

## شناسایی عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران

حبیب شیخی<sup>۱</sup> / احمد سلطانی فر<sup>۲</sup> / افسانه مظفری<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش نهایی: شهریور ۹۸

تاریخ دریافت مقاله: تیر ۹۸

### چکیده

در طول قرن بیست و یکم، سینما به عنوان یک رسانه تأثیرگذار و به تبع آن جشنواره‌های بین‌المللی توانسته‌اند از خود توانایی منحصر به فردی در عرصه دیپلماسی فرهنگی ایران و جهان به نمایش بگذارند. پژوهش حاضر با هدف تبیین عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران انجام گرفت. این پژوهش از نظر روش تحقیق، توصیفی از نوع پیمایشی و همبستگی و از نظر نوع تحقیق، کاربردی بود. جامعه آماری این پژوهش را صاحب‌نظران حوزه سینما و دیپلماسی فرهنگی کشور تشکیل داده‌اند. ۲۵۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری تصادفی انتخاب گردید. ابزار جمع‌آوری داده‌ها، پرسشنامه‌های محقق ساخته بود. جهت بررسی روائی ابزارهای اندازه‌گیری به شاخص نسبت روایی محتوایی و شاخص روایی محتوایی و نتایج مدل اندازه‌گیری استناد شد برای بررسی پایایی پرسشنامه‌ها به پایایی مرکب استناد شد. برای تحلیل داده‌ها از مدلسازی معادلات ساختاری با کمک نرم افزار Smart PLS3 استفاده شد. نتایج این پژوهش نشان داد که هویت ملی، بعد سیاسی، بعد فرهنگی و بعد تکنیکی می‌توانند دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران را پیش بینی کنند. با توجه به مقدار بدست آمده برای شاخص برازش کلی مدل به میزان ۰.۶۸ بوده برازش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود.

واژگان کلیدی: سینما، دیپلماسی فرهنگی، جشنواره.

---

۱- دانشجوی دکتری گروه ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  
۲- دانشیار گروه ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: msoltanifar@yahoo.com  
۳- دانشیار گروه ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

## مقدمه

به فردی در عرصه دیپلماسی فرهنگی ایران و جهان به نمایش بگذارند برخی از فیلم‌ها نه تنها موفق شده اند مخاطبان را سرگرم نمایند بلکه توانسته اند در زمینه‌هایی نظیر: آموزش، ارتقاء و حفظ روابط، شکستن کلیشه‌ها و فراتر رفتن از مرزها در سطوح مختلف کمک شایانی نمایند. جوایز در بند زمان و مکان هستند، در صورتی که ارزش‌های یک اثر در گذر زمان مشخص می‌شود. ارزش‌های آنها در زمان حیاتشان مورد بی‌مهری قرار می‌گرفت اما بعدها ارزش‌های آنها کشف می‌شد. دیپلماسی فرهنگی ابزارهای عمده‌ای از جمله: برنامه‌های تبادل آکادمیک، حرفه‌ای، فرهنگی و دانشجویی، کنفرانس‌ها و سخنرانی‌ها در مورد مشکلات اقتصادی و اجتماعی، ادبیات، صنعت فیلم، هنر تئاتری، نمایشگاه‌های هنری، اجرا و کنسرت‌های رقص و موسیقی را شامل می‌شود و کشورها در چند دهه اخیر از آن برای حفظ و تقویت منافع و موقعیت خود در جهان استفاده می‌کنند. روشن است که انواع سیستم عامل‌ها و فرصت‌هایی وجود دارد که امکان ایجاد یک گفتگوی سازنده و ایجاد یک تصویر مثبت از کشور را فراهم می‌کند. "در فضای روابط فرهنگی بین‌المللی و دیپلماسی فرهنگی هر کشور دنبال آن است که تصویر خود را در میان مردم دیگر جوامع مثبت و سازنده نشان دهد" (قدمی، ۱۳۸۸).

## مبانی نظری

در این مقاله تلاش شده است تا سوابق مربوط به اقدامات و نقطه نظرات سینما گران و دیپلمات‌ها، توانان مورد ارزیابی قرار گیرند. از ابتدا به لحاظ حجم اسناد موجود، به سینما و جشنواره‌های سینمایی پرداخته شده و در مرتبه بعد، 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. از یک سو علیرغم تحلیل‌های فراوان در خصوص اثرات مثبت و منفی حضور سینما گران ایرانی در جشنواره‌های خارجی به عنوان ابزار سینمایی،

از برادران لومیر تا یوتیوب، تصاویر متحرک به عنوان ابزار مهم دیپلماتیک عمل می‌کنند و ایده‌های مربوط به تشکیل مناسب ملل و شهروندان را در اختیار دارند. امروزه فیلم و ویدئو در تلاشند تا کشورهایی با نام تجاری و تأثیر عمیق بر افکار عمومی را در بر بگیرند. برای دهه‌ها، تمام اشکال هنرها به عنوان یک وسیله موثر و موثر برای الهام گرفتن و فعال ساختن مردم برای ساختن پل‌های فرهنگی و همکاری با یکدیگر در جهت روابط صلح آمیز موفق عمل کرده اند. در طول سال‌ها، مردم توانایی منحصر به فرد هنرها و به ویژه موسیقی، سینما و هنرهای نمایشی را برای فراتر رفتن از فرهنگ‌ها کشف کرده و به عنوان زبان مشترک برای جمع‌آوری گروه‌ها و جوامع مختلف به کار برده‌اند. این ویژگی‌های منحصر به فرد دارای قدرت بی‌نظیری است که به طور مداوم مردم را تحت تأثیر قرار داده و در طول زمان، جامعه انسانی را به هدف‌نهایی که همان صلح جهانی است، نزدیک می‌کند. در انتقال پیام از فیلم‌های اعتراض‌آمیز در شبکه‌های اجتماعی گرفته تا ارسال رسمی فیلم‌ها از سوی کشورها به اسکار، اکثراً از عناصر هویت ملی استفاده می‌کنند که اغلب نمی‌توان از طریق کانال‌های دیگر آن را بیان نمود. هریسون فورد در ارتباط با سینما می‌گوید: یک تصویر به اندازه‌ی هزاران کلمه ارزش دارد، و وقتی سر صحنه فیلمی می‌روید که در آن فکر زیادی روی جنبه‌های بصری صحنه شده است، دلگرم می‌شوید (همشهری سینما ۲۴، آبان ۹۶).

دیپلماسی فیلم در عصر دیجیتال به نقش فیلم و رسانه در سیاست جهانی معاصر نگاه می‌کند.

فیلمسازان پیشرو در کشورهای روسیه، ایران، ژاپن، ترکیه، بوسنی و هرزگوین، ایالات متحده و به طور کلی در سطح جهانی، صنعت فیلم سازی را به عنوان یک ابزار مهم ارتباطات سیاسی و فرهنگی در به تصویر کشیدن اقدامات مقامات دولتی و غیر دولتی در بهبود روابط دیپلماتیک، بکار گرفته‌اند. در طول قرن بیست و یکم، سینما به عنوان یک رسانه تأثیرگذار و به تبع آن جشنواره‌های جهانی توانسته‌اند از خود توانایی منحصر

هیچ یک از آنها مدل مفهومی برای درک و ارزیابی موضوع ارائه نموده اند و از سوی دیگر نگاه نقادانه به فیلم‌های ایرانی راه یافته به جشنواره‌های خارجی به همان نسبت در مورد جشنواره‌های داخلی مشاهده نمی‌شوند لذا مشاهده می‌شود که میان فیلم‌های پذیرفته شده در جشنواره فیلم فجر با مولفه‌ها و ابعاد انقلاب اسلامی، تناسب معقولی برقرار نیست.

یکی از ضعف‌های پژوهش در این حوزه، عدم وجود اطلاعات و آمار قابل اعتماد از اقدامات دیپلماتیک انجام شده در راستای حضور سینمای ایران در جهان تحت لوای دیپلماسی فرهنگی است. افزایش علاقه علمی به جشنواره‌ها به دلیل نقش اجتماعی و اقتصادی آنها در رشد فرهنگ در ایران و به طور کلی در جهان است. در مطالعه جشنواره‌ها به عنوان یک رویداد فرهنگی، نگاه تک بعدی باعث غفلت از زوایای دیگری شود لذا به طور معمول همه ابعاد آن مورد بررسی قرار می‌گیرند. برای تحلیل ارتباط میان جشنواره‌های سینمایی و دیپلماسی فرهنگی ایران، در کنار اظهار نظرهای موافق و مخالف در قالب گفتگوهای رسانه‌ای، پژوهش‌های تخصصی و نظری اندکی آن هم به صورت تک بعدی در کشور صورت پذیرفته است و تاکنون مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران به طور مستقل، شناسایی و مورد ارزیابی قرار نگرفته است و به طبع آن هر منتقدی از دریچه خاص خود بدان نگریسته است. یکی از منابع نزدیک به مقاله حاضر از نظر موضوعی، کتاب بررسی ابعاد جشنواره‌ها و جوایز مهم فرهنگی جهان اثر دکتر حاکم قاسمی است که در آن یک نگاه کلی به جشنواره‌های فرهنگی از جمله سینمایی نموده است. در مقاله دیگر تحت عنوان "کتاب «دولت‌ها چگونه به سینما کمک می‌کنند» ترجمه ی شهاب اسفندیاری و فرزاد امین صالحی مشتمل بر ۱۳ مقاله است که توسط استادان و پژوهشگرانی از کشورهای مختلف جهان نوشته شده است. هر کدام از این مقالات، وضعیت حمایت دولت از سینمای ملی یکی از کشورها را از نظر سیاست‌ها و راهبردهایی که برای حمایت مالی دارند و شیوه‌هایی که برای تشویق

