

## طراحی مدل اکوسیستم ارتقاء کارآفرینی در سینمای ایران

محسن بیگ آقا

دانشجوی دکتری رشته مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

mohbeig@gmail.com (مسئول مکاتبات)

علیرضا شیروانی

عضو هیات علمی دانشگاه آزاد واحد دهاقان baleandisheh@hotmail.com

مجتبی خزائی

عضو هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی m\_khazaei@sbu.ac.ir

### چکیده

**مقدمه و هدف پژوهش:** تحقیق حاضر در پی طراحی اکوسیستم کارآفرینی و شناخت عناصر اکوسیستم و ویژگی‌های آن جهت ارتقاء سینمای ایران است. عناصر این اکوسیستم عبارتند از: دولت، رهبران عرصه فرهنگی، منابع سرمایه‌ای، انجمن‌های غیرانتفاعی، نهادهای آموزشی، کارآفرینان داخل کشور و پیوند آنها با کارآفرینان خارج از کشور. هر یک از این عناصر به نحوی مطرح شده‌اند که به ویژگی‌ها و ابعاد استفاده نشده نهفته در کارآفرینی جنبش و تحرک بخشند و موجب ارتقاء سطح کارآفرینی در سینمای ایران شوند. هدف کلی تحقیق عبارت است از ارائه رهنمود به مدیریت فرهنگی کشور در عرصه سینما جهت دستیابی به الگوی صحیحی جهت تولید آثار پرمخاطب فرهنگی در ایران از طریق بررسی مولفه‌های تحقیق.

**روش پژوهش:** روش تحقیق از نوع تحقیق‌های ترکیبی، در قالب شیوه‌های کیفی و کمی، با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای، پژوهش؛ مصاحبه و پرسشنامه به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز برای آزمون مدل تحقیق و پاسخ به سوالات پژوهش است.

**یافته‌ها:** تمامی سازه‌های مستقل تحقیق بر سازه وابسته کارآفرینی تاثیر مثبت می‌گذارند. بیشترین تاثیر بر روی سازه کارآفرینی از نظر وزن تک تک گویه‌ها، توسط سازه منابع سرمایه‌ای و کمترین تاثیر توسط سازه گروه‌های پیوند دهنده داخل و خارج کشور اعمال می‌شود.

**نتیجه‌گیری:** نتایج تحقیق نشان‌دهنده اشتیاق اهالی سینما برای ورود نیروهای جوان به بدنه سینما، تمایل بدنه سینما به بیرون آمدن از تصدی دولت، ترغیب جوانان و پرورش ایده‌های کارآفرینانه در حوزه سینما نیاز به ترسیم نقشه راه منسجم و طراحی چشم‌انداز بلندمدت سینما است.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، اکوسیستم، سینمای ایران، دولت، رهبران عرصه فرهنگی، منابع سرمایه‌ای، انجمن‌های غیرانتفاعی، نهادهای آموزشی

## مقدمه

شنیدن خبر بیش از پنج برابر شدن هزینه‌های تولید فیلم‌های ایرانی و درک این نکته که بهای بلیت سینماها ظرفیت چنین افزایشی را نخواهد داشت، فریاد بحران اقتصادی را سردادند و آینده سینمای ایران را تیره و تار دانستند. اگر وضعیت طبق نظر آنها پیش رفته بود، درحال حاضر چیزی از سینمای ایران باقی نمانده بود و سالن‌های سینما تبدیل به انبارهای متروکه شده بود. در حالی که به عقیده بسیاری از صاحب نظران، دوران شکوفایی دیگری در سینمای ایران آغاز شده است و تماشاگران بالقوه این سینما بار دیگر به سوی سالن‌های تاریک هجوم آورده‌اند (پورمحمد، ۱۳۷۴: ۵۲).

