



## نقش رسانه سینما در جهانی شدن با رویکرد حفظ هویت ملی بر اساس مطالعات آینده پژوهی

پیام زین العابدینی<sup>۱</sup>، \*، سهیلا فراهانی<sup>۲</sup>

(تهران، نیاوران، خیابان شهید شفیعی، کوچه صنوبر، پلاک ۱۰، واحد ۲، [parozei@yahoo.de](mailto:parozei@yahoo.de))

(تهران، دانشکده مدیریت دانشگاه تهران، [Soheil\\_15184@yahoo.com](mailto:Soheil_15184@yahoo.com))

### چکیده

هدف از انجام مقاله دستیابی به شاخص های مربوط به پیش بینی احتمال وقوع توسعه و پیشرفت برخی از حالت های آینده و شناسایی شاخص های مربوط به سیاست گذاری و برنامه ریزی مطلوب رسانه سینما در جهانی شدن با حفظ هویت ملی می باشد. این پژوهش توصیفی است، از نظر هدف کاربردی و از نظر عمق در زمره پژوهش های سطحی نگر قرار می گیرد. روش پژوهش "کیفی" است و با استفاده از "فن دلفی" اجرا شده است. جمعیت آماری این پژوهش متخصصان رسانه سینما می باشد. روش نمونه گیری از نوع، نمونه گیری مبتنی بر هدف است. ابزار پژوهش پرسشنامه را پژوهشگر ساخته و داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده اند. یافته های حاصل از دلفای این پژوهش نشان داد که در "مرحله اول" از نظر داوران متخصص، نیازهایی برای حفظ هویت ملی در عصر جهانی شدن از سوی سینمای ایران نظیر حفظ میراث فرهنگی و انتقال ارزشها، همبستگی اجتماعی، عشق و علاقه قلبی به سیستم سیاسی و قبول مشروعیت آن مشهود است. داوران معتقدند سینمای ایران برای دستیابی به آینده مطلوب و حفظ هویت ملی در عرصه جهانی شدن نیاز به ارتقای تکنیکی و فنی و تجهیزات سینمایی دارد تا بتواند در عصر جهانی شدن با جذب سرمایه گذاری خارجی و بازاریابی، بر حفظ و گسترش فرهنگ ملی و هویت ملی تاثیر گذار باشد. پخش گسترده جهانی سینمای ایران، برای حفظ و گسترش احساس تعلق خاطر مشترک به اجماع ملی، اولویت های بعدی داوران است. جهانی شدن، نه تنها هویت فرهنگی را از میان نبرده، بلکه شاید مهم ترین نیرو در آفرینش و اشاعه قدرت ملی است و داوران بر این باورند سینمای ایران در عصر جهانی شدن می تواند با برنامه ریزی دقیق بر حفظ هویت ملی تاثیر گذار باشد.

واژه های کلیدی: سینما، جهانی شدن، هویت ملی، مطالعات آینده پژوهی.

۱ و \* - دانشجوی کارشناسی ارشد سینما، دانشگاه هنر تهران

۲ - دکتری مدیریت رسانه، عضو هیئت علمی وزارت علوم، استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران



## ۱- مقدمه

جهانی شدن، به منزله محصول دگرگونی ها و پیشرفت های شگفت انگیز بشر در عرصه دانش و فناوری در قرون متأخر تاکنون تأثیرات آشکار و پنهان بسیاری بر همه عرصه های حیات انسانی گذارده و روابط سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی میان کشورها و ملتها را تحت تأثیر قرار داده است. قطعاً جهانی شدن، پدیده ای دفعی نبوده که صرفاً در دهه های پایانی قرن بیستم

شکل گرفته و موجب غافلگیری بشر در جهان معاصر شده باشد بلکه پدیده ای ناشی از یک «منطق کانونی، یعنی نوسازی مبتنی بر علم و صنعت و نوآوری» (سریع القلم، ۱۳۸۴: ۲۱) بوده که از قرن هفدهم آغاز شده و در طول سه قرن مراحل پیچیده ای را پشت سر گذارده است. اوج نوآوری و خلاقیت های آن در دهه آخر قرن نوزدهم و فشردهگی عمیق فعالیت هایش در عرصه بین المللی در دهه آخر قرن بیستم رخ داده است. امروزه جهان به سوی یک تمدن جدید در حرکت است، تمدنی که در آن دولت های ملی، دیگر تنها تصمیم گیرنده درباره سیاست جهانی نیستند. موج سومی در راه است که در نتیجه دولت ها بخشی از قدرت حاکمیت خود را از دست خواهند داد. دخالت های فرهنگی و اقتصادی دیگر کشورها موجب برخوردهای شدید، عمیق و همه جانبه، بین تمدن موج سوم (اطلاعات و ارتباطات) با تمدن های موج دوم (صنعتی) و موج اول (کشاورزی) خواهد شد. به نظر تافلر این برخوردها تا استقرار کامل تمدن موج سوم ادامه خواهد یافت (تافلر، ۱۳۸۹: ۱۱-۱۰) به نظر آنتونی گیدنز دنیای امروز دنیایی فرآر است که نه تنها آهنگ تحولات اجتماعی در آن سریع تر از هر جامعه ماقبل نوین است، بلکه میدان عمل و ژرفای تأثیرات آن بر کارکردها و شیوه های رفتاری جوامع پیشین نیز بی سابقه است. به نظر وی این پویایی خارق العاده زندگی اجتماعی را می توان با سه عنصر اصلی پاسخ داد: جدایی زمان و فضا، که به امکان جا انداختن روابط اجتماعی محلی یا موضعی در گستره های پهناوری از زمان-فضا تا حد ایجاد نظام های یک پارچه جهانی منجر شده است. ساختارهای تکه برداری که عبارت است از نشانه های نمادین و نظام های کارشناسی. این ساختارها کنش متقابل را از ویژگی های محلی و موضعی جدا می کند. بازتابندگی نهادین که کاربرد منظم اطلاعات و دانش های مربوط به شرایط زندگی اجتماعی است، به منزله عنصری ساختاری در سازماندهی و تغییر و تبدیل های همان اوضاع محسوب می شود. (گیدنز، ۲۰۰۴: ۴۵-۳۱) با وجود همه اختلاف تعاریف ویژگی "افزایش ارتباطات جوامع با یکدیگر و افزایش امکان اثرگذاری بر تصمیمات دیگر جوامع" در معرفی جهانی شدن، انکارناپذیر است. از این رو همراه با جهانی شدن درجهی تأثیرپذیری اقتصاد داخلی، فرهنگ بومی و حاکمیت ملی بیشتر از عوامل خارجی است. البته جوامع می توانند به تناسب میزان حضور فعال در صحنه جهانی، اثرگذاری بیش تری نیز پیدا کنند که کاملاً به نحوه ی موضع گیری، قدرت، مهارت و فعالیت آن ها بستگی دارد (نپاوندیان، ۱۳۸۳: ۱۷). «جهانی شدن به همه فرآیندهایی که در آن مردم جهان به صورت یک جامعه جهانی همکاری می کنند، گفته می شود» (Martin Albrow, ۱۹۹۰). تبادل فرهنگی بر اثر همجواری کشورها با یکدیگر، رفت و آمد ملت ها به کشور های دیگر و مطالعه آداب و رسوم و سنن و فرهنگ های دیگر به وجود می آید و باعث می شود هر ملتی به نقاط ضعف و قوت فرهنگ خود آشنا شود و بکوشد تا نقاط مثبت فرهنگ های دیگر را بپذیرد و نقاط منفی فرهنگ خود را اصلاح کند. امروزه انقلابی شگرف در فنون ارتباطی و اطلاعاتی به وجود آمده است. شکل گیری یک نظام ارتباطی جدید مبتنی بر زبان همگانی دیجیتال، بنیاد مادی جامعه را چنان دگرگون کرده که هیچ گونه انزوا گزینی و کناره گیری را بر نمی تابد و حتی دور افتاده ترین و سنتی ترین جوامع نیز از بستن مرزهای خود به روی جریان ها و شبکه های جهانی ناتوان هستند. این مرحله از فرایند جهانی شدن که بیشتر از چند دهه قدمت ندارد و با شتاب و شدت فزاینده بی سابقه ای پیش می رود. رسانه های ارتباط جمعی در عصر امروز نقش کلیدی در تعیین سرنوشت توسعه کشورها محسوب می شوند و این وسایل منشأ بسیاری از تحولات معاصر، راهنما و کنترل کننده جریان ها و تحولات در جهان به حساب می آیند. اگر ما فرهنگ را نظام معنایی، عواطف، احساسات، باورها، اعتقادات و همچنین الگوهای عمل در زندگی روزمره و شیوه های زندگی خود بدانیم در دوران مدرن به تدریج تمام این امور تحت تأثیر گسترش رسانه ها قرار گرفته است. شناخت کاربرد و عملکرد رسانه های ارتباط جمعی در جامعه و نقشی که آنها در جوامع بشری به عهده دارند امر بسیار مهمی است و از طریق شناخت تأثیر گذاری ها و کارکردهای خواسته و یا ناخواسته