سرمایه‌گذاری در سینما به کار گرفته اند و نتایج این سیاست‌ها در دوره‌های ۵ تا ۱۰ ساله، بررسی می‌کند. در بسیاری دیگر از تحقیق‌ها از روش مقایسه تطبیقی سینماهای دو یا چند کشور به عنوان ابزار قدرت نرم فرهنگی استفاده شده است. در پژوهشی تحت عنوان "مدل دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" انجام شده توسط لیلا اژدری و همکاران، مدلی بر اساس ابعاد سه گانه: زمینه‌ای، قانونی و اجرایی با تاکید بر اقدامات بهبود شاخص‌های آموزش، ارتباطات، سیاست عمومی، حکمرانی خوب و حقوق فرهنگی ارائه شده است. در بعد اجرایی، توجه به ارتقای شاخص‌های تجارت و سرمایه‌گذاری فرهنگی به عنوان ابزاری کارآمد و مؤثر در بهبود تصویر کشور در سطح بین الملل و افزایش ضریب نفوذ فرهنگی و ارتقای قدرت نرم ج.ا.ا اشاره شده است که در راستای موضوع تحقیق حاضر است. "سینما و قدرت نرم، سیاست تطبیقی آمریکا و چین" عنوان تحقیق دیگری است که توسط صادق زیبا کلام و جلیل بیات با هدف تبیین جایگاه سینما به عنوان یکی از منابع فرهنگی قدرت نرم در سیاست بین الملل به متغیرهایی نظیر تولید و نرخ رشد سالانه فیلم، آمار تماشاگران، فروش گیشه توجه شده است. در پژوهش دیگر تحت عنوان "اهمیت فعالیت‌های فرهنگی در روابط بین الملل و ارائه مدل عملیاتی عملیاتی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران" دیپلماسی فرهنگی در دو بخش اساسی شامل اصول و قواعد بیانگر ویژگی‌های شکل دهنده دیپلماسی فرهنگی و ساختار دستگاه دیپلماسی فرهنگی مورد بررسی قرار گرفته است. مدل مطلوب پیشنهاد شده از سوی محسن قدمی و حمید مصطفوی در این تحقیق برای ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی بخش‌های دولتی و غیردولتی، استفاده از مدل‌های ترکیبی یعنی استفاده از مدل روابط فرهنگی پیوسته (متمرکز) و هم‌چنین استفاده از مدل شورایی برای سیاست‌گذاری و تدوین راهبردهای کلان و عملیاتی برای روابط فرهنگی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها

www.SID.ir

کشورها به خصوص در عصر بهره‌گیری از شیوه‌های نوین فناوری اطلاعات در عصر ارتباطات و فرآیند جهانی شدن فرهنگ و سیاست در دهکده جهانی پرداخته تا از این راه به شناختی واقع بینانه از روابط بین‌المللی با تمرکز بر مسائل فرهنگی دست یافت.

## نظریه‌های مرتبط با سینما و دیپلماسی فرهنگی

### نظریه کلیشه سازی

استریو تایپ از واژه یونانی "استریو" به معنای جامد، سفت، سخت و غیرقابل تغییر، مشتق شده و کلمه "تایپ" نیز از همان ریشه به معنی "تأثیر" که در مجموع به معنای تأثیر غیرقابل تغییر (تأثیر مستحکم) می‌باشد. کلیشه در اصل اصطلاحی مربوط به دوره صنعت چاپ است که در اشاره به یک صفحه چاپی به دست آمده از نمونه چاپی متحرک بکار می‌رود که برای افزایش شمارگان نسخه چاپی مورد استفاده قرار می‌گرفت. این اصطلاح در ساده‌ترین حالت بر ویژگی‌هایی ثابت و تکراری دلالت می‌کند.

نظریه کلیشه‌سازی، تفکرات قالبی هستند که معمولاً در مورد شهرها، کشورها و یا گروهی از مردم ساخته می‌شوند. آنچه که کلیشه‌ها انجام می‌دهند این است که گروهی از مردم را با برچسب برخی کیفیت‌ها یا ویژگی‌هایی که ممکن است در بخش اندکی از آنها وجود داشته باشد، به کل گروه تعمیم می‌دهند. این ویژگی‌ها اغلب در فرایند کلیشه سازی با اغراق و غلو همراه هستند. برخی از کلیشه‌های تحقیرکننده و توهین آمیز به ویژه در ایران، خود را درون جوک‌های قومیتی نشان می‌دهند که از سوی بسیاری از آنها توهین آمیز محسوب می‌شوند. دنیای غرب با ساخت فیلم‌هایی نظیر "بدون دخترم هرگز" که در آن فرهنگ ایرانی، به عنوان یک فرهنگ عقب مانده معرفی می‌شوند و یا ساخت فیلم "آرگو" و "سی دقیقه پس از نیمه شب" فیلمی بر اساس تعقیب و گریز ده ساله و نهایتاً شکار بن لادن و بسیاری از فیلم‌های دیگر، در پی جا انداختن یک تفکر قالبی منفی از مسلمانان به

می‌باشد. برخی از محققین نیز رویکرد فیلم‌های برگزیده را در بازنمایی مسائل اجتماعی ایران مورد بررسی قراردادده اند. "بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم‌های ایرانی تحسین شده در جشنواره‌های بین‌المللی"، مجله مطالعات فرهنگ - ارتباطات (۱۳۹۳) عنوان مقاله ای است که غلامرضا محمدی مهر، عبدالله بیچرانلو دربخش نتیجه‌گیری آن در باز نمایی فیلم‌ها از جامعه خودی بیان می‌دارند: "سیاه نمایی عمدتاً با نظریه‌های مرتبط با کلیشه سازی ارتباط پیدا می‌کند". یافته‌های بررسی تحقیق، مسئله (سیاه نمایی) را تایید نمی‌نماید، چرا که فیلم‌ها از تنوع موضوعی چشمگیری برخوردارند و طبعاً تکرار سوژه و موضوع در آنها به چشم نمی‌خورد. به بیان دیگر، تنوع موضوعی موجود در فیلم‌های برگزیده جشنواره‌های بین‌المللی را نافی سیاه نمایی از جامعه ایرانی معرفی می‌کند. از سوی دیگر اعتقاد برخی از منتقدین براین است که ساخت فیلم‌ها براساس سیاست گذاری‌های صاحبان جشنواره‌ها صورت می‌گیرد و عمده این سیاست‌ها مبتنی بر حمایت از فیلم‌های ضد ایرانی و ضد انقلابی است و کتاب‌های بسیاری از جمله چهار عنوان کتاب با عناوین «آخر الزمان و آینده نگری سینمایی»، «دین و سینما؛ گزاره‌های اعتقادی»، «دین و سینما؛ آموزه‌های اخلاقی و ارزشی» و «سینمای سیاسی، سیاست سینمایی»، در حوزه نقد سینمای هالیوود، به تنهایی از سوی انتشارات ولاء منتظر(عج) در این ارتباط منتشر شده است. در مقابل، بسیاری از محققین خارجی در مطالعات خود، حضور سینمای ایران در جشنواره‌های خارجی را فرصت معتنمی جهت معرفی نسل جدیدی از سینماگران ایرانی می‌دانند که با تاکید بر ابعاد و مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی می‌توانند همانند پل ارتباطی قوی در تقویت مناسبات فرهنگی میان ملت‌ها عمل کنند. به عنوان نمونه صادق سلیمی‌بنی و محمد مجاور شیخان در تحقیق خود "جایگاه دیپلماسی فرهنگی در سیاست خارجی کشورها" به شناخت دقیق مفهوم دیپلماسی فرهنگی، کارویژه‌های آن در پیشبرد سیاست خارجی

محور تحلیل‌ها را از ابزارهای مادی به انگاره‌ها و اندیشه‌ها تغییر می‌دهد. در واقع یک نظریه معناگرایانه است، به صورتی که در آن فرایند هویت‌سازی و همچنین نرم‌ها و هنجارها بصورت مناسبی قابل تبیین می‌باشند؛ همچنین با عنایت به موضوع ارتباطات فرهنگی از میان نظریه‌های موجود در روابط بین‌الملل، نظریه سازه‌انگاری به بهترین وجه شکل‌گیری و نقش‌آفرینی هویت‌ها را توضیح داده و می‌تواند به عنوان یکی از چارچوب‌های نظری تحقیق‌هایی با موضوعیت هویت و منافع ملی، در نظر گرفته شود. لذا نظریه سازه‌انگاری از قابلیت کاربری مناسبی برای تحقیق حاضر برخوردار است. از عوامل تاثیرگذار در سیاست خارجی و تصمیم‌سازی در نظریه سازه‌انگاری ارزش‌های ذهنی تصمیم‌گیرندگان، باورهای مشترک سیاسی در سطح ملی و بین‌الملل است. یکی از نتایج پژوهش حاضر عدم توافق و وجود باورهای متناقض در میان دست‌اندرکاران صنعت سینما و تصمیم‌گیران سیاسی کشور در خصوص حضور سینمای ایران در عرصه بین‌الملل می‌باشد

### نظریه بازنمایی

امروزه مفهوم بازنمایی به شدت و امدار آثار استوارت‌هال 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، ۱۳۸۸، ۹۰). در حوزه رسانه‌ها از واژه "بازنمایی" برای بیان ویژگی رسانه‌ای در به تصویر کشیدن رخدادهای جهانی استفاده می‌شود. اشکال رسانه‌ای واقعیت، شکلی خاص از بازنمایی جهان است که از منطق زبانی تبعیت می‌کند. آنها همچون سمبل و نشانه عمل می‌کنند، نشانه‌ها، مقاصد و ایده‌های ما را نمایندگی می‌کنند، به گونه‌ای که دیگران میتوانند آنها را رمزگشایی کنند، بفهمند و واکنش‌های خود را در برابر آن سامان دهند (هال، ۱۹۹۷، ۹۰). با نظریه برساخت‌گرایانه بازنمایی این بحث را مطرح