با این اوصاف، نمی‌توان نقش دولت را در صنعت سینما نادیده گرفت. می‌توان گفت دولت وقتی به امر تولی‌گری یعنی سیاست‌گذاری و حمایت و نظارت بیشتر توجه نشان داده، موفق‌تر عمل کرده، تا زمانی‌هایی که با تصدی‌گری، اختیارات امور را خود در دست گرفته و از تکثرگرایی متصور برای یک دولت موفق، به تمرکزگرایی روی آورده است. از سویی، می‌توان به واگذاری اختیارات از دولت به نهادهای عمومی، خصوصی و مدنی به عنوان گزینه‌ای برای هرچه کوچک‌تر کردن حجم دولت و بالاتر بردن کارکرد آن و در نتیجه چابک‌تر کردنش، فکر کرد. در فصل اول تحقیق به بیان مساله پرداخته خواهد شد و اهمیت موضوع و ضرورت تحقیق، اهداف و سوالات تحقیق و مفاهیم و اصلاحات مطرح می‌شوند. طراحی اکوسیستم نوآوری برآن است تا جنبه‌های مختلفی از نوآوری در سینمای ایران را نشان بدهد. در این جهت، به دنبال یک راهبرد خوب هستیم؛ راهبرد خوب، پاسخی ویژه و منسجم و رویکردی برای غلبه بر موانع پیشروی است. راهبرد خوب، قدرت را مهار کرده و آن را در جایی به کار می‌برد که بیشترین تأثیر را بر چالش‌ها خواهد گذاشت، چه این چالش‌ها پیاده کردن انسان بر روی کره ماه باشد، جنگیدن در نبرد باشد، ارائه‌ی

یکی از پایه‌های اساسی اشاعه و انتقال فرهنگی، صنعت فیلم و سینماست. فرهنگ گفتاری و نوشتاری، در دنیای امروز، می‌رود که جای خود را به زبان مجازی و تصویری و دیجیتالی بدهد. سینما علاوه بر کارکردی که در اقتصاد هر کشور دارد، در جامعه پذیرایی و فرهنگ‌پذیری مردم نیز نقش مهمی را ایفا می‌کند. به سخن دیگر، فیلم‌ها معرف زمانه خود و آینه اجتماع خویش‌اند. فیلم و سینما بخشی از نیاز مصرفی سبب فرهنگی جامعه ایران است، و کیست که نداند که قدرت انتقال فرهنگی از طریق فیلم‌های سینمایی معجزه‌آسا است. نمونه ساده آن تیزرهای آموزشی و تبلیغاتی انیمیشن است که قدرت انتقال فرهنگی موثرتری نسبت به رسانه‌های مکتوب یا شفاهی دارند. از طرفی ویژگی مهم سینما، به‌عنوان صنعت، تولید و فروش است. هیچ هنری به اندازه سینما، وابسته به فروش محصولات خود نیست

مجموعه این عوامل که گویای اهمیت و اثربخشی سینما به لحاظ فرهنگی/هنری از یک سو و اقتصادی/صنعتی از سوی دیگر است، برخی دولت‌ها را برآن می‌دارد که فیلم‌های تولیدی به نحوی با اهداف و امیال آنها سازگار شود. این رویکرد ممکن است در وهله نخست خیرخواهانه و حمایت‌گرا به نظر برسد، اما واقعیت این است که هر میزان مداخله دولت در عرصه صنعت فیلم و سینما بیشتر شود، با کاهش خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری، مخاطب‌جویی و تلاش برای برقراری ارتباط با عموم تماشاگران روبه‌رو می‌شود. به‌عنوان نمونه، زمانی که حدود بیست سال پیش زمره‌های قطع یارانه و کمک‌های دولتی به گوش صاحبان فیلم‌هایی با هزینه‌های تولید زیر هزارمیلیون ریال رسید، گروهی اعتقاد داشتند در عرصه نبرد اقتصادی شکست خورده‌اند. آنها که در بیان ورشکستگی خود، تا اندازه‌ای اغراق هم می‌کردند، با

هدایت کنند. مشارکت دادن بخش خصوصی، تعریف هنجارهای فرهنگی، رفع موانع قانونی، ترغیب و تشویق موفقیت‌ها، تصویب قوانین سازنده، رعایت منطقی در تاکید بر خوشه‌ها و پرورنده‌ها، مشروط کردن برنامه‌های تامین مالی به موفقیت در بازار و مهم‌تر از همه توجه به اکوسیستم نوآوری به عنوان یک کل، به دولت‌ها امکان می‌دهد از طریق کسب‌وکارهای خودکفا رشد اقتصادی ایجاد کنند. فرهنگ کارآفرینی می‌تواند سرنوشت سینمای کشور را عوض کند و ضمن پرورش ایده‌های جدید، موفقیت اقتصادی بزرگی برای کشور خلق کند. اقتصاد سینما می‌تواند مستقل و خودکفا به‌راهش ادامه دهد، به شرطی که بومی بودن را درکنار انعکاس جغرافیای متنوع کشور بازتاب دهد (صدر، ۱۳۸۱، ۲۴۵). به لحاظ اقتصادی نیز سینما با توجه به گردش سرمایه بالا، می‌تواند تاثیرگذار باشد. درحال حاضر فقط دوازده کشور بیش از صد فیلم در سال تولید می‌کنند (آلبورنوز<sup>۳</sup>، ۲۰۱۵: ۸). ایران نیز با تولید بیش از صد فیلم در سال، بین این کشورها قرار می‌گیرد. اگر هزینه متوسط تولید را درحال حاضر نیم میلیارد تومان درنظر بگیریم، متوجه سرمایه عظیمی که در این صنعت نهفته است، خواهیم شد.