رسانه های ارتباط جمعی، می توان به طرح برنامه های موثری برای استفاده مطلوب و عقلانی از این تکنولوژی پرداخت و در عین حال از اشتباهات و انحرافات که در جریان ارایه کارکرد رسانه ها به خورد شهروندان و جامعه داده می شود، پرهیز کرد.

## بیان مساله

نقش رسانه ها در هویت سازی هم می توانند عامل تقویت و تحکیم هویت های فردی و جمعی موجود باشند و هم می توانند با سرازیر کردن عقاید، باورهای جدید و نوآوری ها، عامل و حامل بحران هویت باشند. رسانه های گروهی با تبدیل روابط انسانی به نمادها و نشانه ها، مردم اقصی نقاط جهان را به یکدیگر مرتبط کرده اند و در این میان اینترنت که شبکه بین المللی ارتباط میان رایانه ها است، نقش بسزایی را در این زمینه ایفاء می کند. در همین باره " مک لوهان " پیش بینی می کرد که بر اثر پیشرفت ارتباطات و گسترش وسایل ارتباط جمعی به ویژه تلویزیون، همه افراد جهان می توانند در یک لحظه در معرض تصاویر یکسان قرار گیرند (تافلر، ۱۳۸۹). به نظر " وریستن " ارتباطات امروزی جهان در مرحله ای است که می تواند فرهنگ سازی کند. " دراگر " معتقد است که بدون تردید این فرهنگ و ارزشهای غربی است که جهانگیر خواهد شد (دراگر، ۱۳۸۵). با رشد حیرت آور فن آوری اطلاعات و قدرت عظیم رسانه های ماهواره و اینترنت، که نسبت به گذشته، انتشار فرهنگی را به کلی متفاوت نموده اند و قدرت بلامنازعی را در اختیار غولهای صنعتی قرار داده که به گسترش مرزهای فرهنگی خود بپردازند و در نتیجه نواحی فرهنگی دیگر کشورها را کم رنگ کرده و فرهنگهای بومی در هیاهوی فرهنگ مهاجم منفعیل شده اند. در این شرایط ارتباط انسان با فرهنگ بومی خود، هر آن سست تر شده است (نوروزی، ۱۳۸۱). رابرتسون بر لزوم برداشتی چند بعدی و کثرت گرا از نظام جهانی تاکید دارد که هویت های فرهنگی متعدد محلی، ملی و ... عناصر تشکیل دهنده آن است (رابرتسون، ۱۳۸۸). بنابراین در جهان کنونی که افراد تحت تأثیر فرهنگ های بسیاری هستند، فرهنگی می تواند تداوم یابد که پاسخگوی نیازهای مادی و روحی افراد باشد. هویت هر ملتی بی شک در ریشه های اجتماعی و فرهنگی تاریخ آن مردم نهفته است، ولی هرگز در حد گذشته محدود نمی شود، بلکه به ماهیاتی مربوط می شود که از خصایص کنونی اجتماعی و فرهنگی جامعه نشئت می گیرد که کاملاً تازگی داشته و به دنیای امروز تعلق دارند. حتی خصایص تاریخی هویتی یک ملت نیز به تمامی وقایع و مؤلفه های گذشته شان مربوط نمی شود، بلکه از میانشان، آن ویژگی هایی ماندگار بوده و هنوز در روح جمعی آن ملت موج میزند که با یافتن پیام و مخاطبی برای نسل امروز از فسیل شدن خود جلوگیری کرده و امکان بازتولید خویش را فراهم آورده باشند (احمدی، ۱۳۸۲-۱۳۸۱: ۳۱-۳۰). هویت مستلزم نوعی انتخاب است. بنابراین باید چنان زمینه های فرهنگی تقویت هویت خودی را توسعه داد که افراد دلایل کافی برای انتخاب نمادهای هویت خودی را داشته باشند (اکسفورد، ۱۳۸۹). نگرش های مثبت و منفی متعددی نسبت به جهانی شدن و هویت ملی وجود دارد. از دید مثبت گرایان، جهانی شدن موجب پویایی و بالندگی هویت ملی می شود. زیرا ارزش هویت در بازار رقابت جهانی به میزان توان آن در رقابت و خودآگاهی و اعتماد به نفس و آگاهی از شرایط جدید بین المللی بستگی دارد. جهانی شدن فرهنگ نه بر از بین بردن ارزش ها و فرهنگ های بومی و سنتی بلکه بر ایجاد و گسترش ارزش های مشترک انسانی اشاره دارد. اما هنگامی که جهانی شدن به عنوان پروسه بلکه پروژه ای که بخواهد تسلط همه جانبه فرهنگ غربی را در پی داشته باشد، نگاه شود، جای شک و محل تأمل است. به بیان دیگر، جهانی شدن نوعی فرایند و تحول دیالکتیکی را سبب می شود که از رهگذر آن مرزهای سیاسی فرهنگی و هویتی به طور فزاینده ای فرو می ریزد و جوامع مختلف در جامعه ای جهانی ادغام می شوند. فرهنگ های خاص و گوناگون به یکدیگر نزدیک می شوند و فرهنگ های عام شکل می گیرند و توسل به عناصر هویت بخش خاص فرهنگی نیز تشدید می شود. سینما یکی از رسانه های گروهی است که در انتقال مفاهیم اجتماعی و سیاسی با انگیزه آندئولوژیک اهمیت دارد در سینما با توجه به ماهیت چند رسانه ای آن پیام به صورتهای مختلفی کلامی، تصویری و ترکیبی از این دو انتقال می یابد (آزادبرمکی و بازیار، ۱۳۸۸، ص ۵۰). اکثریت مخاطبان اصلی رسانه ها در جهان و از جمله ایران نیز نوجوانان و جوانان هستند،



زیرا نوگرایی و استقبال از تغییر در نوجوانان و جوانان بیش از دیگر مخاطبان رسانه‌ها دیده می‌شود. این موضوع اهمیت رسانه‌های ارتباط جمعی و تعاملی نوین از جمله سینما را در هویت‌سازی یا بحران هویت و ایجاد شکاف هویتی، بیش از پیش گوشزد می‌نماید. از طرفی در عصر جهانی‌شدن، همه‌ی کشورهای دنیا و از جمله ایران، با چالش‌های فرهنگی زیادی روبه‌رو هستند. در این شرایط، رویکردهای سنتی، برای توسعه و حفظ هویت فرهنگی، کارآیی خود را از دست داده‌اند. ظهور شرایط