خصوص ایرانیان در اذهان جهانیان هستند که در یک فرایند کامل ارائه نمی‌شوند، بلکه قسمتی از فرآیندی هستند که به واسطه آن، کلیشه‌ها طبیعی جلوه داده شده و حیاتشان تضمین می‌شوند. تئو ون دایک بر مبنای پژوهش‌هایی که در اواخر دهه نود در زمینه گفتمان‌های مختلف و بازتولید نژادپرستی انجام داده است معتقد است که "تعصبات و کلیشه‌ها بر تمامی فرایندهای پردازش اطلاعات یعنی خواندن، فهم و به خاطر سپردن گفتمان اثر می‌گذارد" (ون دایک، ۱۳۸۲، ۲۹۸). در سینما توجه بیش از حد عامدانه یا غیر عامدانه به نمادها در نهایت به کلیشه‌سازی ختم می‌شوند. به عنوان مثال با به تصویر کشیدن نمادهای مذهبی در جای جای فیلم‌ها، نمی‌توان ادعای ساخت فیلم دینی داشت. لذا بر بسیاری از فیلم‌های ایرانی پیش از انقلاب از نوع تجاری آن همچون سلطان قلب‌ها گرفته تا فیلم قیصر که در سکانس‌هایی از آن صدای اذان، پخش و گلدسته‌های حرم امام رضا(ع) نمایش داده می‌شوند نمی‌توان نام سینمای دینی نهاد. البته در سینما بایستی به مهندسی تفکرات کلیشه‌ای در معادلات سیاسی نیز توجه ویژه‌ای داشت. کلیشه‌سازی می‌تواند مثبت و یا منفی باشد. این اصطلاح اگر در معنی منفی آن به کار رود، فرضی ساده‌انگارانه، اغراق شده و تحقیرآمیز را به اعضای یک گروه به دلیل عضویت در آن گروه، نسبت می‌دهد. کلیشه تأیید یا مشروعیت را اشخاص به دلیل تعلقشان به یک گروه خاص کسب می‌کنند و یا برعکس، کلیشه مثبت احترام می‌تواند ارزش و محبوبیتی غیرواقعی و برپایه‌ای غیرمنطقی برای عده‌ای بدون دلیل خاصی بوجود آورد همانند قضاوتی که برپایه نوع لباس و یا شکل ظاهری افراد می‌شوند.

### نظریه سازه‌انگاری

الکساندر ونت، متفکر اصلی نظریه سازه‌انگاری در روابط بین‌الملل محسوب می‌شود (دانش‌نیا، ۱۳۹۴). نظریه سازه‌انگاری نظریه کاربست هنجارها، فرهنگ و هویت در عرصه روابط بین‌الملل می‌باشد. این نظریه

که براساس آنها تداوم تجربه فرهنگی در طول زمان پایدار بوده و اغلب منجر به باز تولید اجتماعی از نسلی به نسل دیگر می‌شوند. مفهوم باز تولید فرهنگی در نظریات لویی آلتوسر و پیر بوردیو از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. آلتوسر با رویکرد ساختارگرایانه، باز تولید را در تحلیل‌هایش مطرح می‌کند و برای کنشگر نقش چندانی قائل نمی‌شوند. آلتوسر معتقد است که باز تولید از طریق ایدئولوژی صورت می‌گیرد، بدین معنا که ایدئولوژی به شیوه‌ای ناخودآگاه بر افراد تحمیل می‌شوند و به صورت ضمنی عمل می‌کند. به طوریکه در رفتارها، ساختارها و تصورات بدیهی افراد رسوخ می‌کند و بدین ترتیب به امری طبیعی و جهان شمول تبدیل می‌شوند. در مقابل بوردیو تحت تاثیر نگاه تلفیقی خویش به عاملیت و ساختار، مفهوم باز تولید را در تحلیل‌هایش به کار می‌گیرد و به رابطه دیالکتیکی ساختار و عاملیت معتقد است. بر این اساس، ساختارها هم ساختار دهنده هستند یعنی کنشها را هدایت و مهار می‌کنند و هم ساختارها ساختمندند، یعنی کنشگران آنها را تولید و بازتولید می‌کنند. به عنوان مثال در تئوری بوردیو کارکرد واقعی مدرسه، تولید و باز تولید نظام موجود نابرابری‌های اجتماعی است. برخی از جمله منصوره اولیایی معتقدند درسینمای ایران فرهنگ اصیل دیگر بازتولید نمی‌شود و مخاطب انس ذهنی لازم با فرهنگ ایرانی اسلامی را به دست نمی‌آورد و به جایی می‌رسیم که دیگر درتخیل یک ایرانی اثری از یک فرهنگ اصیل باقی نمی‌ماند. (اولیایی، ۱۳۹۳).

ظهور رسانه‌های مدرن و وسایل ارتباط جمعی (همچون فیلم، سینما، عکس، موزیک و ...) صنایع تفریح و سرگرمی و ... همگی جزئی از پروسه صنعت فرهنگ است که در یک ارتباط دیالکتیکی تنگاتنگ به بازتولید آن کمک می‌کند. سینما به عنوان یک صنعت به همراه دو عامل اقتصاد و سیاست، سه ضلع یک مثلث راتشکیل می‌دهند، به همین دلیل سینما مستقیماً درگیر موضوع سرمایه و سیاست است.

می‌کند که رسانه‌ها واقعیت را بازتاب نمی‌دهند، بلکه آن را به رمز در می‌آورند (روژک، ۲۰۰۷، ۹۱). این امر در ارتباط با «دیگری» و از خلال تفاوت‌های معنایی شکل می‌گیرد. به عنوان مثال در فیلم جدایی نادر از سیمین، بازنمایی صورت گرفته از این طبقه بیشتر بر زندگی روزمره‌ای که این طبقه درگیر آن است تأکید می‌کند. به علاوه، طبقه متوسط به عنوان طبقه‌ای که به اوضاع و شرایط، بدبین است و طبقه‌ای که با تضاد و دوگانگی در زندگی اش مواجه است در فیلم بازنمایی می‌شوند (جعفری، علی و مظفری، ۱۳۹۲).

### نظریه قدرت نرم (جوزف نای)

جوزف نای قدرت نرم و یا قدرت متقاعدکنندگی را این‌گونه تعریف می‌کند. قدرت متقاعدکنندگی یا قدرت نرم، توانایی یک کشور در ایجاد شرایطی است که در آن سایر کشورها منافع و علایق خود را به صورتی تعریف و دنبال کنند تا با منافع و علایق آن کشور همخوانی داشته باشد. این مکانیسم می‌تواند از طریق جذابیت فرهنگ و ارزش‌های یک کشور برای سایرین صورت گیرد که دیگران را ترغیب به تبعیت از آن کشور کند و یا اینکه آن کشور بتواند دستور کار جهانی و هنجارهای بین‌المللی را منطبق بر خواست و هنجارهای کشور خود به پیش ببرد. ابزارها و منابع اعمال قدرت به شکل پیچیده در ارتباطی متقابل، به یکدیگر وابسته اند. جنگ نرم اساساً با تغییر اعتقاد فرد و جامعه اعمال می‌شوند. جنگ نرم آنچنان عمل می‌کند که نفس تسلیم، تشخیص داده نمی‌شود (مرادی، ۱۳۸۸).

### نظریه باز تولید فرهنگ (لویی آلتوسرو بوردیو)

یکی از مباحث جامعه شناختی که در ساخت فیلم‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد ذائقه مخاطب است که موجب بازتولید گیشه با مؤلفه‌های متفاوتی از جنبه‌های مختلف زندگی و تعاریف متفاوتی از معیارهایی چون: شجاعت، زیبایی، شانس، تلاش، فردیت، جمع گرایی و ... جایگزین مؤلفه‌های فرهنگی در سینمای کشور می‌شوند. بازتولید فرهنگی به سازوکارهایی اشاره دارد

وهله اول، رئالیسم سینمایی به راست نمایی یک فیلم در باورپذیری شخصیت‌ها و وقایع آن توجه دارد. این واقع‌گرایی در سینمای کلاسیک‌های یهود نمود بیشتری دارد.

### اهداف پژوهش

هدف مهم این پژوهش شناسایی و بررسی مولفه‌ها و شاخص‌های جشنواره‌های معتبر سینمایی در انتخاب و پذیرش فیلم‌های ارسالی و به موازات آن شناسایی شاخص‌ها و مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی در تولید و عرضه فیلم به مخاطبین داخلی و خارجی می‌باشد. در این راستا اهداف فرعی پژوهش به شرح ذیل می‌باشد: شناسایی ابعاد و مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی سینمای ایران.

شناسایی نسبت فیلمسازان ایرانی با ابعاد و مولفه‌های دیپلماسی فرهنگی سینمای ایران.  
شناسایی اقدامات دیپلماتیک انجام شده در فرایند جهانی شدن سینمای ایران.

### روش پژوهش

تحقیق حاضر تحقیقی کاربردی است؛ تحقیقات کاربردی با استفاده از زمینه و بستر شناختی و معلوماتی حاصل از تحقیقات بنیادی برای رفع نیازمندی‌های بشر و بهبود و بهینه‌سازی ابزارها، روش‌ها، اشیا و الگوها در جهت توسعه رفاه و آسایش و ارتقای سطح زندگی انسان استفاده می‌شود. (حافظ نیا و همکاران، ۱۳۸۷، ۵۱) هدف تحقیق کاربردی بهبود محصول یا فرایند یعنی آزمودن مفاهیم نظری در موقعیت‌های مسایل واقعی است (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰، ۴۰). هدف تحقیق حاضر نیز توسعه‌ی دانش کاربردی در زمینه‌ی تعیین عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران می‌باشد.

**جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه‌گیری**  
کلیه خبرگان و دست‌اندرکاران حوزه سینما (مدرس، کارگردان، فیلمنامه‌نویس، تهیه‌کننده، آهنگساز، تصویربردار و ...) و دیپلماسی (سفیر، رایزن

از سوی دیگر سرمایه لازم برای تولید فیلم در کنترل مدیران سیاسی سینما است. قدرت عمل اقتصاد و سیاست باعث خروج سینما از دایره فرهنگ می‌شوند. به همین علت سینمایی که باید بازتولید فرهنگی داشته باشد در مسیر دیگر به سمت بازتولید کلیشه‌های سیاسی و تجاری هدایت می‌شوند. عدم موفقیت در بازتولید فرهنگی و گرفتار آمدن در گرداب کلیشه‌سازی را مسعود مهرابی در کتاب "تاریخ سینمای ایران، از آغاز تا سال ۱۳۵۷" در عواملی چون بی‌هویت بودن فیلمنامه‌ها از زمان ساخت آبی ورابی (۱۳۰۹) با الهام از کارهای زوج کمیک دانمارکی به نام‌های پات وپاتاشون به کارگردانی "اوانس اوهانیان" بود. دومین عامل را نه تنها بیسوادی و بیگانه بودن فیلمنامه نویسان با فرهنگ و سنن و اعتقادات مردم بلکه بی‌اطلاعی آنها از اصول ابتدایی فیلمنامه نویسی می‌دانست. (مهرابی، ۱۳۶۳).

### نظریه واقع‌گرایی سینمایی

رئالیسم یا واقع‌گرایی از ریشه‌ی لاتینی "رئال" به معنای واقعیت، واقع‌گرایی و از ریشه "رئس" به معنای چیز، شیء یا چیز گرایی گرفته شده است. (گرانث ۵۶، ۱۳۷۹) رئالیسم از آغاز سینما، بحث زیباشناسی فیلم را تحت تاثیر قرار داده است (تئودور ۱۳۷۵، ۷۷). آندره بازن و زیگفرد کراوئر آغازگر نظریه واقع‌گرایی در سینما بودند. دانشجویان بازن، مهم‌ترین مقاله‌ها جمع‌آوری شده او در شرح دیدگاه‌هایش در زمینه واقع‌گرایی سینما را در قالب کتابی به نام "سینما چیست؟" انتشار دادند. با زن کمال سینما را در هنر واقعیت بودن می‌دانست (اندرو ۱۳۶۵، ۲۶۷).

مکتب رئالیسم نقطه مقابل مکتب ایده‌آلیسم است؛ یعنی مکتبی که وجود جهان خارجی را نفی کرده و همه چیز را تصورات ذهنی می‌داند. در حالی که رئالیسم یعنی اصالت واقعیت خارجی و قائل به وجود جهانی خارج و مستقل از ادراک انسان است. به بیان دیگر رئالیسم سینمایی به ژانر، معیارهای رسمی‌سفت و سخت و موضوعی خاص تعلق خاطر ندارد بلکه در

ساختاری تعیین حجم نمونه می‌تواند بین ۵ تا ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر اندازه‌گیری شده تعیین شود:

$$Q1 \leq n < 5$$

### ابزار گردآوری داده‌ها

در پژوهش حاضر از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. نظرات پاسخ دهندگان بصورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت جمع‌آوری شده است. در این شیوه، از پاسخ دهندگان خواسته می‌شوند با استفاده از مجموعه‌ای استاندارد از پاسخ‌ها، موافقت یا مخالفت خود را با یک قضیه یا اهمیت داده شده به یک عامل بیان دارند.

### مدل اندازه‌گیری

(۱) مقادیر بارهای عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر: طبق گفته محققان در صورتی مدل اندازه‌گیری انعکاسی، مدلی همگن خواهد بود که قدر مطلق بار عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌پذیر متناظر با آن متغیر پنهان آن مدل دارای مقدار حداقل ۰٫۷ باشد (هیر و همکاران، ۲۰۱۷). برای این منظور مقادیر بارهای عاملی مورد بررسی قرار گرفت. برخی پیشنهاد حذف متغیر مشاهده‌پذیر انعکاسی را از مدل اندازه‌گیری که زیر ۰٫۴ باشند، در صورتی که با حذف آن پایایی مرکب مدل اندازه‌گیری انعکاسی مربوطه افزایش یابد، دادند (هیر و همکاران، ۲۰۱۷). نتایج بررسی متغیرهای مشاهده‌پذیر نشان داد که بار عاملی تمام گویه‌ها مقادیری بیشتر از ۰٫۴ به خود اختصاص دادند و مدل اندازه‌گیری پژوهش مدلی همگن است.

(۲) معناداری بارهای عاملی: نتایج بررسی معناداری بارهای عاملی (بیرونی) در جدول آمده است. چنانچه مقدار بدست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره  $t$  ۱٫۶۴، ۱٫۹۶ و ۲٫۵۸ مقایسه می‌شود. بررسی‌ها نشان داد که مقادیر آماره  $t$  برای برای همه متغیرها بیشتر از ۲٫۵۸ است.

فرهنگی، دیپلمات با حداقل سه سال سابقه جامع‌آزمایی این تحقیق را تشکیل می‌دهند.

مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی همانند هر تکنیک آماری دیگر به پژوهشگران تاکید می‌کند تا حجم نمونه را در مقابل سابقه مدل و خصوصیات داده‌ها مورد ملاحظه قرار دهند (هیر و دیگران، ۲۰۱۱). مخصوصاً حجم نمونه مورد نیاز باید بوسیله تحلیل توان ۵ بر اساس قسمتی از مدل با بزرگترین تعداد پیش‌بینی‌ها تعیین شود. از آن جایی که حجم نمونه پیشنهادی در مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی ضرورتاً بر اساس خصوصیات رگرسیون حداقل مربعات معمولی عریض‌گذاری شده است، پژوهشگران می‌توانند به قواعد سرانگشتی متمایز بیشتری همانند آن‌هایی که به وسیله کوهن (۱۹۹۲) ارائه شده است رجوع کنند.

مطالعاتی که به صورت سیستماتیک عملکرد مدلسازی معادلات ساختاری با حداقل مربعات جزئی را با حجم نمونه کم مورد بررسی قرار داده‌اند، آن را خوب توصیف کرده‌اند. از آنجا که روش شناسی مدل‌یابی معادلات ساختاری، تا حدود زیادی با برخی از جنبه‌های رگرسیون چندمدل‌یابی متغیری شباهت دارد، می‌توان از اصول تعیین حجم نمونه در تحلیل رگرسیون چند متغیری برای تعیین حجم نمونه در مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده نمود. در تحلیل رگرسیون چند متغیری نسبت تعداد نمونه (مشاهدات) به متغیرهای مستقل نباید از ۵ کمتر باشد. در غیر این صورت نتایج حاصل از معادله رگرسیون چندان تعمیم‌پذیر نخواهد بود (هیر و همکاران، ۱۹۹۵، ۱۰). نسبت محافظه‌کارانه‌تر ۱۰ مشاهده به ازای هر متغیر مستقل راه‌الینسکی و فلورت (۱۹۷۰) و میلر و کانس (۱۹۷۳) پیشنهاد نموده‌اند. از دیدگاه جیمز استیونس (۱۹۹۵) و کلاین (۱۹۹۰) حتی در نظر گرفتن ۱۵ مشاهده به ازای هر متغیر پیش‌بین در تحلیل رگرسیون چند گانه با روش معمولی کمترین مجزورات استاندارد، یک قاعده سرانگشتی خوب به حساب می‌آید. پس به طور کلی در روش‌شناسی مدل‌یابی معادلات



دهنده تمایز نشانگرهای یک متغیر پنهان از سایر نشانگرهای دیگر در همان مدل ساختاری است. الف) آزمون بار مقطعی: بر اساس این آزمون پیشنهاد شده است بار عاملی هر متغیر مشاهده‌پذیر بر روی متغیر پنهان مربوط به خود باید بیشتر از بار عاملی همان متغیر مشاهده‌پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر باشد (هیرو و همکاران، ۲۰۱۷). (جدول ۳)

آزمون فورنل - لارکر: طبق این معیار یک متغیر پنهان در مقایسه با سایر متغیرهای پنهان، باید پراکندگی بیشتری را در بین مشاهده‌پذیرهای خود داشته باشد، تا بتوان گفت متغیر پنهان مدنظر روایی تشخیصی بالایی دارد. بر این اساس جذر میانگین استخراج شده هر متغیر پنهان باید بیشتر از حداکثر همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد (فورنل و لارکر، ۱۹۸۱). (جدول ۴) خصیصه تک ارزشی به چند ارزشی یکی دیگر شاخص‌های بررسی روایی افتراقی است. مقادیر کمتر از ۰٫۹ این شاخص نشان داد که روایی افتراقی وجود دارد. (جدول ۵)

### آزمون مدل‌های ساختاری

چند معیار اصلی برای آزمون مدل‌های ساختاری وجود دارد. در ادامه به بررسی آنها پرداخته خواهد شد. نمودار ۱ مقادیر ضریب مسیر را نشان می‌دهد. این مقادیر نشان می‌دهند که میزان تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته به چه میزان است. مقدار ضریب مسیر برابر با مقدار R در معادلات رگرسیون است. این مقدار در بازه (۱ و -۱) قرار دارد؛ که هر چه بیشتر باشد، شدت تأثیرگذاری متغیر مستقل بر وابسته را نشان می‌دهد. (نمودار ۱)

✓ مقدار ضریب مسیر هویت ملی بر دیپلماسی فرهنگی برابر با ۰٫۱۹۰ می‌باشد که مقداری مثبت است. این مقدار نشان از وجود همبستگی مستقیم بین این دو متغیر دارد، به نحوی که با بهبود هویت ملی، دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران بهبود می‌یابد و بالعکس.

