفه‌های اصلی

معیارها	C1	C2	C3	C4	C5	میانگین هندسی	بردار ویژه
C1	1,000	0.247	0.523	0.315	0.327	0.422	0.071
C2	4.049	1,000	3.704	1.272	2.409	2.150	0.360
C3	1.912	0.270	1,000	0.203	1.250	0.666	0.111
C4	3.175	0.786	4.926	1,000	1.668	1.830	0.306
C5	3.058	0.415	0.800	0.600	1,000	0.906	0.152
						5.973	---

بر اساس بردار ویژه به دست آمده:

هویت دینی با وزن نرمال شده ۰,۳۶۰ در اولویت اول قرار دارد.

بعد فرهنگی دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۳۰۶ در اولویت دوم قرار دارد.

بعد فن دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۱۵۲ در اولویت سوم قرار دارد.

بعد سیاسی دیپلماسی فرهنگی با وزن نرمال شده ۰,۱۱۱ در اولویت چهارم قرار دارد. هویت ملی با وزن نرمال شده ۰,۰۷۱ در اولویت پنجم قرار دارد.

محاسبه نرخ ناسازگاری

در متد AHP تصمیم گیرندگان و خبرگانی که نظرات خود را اعلام داشته‌اند باید آزمون سازگاری بر روی آن‌ها انجام گیرد. این آزمون بر اساس نسبت‌های سازگاری ماتریس مقایسه‌ای انجام می‌گیرد. CR یک زوج ماتریس مقایسه‌ای برابر است با نسبت درجه سازگاری آن به مقدار تصادفی مربوطه^۲

محاسبه بردار مجموع وزنی

ماتریس مقایسات زوجی را در بردار ستونی «وزن نسبی» ضرب می‌کنیم. بردار جدیدی را که به این طریق به دست می‌آید، بردار مجموع وزنی نامیده می‌شود.

$$AW_1 = (1 * 0.071) + (0.247 * 0.360) + (0.523 * 0.111) + (0.315 * 0.306) + (0.327 * 0.152) = 0.364$$

$$113.1 = {}_2AW$$

$$595.0 = {}_3AW$$

$$615.1 = {}_4AW$$

$$719.0 = {}_5AW$$

محاسبه بردار سازگاری

برای محاسبه بردار سازگاری، عناصر بردار مجموع وزنی را بر بردار اولویت نسبی تقسیم می‌کنیم.

$$AW_1 \div W_1 = 5.156$$

$$AW_2 \div W_2 = 5.037$$

$$AW_3 \div W_3 = 5.339$$

$$AW_4 \div W_4 = 5.273$$

$$AW_5 \div W_5 = 5.208$$

محاسبه λ Max

میانگین عناصر بردار سازگاری λ Max را به دست می‌دهد.

$$\lambda = \frac{(5.156 + 5.037 + 5.339 + 5.273 + 5.208)}{5} = 5.203$$

محاسبه شاخص سازگاری^۳

شاخص سازگاری به صورت زیر تعریف می‌شود.

$$CI = \frac{\lambda Max - n}{n - 1}$$

$$CI = \frac{5.203 - 5}{4} = 0.05$$

نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده ۰,۰۵ به دست آمده است که کوچک‌تر از ۰,۱ است و بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.

^۱Cobistency Ratios (CR)

^۲To Corrsponding Random Value

^۳Consistency Index (CI)