نوین، در حیات فرهنگی جوامع، همه‌ی آن‌ها را وادار به بازنگری، به‌سازی و نوسازی رویکردها و الگوهای فکری و عملی خود، نموده است (شیرسوار و عمرانی صباغی، ۱۳۹۲). اگر سینما به منزله یکی از صنایع فرهنگی، توزیع رفتار توسعه‌ای یک جامعه را به تصویر بکشد، کنترل این صنعت در قالب توزیعی هدایت شده می‌تواند به توسعه فرهنگی آن جامعه منجر شود. بنابراین پیش‌بینی رسانه سینما در عرصه جهانی شدن و تاثیر آن بر هویت ملی، در این عرصه تحقیقاتی و قلم‌فرسایی جدید و گسترده‌ای را پدید آورده و ذهن پژوهشگران و صاحبان اندیشه را به خود مشغول کرده است. بر این اساس این سوال کلی مطرح می‌شود که نقش رسانه سینما در جهانی شدن با حفظ هویت ملی چگونه می‌تواند باشد؟ و با بکارگیری چه فاکتورهایی می‌توان به این مهم دست یافت؟

## مبانی نظری

اواسط دهه‌ی ۱۹۸۰، مفهوم سینمای ملی به طور فزاینده‌ای موضوع بررسی و نظریه‌پردازی بوده است. محققان سینما، همگام با تحولات در نظریه ادبی و فرهنگی و چارچوب‌های مفهومی جدید برای درک اینکه ملت‌ها چگونه «متصور می‌شوند» و سنت‌ها چگونه «اختراع می‌شوند» پرسش‌های تازه‌ای را درباره‌ی فرضیات بسیار رایج در خصوص سینمای ملی مطرح کردند. هدف این بحث‌های انتقادی، به طور کلی شالوده‌شکنی دیدگاه‌های ذات‌گرا نسبت به سینمای ملی و افشای ابعاد سیاسی «شمول و طرد» است که در فرآیند تعریف و ترویج این مفهوم قرار دارند. این دیدگاه‌های انتقادی، بدین طریق در بسط تصورات محدود از سینمای ملی، بسیار تأثیرگذار بوده‌اند و توجه بیشتر به بخش‌های نادیده‌انگاشته یا به‌حاشیه‌رانده‌شده در سینمای ملی را تشویق کرده‌اند. با این حال، بعضی از محققان چنین نتیجه گرفته‌اند که با توجه به تحولات ناشی از فرآیندهای جهانی شدن و منطقه‌ای شدن، سینمای ملی شاید دیگر مفهوم سودمندی جهت بحث در خصوص سینمای جهان نباشد. برهان آنان این است که شمار فراوان شبکه‌ها، نهادها و شرکت‌های فراملی که اکنون در کار تولید مشترک و توزیع و نمایش فیلم‌ها در سطح بین‌المللی هستند، عملاً سینمای ملی را به اصطلاحی نامربوط در فاز کنونی تاریخ سینما، به ویژه در مناطقی مثل اروپا، تبدیل کرده‌اند (السائسر، ۲۰۰۵). گرچه شاید جهانی شدن بر شدت بحث‌ها و ادعاها درباره‌ی «پایان دولت ملی» افزوده، همان گونه که ویلیامز متذکر شده است، سینما و ملی‌گرایی همواره رابطه‌ای دشوار داشته‌اند. هیچ رابطه‌ی یک‌به‌یک ساده‌ای بین مردمی که در قلمرو خاصی زندگی می‌کنند و آنچه حس مشترک آنان نسبت به فرهنگ و هویت ملی فرض می‌شود، وجود ندارد. به کلام روزن، ملت پدیده‌ای است «متمایز، محلی، تاریخی و مرتبط با اوضاع و احوال خاص» و سینمای ملی «فقط یک شکل ممکن» از درک ملت است. ضمناً باید به یاد داشته باشیم که سینما یا هر شکل هنری دیگر، صرفاً آینه‌ای نیست که به سادگی فرهنگ یا هویت ملتی را بازتاب دهد؛ آن هم با عنایت به معانی متفاوت و متغیری که می‌توان به هویت ملی نسبت داد. هر گونه کوششی که برای قرائت هویت ملی در سینمای ملی انجام شود، طبعاً باید هم نقشی را که خود آن سینما در بساختن و تقویت مفهوم ملت ایفا می‌کند در نظر داشته باشد و هم قابلیت سینما در نقد و شالوده‌شکنی معنای غالب یا ترجیحی هویت ملی را ملاحظه کند. طرح مسئله هویت برای یک فرد با یک ملت، در رابطه با تغییرات زیست جهانی قابل توضیح است. هویت، مجموعه خصایصی است که تعلق فرد را به یک مکان محکم می‌کند و نظام ارزش‌ها و هنجارهای او را مشروعیت می‌بخشد. در دوره‌های مختلف همراه با تحول نظرات فلسفی، ویژگی‌های هویت فردی در حوزه‌های مختلف به گونه‌ای متمایز مورد بررسی قرار گرفته است. ملاحظه‌ی بسیاری از تحلیل‌گران و نظریه‌پردازان جهانی شدن در این مورد است که «جهانی شدن، نه تنها هویت فرهنگی را از میان نبرده، بلکه شاید مهم‌ترین نیرو در آفرینش و اشاعه‌ی آن بوده است.» (اسفندیاری، ۲۰۱۲). هویت‌های



فرهنگی و ملی یقیناً دستخوش تغییر یا تغییر شکل می‌شوند، اما به نظر می‌رسد که اهمیت آن‌ها به طور کلی پس از گسترش نظام‌های ارتباطی جهانی و افزایش سرعت حرکت فراملی انسان‌ها، سرمایه‌ها و کالاها تشدید یافته است. در جهانی که مرزهای زمینی دیگر نمی‌توانند به شیوه‌ای مؤثر مانع ارتباطات و تعاملات میان فرهنگی شوند، مردم هم ظاهراً بیش از پیش، از تفاوت‌هایشان با دیگران آگاه می‌شوند و به شباهت‌های خود با آنان پی می‌برند. سینماهای ملی می‌توانند از این لحاظ، نقشی

مهم ایفا کنند و ملت‌ها را به شناختن «دیگری»، تشخیص تفاوت‌ها و شباهت‌ها و تجربه‌ی امکان تفاهم و احترام متقابل قادر سازند.

## هویت ملی و مولفه‌های آن

هویت به معنای چه بودن و چه کسی بودن و شناساندن و حقیقت و ماهیت چیزی است و در پاسخ چه کسی بودن و چگونه بودن مطرح می‌گردد (قربانی، ۱۳۸۳: ۶۴). و هویت ملی به مجموعه خصوصیات و مشخصات اساسی گروه گفته می‌شود که اعضای گروه را همانند ساخته و آنها را از سایرین متمایز می‌سازد (امینیان، ۱۳۸۶: ۷۲). مؤلفه‌هایی همانند تاریخ، زبان، اعتقادات و ارزش‌ها، آداب و رسوم، نهادهای اجتماعی و نژاد که عناصر متشکله فرهنگ یک جامعه هستند. بر اثر گذر ایام برآیند خاصی را به وجود می‌آورند که هویت و روح کلی کشورهاست که این هویت افرادی را با ویژگی‌های خاص تربیت می‌کند (جلالی پور، ۱۳۸۲: ۱-۱۴). هویت شکلی از آگاهی به خود، به جامعه، به فرهنگ، به تاریخ و به آینده را القا می‌کند (رجایی، ۱۳۸۷: ۱۴). که نوعی انسجام رفتاری و الگوی یکسان قضاوت و عمل در جمع ایجاد می‌کند. بر اساس تعریف کنفرانس فرهنگی یونسکو «هویت هسته مرکزی شخصیت فردی و جمعی است و اصلی بنیادین است که رفتارها، اعمال و تصمیمات اصلی یک فرد و یا یک جمع را شکل می‌دهد» (سلیمی، ۱۳۷۹: ۱۳۵). هویت ملی مجموعه شناختی و اعتقادی و روانی است که دارای ابعاد اجتماعی، تاریخی، فرهنگی، جغرافیایی و سیاسی می‌باشد (ابوالحسنی، ۱۳۸۷).