✓ مقدار ضریب مسیر بعد سیاسی بر دیپلماسی فرهنگی برابر با ۰٫۳۲۳ می‌باشد که مقداری مثبت است. این

۳) پایایی مرکب و آلفای کرونباخ: نتایج بررسی آلفای کرونباخ که برای بررسی پایایی یا سازگاری درونی بین متغیرهای مشاهده‌پذیر در یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی است بیشتر از مقدار پیشنهادی کرونباخ (۱۹۵۱) یعنی ۰٫۷ است که قابل قبول بودن این شاخص را نشان می‌دهد. شاخص آلفای کرونباخ فرض بر این دارد که متغیرهای مشاهده‌پذیر هر مدل اندازه‌گیری دارای وزن‌های یکسانی هستند و در واقع اهمیت نسبی آنها را باهم برابر می‌گیرد. به منظور رفع این مشکل از شاخص پیشنهادی ورتس و همکاران (۱۹۷۴) با عنوان پایایی مرکب کمک گرفته می‌شود. در این شاخص به علت این که هنگام محاسبه، از بارهای عاملی گویه‌ها استفاده می‌شود، مقادیر پایایی مرکب را نسبت به آلفای کرونباخ بیشتر و بهتر نشان می‌دهد. نتایج بررسی آلفای کرونباخ و پایایی مرکب نشان داد که مقادیر این شاخص‌ها برای همه متغیرها، بیشتر از ۰٫۷ است و بنابراین پایایی ابزار اندازه‌گیری با استفاده از این شاخص‌ها هم تأیید شد (هنسلر و همکاران، ۲۰۱۱ و هیرو، ۲۰۱۷). (جدول ۱)

### روایی ابزارهای اندازه‌گیری

روایی همگرا: منظور از شاخص روایی همگرا سنجش میزان تبیین متغیر پنهان توسط متغیرهای مشاهده‌پذیر آن است (بارکلی و همکاران، ۱۹۹۵). برای شاخص متوسط واریانس استخراج شده حداقل مقدار ۰٫۵ مقدار قابل قبولی است که این مقدار نشان دهنده این است که متغیرهای مشاهده‌پذیر حداقل ۵۰ درصد واریانس متغیر پنهان خود را تبیین می‌کند. همانطور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، نتایج بررسی این آماره روایی همگرای ابزارهای اندازه‌گیری را تأیید کرد. (جدول ۲)

روایی تشخیصی یا واگرا: روایی تشخیصی یا واگرا توانایی یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی را در میزان افتراق مشاهده‌پذیرهای متغیر پنهان آن مدل با سایر مشاهده‌پذیرهای موجود در مدل را می‌سنجد. روایی تشخیصی در واقع مکمل روایی همگرا است که نشان

مقادیر ضعیف، متوسط و قوی ارزیابی کرده‌اند. (جدول ۷)

قدرتی پیش‌بینی مدل یا اشتراک افزونگی: معیار دیگری برای بررسی مدل ساختاری است. هدف این شاخص بررسی توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی می‌باشد. معروفترین و شناخته‌شده‌ترین معیار اندازه‌گیری این توانایی، شاخص  $Q^2$  است که بر اساس این ملاک مدل باید باید نشانگرهای متغیر مکنون درون‌زای انعکاسی را پیش‌بینی کند. مقادیر بدست آمده از این آزمون مثبت است که نشان دهنده کیفیت مناسب مدل ساختاری است (هنسرلر و همکاران، ۲۰۰۹). درمورد قدرت پیش‌بینی مدل درمورد متغیرهای پنهان درون‌زا سه مقدار ۰,۰۲، ۰,۱۵ و ۰,۳۵ به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی شده‌اند (هنسرلر و همکاران، ۲۰۰۹). این شاخص برای دیپلماسی فرهنگی قوی ارزیابی شد. بر این اساس نتایج جدول ۸ و نمودار ۲ قدرت پیش‌بینی مدل در مورد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران قوی است. (جدول ۸ و نمودار ۲)

معناداری ضرایب مسیر (بتا): یکی از شاخص‌های تایید روابط در مدل ساختاری معنادار بودن ضرایب مسیر می‌باشد. معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت علامت ضریب بتای مدل می‌باشد. چنانچه مقدار بدست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تایید می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره  $t$  ۱,۶۴، ۱,۹۶ و ۲,۵۸ مقایسه می‌شود. (نمودار ۳)

آماره  $t$  برای ارتباط بعد تکنیکی با دیپلماسی فرهنگی برابر با ۲,۳۶۵ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار گزارش شد ( $P\text{-Value} \leq 0.05$ ).

آماره  $t$  برای ارتباط بعد سیاسی با دیپلماسی فرهنگی برابر با ۳,۸۴۹ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار گزارش شد ( $P\text{-Value} \leq 0.01$ ).

مقدار نشان از وجود همبستگی مستقیم بین این دو متغیر دارد، به نحوی که با بهبود بعد سیاسی، دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران بهبود می‌یابد و بالعکس.

✓ مقدار ضریب مسیر بعد تکنیکی بر دیپلماسی فرهنگی برابر با ۰,۱۵۰ می‌باشد که مقداری مثبت است. این مقدار نشان از وجود همبستگی مستقیم بین این دو متغیر دارد، به نحوی که با بهبود بعد تکنیکی، دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران بهبود می‌یابد و بالعکس.

✓ مقدار ضریب مسیر بعد فرهنگی بر دیپلماسی فرهنگی برابر با ۰,۳۰۴ می‌باشد که مقداری مثبت است. این مقدار نشان از وجود همبستگی مستقیم بین این دو متغیر دارد، به نحوی که با بهبود بعد فرهنگی، دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران بهبود می‌یابد و بالعکس.

✓ مقدار ضریب مسیر هویت دینی بر دیپلماسی فرهنگی برابر با -۰,۰۰۸ می‌باشد که مقداری منفی است. این مقدار نشان از وجود همبستگی معکوس بین این دو متغیر دارد، به نحوی که با بهبود هویت دینی، دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران کاهش می‌یابد و بالعکس.

ضریب تعیین میزان تبیین واریانس متغیر وابسته توسط متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. از مشکلات ضریب تعیین این است که میزان موفقیت مدل را بیش از اندازه برآورد می‌کند و کمتر تعداد متغیرهای مستقل و حجم نمونه را در نظر می‌گیرد، از این رو بعضی از محققان ترجیح می‌دهند از شاخص دیگری تحت عنوان ضریب تعیین تعدیل شده استفاده کنند (ساروخانی، ۱۳۸۲). (جدول ۶)

نتایج ضریب تعیین تعدیل شده نشان داد که مجموع متغیرهای مستقل قادر به تبیین بیش از ۷۸ درصد از تغییرات دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران هستند. سومین معیار بررسی مدل ساختاری اندازه اثر می‌باشد. کوهن (۱۹۸۸) مقادیر ۰,۰۲؛ ۰,۱۵ و ۰,۳۵ را به ترتیب

نشان می‌دهد، می‌باشد و بنابراین برآزش مناسب مدل کلی تأیید می‌شود. (جدول ۱۰)

### نتیجه‌گیری

در طول قرن بیست و یکم، سینما به عنوان یک رسانه تاثیرگذار و به تبع آن جشنواره‌های بین‌المللی توانسته‌اند از خود توانایی منحصر به فردی در عرصه دیپلماسی فرهنگی ایران و جهان به نمایش بگذارند. قدمی (۱۳۸۸) معتقد است که دیپلماسی فرهنگی یکی از ابزارهای عمده ای است که شامل برنامه‌های تبادل آکادمیک، حرفه ای، فرهنگی و دانشجویی، کنفرانس‌ها 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 صدور منافع و موقعیت آن در جهان استفاده کند. روشن است که انواع سیستم عامل‌ها و فرصت‌هایی وجود دارد که امکان ایجاد یک گفتگوی سازنده و ایجاد یک تصویر مثبت از کشور را فراهم می‌کند. " در فضای روابط فرهنگی بین‌المللی و دیپلماسی فرهنگی هر کشور بدنال آن است که تصویر خود را در میان مردم دیگر جوامع مثبت و سازنده نشان دهد.

در پژوهش حاضر تلاش شد به بررسی عوامل مؤثر بر دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران پرداخته شود. نتایج نهایی نشان داد هویت ملی، بعد سیاسی، بعد فرهنگی و بعد تکنیکی می‌توانند دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران را پیش‌بینی کنند. 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. دادگران و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به بررسی تأثیر نقش فرهنگی سینمای ایران بر پایداری ارزشها پرداختند؛ این رسانه را در انتقال فرهنگ بسیار اثرگذار معرفی کردند. ترکمان و همکاران (۱۳۹۱) معتقدند که رسانه سینما

آماره  $t$  برای ارتباط بعد فرهنگی با دیپلماسی فرهنگی برابر با ۳,۷۹۴ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار گزارش شد ( $P\text{-Value} \leq 0.01$ ).

آماره  $t$  برای ارتباط هویت دینی با دیپلماسی فرهنگی برابر با ۰,۱۱۴ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار گزارش شد ( $P\text{-Value} \leq 0.05$ ).