گرچه مباحث تئوریک جایگاه خاصی در بیان مشکلات و نشان دادن راه حل‌ها دارند، اما تا وقتی این مباحث کاربردی نشوند و مدیران و دست‌اندرکاران سینمایی کشور به کاربردی بودن آنها ایمان نیاورند، در قفسه‌های کتابخانه‌ها باقی خواهند ماند. تحقیق حاضر در تلاش بوده است از طریق تجربه عملی نگارنده در سینمای ایران و رجوع به خبرگان فن و جامعیت اکوسیستم طراحی شده، به دلیل وجه کاربردی مشخصش مورد توجه قرار گیرد و بتواند با جلب توجه مسئولان معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد

محصول جدید باشد، پاسخ به پویایی‌های متغیر بازار باشد، راه‌اندازی مدرسه باشد، یا اجرای برنامه‌های دولت باشد (وطن‌دوست، ۱۳۹۳: ۴)

با افقی گسترده‌تر، مدل سینمای ایران می‌تواند به بحران عظیم‌تری در عرصه سینمای جهان نظر داشته باشد. به تعبیری شاید بتوان امروزه بحران کارآفرینی را بین‌المللی دانست. سینمای فرانسه هرچه در جشنواره‌هایی مثل کن و برلین موفق است، در جذب تماشاگران داخلی با بحران مواجه است (پردال<sup>۱</sup>، ۲۰۰۶، ۱۲). در سینمای اتریش هر ده فیلم پرفروش سال ۲۰۱۳ متعلق به سینمای امریکا بوده‌اند و سهم فیلم‌های اتریشی از گیشه به‌شدت کاهش داشته است. در سینمای آلمان دولت بیش از چهل درصد از بودجه فیلم‌ها را پوشش می‌دهد، با این حال فیلم‌هایی که کاملا با سرمایه مستقل ساخته می‌شوند، فقط پنج درصد هستند (تیز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳، ۹). پس مدل سینمای ایران در صورت تطابق با نیازهای فرهنگی هر جامعه، می‌تواند کاربردی فراتر از سینمای ایران داشته باشد. سازه‌های دربرگیرنده مدل، عملا از زمان شکل‌گیری فیلمنامه و رجوع به منابع کلاسیک و نویسندگان معاصر آغاز شده، مرحله تامین مالی و پیش تولید را بررسی می‌کند و دستورالعمل‌های دولت هنگام ساخت فیلم را دربر می‌گیرد. همچنین سیاست‌های سینمایی و چشم‌انداز آینده سینمای کشور، تعامل سینماگران داخل با سینماگران خارج از کشور، نقش انجمن‌های صنفی سازنده فیلم‌ها در این تحقیق مورد بررسی قرار می‌گیرند تا نگاهی جامع به اکوسیستم نوآوری در سینمای ایران در هر بخش و هر جزئی صورت گیرد. باید درنظر داشت که کارآفرینی در خود عنصر نوآوری را به‌طور بالقوه دارد، اکوسیستم نوآوری می‌تواند این ویژگی کارآفرینی را فعال کند تا این امر به به ارتقاء آن بینجامد. عناصر تشکیل‌دهنده در اکوسیستم حوزه سینما، می‌توانند کارآفرینی را در مسیر درست خود

اسلامی و رهبران عرصه فرهنگی راه‌گشای برخی مشکلات سینمای ایران باشد.