## خاص گرائی فرهنگی

فرایند جهانی شدن نه تنها نوعی همگونی و ادغام فرهنگی دارد بلکه اسباب تنوع، واگرایی و رستاخیز فرهنگی را هم فراهم می‌کند. می‌توان خاص گرائی فرهنگی را توسل به عناصر هویت بخش فرهنگی خاص دانست که در آن بر بی همتائی شیوه‌ها، اعمال و ایده‌های یک گروه یا جماعت معین تاکید می‌شود. ام گرایان فرهنگی، دیدی انتقادی نسبت به وضع موجود دارند در عین حال که فرصت‌ها و امکان‌های فرهنگی ناشی از فرایند جهانی شدن را هم به فال نیک می‌گیرند. ولی بسیاری از گروه‌های خاص گرا کل فرایند جهانی شدن یا بخشی از آن را با عنوان و عبارت‌های متفاوت رد می‌کنند. از دیدگاه آنها جهانی شدن نه تنها تهدیدی جدید به شمار می‌آید، بلکه فرایندی گریز ناپذیر و غیر قابل برگشت هم نیست. این ادعا که فرایند جهانی شدن عامل اصلی خاص گرائی فرهنگی بشمار می‌آید بیش از پیش وجود دارد. فرآیند جهانی شدن با فشردگی فضا و زمان، رهائی از مکان، نسبی کردن فرهنگ‌ها و تعدد مرجع‌های اجتماعی، هویت‌سازی معنایی به شیوه سنتی را دشوار و حتی ناممکن می‌کند. بنابراین نوعی بحران فراگیر و فزاینده هویت و معنا جوامع مختلف جهان را فرا می‌گیرد (گل محمدی، ۱۳۸۹: ۲۴۷-۲۴۵). عده‌ای معتقدند که فرهنگ‌های غربی بر دانش، فناوری و صنعت و اطلاعات حکومت خواهند کرد و قدرت مطلق آسیا خواهند بود ولی گروهی دیگر اعتقاد دارند که فرهنگ‌های اصیل با فرهنگ‌های غربی همزیستی خواهند داشت، این فرهنگ‌ها نابود نخواهند شد بلکه "هسته فرهنگ" را حفظ خواهند کرد. (فروزان سپهر، ۱۳۷۸: ۸۵-۸۲) همراه با پدیده جهانی شدن، فرهنگ‌ها و گفتمان‌های خاموش و گمنام هم قسمتی از بازار نظام‌های معنایی را در دنیا به خود اختصاص داده و در گوشه و کنار جهان به معرض دید علاقه‌مندان گذاشته می‌شوند و چه بسیار خرده فرهنگ‌هایی که تا



پیش از این زیرمجموعه ای از فرهنگ عمده جامعه به شمار می رفتند اما در این زمان در گوشه دیگری از دنیا طرفدارانی یافته و عده ای هویت گم شده خویش را در نگاه به آنها یافته اند. اگر این مرحله یعنی جهانی شدن را با دقت بررسی کنیم می بینیم که هم عصر ایدئولوژی هاست و هم عصر پایان ایدئولوژی. عصر پایان ایدئولوژی است چون قطعیت و معنا بخشی ایدئولوژیهای مختلف در کوره تکثر و التقاط نظام های معنایی ذوب شده است و این ایدئولوژیها دیگر واجد خصوصیات چونی هویت بخشی، بسیج توده ها و دیگر ویژگی های خود نیستند و از آنها تنها الفاظی باقی مانده که در میان رهبران و باقی مانده

هواداران آنها ردوبدل می شود. اما جهانی شدن عصر ایدئولوژی هم هست چون در این دوره واکنش به جهانی شدن باعث بازگشت رمانتیک گروههایی از مردم به نظام های معنایی و هویت بخش پیشین می شود. نظام هایی که دیگران ساخته اند و آنها در سایه آن احساس امنیت و هویت می کنند. از طرفی افزایش ارتباطات و اطلاعات، گروهی از انسانها را با یکدیگر آشنا کرده و آنها را به یکدیگر نزدیک می کند تا بر اساس باورها و علایق مشترک، گروههایی را در جهت اهدافی خاص تشکیل دهند. و به این وسیله احساس تعلق اجتماعی و مسؤولیت پذیری را در خود ایجاد کنند. و یا هویت خود را بر اساس آرمانهای گروه خویش تعریف کنند. اگرچه نمی توان به راحتی این گروهها را ایدئولوژیک نامید، اما آرمان مشترک، پیوند نزدیک اعضا و ... گروههای فراملی بزرگی به وجود آورده است که کمابیش خاصیتی ایدئولوژیک دارند. جنبش های قوم گرا و تجزیه طلب در اطراف جهان آن هم در زمانی که ایدئولوژی ناسیونالیسم، اعتبار خود را از دست داده است، در ابتدا موجب تعجب صاحب نظران و اندیشمندان شد، لیکن آنها توانستند با تکیه بر مفهوم هویت و تلاش اقوام برای به دست آوردن آن و نیز واکنش به فروپاشی هویت های سابق، راز گرایشات تجزیه طلبانه در گوشه و کنار جهان را دریابند (سپهرنیا، ۱۳۹۰) برخی نظریه پردازان مدعی هستند که واکنش فرهنگی در برابر فرایند جهانی شدن به هیچ روی صرفاً انفعال، استحاله و تسلیم نیست در بیشتر موارد واکنش فرهنگ ها با مقاومت و حتی مقابله پر تنش همراه است که معمولاً در قالب توسل به عناصر هویت بخش زبانی، دینی، قومی و نژادی نمود می یابد. به بیان دیگر فرایند جهانی شدن در عین حال که جنبه هایی از زندگی در دنیای مدرن را یکدست می کند، تفاوت های فرهنگی و هویتی را نیز تقویت و احیاء می کند. خاص گرایي های فرهنگی نموده های پر شماری دارند و می توان از جنبه های مختلف، مانند نوع و شدت واکنش، گستره و میزان تأثیر گذاری و قدیم و یا جدید بودن، آنها را تقسیم و توصیف کرد. این عناصر عبارتند از زبان، نژاد، قومیت، ملیت و دین می باشند. دسته ای از این خاص گرایان، خاص گرایي های قومی می باشند. این خاص گرایي ها تحت شرایط متنوعی پدیدار شده و اشکال گوناگونی دارند. گوناگونی نشانه های فرهنگی و اهداف متفاوت بسیج قومی دیگر ویژگی های این گونه خاص گرایي ها بشمار می آید. برخی جنبش ها استقلال فرهنگی می خواهند و برخی دیگر در جست و جوی حقوق برابر در درون نظام سیاسی غالب هستند. به هر حال در همه موارد، این جنبش ها نمود های برجسته هویت گروهی و میل به توزیع عادلانه تر منابع سیاسی و اقتصادی هستند (جلالی و لپیست، ۱۹۹۸: ۳۱۸). در کل برخی از محققین نتایج فرهنگی برآمده از جهانی شدن را در هشت حوزه، مورد توجه قرار داده اند و به مواردی همچون بازسازی صنایع فرهنگی، اهمیت یافتن سیاستهای رسانه ای، افزایش نقش، اهمیت و جایگاه زندگی روزمره و ... اشاره میکنند (۲۰۰۵, during).