آماره  $t$  برای ارتباط هویت ملی با دیپلماسی فرهنگی برابر با ۳,۸۴۹ می‌باشد که در سطح اطمینان ۹۹ درصد معنادار گزارش شد ( $P\text{-Value} \leq 0.01$ ). (جدول ۹)

### برآزش کلی مدل معادلات ساختاری

مدل‌هایی که با رویکرد واریانس محور از طریق نرم افزارهای واریانس محور مانند Smart PLS مورد بررسی قرار می‌گیرند فاقد شاخصی کلی برای نگاه به مدل به صورت یکجا هستند. یعنی شاخصی برای سنجش کل مدل شبیه به رویکرد کواریانس محور وجود ندارد. اما در تحقیقات مختلف در این حوزه پیشنهاد شد که از شاخصی به نام GOF توسط تنه‌اوس و همکاران (۲۰۰۵) پیشنهاد شد که می‌توان به جای شاخص‌های برآزشی که در رویکردهای کواریانس محور وجود دارد، استفاده نمود. این شاخص هر دو مدل ساختاری و اندازه‌گیری را به صورت یکجا در نظر گرفته و کیفیت آنها را مورد آزمون قرار می‌دهد. این شاخص بصورت میانگین  $R^2$  و میانگین مقادیر اشتراکی بصورت دستی محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{communalities} \times R^2}$$

این شاخص مجذور ضرب دو مقدار متوسط مقادیر اشتراکی و ضریب تعیین است. از آنجا که این مقدار به دو شاخص مذکور وابسته است، حدود این شاخص بین صفر و یک بوده و وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) سه مقدار ۰,۰۱؛ ۰,۲۵ و ۰,۳۶ را به ترتیب به عنوان مقادیر ضعیف؛ متوسط و قوی برای GOF معرفی نمودند.

با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF به میزان ۰,۶۸۲ بوده که بالاتر از مقدار پیشنهادی وتزلس و همکاران (۲۰۰۹) یعنی ۰,۳۶ که قوی بودن مدل را

خصوص اثرات مثبت و منفی حضور سینما گران ایرانی در جشنواره‌های خارجی به عنوان ابزار سینمایی در هیچ یک از آنها مدل مفهومی برای درک و ارزیابی موضوع ارائه نشده است و از سوی دیگر نگاه نقادانه به فیلم‌های ایرانی راه یافته به جشنواره‌های خارجی به همان نسبت در مورد جشنواره‌های داخلی، مشاهده نمی‌شوند. به عنوان نمونه نسبت فیلم‌های پذیرفته شده در جشنواره فیلم فجر با مولفه‌ها و ابعاد انقلاب اسلامی چه مقدار بوده است؟ یکی از نکات مهم مغفول مانده از نگاه منتقدین، عدم اطلاعات کافی و آمار قابل اعتماد از اقدامات دیپلماتیک انجام شده جهت حضور سینمای ایران در جهان تحت عنوان دیپلماسی فرهنگی می‌باشد.

همانطور که مشخص شد هیچ یک از ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران وضع مطلوبی ندارند. در این راستا لازم است، سینمای ایران بازنگری اساسی در این خصوص داشته باشد. در تبیین نتایج وضعیت نامطلوب ابعاد دیپلماسی فرهنگی در سینمای ایران، کفایت کمی‌واقع بینانه با این موضوع برخورد شود؛ که آیا سینمای ایران به عنوان یک رسانه عمومی توانسته رسالت خود را در حوزه، هویت دینی، ملی، فرهنگی، سیاسی و یا حتی تکنیک به درستی انجام دهد. پیداست که شواهد و قرائن حاکی از آنست که در این خصوص موفق نبوده است. در این راستا پیشنهادهایی برای رفع این وضعیت نامطلوب و کاهش شکاف وضع موجود و مطلوب ابعاد دیپلماسی فرهنگی ارائه می‌شود:

در ارتباط با هویت ملی پیشنهاد می‌شود که در کنار اهمیت دادن به زبان و ادبیات فارسی، گویش‌های اقوام ایرانی

به عنوان یک واقعیت پذیرفته شده و سعی در اطلاع رسانی عمومی در خصوص آداب و رسوم ایرانی و نه صرفاً یک نژاد و زبان و قوم خاص شود. باید پذیرفت که بدون پذیرش تنوع اقوام و زبانها در ایران، سینما نمی‌تواند یک رسانه مقبول در خصوص اشاعه فرهنگ باشد. اساطیر و تاریخ ملی مشاهیر ادبی، علمی و مذهبی، نمادهای ملی (پرچم، سرود ملی و...) به عنوان

علاوه بر آن که دارای جنبه قوی و بصری می‌باشد در عین حال روایتی نیز هست و عناصر مشترکی با سایر ابزار بیانی، به خصوص شکل ادبیات و رمان دارا می‌باشد. لذا همان‌گونه که سایر ابزارهای بیانی رابطه‌ای دیالکتیک یک با جامعه دارا می‌باشند سینما نیز ابزاری است که می‌تواند بر جامعه تاثیر بگذارد و از آن تاثیر بپذیرد. چنانکه سایر هنرها می‌توانند مسائل اجتماعی را بازتاب دهند سینما نیز می‌تواند بازتاب دهنده مهمترین مسایل هر اجتماعی باشد. لذا اهمیت بررسی سینما به عنوان یک میدان هنری و عنصر فرهنگی در وهله اول به سبب اهمیت بازنمایی یا تاثیرگذاری آن دارای اهمیت است. از آنجا که سینما نقش بسیار مهمی در ایجاد یا خلق فرهنگ، تغییر فرهنگ و فرهنگ پذیری دارد، تاثیرات خود را بر روی جوامع مختلف به شیوه‌های متفاوتی بر جای گذارده است.

صمدیار (۱۳۹۳) معتقد است ارتباط و فرهنگ محکوم به همزیستی هستند. فرهنگ مشخص کننده ساختار، معنا و زمینه ارتباطی است که صورت می‌گیرد. بدون فرهنگ، هیچ ارتباطی قادر به بقا نیست. لذا بین مجموعه فرهنگ و ارتباطات روابط تنگاتنگ و پویایی وجود دارد. وقتی که از فرهنگ یا فرهنگ عمومی بحث می‌شود، نمی‌توان از نقش رسانه‌های همگانی مانند سینما غفلت کنیم زیرا این وسایل نقش و تاثیر بسزایی در فرهنگسازی دارند. آگاهیهای اجتماعی در یک جامعه وقتی به صورت فرهنگی عمومی در می‌آید که دائماً از طریق رسانه‌های جمعی و جوامع مختلف مطرح شده و به بررسی و کنکاش رسد.

در این تحقیق تلاش شده است تا سوابق مربوط به تلاش‌ها و نقطه نظرات سینما گران و دیپلمات‌ها، توأمان مورد ارزیابی قرار گیرد. از ابتدا به لحاظ حجم اسناد موجود، به سینما و جشنواره‌های سینمایی پرداخته شده و در مرتبه بعد، 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. از یک سو علی رغم تحلیل‌های فراوان در

بخشی از هویت ملی به گونه ای ترویج شود که معرف هویت ایرانی باشد.

در ارتباط با هویت دینی پیشنهاد می‌شود که متون دینی، مناسک دینی، اماکن مذهبی و تاریخ اسلام، بلکه به عنوان بخشی از هویت دینی به گونه‌ای ارائه شود، که عاری از هرگونه جزم‌گرایی باشد. باید این واقعیت پذیرفته شود که همه دنیا مسلمان نیستند و اجباری هم به پذیرش اعتقادات دینی ما از سوی دیگران نیست.

در ارتباط با بعد سیاسی پیشنهاد می‌شود که تلاش شود که تقویت نگاه مثبت به ایران، افزایش یابد. واقعیت امر اینست که امروزه سینما در این حوزه به تنهایی کارایی لازم را دارد؛ آنچه که به عنوان مکمل و به نوعی مقدم بر این رسالت در سینما هستند، سیاستهای خارجی و داخلی کشور هست. بعید به نظر می‌رسد، در شرایط کنونی با تصویری که به واسطه سیاستهای خارجی از کشور در ذهن جهانیان نسبت به ما شکل گرفته، سینما بتواند آن را ترمیم و مثبت کند. هر چند ارائه تصویر مثبت دروغین هم از اخلاق به دور است. لذا؛ باید بستر ارائه این تصویر مثبت فراهم شده تا سینما آن را به شکل واقعی انعکاس دهد.

صدور انقلاب اسلامی، نیز از مواردی است که جهان امروز به هیچ وجه پذیرای آن نیست؛ کما اینکه هر گونه نقش سینما در این حوزه، می‌تواند در تقابل با رسالت سینما قرار گیرد. به نظر می‌رسد، رسالت سینما باید به سمتی برود که چهره واقعی اجتماع را نشان دهد. این سبب خواهد شد تا اجتماع به نوعی به خود آمده و در صدد اصلاح بر آید. در ارتباط با بعد فرهنگی پیشنهاد می‌شود که معرفی آداب و رسوم ملی مذهبی، به شیوه‌ای انجام گیرد که معرف تمام اقوام و ادیان کشور باشد و طیف خاصی را در برنگیرد. ارزشهای فرهنگی مشترک با سایر ملل با هدف ایجاد پیوند بین ملت‌ها و برقراری صلح، تبلیغ و ترویج شود. در ارتباط با بعد تکنیکی هم پیشنهاد می‌شود که بهره‌گیری از امکانات مدرن و به روز در عرصه سینما، می‌تواند به تأثیرگذاری این رسانه کمک شایانی نماید.