تحقیق حاضر با جست‌وجوی اکتشافی و رجوع به نخبگان سینمای ایران، در پی طراحی اکوسیستم نوآوری و شناخت عناصر اکوسیستم و ویژگی‌های آن است. تا به ارتقاء کارآفرینی کمک کند. هر یک از این عناصر زیرمolfه‌های خود را دارند و به‌نحوی مطرح شده‌اند که به ویژگی‌ها و ابعاد استفاده نشده نهفته در کارآفرینی جنبش و حرکت ببخشند و کارآفرینی را به سطحی بالاتر برسانند. با افزایش سطح کارآفرینی، کیفیت سینمای ایران نیز ارتقاء می‌یابد. با بررسی‌های انجام شده ملاحظه شد با وجود انجام تحقیقاتی در زمینه اکوسیستم، تاکنون با توجه به اهمیت عرصه فرهنگ، تحقیقی در زمینه اکوسیستم سینما صورت نگرفته و این مقاله خلاء موجود در این عرصه را از طریق راهکارهای علمی تا حد توان می‌پوشاند.

به‌طور کلی می‌توان فایده‌های نظری و عملی این پژوهش در دو مورد کلی قابل بیان است. از بعد نظری انجام این پژوهش می‌تواند به تولید ادبیات در این حوزه بینجامد و راه را برای تحقیقات مشابه باز کند. از بعد عملی این پژوهش می‌تواند الگو و راه‌کارهایی در اختیار دست‌اندرکاران سینمای ایران و به‌طور مشخص مسئولان سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار دهد تا نسبت به سامان‌دهی سیاست‌گذاری سینمایی همت گمارند.

سوال اصلی این تحقیق این است که مدل مطلوب جهت طراحی اکوسیستم نوآوری در حوزه سینما جهت ارتقاء کارآفرینی در سینمای ایران کدام است و عوامل و مولفه‌های موثر بر اکوسیستم نوآوری در حوزه سینما کدامند؟ سوالات فرعی این تحقیق که در راستای سوال اصلی برای طراحی مدل مطرح است عبارتند از اینکه آیا بعد دولت در عنصر نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟، آیا بعد رهبران عرصه

فرهنگی در عنصر نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟، آیا بعد انجمن‌های غیردولتی در عنصر نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟، آیا بعد نهادهای آموزشی در عنصر نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟ آیا بعد منابع سرمایه‌ای در عنصر نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟، آیا بعد گروه‌های پیونددهنده سینماگران داخل و خارج در سازه نوآوری جهت ارتقاء کارآفرینی نقش دارد؟

#### اهداف تحقیق

هدف کلی این تحقیق عبارت است از طراحی اکوسیستم نوآوری در حوزه سینمای ایران و کمک به مدیریت فرهنگی کشور در عرصه سینما جهت دستیابی به الگوی صحیحی جهت تولید آثار پرمخاطب فرهنگی در ایران، و بررسی تاثیر دستورالعمل‌های دولت بر کارآفرینی، قرار دادن منابع سرمایه‌ای در اختیار تهیه‌کنندگان جهت تولید فیلم‌ها، کارکرد انجمن‌های سینمایی غیردولتی، و نیز سایر نهادهای سینمایی کارآفرین در حوزه سینما. این تحقیق می‌تواند مورد استفاده نهادهای فرهنگی کشور نظیر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی - معاونت سینمایی، خانه سینما، سازمان تبلیغات اسلامی، شورای تهیه‌کنندگان و شرکت‌های تولید و پخش فیلم قرار گیرد.

#### ادبیات تحقیق

##### مروری بر تحقیقات پیشین

در زمینه تحقیق‌های داخلی، بررسی نقش سینما در معرفی پدیده‌های نوآورانه به جامعه ایرانی بعد از خرداد ۱۳۷۶ (گودرزی، ۱۳۸۱) در رشته روانشناسی گرایش علوم اجتماعی مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی، به مضامین و موضوع‌های انتقال داده شده به مخاطبان و ارزیابی تغییرات ایجاد شده در نگرش آنها پرداخته است. در این تحقیق، از طریق روش نمونه

مطالعه تاثیر سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر کارآفرینی زنان پرداخته است. یافته های پژوهش حاکی از رابطه مثبت و معناداری میان سرمایه اجتماعی و هر سه بعد آن (ساختاری، رابطه ای و شناختی) با کارآفرینی زنان بر قرار بوده و میان ابعاد سرمایه اجتماعی، بعد ساختاری دارای بالاترین تاثیر بر کار آفرینی زنان بوده است و پس از آن بعد شناختی قرار دارد. بعد رابطه ای، کمترین تاثیر بر کارآفرینی زنان داشته است.