## پارادایم تفسیری

از نظر هابز باوم ملت و ناسیونالیزم موضوعی ساختگی است. آنچه شایان توجه است مسئله "اختراع سنت" هاست، ملت ها و پدیده های مرتبط با آن شایع ترین این سنت های اختراعی آن. آنها با ساختن تاریخ ابداعی دست به نوعی تداوم هویتی در توالی زمانی گذشته، حال و آینده می زنند و "تاریخ را چونان وسیله مشروعیت بخش اقدام خود و ساروج انسجام گروهی به کار می گیرند (هابز باوم ۱۹۸۳: ۱۲ به نقل از اوزکریملی ۱۳۸۳: ۴۵) اما از نظر بندیکت اندرسون جوامع از این حیث خیالی اند که حتی افراد کوچکترین ملت ها نیز هم قطاران خود را نمی شناسند. اما همه آن ها تصویری از ملت در ذهن دارند. در این جوامع فارغ از نابرابری عملی و استثمار که ممکن است در هر یک از آن ها وجود داشته باشد ملت همواره یک رفاقت عمیق



توافقی محسوب می گردد (اندرسون ۱۹۸۳ : ۷-۶ به نقل از اوزکریمی ۱۳۸۳ : ۱۷۶). فرض پارادایم تفسیری آن است که واقعیت اجتماعی ، نتیجه تفسیر های ذهنی افراد است. در این پارادایم، جهان اجتماعی فرایندی در نظر گرفته می شود که توسط افراد خلق می شود. در این پارادایم ، جهان اجتماعی پیوسته ، نظام دار و یکپارچه است. پدیده های فرهنگی در این پارادایم ، نمود هایی خارجی از تجربه درونی اند. از این رو، علوم فرهنگی، نیاز به کار بست روش های تحلیلی مبتنی بر «درک و فهم» است که از طریق آن یک اندیشمند فرهنگی می تواند انسان ها، اندیشه آنها ، احساسات آنها و شیوه ابراز آنها در جهان

بیرونی را بفهمد و درک کند. در این پارادایم، موضوع محوری در تعاملات اخیر جهانی، تنش بین تجانس و عدم تجانس فرهنگی است. نیرو های فرهنگی که از کلانشهر های مختلف وارد جوامع جدید می شوند، به طریقی تمایل به بومی شدن دارند. این امر شامل موزیک ، سبک های سکونت، علم تکنولوژی، نهاد ها و مناظر می شود. اقتصاد فرهنگی جهان اخیر ، نظمی پیچیده ه پوشان و متمایز کننده است. پیچیدگی آن معطوف به گستت های اساسی مشخصی بین اقتصاد ، فرهنگ و سیاست است. این گستت ها را با ارجاع به رابطه بین پنج بعد فرهنگی زیر می توان فهمید: ۱- حوزه قومیتی ۲- حوزه تکنولوژیک ۳- حوزه مالی ۴- حوزه رسانه ای ۵- حوزه ایدئولوژیک وجود پسوند مشترک **scape** در این ابعاد ، دلالت بر آن دارد که این ابعاد ، روابط عینی خاص نیستند ، بلکه سازه هایی ذهنی اند که عمیقاً تحت تاثیر بافت تاریخی ، زبانی و سیاسی انواع مختلف کنشگران است همچون دولت - ملت ها، شرکت های چند ملیتی، جوامع مهاجر، جنبش ها و گروه های خرده- ملی (دینی، سیاسی یا اقتصادی) و گروه های چهره به چهره صمیمی، مثل روستا ها ، همسایگان و خانواده ها. بر این اساس، می توان گفت جهانی شدن فرهنگ، به معنای همگن شدن آن نیست. با این حال، جهانی شدن از ابزار های همگان سازی مثل تسلیحات، فنون تبلیغاتی، سلطه زبانی و سبک های پوشش بهره می گیرد. از این رو، ویژگی محوری فرهنگ جهانی ، عبارتست از : سیاست یکسانی در برابر تفاوت (آردلان، ۲۰۰۹: ۵۲۱).

## آینده پژوهی و هدفهای آن

انتشار کتاب «تصویر آینده» نوشته اف. ال. پولاک در سال ۱۹۵۱ و کتاب «هنر حدس زدن» نوشته بی. دجونل در سال ۱۹۴۶، تشکیل انجمنهای تخصصی آینده پژوهی، تشکیل انجمن آینده جهان به وسیله ادوارد کورنیش و دیگران در سال ۱۹۶۶، تشکیل موسسه «زند» در سال ۱۹۴۵ از جمله نشانه های پیدایش آینده پژوهی مدرن است. اولین تجربه آینده نگاری ملی توسط ژاپن در سال ۱۹۷۰ تحت عنوان «آینده نگاری علم و فناوری» انجام شده است. این کشور تا سال ۲۰۰۶ هشت بار ( با افق زمانی ۳۰ سال) این فرایند را تکرار کرده است. فرانسه از سال ۱۹۸۰، انگلستان از سال ۱۹۹۳ و آلمان از ۱۹۸۹ آینده نگاری را شروع کرده اند. همچنین از سال ۱۹۹۰ موج فزاینده ای انجام آینده اندیشی مشخصاً در اروپای غربی و آسیای شرقی به چشم می خورد. آینده پژوهی در واقع رشته ای مستقل است که به شکلی روشمند به مطالعه آینده می پردازد (روستا، ۱۰: ۱۳۹۱). این رشته تصاویری از آینده در اختیار ما قرار می دهد تا در زمان حال، بر اساس این تصاویر بتوانیم به شکل کارآمدتری تصمیم گیری کنیم. آینده پژوهی علم و هنر کشف آینده و شکل بخشیدن به آینده مطلوب است. (بختیاری مقدم و رستمی، ۹۵: ۱۳۹۱). پیداست "آینده نگری" فرآیندی است که عوامل چندگانه ای "رسانه، افکار عمومی، سیاست گذاران، کارشناسان، داده های علمی و واقعیت های جهانی و داخلی در آن نقش ایفا می کنند. " آینده پیوسته در حال تغییر است " و با توجه به آن که رسانه در این فرایند تغییرپذیر تا چه اندازه به روزتر بوده و سیاست "خودترمیمی پیوسته" و تصحیح اطلاعات را لحاظ کرده باشد، نسبت و نقش تاثیرگذاری اش عمق و توسعه بیشتری می یابد. چنان که هم اینک رسانه هایی هستند که حتی موضوع خود را تحولات دهه های آینده جهان قرار داده اند، اما پیوسته بر اساس اطلاعات دریافتی، میزان خطای خود در پیش بینی آینده را تقلیل می دهند. این رسانه ها حتی اگر پاسخی یا راه حل کاملی برای آینده نباشند، لاقلاً می توانند "پرسشی ارزشمند در برابر آینده" باشند. هدفهایی که فارغ از موضوع مطالعه و به طور طبیعی پس از طی فرآیند آینده نگاری می بایستی حاصل شوند و آنها را با



## عنوان: Communication, Concentration on Longer-term, Coordination, Consensus, C5 Commitment

معرفی می کنند عبارتند از:

۱. تعامل و ارتباط : گردهمایی گروههایی از افراد مرتبط با موضوع به شیوه ها و روشهای مناسب به گونه ای که بتوانند با هم تبادل نظر داشته و از آرا و نظرات یکدیگر استفاده کنند.

۲. تمرکز بر بلندمدت: شرکت کنندگان و مخاطبان برنامه افق دید خود را از کوتاه مدت به بلند مدت تغییر دهند.

۳. هماهنگی : انتظار می رود در پایان برنامه هماهنگی بیشتری بین شرکت کنندگان رخ داده باشد.

۴. همراهی: ایجاد بینش مشترک نسبت به آینده، دارای اهمیت بسیار است و در صورت عدم تحقق آن، نمی توان نتایج مطلوبی از آینده نگاری گرفت.