جدول ۱ - نتایج پایایی ابزارهای اندازه‌گیری

	بعد تکنیکی	بعد سیاسی	بعد فرهنگی	دیپلماسی فرهنگی	هویت دینی	هویت ملی	مقادیر آماره t	P-Value	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب
۱Q						۷۳۹.۰	۸۲۲.۲۰	۰.۰۰۰	۸۲۵.۰	۸۷۳.۰
۲Q						۶۰۳.۰	۰.۶۷.۱۳	۰.۰۰۰		
۳Q						۶۳۹.۰	۸۵۲.۱۳	۰.۰۰۰		
۴Q						۷۹۷.۰	۵۴۵.۳۱	۰.۰۰۰		
۵Q						۷۸۳.۰	۹۳۴.۲۶	۰.۰۰۰		
۶Q						۸۰۷.۰	۴۸۴.۳۸	۰.۰۰۰		
۷Q					۸۸۳.۰		۶۷۴.۶۱	۰.۰۰۰	۹۱۰.۰	۹۳۷.۰
۸Q					۹۱۵.۰		۹۸۸.۸۴	۰.۰۰۰		
۹Q					۸۸۲.۰		۴۱۲.۵۳	۰.۰۰۰		
۱۰Q					۸۶۷.۰		۷۲۹.۵۷	۰.۰۰۰		
۱۱Q		۸۸۷.۰					۰.۱۲.۶۰	۰.۰۰۰	۹۱۲.۰	۹۳۸.۰
۱۲Q		۹۰۳.۰					۳۷۳.۸۰	۰.۰۰۰		
۱۳Q		۹۰۴.۰					۸۱۱.۷۷	۰.۰۰۰		
۱۴Q		۸۶۴.۰					۰.۷۸.۴۸	۰.۰۰۰		
۱۵Q			۸۸۸.۰				۹۱۴.۶۲	۰.۰۰۰	۹۱۶.۰	۹۴۰.۰
۱۶Q			۸۸۲.۰				۴۲۶.۵۶	۰.۰۰۰		
۱۷Q			۹۱۸.۰				۰.۲۸.۱۰۳	۰.۰۰۰		
۱۸Q			۸۸۵.۰				۹۰۵.۵۵	۰.۰۰۰		
۱۹Q	۸۵۰.۰						۴۶۹.۴۵	۰.۰۰۰	۸۳۲.۰	۸۹۹.۰
۲۰Q	۸۷۲.۰						۴۳۲.۴۷	۰.۰۰۰		
۲۱Q	۸۷۳.۰						۶۰۷.۴۹	۰.۰۰۰		
۲۲Q				۸۵۰.۰			۳۴۷.۴۹	۰.۰۰۰	۸۶۲.۰	۹۰۶.۰
۲۳Q				۸۶۴.۰			۶۱۲.۶۰	۰.۰۰۰		
۲۴Q				۸۱۵.۰			۷۰۱.۳۰	۰.۰۰۰		
۲۵Q				۸۳۳.۰			۷۵۳.۳۷	۰.۰۰۰		

جدول ۲ - میانگین واریانس استخراج شده

	(AVE)
بعد تکنیکی	۷۴۸.۰
بعد سیاسی	۷۹۲.۰
بعد فرهنگی	۷۹۸.۰
دیپلماسی فرهنگی	۷۰۷.۰
هویت دینی	۷۸۷.۰
هویت ملی	۵۳۶.۰

جدول ۳ - روایی و آگرا بارهای عاملی متقابل

	بعد تکنیکی	بعد سیاسی	بعد فرهنگی	دیپلماسی فرهنگی	هویت دینی	هویت ملی
۱Q	۴۴۹.۰	۴۵۳.۰	۴۷۹.۰	۵۱۶.۰	۵۲۲.۰	۷۳۹.۰
۲Q	۵۳۷.۰	۴۵۳.۰	۴۴۷.۰	۴۵۳.۰	۴۷۹.۰	۶۰۳.۰
۳Q	۴۷۴.۰	۳۶۷.۰	۳۷۵.۰	۴۰۷.۰	۳۸۵.۰	۶۳۹.۰
۴Q	۵۹۳.۰	۵۸۰.۰	۵۸۳.۰	۵۵۹.۰	۵۹۷.۰	۷۹۷.۰
۵Q	۵۹۵.۰	۵۵۹.۰	۵۴۵.۰	۵۸۹.۰	۶۰۹.۰	۷۸۳.۰
۶Q	۶۰۴.۰	۶۷۰.۰	۶۲۳.۰	۶۷۶.۰	۷۲۶.۰	۸۰۷.۰
۷Q	۶۹۵.۰	۷۸۳.۰	۷۷۰.۰	۷۱۸.۰	۸۸۳.۰	۷۶۳.۰
۸Q	۷۲۴.۰	۷۹۷.۰	۷۵۴.۰	۷۲۰.۰	۹۱۵.۰	۷۲۳.۰
۹Q	۶۸۰.۰	۷۷۶.۰	۷۶۰.۰	۷۱۲.۰	۸۸۲.۰	۶۲۶.۰
۱۰Q	۶۸۹.۰	۷۸۹.۰	۷۴۴.۰	۶۹۷.۰	۸۶۷.۰	۶۲۴.۰
۱۱Q	۶۸۳.۰	۸۸۷.۰	۷۶۰.۰	۷۴۹.۰	۸۰۲.۰	۶۱۸.۰
۱۲Q	۷۴۶.۰	۹۰۳.۰	۷۷۹.۰	۷۵۶.۰	۸۰۷.۰	۶۴۰.۰
۱۳Q	۷۳۷.۰	۹۰۴.۰	۸۱۸.۰	۷۷۲.۰	۷۹۶.۰	۶۴۶.۰
۱۴Q	۶۷۷.۰	۸۶۴.۰	۸۰۰.۰	۷۱۶.۰	۷۴۸.۰	۶۴۷.۰
۱۵Q	۷۰۶.۰	۸۴۳.۰	۸۸۸.۰	۷۷۷.۰	۷۹۵.۰	۶۴۱.۰
۱۶Q	۷۰۹.۰	۷۴۶.۰	۸۸۲.۰	۷۳۳.۰	۷۲۸.۰	۵۹۸.۰
۱۷Q	۷۳۷.۰	۸۰۶.۰	۹۱۸.۰	۷۶۱.۰	۷۷۸.۰	۶۳۹.۰
۱۸Q	۷۶۴.۰	۷۷۱.۰	۸۸۵.۰	۷۳۷.۰	۷۴۸.۰	۶۴۴.۰
۱۹Q	۸۵۰.۰	۷۸۲.۰	۸۲۹.۰	۷۳۸.۰	۷۸۷.۰	۶۵۷.۰
۲۰Q	۸۷۲.۰	۶۳۸.۰	۶۵۰.۰	۶۳۲.۰	۶۲۲.۰	۶۴۰.۰
۲۱Q	۸۷۳.۰	۶۳۳.۰	۶۱۲.۰	۶۶۶.۰	۶۱۵.۰	۶۲۷.۰
۲۲Q	۷۳۷.۰	۷۳۲.۰	۷۲۰.۰	۸۵۰.۰	۷۱۲.۰	۶۴۹.۰
۲۳Q	۷۶۷.۰	۸۱۹.۰	۸۱۲.۰	۸۶۴.۰	۷۷۹.۰	۶۳۸.۰
۲۴Q	۵۴۸.۰	۶۰۱.۰	۶۰۳.۰	۸۱۵.۰	۵۸۰.۰	۵۸۷.۰
۲۵Q	۵۶۷.۰	۶۴۷.۰	۶۶۲.۰	۸۳۳.۰	۵۹۸.۰	۶۱۵.۰

جدول ۴ - آزمون فورنل - لارکر

	بعد تکنیکی	بعد سیاسی	بعد فرهنگی	دیپلماسی فرهنگی	هویت دینی	هویت ملی
بعد تکنیکی	۸۶۵.۰					
بعد سیاسی	۷۹۷.۰	۸۹۰.۰				
بعد فرهنگی	۸۱۳.۰	۸۸۷.۰	۸۹۳.۰			
دیپلماسی فرهنگی	۷۸۹.۰	۸۴۱.۰	۸۴۰.۰	۸۴۱.۰		
هویت دینی	۷۸۶.۰	۸۸۶.۰	۸۵۴.۰	۸۰۲.۰	۸۸۷.۰	
هویت ملی	۷۴۳.۰	۷۱۶.۰	۷۰۶.۰	۷۴۱.۰	۷۷۲.۰	۷۳۲.۰

جدول ۵ - خصیصه تک ارزشی به چند ارزشی

	بعد تکنیکی	بعد سیاسی	بعد فرهنگی	دیپلماسی فرهنگی	هویت دینی
--	------------	-----------	------------	-----------------	-----------

بعد سیاسی	۸۰۷.۰				
بعد فرهنگی	۸۲۴.۰	۸۷۰.۰			
دیپلماسی فرهنگی	۸۱۴.۰	۸۳۸.۰	۸۳۵.۰		
هویت دینی	۸۹۶.۰	۸۷۳.۰	۸۳۵.۰	۸۹۶.۰	
هویت ملی	۸۹۴.۰	۸۱۱.۰	۸۰۱.۰	۸۶۴.۰	۸۷۳.۰

جدول ۶ - ضریب تعیین

	ضریب تعیین شده	ضریب تعیین
دیپلماسی فرهنگی	۷۷۶.۰	۷۸۰.۰

جدول ۷: اندازه اثر

	دیپلماسی فرهنگی
بعد تکنیکی	۰۲۸.۰
بعد سیاسی	۰۷۰.۰
بعد فرهنگی	۰۷۲.۰
هویت دینی	۰۰۰.۰
هویت ملی	۰۵۸.۰

جدول ۸ - قدرتی پیش‌بینی مدل

	$Q^2 (= -SSE/SSO)$
دیپلماسی فرهنگی	۵۱۲.۰

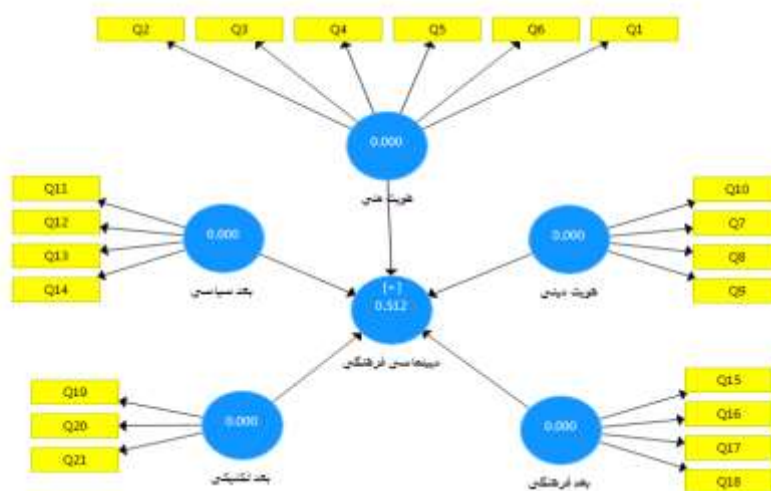
جدول ۹ - معناداری روابط متغیرها

	ضریب مسیر	انحراف استاندارد	آماره T	P Values
بعد تکنیکی < دیپلماسی فرهنگی	۱۵۰.۰	۰۶۳.۰	۳۶۵.۲	۰۱۸.۰
بعد سیاسی < دیپلماسی فرهنگی	۳۲۳.۰	۰۸۴.۰	۸۴۹.۳	۰۰۰.۰
بعد فرهنگی < دیپلماسی فرهنگی	۳۰۴.۰	۰۸۰.۰	۷۹۴.۳	۰۰۰.۰
هویت دینی < دیپلماسی فرهنگی	۰۰۸.۰	۰۷۴.۰	۱۱۴.۰	۹۰۹.۰
هویت ملی < دیپلماسی فرهنگی	۱۹۰.۰	۰۵۲.۰	۶۶۶.۳	۰۰۰.۰