در زمینه تحقیقات خارجی، محقق در پایان نامه دکتری تحت عنوان کسب و کار و کارآفرینی در متن نظریه های اخلاقی مدرن (یورنیا، ۲۰۰۷) در رشته فلسفه در دانشگاه دولتی تولا در روسیه، تحقیق خود را در زمینه کسب و کار و کارآفرینی در متن نظریه های اخلاقی مدرن روسیه و غرب و هدف خود را پارادایم اقتصادی روسیه و غرب ارائه کرده است. هدف اصلی محقق توجیه ارتباط مستقیم بین کدهای اخلاقی موجود در اقتصاد غرب در مقابل سنت های ملی و فلسفی تاثیرگذار بر اقتصاد روسیه بوده است.

در پایان نامه ای تحت عنوان تجزیه و تحلیل تحركات توسعه فرهنگی در فدراسیون روسیه (چرپنیکوف، ۲۰۱۱) در مقطع دکتری دانشگاه سینما و تلویزیون سن پترزبورگ، مدلی اقتصادی جهت توسعه فرهنگی به عنوان یک صنعت، طراحی شده و همچنین به اقتصاد و عوامل فرهنگ معاصر روسیه پرداخته شده است.

پایان نامه دکتری تحت عنوان تاثیر کسب و کار بر فرهنگ جامعه در حال گذار و مدیریت فرهنگی (مانووا، ۲۰۱۳) از دانشگاه دولتی مدیریت جهت دریافت درجه دکتری، در سال ۲۰۱۳ در رشته مدیریت اجتماعی ارائه شده است. این تحقیق با اشاره به لزوم کارآفرینی در عرصه فرهنگ، به تغییر شکل اقتصاد روسیه بعد از فروپاشی می پردازد و تاثیر آن را بر اصول کنترل اجتماعی بررسی می کند که در نهایت

گیری سهمیه ای ۳۹۶ نفر انتخاب شده و مورد پرسش قرار گرفته اند. روش تحقیق کتابخانه ای و پیمایشی بوده، از طریق میزان علاقه مندی، مواقع استفاده از سینما و تمایل به هزینه کردن برای سینما مشخص شد سینما به عنوان یکی از موثرترین وسایل ارتباطی باعث ایجاد تغییرات در روابط اجتماعی، نگرشی، رفتاری و آداب و رسوم افراد جامعه شده است.

پایان نامه الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کارآفرین (حسین مرادی، ۱۳۸۴) به در رشته مدیریت آموزشی مقطع دکتری دانشگاه آزاد اسلامی به ارائه الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کارآفرین پرداخته. بر این اساس در این طرح الگوی دانشگاه کارآفرین با تأکید بر سه مؤلفه اصلی برون سیستمی شامل زیرساخت ها، مبانی نظری و اهداف و شش مؤلفه اصلی درون سیستمی شامل زمینه، درون داد، فرآیند، برون داد، ارزیابی و توسعه و پیامد و چهل و شش مؤلفه فرعی مربوط به آن و همچنین الزامات اجرایی و مراحل اجرا و پیاده سازی الگو عرضه شده است. یافته های پژوهش نشان داده که الگوی نهایی مورد تأیید قرار گرفته است.

بررسی عوامل موثر بر گرایش جوانان دانشجوی به سینما (نعیمی، ۱۳۸۶) در رشته علوم ارتباطات مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه گیلان، به بررسی عامل گرایش، چگونگی ایجاد آن و شناخت و دستیابی به عوامل موثر در گرایش دانشجویان شهرستان رشت از طریق نمونه تصادفی ساده و انتخاب ۳۷۷ دانشجوی پرداخته. ابزار پژوهش پرسشنامه بوده، براساس یافته ها، بین آرامش روانی، نوع فیلم، کیفیت سالن و پخش فیلم، تبلیغات، عوامل فردی و رفتن به سینما رابطه معناداری وجود نداشته است.