۵. تعهد در اجرا: انتظار می رود افراد دخیل در آینده نگاری آمادگی لازم را برای به اجرا در آوردن تغییراتی که آینده نگاری پیشنهاد می کند، پیدا کنند (ناظمی و قدیری، ۱۳۸۵). بطور کلی در سطح ملی، طبقه بندی هدفهای آینده نگاریهای ملی در کشورهای مختلف عبارتند از: تشخیص فناوریهای کلیدی، تشخیص فناوریهای عام در حال پیدایش، پیش بینی ظهور و وقوع فناوریها، تعیین جایگاه ملی، شناسایی ضعفها و قوتها، شناسایی پتانسیل ها، شناسایی نیازهای اقتصادی و اجتماعی، شناسایی تهدیدها و فرصتها، اولویت گذاری، اطلاع رسانی به بنگاههای اقتصادی، اطلاع رسانی به تصمیم گیران و سیاستگذاران، ایجاد همکاری میان بخش پژوهشی و بخش صنعت، ساخت چشم انداز(ناظمی، ۱۳۸۵).

### هابرماس

آنچه برای هابرماس قابل اهمیت است شکل گیری آزادانه کنشها و ارزشها به دور از هر نوع سیطره یا تحریف در گستره همگانی که شامل فضای اظهار نظر، مکالمه، مباحثه و چاره جویی آزادانه در مورد مسائل همگانی و به وجه آرمانی است. به زعم هابرماس کنشها و نهادهای فرهنگی در گستره همگانی جنبه عمومی داشته که در بهترین حالت از نفوذ نیروها و نهادهای دولتی مستقل و مصون هستند (احمدی، ۱۳۸۰: ۱۹۰-۱۸۹). بنابراین هابرماس میان زندگی خصوصی و زندگی همگانی که سازنده افکار است اعتبار ویژه قائل است و به گستره قدرت همگانی در فضای فرهنگ عقلانی توجه دارد. برای هابرماس مسأله آزادی و تبادل اطلاعات و ارزشها فارغ بودن گستره عمومی از سیطره نظام دارای اهمیت است. وجود تضادها، تعارضات و بحران هویت نابرابریها و تعارضات، دستیابی به اجماعی عمومی و کنش اجتماعی عام در نتیجه سازگاری و یگانگی افراد بر سر باورها و ارزشها می باشد. و همسویی ساختارهای اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و تشکیل اجتماع عام با آزادی و بدور از سلطه برای انجام گفتگوی آزادانه و خردمندانه و مشارکت عملی و نظری افراد در حوزه عمومی است. بنا به اعتقاد وی از برآیند این امور، تکامل اجتماعی - انسانی در قالب جامعه ای مدنی پدید می آید جامعه ای که در آن آزادی و عدالت اجتماعی بر محور هویت عام انسانی و استقبال از تجربه های نوین تحقق می پذیرد (عبداللهی، ۱۳۷۵: ۱۳۶).

### روش شناسی پژوهش

در رابطه با روش شناسی مقاله، با توجه به ماهیت موضوع و ادبیات تحقیق، به نظر رسید راه اساسی دست یابی به نتیجه صحیح و کاربردی، استفاده از نظرات کارشناسان و متخصصین در این زمینه است. در این راستا روش دلفی به عنوان مدلی که می توانست با جمع آوری و تجزیه و تحلیل نظرات کارشناسان، سوالات پژوهش را به خوبی پاسخ گو باشد، مورد توجه و انتخاب پژوهش گر قرار گرفت. دلفی یک نظر خواهی تخصصی برای پیش بینی آینده است که بر اساس آن می توان نتایج مختلف را استخراج کرد. این روش ضمن سادگی، از اطمینان بالایی نیز برخوردار است، به طوری که برای جمع آوری و تلخیص نظرات و قضاوت های افراد در یک حیطه به کار می رود (نوری و نیلی پور طباطبایی، ۱۳۸۶: ۱۶۵). روش دلفی روشی مناسب برای پیش بینی احتمال وقوع توسعه و پیشرفت رسانه سینما در آینده و شناسایی فاکتورهای مربوط به مطلوبیت برخی از





حالت های آینده رسانه سینما در جهانی شدن با حفظ هویت ملی است و همچنین فاکتورهای مربوط به سیاست گذاری و برنامه ریزی برای دستیابی به آینده مطلوب (حفظ هویت ملی در عرصه جهانی شدن) توسط رسانه سینما می باشد. در این پژوهش ابتدا برای انتخاب شاخص های اصلی از روش تجزیه و تحلیل عاملی استفاده گردید و در مرحله بعد نظر خبرگان در این زمینه بررسی شد.

#### ۱- تجزیه و تحلیل عاملی

آزمون تحلیل عامل ریاضی برای تقلیل داده ها می باشد. در واقع منطق تحلیل عامل کاهش مجموعه بزرگی از متغیرها به چند عامل اساسی است. به طور طبیعی این عامل ها طبق سازوکار های این آزمون استخراج می شود. بر این اساس مفروضه اساسی تحلیل عاملی این است که عامل های زیر بنایی متغیرها را می توان برای تبیین پدیده های پیچیده به کار برد و همبستگی های مشاهده شده بین متغیرها حاصل اشتراک آن ها در این عامل هاست. در آزمون تحلیل عاملی ابتدا سوالات و پاسخ خبرگان وارد مدل گردید و ۵ فاکتور با ۸۲/۱۷ واریانس استخراج شد. از مجموع ۲۳ سوال، دو سوال حذف شد. بعد از چرخش Varimax بار عاملی هر فاکتور مشخص شد. پاسخ های مربوط به ارتقای تکنیکی و تجهیزات سینمایی ۸ گویه، پاسخ جذب سرمایه گذاری ۷ خارجی و بازاریابی گویه، پخش گسترده جهانی ۲ گویه و برنامه ریزی میان مدت ۱ گویه و فاکتور تفکر توسعه یافته دست اندرکاران سینما ۲ گویه و در مجموع ۲۲ گویه انتخاب شد و یک گویه کنار گذاشته شد. بر حسب مشخصات مشترک میان آنها به ۵ عامل ویژه طبقه بندی شدند که جدول ۱ بیانگر عوامل تعیین شده با استفاده از تجزیه و تحلیل عاملی می باشد:

جدول ۱: نتایج تجزیه و تحلیل عاملی

عامل ها				
ارتقای تکنیکی و تجهیزات سینمایی	جذب سرمایه گذاری خارجی و بازاریابی	پخش گسترده جهانی	برنامه ریزی میان مدت	تفکر توسعه یافته دست اندرکاران سینما
سینمای سه بعدی	انتقال فن آوری به کشور	برگزاری نمایشگاه بین المللی تخصصی سینما و تجهیزات وابسته	طرح و نهادینه کردن یک ایده خوب و کارساز	جایگزینی تفکر آنالوگی به تفکر دیجیتالی
دیجیتالی شدن سالنهای سینما	مبادله اطلاعات تجاری	استفاده از ظرفیت تعاملی رسانه های اجتماعی جدید		
طرح کانون جلوه های ویژه	توجه به جایگاه صنعتی سینما			داشتن تحرک روانی
بکارگیری نرم افزارهای سه بعدی	بکارگیری تکنیکهای خاص برای معرفی فیلم و سالنهای سینما			
بکارگیری دوربینهای دیجیتال	توسعه شهرکهای سینمایی در کشور			
	بکارگیری از اجتماعات			



			برند در شبکه های اجتماعی تبلیغات آنلاین	سینماتوگرافی
--	--	--	---	--------------

برای تعیین این مطلب که آیا ماتریس داده ها برای تحلیل عاملی مناسب است یا خیر از آزمون بارتلت استفاده گردید. مقدار بدست آمده تیرزمایر برابر با ۰/۹۳۰ صدم می باشد که در واقع نشان می دهد همبستگی موجود برای تحلیل عاملی مناسب

است و فاکتورها قدرت کفایت تحلیل عاملی را دارند و در آزمون بارتلت خبی ۲ بدست آمده برابر با ۱۹۳۳۴/۵ در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار است که این مساله نشان دهنده این است که عاملها برای نقش رسانه سینما در جهانی شدن با رویکرد حفظ هویت ملی مناسب هستند. عامل اول ۳۱/۰۶ درصد از واریانس را تبیین می کند. عامل دوم ۸/۷۸ درصد، عامل سوم ۶/۰۶ درصد و عامل چهارم ۵/۰۳ و عامل پنجم ۱/۰۵ درصد از واریانس نقش رسانه سینما در جهانی شدن با رویکرد حفظ هویت ملی را تبیین می کند که در مجموع این فاکتور ۵۵/۵۵ درصد از واریانس ها را تبیین می نماید.