جمع بندی و نتیجه گیری

این پژوهش همچون اغلب پژوهش‌های علمی دیگر دارای محدودیت‌ها و نقاط قوتی است. این پژوهش که می‌توان آن را از نخستین مطالعات توأمان حوزه‌های سینما و دیپلماسی فرهنگی دانست در گام نخست، شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگی در سینمای ایران و در گام بعدی بر اساس رتبه‌بندی ابعاد و مؤلفه‌های شناسایی شده، وضعیت موجود و تفاوت آن‌ها با وضع مطلوب موردبررسی قرار گرفته است. نتایج نهایی حاکی از نامطلوب بودن وضعیت ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران است. یکی از نکات مهم حاصل از بررسی مصاحبه‌های انجام شده، تفاوت فاحش میان اعتقاد بر مطلوبیت وضع موجود از نگاه کارشناسان دیپلماسی فرهنگی و سینمایی کشور است، به‌گونه‌ای که در میان نخبگان دیپلماسی کشور، تقریباً همگی وضعیت موجود را مطلوب دانسته، درحالی‌که نخبگان سینمایی وضعیت را در سه گروه: مطلوب، نامطلوب و متعادل ارزیابی می‌کنند. پراکندگی حوزه عمل در دیپلماسی فرهنگی و موازی کاری نهادهای دولتی و غیردولتی در تصمیم‌گیری‌ها، حوزه فرهنگی کشور را از مدیریت یکپارچه فرهنگی چه در داخل و چه در خارج محروم نموده است. بر اساس مطالعات یافته‌ها، در دو حوزه دیپلماسی فرهنگی و سینمای ایران، به‌صورت جداگانه، مقالات بسیاری موجود است. در مقابل به جهت تعداد اندک تحقیق دو حوزه فوق در یک قالب و به‌صورت توأمان، در این حوزه ضعف پژوهشی قابل‌توجهی مشاهده شد. در این تحقیق تلاش شده است تا سوابق مربوط به تلاش‌ها و نقطه نظرات سینما گران و دیپلمات‌ها، توأمان مورد ارزیابی قرار گیرد. ابتدا به لحاظ حجم اسناد موجود، به سینما و جشنواره‌های سینمایی پرداخته شده و در مرتبه بعدی، اسناد و مطالعات انجام شده، هرچند بسیار اندک در خصوص نگاه و عملکرد رجال سیاسی ایران در تسهیل و حضور قدرتمند سینمای ایران در عرصه‌های منطقه‌ای و جهانی مورد واکاوی قرار گرفته شده است. علی‌رغم تحلیل‌های فراوان در خصوص اثرات مثبت و منفی حضور سینما گران ایرانی در جشنواره‌های خارجی به‌عنوان ابزار سینمایی، در هیچ‌یک از آن‌ها مدل مفهومی برای درک و ارزیابی موضوع ارائه نشده است. یکی از نکات مهم مغفول مانده از نگاه منتقدان، عدم اطلاعات کافی و آمار قابل‌اعتماد از اقدامات دیپلماتیک انجام شده جهت حضور سینمای ایران در جهان است. در خصوص نقش سینما در دیپلماسی فرهنگی، دادگران و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی سینمای ایران پرداخته و این رسانه را در بر پابندی به ارزش‌ها و انتقال فرهنگ بسیار اثرگذار معرفی کردند. سینما همچون سایر هنرها می‌تواند بازتاب‌دهنده مهم‌ترین مسائل هر اجتماعی باشد. لذا اهمیت بررسی سینما به‌عنوان یک میدان هنری و عنصر فرهنگی در وهله اول به سبب اهمیت بازنمایی یا تأثیرگذاری آن دارای اهمیت است. از آنجاکه سینما نقش بسیار مهمی در خلق و تغییر فرهنگ و فرهنگ پذیری دارد، تأثیرات خود را بر روی جوامع مختلف به شیوه‌های متفاوتی بر جای گذارده است. دهشیری (۱۳۸۸) معتقد است، ارتباطات و فرهنگ محکوم به همزیستی هستند. ارتباطات، محصول فرهنگ است و فرهنگ مشخص‌کننده رمز، ساختار، معنا و زمینه ارتباطی است. بدون فرهنگ، هیچ ارتباطی قادر به بقا نیست، لذا بین مجموعه فرهنگ و ارتباطات تنگاتنگ و پویایی وجود دارد. وقتی که از فرهنگ یا فرهنگ عمومی بحث می‌کنیم، نمی‌توانیم از نقش رسانه‌های همگانی مانند سینما غفلت کنیم زیرا این وسایل نقش و تأثیر بسزایی در فرهنگ‌سازی دارند.

آگاهی‌های اجتماعی در یک جامعه وقتی به صورت فرهنگی عمومی درمی‌آید که دائماً از طریق رسانه‌های جمعی مطرح و بررسی شوند. در تبیین نتایج وضعیت نامطلوب ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران، شواهد و قرائن حاکی از آن است که این رسانه عمومی نتوانسته رسالت خود را در حوزه‌های: هویت دینی، ملی، فرهنگی، سیاسی و یا حتی فن به درستی انجام دهد. در راستای عدم وضعیت مطلوب ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران، منتج شده از این پژوهش، نیاز است تا در صنعت سینمای ایران بازنگری اساسی صورت پذیرد.