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و تاثیر آن بر کارآفرینی زنان (سرابی، ۱۳۹۲) در رشته مدیریت اجرایی در مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور تهران، با مطالعه موردی انجمن زنان مدیر کارآفرین به

آیا ارزش‌های غیرمادی مثل مربی‌گری و مشاوره ایجاد می‌کنند؟

- آیا انجمن‌های غیرانتفاعی و صنعتی وجود دارند که به شبکه سرمایه‌گذاران و کارآفرینان کمک می‌کنند از یکدیگر درس بگیرند؛ کارآفرینی را ترغیب کنند و خود را با آن همراه کنند؟

- آیا نهادهای آموزشی وجود دارند که اعضای هیات علمی‌شان سواد مالی و کارآفرینی را به دانش‌آموزان و دانشجویان آموزش دهند؟

- آیا مکان‌های جغرافیایی وجود دارند که محل تجمع افراد با قابلیت و کسب و کارهای پر رشد باشند؟  
- آیا گروه‌های رسمی یا غیررسمی وجود دارند که کارآفرینان داخل کشور را به افراد موفق مقیم خارج پیوند بزنند و کسب و کارهای جدید و دفاتر محلی کارآفرینان را به یکدیگر پیوند بزنند؟  
در مدل پروفیسور دانیل آیزنبرگ، کارآفرینی به عنوان محور به شکل زیر قرار می‌گیرد.

#### روش تحقیق

روش تحقیق از نوع تحقیق‌های ترکیبی است که در قالب شیوه‌های کیفی و کمی به اجرا درآمد. محقق با استفاده از روش‌های کتابخانه‌ای نظیر مطالعه کتاب‌ها، مقاله‌ها، طرح‌های پژوهشی و محتوای الکترونیکی موجود، به منظور تدوین مبانی نظری و ادبیات تحقیق و همچنین استفاده از آن در چارچوب نظری، مدل اولیه و پرسشنامه پژوهش؛ مصاحبه و پرسشنامه به منظور گردآوری داده‌های موردنیاز برای تنظیم پرسشنامه و نیز استفاده از داده‌ها جهت آزمون مدل تحقیق و پاسخ به سوالات پژوهش پرداخت. پرسشنامه که پس از انجام مطالعات اولیه و بررسی پیشینه تحقیق طراحی شده، محقق ساخته، بی‌نام و دارای ۳۰ گویه بوده است.

به شکل گیری مدیریت فرهنگی می‌پردازد. همچنین رابطه مستقیم بین سیستم ارزش‌های کارآفرینی تاثیرگذار و شکل گیری رفتارها و گرایش‌های جدید در الگوهای فعلی جامعه روسیه توسط محقق تایید شده است.

#### معرفی مدل

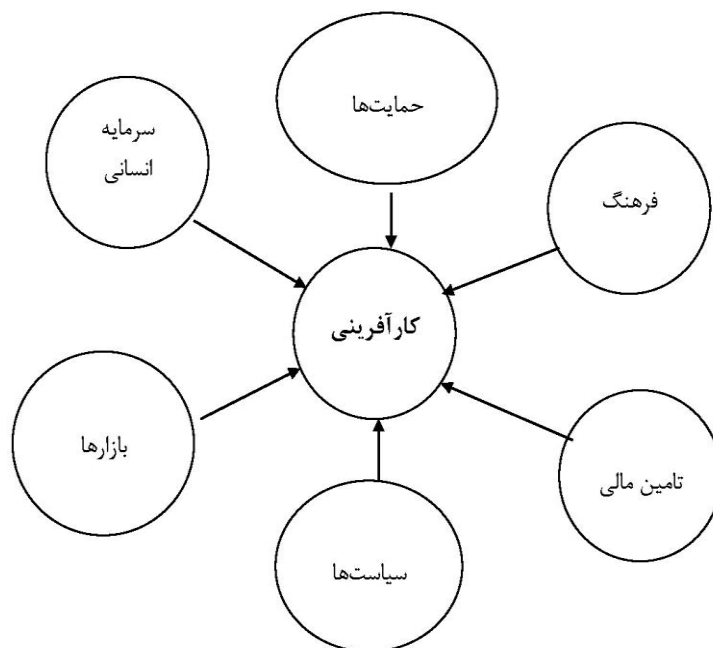
پروفیسور دانیل آیزنبرگ از دانشگاه بایسون در مقاله خود تحت عنوان «راه‌اندازی انقلاب کارآفرینی» (How to start an Entrepreneurial Revolution) در مجله هاوارد بیزنس ریویو<sup>۷</sup> مورد مدل ارائه شده خود، به رابطه بین کارآفرینی، اشتغال‌زایی و رشد ناخالص داخلی اشاره دارد. در این مدل اکوسیستمی طراحی شده است که چند عنصر منفرد را که به طرز پیچیده‌ای باهم ترکیب شده و درهم تنیده شده‌اند، در کنار یکدیگر به نمایش می‌گذارد. از این طریق یک اکوسیستم فرهنگی را معرفی می‌شود که عناصر آن عبارتند از: دولت، فرهیختگان یا رهبران عرصه فرهنگی، بازار و سرمایه، انجمن‌های غیرانتفاعی، نهادهای آموزشی، کارآفرینان داخل کشور و پیوند آنها با کارآفرینان خارج از کشور (آیزنبرگ، ۱۳۸۹؛ ۲۲).