#### جدول ۲: گویه های مربوط به عاملها

عامل اول	Q	عامل دوم	Q	عامل سوم	Q	عامل چهارم	Q	عامل پنجم	Q
۰/۶۵۱	۸	۰/۹۵۹	۶	۰/۷۴۶	۲۰	۰/۶۷۵	۹	۰/۸۴۱	۲۳
۰/۶۵۱	۱۷	۰/۷۲۶	۱۸	۰/۶۰۲	۲۱			۰/۶۶۰	۲۲
۰/۶۲۷	۱۱	۰/۷۴۳	۷						
۰/۵۱۵	۱۶	۰/۵۷۳	۱۳						
۰/۴۶۵	۱	۰/۵۵۵	۱۴						
۰/۵۲۹	۴	۰/۳۹۸	۱۲						
۰/۴۷۵	۵	۰/۳۶۷	۱۰						
۱/۴۵۲	۱۵								

#### ۲- قضاوت خبرگان

روش دلفی از مراحل زیر برای اجرا و به کارگیری تشکیل شده است: ۱- تعریف موضوع پژوهش و بررسی نوشته ها؛ ۲- انتخاب اعضای پانل دلفی؛ ۳- طراحی و ارسال فرم های نظرسنجی در مورد موضوع مورد بررسی و تحلیل پاسخ های دریافتی؛ ۴- آماده سازی و ارسال فرم نظرسنجی دور بعدی و تحلیل پاسخ ها و تکرار مراحل در صورت لزوم؛ ۵- دستیابی به نتیجه پایدار. اعضای پانل دلفی در این پژوهش به صورت نمونه گیری غیر احتمالی و هدفمند ۳۰ نفر انتخاب گردید. پس از تعیین اعضای پانل، ۳



دور روش دلفی انجام شد. در این پژوهش برای تعیین میزان اتفاق نظر میان اعضای پانل، از ضریب همبستگی کندال استفاده شد. ضریب همبستگی کندال نشان می دهد افرادی که چند مقوله را براساس اهمیت آن ها مرتب کرده اند، به طور اساسی معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت هر یک از مقوله ها به کار برده اند و از این لحاظ با یکدیگر اتفاق نظر دارند. این مقیاس با استفاده از فرمول زیر محاسبه می شود:

$$W = \frac{S}{\sqrt{12K^2(N^2-N)}}$$

$$S = \sum \left[ R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right]^2$$

R = مجموع رتبه های مربوط به یک عامل

K = (مجموعه های رتبه ها) تعداد داوران

N = تعداد عوامل رتبه بندی شده

در دور اول فهرست ۵ تایی شاخص ها استخراج شده بودند، برای تعیین میزان اهمیت آن ها در اختیار اعضا قرار گرفت. ضریب همبستگی کندال در دور اول ۰/۳۷۹ در سطح آلفای ۰/۱ صدم همبستگی معنادار بود و در دور دوم برای پاسخهای اعضا ۰/۴۷۹ در سطح آلفای ۰/۵ صدم همبستگی معنادار است و در دور سوم برابر میزان ۰/۹۳۹ در سطح آلفای ۰/۱ صدم همبستگی معنادار بود. دور سوم نسبت به دوم میزان ۰/۴۹ افزایش داشته است و دور دوم نسبت به اول ۰/۱۰ افزایش داشته است. با توجه به اینکه تعداد اعضا پانل ۳۰ نفر بوده است و میزان ضریب کندال در سطح آلفای ۰/۵ صدم همبستگی معنادار به حساب می آید. در نهایت با توجه به نتایج حاصله از تحلیل عاملی و قضاوت خبرگان ۵ شاخص زیر به عنوان شاخص های انتخاب شدند:

۱- ارتقای تکنیکی و تجهیزات سینمایی ۲- جذب سرمایه گذاری خارجی و بازاریابی ۳- پخش گسترده جهانی ۴- تفکر توسعه یافته دست اندرکاران سینما ۵- برنامه ریزی میان مدت

## بحث و نتیجه گیری

این مقاله با هدف شناسایی عوامل موثر بر سینما برای کمک به ایفای نقش این رسانه در عصر جهانی شدن با حفظ هویت ملی می باشد. جامعه در آثار سینمایی بازنمایی می شود در واقع سینما به عنوان یک هنر چون ریشه در واقعیت ها دارد به صورت یک آینه، شناخت عادلانه و ناعادلانه را از جامعه به مخاطب نشان می دهد. ارزش سینما به این است که گفتمان ساز است. سینما در درک ما از مفهوم انسان تاثیر می گذارد. اندیشیدن در مورد خود، شهر، مهمترین تاثیر سینماست. درک ما را از جامعه شهری شکل می دهد. کاری که سینما می کند مفاهیم اساسی زندگی ما را تحت تاثیر قرار می دهد. خانه و خانواده، آرزو ها، انتظارات، امیدها، عشق، نفرت ها و... از طریق فیلم تعریف می شوند خود سینما و فیلم تابع ساختار فرهنگی جامعه است مطرح شدن دیدگاه های مختلف گروه ها و اقلیت ها جامعه در سینما سبب می شود انعکاس عادلانه تری از هویت اسلامی، ایرانی در سطح بین المللی مطرح شود. در نتیجه سینما به عنوان یک نهاد اجتماعی باعث کلیشه سازی و طبیعی سازی می شود که در جامعه منجر به فرهنگ سازی است. سینما را می توان به عنوان مجملی به منظور بازنمایی هویت جامعه در نظر گرفت به طوری که پتانسیل های موجود در تاریخ ایران نشان از این مسئله دارد که سینما می تواند با توجه بیشتر به این دو مقوله به ارتقا سطح فرهنگ و معرفی هویت و اصالت ایرانی در سطح بین الملل کمک کند. نتایج این پژوهش نشان داد که سینما فضایی اجتماعی است که عوامل متعددی در آن فعال و موثر هستند که در درجه اول ارتقای تکنیکی و تجهیزات سینمایی و در درجه بعدی فاکتورهای جذب سرمایه گذاری خارجی و بازاریابی، پخش گسترده جهانی، تفکر توسعه یافته دست اندرکاران سینما و برنامه ریزی میان مدت موثر می باشند. در این که سینمای ملی ما برای تبدیل شدن به سینمای بین المللی باید از سینمای منطقه ای عبور کند و ساخت فیلم های مشارکتی با سهیم شدن کشورهای همسایه را در دستور کار



خود قرار دهد، نکته ای است که بیشتر کارشناسان بر آن تاکید دارند و معتقدند این رویکرد علاوه بر دستاوردهای فرهنگی می تواند به رونق گردش اقتصادی صنعت سینما در کشور ما نیز کمک کند. اگر سینمای ایران این فاکتورها را در دستور کار خود قرار دهد می تواند در این فضای جهانی شدن برخلاف نظریاتی که یکی از دستاوردهای جهانی شدن را همگونی فرهنگی می دانند، اتفاقا می تواند به تنوع فرهنگی کمک کند. با توجه به دیدگاههای خاص گرای فرهنگی و پارادایمهای تفسیرگرا و نظریه هابرماس و نتایج حاصل از این پژوهش جهانی شدن، نه تنها هویت فرهنگی را از میان نبرده، بلکه مهم ترین نیرو در آفرینش و اشاعه آن بوده است.