✓ فهرست منابع

- آشوری، داریوش (۱۳۵۷). تعریف‌ها و مفهومی فرهنگ، تهران: مرکز اسناد فرهنگی آسیا.
- تقی زاده، محمد (۱۳۹۵). «سینمایی که باید فکر را درگیر کند»، روزنامه ایران. شماره ۶۳۳۱، ص ۲۲.
- جعفری، علی و مظفری، افسانه (۱۳۹۲). «بازنمایی زندگی طبقه متوسط در سینمای ایران»، فصلنامه رادیو و تلویزیون، زمستان، سال نهم، شماره ۲۱، صص ۱۴۹-۱۲۷.
- توسلی رکن آبادی، مجید و اسماعیلی (۱۳۹۲). «بررسی جایگاه سینمای هالیوود در دیپلماسی رسانه ای آمریکا: بازنمایی، هژمونی فرهنگی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی»، فصلنامه تحقیقات سیاسی بین المللی. پاییز ۱۳۹۲، شماره ۱۶، ص ۱۲۹.
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی هویت ایرانی. تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، ۱۳۸۸، ص ۴۳۴.
- خاکی، غلامرضا (۱۳۹۰). روش تحقیق در مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرکز انتشارات علمی، تهران: بازتاب.
- خانی، محمدحسن (۱۳۸۴). «دیپلماسی دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها»، دانش سیاسی، پاییز و زمستان، ۹۱.
- خرازی محمدوندی آذر، زهرا (۱۳۸۸)، تأثیر دیپلماسی فرهنگی بر منافع ملی کشورها، مجله مدیریت فرهنگی. سال پنجم، شماره ۱، ص ۱۲۲-۱۱۷.
- دادگران، محمد؛ زندی، مهسا و امیری، مریم (۱۳۹۵). «بررسی تأثیر نقش فرهنگی سینمای ایران بر پایداری ارزشهای اخلاقی جوانان»، مطالعات رسانه‌ای. پاییز، سال دهم، صص ۲۰-۷.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۲). لغت نامه دهخدا، تهران: چاپ خانه دانشگاه تهران.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۸۸)، «رسانه و فرهنگ سازی»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی، شماره ۸، زمستان، صص ۱۷۹-۲۰۸.
- زمانی محجوب؛ حبیب (۱۳۸۵). نقش دین در هویت بخشی به ایرانیان، تهران: موسسه مطالعات ملی - تمدن ایرانی.
- سلیمی بنی، صادق، مجاورشیخان، محمد (۱۳۹۲). «جایگاه دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی کشورها»، پژوهش در تاریخ، شماره ۳، پاییز، صص ۱۷۳-۱۹۳.
- علوی، پرویز (۱۳۹۴). ارتباطات سیاسی. تهران: انتشارات علوم نوین.
- عمید، حسن (۱۳۶۳). فرهنگ فارسی عمید. تهران: انتشارات امیر کبیر.

- قدمی، حسن، مصطفوی، حمید(۱۳۸۸). «اهمیت فعالیت های فرهنگی و ارائه مدل عملیاتی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، مدیریت فرهنگی، سال سوم، شماره ۵، پاییز. صص ۶۳.
- قربانی، قدرت اله (۱۳۸۳). **هویت ملی از دیدگاه استاد مطهری**، مطالعات ملی، تابستان، شماره ۱۸، صص ۶۳-۸۶.
- قوام، سید عبدالعلی و اسماعیلی، بشیر(۱۳۹۳). «سیاست خارجی، هالیوود و جریان بازنمایی خاورمیانه پس از یازده سپتامبر»، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی. دوره ۱۰، شماره ۲۹، زمستان، صص ۱۱۵-۱۳۸.
- گیویان، عبدالله، سروی زرگر، محمد.(۱۳۸۸). «بازنمایی ایران در سینمای هالیوود»، **فصلنامه تحقیقات فرهنگی**. دوره دوم، شماره ۸، صص ۱۷۷-۱۴۷.
- میرزایی، حسن، محمد، مجیدی، محمدرضا و حسین زاده محمدعلی (۱۳۹۴). «سینمای انقلاب اسلامی (دینی)؛ ابزاری قدرتمند برای انتقال ارزش های دینی و انقلابی به نسل جوان» (مطالعه موردی: تحلیل محتوای فیلم سینمایی طلا و مس)، پژوهش های معاصر انقلاب اسلامی. دوره ۱، شماره ۲، تابستان. صص ۲۳۳.
- محمدی مهر، غلامرضا، عبد الله بیچرانلو (۱۳۹۳). «بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم های ایرانی تحسین شده در جشنواره های بین المللی مطالعات و فرهنگ ارتباطات. سال پانزدهم، شماره ۵۸، صص ۷-۲۸.
- مرادی، حجت اله.(۱۳۸۸). قدرت جنگ نرم: از نظریه تا عمل. تهران: انتشارات ساقی.
- ناظمی اردکانی، مهدی(۱۳۸۸). «مبانی مهندسی و مدیریت فرهنگی سازمان ها»، **راهبرد یاس**. شماره ۲۰، زمستان ۸۸، صص ۲۴۶.
- نای، جوزف (۱۳۸۸). **دیپلماسی و قدرت نرم**. ترجمه سیا- احمد، فاطمی نژاد. مطالعات عملیات روانی، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، شماره ۲۶.
- یوسفی، علی (۱۳۸۰). «روابط بین قومی و تأثیر آن بر هویت ملی اقوام در ایران»، فصلنامه مطالعات ملی. شماره ۸، سال دوم، تابستان ۸۰، صص ۶۳.
- Cummings, Milton C. (2003). *Cultural Diplomacy and the US Government: A Survey*. Washington DC: Center for Arts and Culture.
 - Nye, Joseph (2004), *Soft Power*, New York: public affairs.
 - Erhan, Irina. (2018). *Cinema as a tool of influences in the portfolio of irans publicdiplomacy*.
 - Hall, S(ed). (2003) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, London: Sage Publication.
 - Rojek, Chris (2003). *Stuart Hall*, Polity Publication.