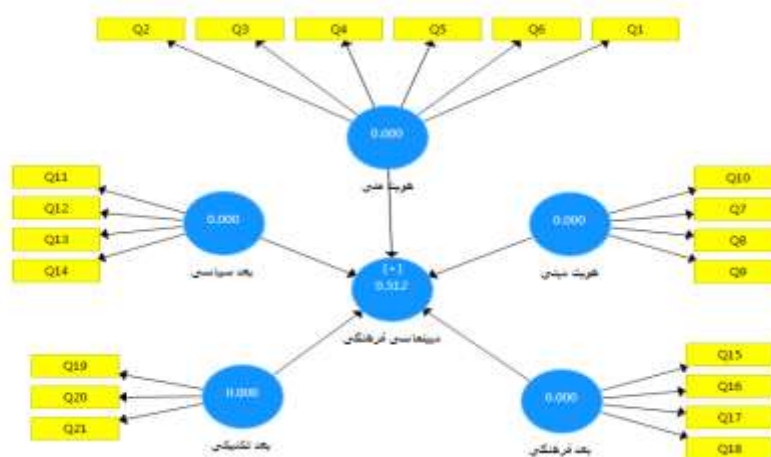
جدول ۱۰ - نتایج برازش مدل کلی



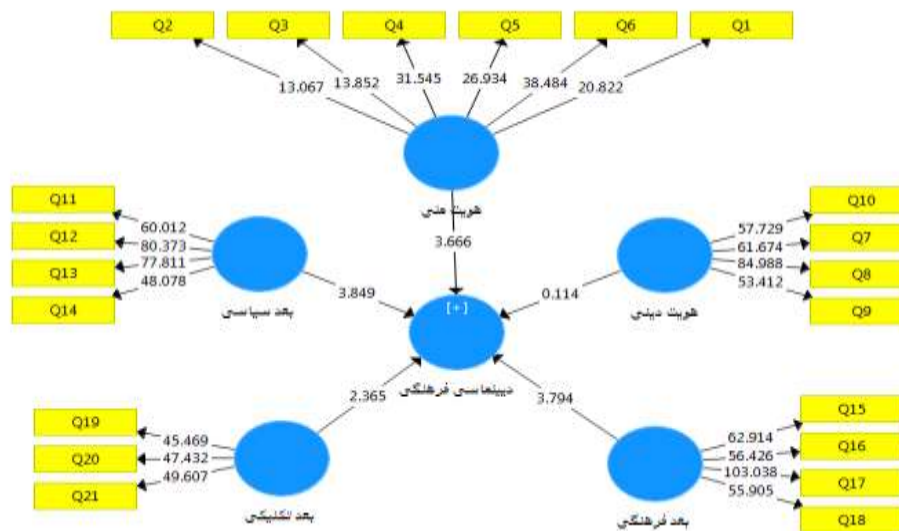
	ضریب تعیین	√ ضریب تعیین	مقادیر اشتراکی	√ مقادیر اشتراکی	GOF
بعد تکنیکی		۸۳۲.۰	۷۴۸.۰	۸۷۵.۰	۶۸۲.۰
بعد سیاسی			۷۹۲.۰		
بعد فرهنگی	۷۸۰.۰		۷۹۸.۰		
دیپلماسی فرهنگی			۷۰۷.۰		
هویت دینی			۷۸۷.۰		
هویت ملی			۰.۵۳۶		



نمودار ۲ - اشتراک افزونگی



نمودار ۲ - اشتراک افزونگی



نمودار ۳ - معناداری ضرایب مسیر متغیرها

## فهرست منابع

- اولیایی، منصوره (۱۳۹۳). رواج بعضی از الگوهای روایی در سینمای ایران برای فرهنگ جامعه سازنده و مطلوب نیست. خبرگزاری تسنیم - <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1393/06/28/502984/>
- بازن، آندره (۱۳۷۶). سینما چیست. ترجمه محمد شهپا، تهران: نشر بهزاد، چاپ چهارم.
- ترکمان، فرح و فرهادی، محمود، معدنی، سعید و کوثری، مسعود. (۱۳۹۱). بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مصرف سینما. دومین کنفرانس ملی جامعه شناسی و علوم اجتماعی، ص ۱-۲۴.
- تتودور، اندرو (۱۳۷۵). تئوری‌های سینما. ترجمه رحیم قاسمیان. تهران: انتشارات سروش. چاپ اول.
- جعفری، علی و مظفری، افسانه (۱۳۹۲). بازنمایی زندگی طبقه متوسط در سینمای ایران (نشانه شناسی فیلم جدایی نادر از سیمین). فصلنامه رادیو تلویزیون، سال نهم، شماره ۲۱، ۱۴۹-۱۲۷.
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۱). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی. تهران: انتشارات سمت، چاپ هفتم.
- راوودراد، اعظم و تمنایی، امیرحسین (۱۳۹۲). تحلیل رابطه سیاست تهای فرهنگی - سینمایی ایران با فیلم‌های معرفی شده به عنوان نمایندگان سینمای ایران به آکادمی اسکار. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، دوره ششم، شماره ۱، صص ۸۱-۱۰۳.
- رضایی، علی رضا (۱۳۸۷). تحلیل سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران در پرتو نظریه‌های روابط بین الملل. راهبری، شماره ۱۷، صص ۲۶۶.
- سرمد، زهره و همکاران (۱۳۹۸). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگه.
- سلیمانی، رضا وهراتی، محمد جواد (۱۳۹۴). نظریه «بازنمایی» وانگاره‌های معنایی گفتمان رسانه ای آمریکا از اسلام و ایران. مطالعات فرهنگی، سال ششم، شماره چهارم، صص ۹۹-۱۲۲.
- سیمبر، رضا و مقیمی، احمد علی (۱۳۹۴). منافع ملی و شاخص‌های دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. سیاست جهانی، دوره چهارم، شماره اول، صص ۷-۳۸.
- صمدیار، حسین (۱۳۹۳). تاثیر رسانه و صنعت سینما بر هویت فرهنگی و اسلامی نوجوانان و جوانان. کنگره، بین‌المللی فرهنگ و اندیشه دینی مرکز راهبری مهندسی فرهنگی شورای فرهنگ عمومی. استان بوشهر.
- قدمی حسن، مصطفوی حمید، اهمیت فعالیت‌های فرهنگی و ارائه مدل عملیاتی دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. مجله مدیریت فرهنگی، سال سوم، شماره پنجم، پاییز ۱۳۸۸، صص ۶۳.
- گران، دیمیان (۱۳۸۵). رئالیسم، ترجمه حسن افشار، نشر مرکز، تهران.
- گیویان، عبدالله و سروی زرگر، محمد (۱۳۸۸). بازنمایی ایران در سینمای هالیوود. تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۲، شماره ۴ (پیاپی ۸)، صص ۱۴۷-۱۷۷.
- مرادی، حجت الله (۱۳۸۸). قدرت و جنگ نرم: از نظریه تا عمل. تهران: انتشارات ساقی.
- مهرابی، مسعود (۱۳۶۳). تاریخ سینمای ایران. از آغاز تا سال ۱۳۵۷، چاپ اول، صص ۴۰۷.
- محمدی مهر، غلامرضا و بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۳). بازنمایی فرهنگ ایران در فیلم‌های ایرانی تحسین شده در جشنواره‌های بین‌المللی. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، سال پانزدهم، شماره ۲۶. ون.ای. نئون دایک (۱۳۸۲)، مطالعاتی در تحلیل گفتمان از دستور متن تا گفتمان کاوی انتقادی، ناشر: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، مترجم گروه: پیروز ایزدی و دیگران
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433.

Henseler, J & Fassott, G. (2009). Testing moderating effects in PLS path models: An illustration of available procedures. In: V. Esposito Vinzi, W. W. Chin, J. Henseler & H. Wang (Eds), Handbook of partial least squares: Concepts, methods, and applications. Berlin: Springer (in print.)

Hulland, j. (1999). Use of partial least squares (pls) in strategic management research: review of four recent studies, *strategic management journal*, 20, (2), 195-204.

Wetzels, M., Odekerken-Schorder, G., & Van Ooppen, C. (2009) Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration, *MIS Quarterly*, 33, (33), 177-1.

Tenenhaus, M., Esposito Vinzi, V., Chatelin, Y.-M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159–205.

Werts, C. E., Linn, R. L., & Jöreskog, K. G. (1974). Intraclass Reliability Estimates: Testing Structural Assumptions. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 25-33.

Cohen, W. M. & Levinthal, D. A. (1990). Absorptive capacity: a new perspective on Learning and innovation” *Administrative Science Quarterly*, 35, 128–152.

Rojek, chris (2007). *Cultural Studies*, Polity Press.

Hall, Stuart (1997). The Work of Representation, In *Cultural Representation and Signifying Practice*, Sage Publication