## مراجع

- [۱] ابوالحسنی، سیدرحیم (۱۳۸۷) مؤلفه های هویت ملی با رویکردی پژوهشی، دوره ۳۸، شماره ۴.
- [۲] احمدی، حمید (۱۳۸۲) هویت ملی ایرانی: بنیادها، چالشها و بایسته ها، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شماره ۶.
- [۳] احمدی، حمید (۱۳۸۱)، " هویت قومی یا هویت ملی"، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، شماره ۱۱.
- [۴] آزادبرمکی تقی، بازیار، فرزانه (۱۳۸۸) بازنمایی هویت اجتماعی روشن فکر در سینما، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۱۵، ص ۶۸-۴۹.
- [۵] آینده فرهنگ ها. (۱۳۷۸)، ترجمه زهرا فروزان سپهرجمعی از نویسندگان، تهران: موسسه فرهنگی آینده پویان.
- [۶] اکسفورد، باری (۱۳۸۹) نظام جهانی: اقتصاد، سیاست و فرهنگ، ترجمه حمیرا مشیرزاده، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.
- [۷] امینیان، بهادر (۱۳۸۶) تاثیر هویت ملی در پیوند نسلی جوانان و مناسبات نسلی، شماره اول، بهار و تابستان، صص ۸۴-.
- [۸] اوزکرمیلی، اموت (۱۳۸۳) نظریه های ناسیونالیسم، ترجمه محمدعلی قاسمی، تهران، موسسه مطالعات ملی ۶۹.
- [۹] بختیاری مقدم، حسن و محمود رستمی، (۱۳۹۱)، تأثیر آینده پژوهی بر برنامه ریزی راهبردی در سازمانهای امنیتی، فصلنامه امنیت پژوهشی، شماره ۳۷، تهران، انتشارات دانشکده فارابی.
- [۱۰] تافلر الوین (۱۳۸۹) به سوی تمدن جدید، ترجمه محمدرضا جعفری، تهران: نشر سیمرغ.
- [۱۱] دراکر، پیتر (۱۳۸۵). " جامعه پس از سرمایه داری". ترجمه محمد طلوع، تهران.
- [۱۲] رابرتسون رونالد، (۱۳۸۸)، جهانی شدن: تئوری های اجتماعی و فرهنگ جهانی، ترجمه کمال پولادی، تهران: نشر ثالث با همکاری مرکز بین المللی گفت و گوی تمدن ها.
- [۱۳] رایجی، فرهنگ (۱۳۸۷) مشکله هویت ایرانیان امروز، تهران: نشر نی.
- [۱۴] رزقی شیرسوار؛ هادی. عمرانی صباغی، محمد حسین (۱۳۹۲) راهکارهای توسعه ی صادرات کالاهای فرهنگی در عصر جهانی شدن مقاله ۳، دوره ۴، شماره ۱۱، تابستان، صفحه ۷۲-۴۱.
- [۱۵] اروستا، حسین، (۱۳۹۱)، ضرورت آینده پژوهی در سازمان های تحقیقاتی دفاعی، فصلنامه محقق، شماره ۵۷، تهران، انتشارات اداره تحقیقات و جهاد خودکفایی آجا.
- [۱۶] اسپهرنیا، زیتا (۱۳۹۰) بررسی نقش جهانی شدن در شکل گیری، خاص گرائی های فرهنگی، فصلنامه مطالعات جهانی شدن، مقاله ۶، دوره ۲، شماره ۵، زمستان، صص ۱۴۴-۱۲۱.
- [۱۷] سریع القلم، محمود (۱۳۸۴)، " ایران و جهانی شدن؛ چالشها و راه حلها"، تهران، مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک، بین المللی.
- [۱۸] سلیمی، حسین (۱۳۷۹) هویت یابی: جریان سرنوشت ساز در میان مسلمان بالکان، در قدسی محمد، تحولات منطقه بالکان، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین المللی.
- [۱۹] قربانی، قدرت الله (۱۳۸۳) هویت ملی از دیدگاه استاد مطهری، مجله مطالعات ملی، سال پنجم، شماره ۲.
- [۲۰] جلابی پور، حمیدرضا (۱۳۷۲) هویت ملی و اقوام ایرانی در عصر خیزش قومیت ها، مجله سیاست خارجی، بهار.
- [۲۱] گل محمدی، احمد (۱۳۸۹) جهانی شدن فرهنگ و هویت، تهران: نشر نی.
- [۲۲] گیدنز، آنتونی (۲۰۰۴) جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری.



- [۲۳] ناظمی، امیر و قدیری روح الله (۱۳۸۵) آینده نگاری از مفهوم تا اجرا، تهران، مرکز صنایع نوین.
- [۲۴] نهاوندیان، محمد (۱۳۸۵) ما و جهانی شدن، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات زندگی.
- [۲۵] نوروزی، علیرضا (۱۳۸۶) حقوق مالکیت فکری، حق مؤلف و مالکیت صنعتی. تهران: چاپار.
- [۲۶] نوری، سید هدایت اله. نیلی پور طباطبایی، شهره (۱۳۸۶) اولویت بندی توسعه صنایع تبدیلی و تکمیلی بخش کشاورزی با استفاده از روش دلفی شهرستان فلاورجان - استان اصفهان پژوهش های جغرافیایی، شماره ۶۱، پائیز، صص ۱۶۱-۷۷.

[28] Ardalan. Kavous.(2009),.Globalization and Culture:four paradigmatic views:International Journal of Emeralds :Vol.36.No.5.

[29] R .jalali and S.M.Lipset, (1998) "Racial and Ethnic Conflict :A Global Perspective", in New tribalism,ed. By Hughey,(New York University pressp.318.

[30] Hayward Susan(2000) Cinema Studies: The Key Concepts.Psychology Press.

[31] Elsaesser Thomas(2005) European Cinema FACE TO FACE WITH HOLLYWOOD, Amsterdam University Press - Film Culture in Transition.

[32] Esfandiyari.shahab(2012) Iranian Cinema and Globalization University of Chicago Press.



## The cinema media's role in globalization with the approach of maintaining national identity, based on futures studies

### Abstract

The purpose of this article is foreseen to achieve the indicators Probability development and the development of future states and identify indicators related to policy Optimal scheduling in global cinema preserving national identity. This is a descriptive study the purpose of cross functional depth research is oriented surface. Methodology " quality " and the " Delphi " is executed The statistical population of this research is cinema professionals Sampling methods , is purposive sampling. The research instrument was a researcher-made questionnaire and data were analyzed using SPSS software. Delphi findings from this study showed that the " first stage " of expert judges , needs to preserve the national identity of Iranian cinema in the era of globalization , such as the preservation of cultural heritage and the transmission of values, social solidarity , love and heart of the political system it is evident legitimacy and acceptance. Reviewers say Iranian cinema to achieve the desired future and the need to preserve national identity in the global arena is to promote technical and cinematographic equipment. Iranian cinema has spread world wide, to maintain and expand their sense of shared national consensus, the next priority arbitration. Globalization, not only the cultural identity of the lost, but perhaps the most important force in the creation and dissemination of national power and judges believe the Iranian cinema in the age of globalization can be effective with a detailed plan to preserve national identity.

### Keywords

cinema, globalization, national identity, future research studies.