او این سوالات را مطرح می‌کند که:

- آیا رهبران عرصه فرهنگی مثل مبلغان قدرتمند کارآفرینی رفتار می‌کنند و درها را به روی کارآفرینان و ترغیب کنندگان کارآفرینی باز می‌کنند؟

- آیا دولت‌ها دستورالعمل‌های موثری تدوین می‌کنند که مستقیم با کارآفرینی ارتباط دارند؟ موانع ساختاری کارآفرینی مثل قوانین ورشکستگی و اجرای ضعیف قرارداد را رفع می‌کنند؟ آیا جوانها و دیگران را به کارآفرینی ترغیب می‌کنند؟ به مردم عادی نشان می‌دهند که آنها نیز میتوانند کارآفرین شوند؟

- آیا منابع سرمایه‌ای وجود دارند که قبل از شروع فرآیند فروش، سرمایه در اختیار شرکتها قرار دهند؟



مدل مفهومی اکوسیستم کارآفرینی دانیل آیزنبرگ

در مورد میزان تاثیر گویه‌های مختلف سازه‌های تحقیق ابراز نموده‌اند. در مجموع ۱۴۰ پرسشنامه توزیع شد و ۱۰۳ پرسشنامه به محقق برگشت داده شد و ملاک تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفت.

#### اعتبار<sup>۹</sup> و پایایی ابزارگردآوری داده‌ها

اهمیت اعتبار از آن جهت است که اندازه گیری‌های نامناسب و ناکافی می‌تواند هر پژوهش علمی را بی‌ارزش و ناروا سازد، اعتبار در اصل به صحت و درستی اندازه‌گیری محقق برمی‌گردد. (خاکی، ۱۳۷۸؛ ۲۸۸). پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ در یک مطالعه محدود به ۳۵ نفر، با توجه به طیف لیکرتی به‌کاررفته در پرسشنامه، به میزان ۰/۸۴ محاسبه شده، جهت توزیع نهایی آماده شد پایایی به این موضوع می‌پردازد که آیا ابزار اندازه‌گیری به نحوی انتخاب شده است که اگر محقق دیگری با همان سؤالات در محیط مشابه آن تحقیق را انجام دهد به نتایج مشابهی برسد و یا این که اگر طراح ابزار خودش

اعتبار یا روایی محتوایی ابزار تحقیق از طریق مراجعه به نظرات متخصصان و صاحب‌نظران امر به روش دلفی بررسی گردید و مورد تأیید واقع شد. به این ترتیب که پرسشنامه اولیه بین ۲۵ نفر از خبرگان حوزه سینما توزیع شده و هدف آن استخراج پرسشنامه نهایی و قابل اجرا بین ۱۴۰ نفر از اعضای خانه سینما بوده است. در این مرحله، خبرگان فن سینما به بررسی گویه‌های هر سازه پرداختند و بنا به اولویت، سبب حذف گویه‌های کم‌اهمیت‌تر در هر سازه شدند.

منظور از جامعه آماری همان جامعه اصلی است که از آن نمونه‌ای نمایان به‌دست آورده باشد (ساروخانی؛ ۱۳۸۵؛ ۱۵۷). جامعه آماری این پژوهش شامل ۵۳۰۰ عضو خانه سینما است که کلیه صنف‌ها و انجمن‌های سینمایی کشور را شامل می‌شوند، که از آن بین ۱۰۳ نفر از طریق روش "نمونه در دسترس"<sup>۸</sup> انتخاب شدند. دلیل به‌کارگیری نمونه در دسترس، اهمیت یکسان نمونه‌های انتخاب شده از بین صنف‌های مختلف سینمایی بوده است که نظر خود را

ساختارها را تحلیل نمود، کاربر آماری باید ابتدا معادلات اندازه‌گیری و ساختاری را نوشته، سپس با استفاده از روش‌های برنامه‌نویسی ساختار را به نرم افزار معرفی نماید. یک ساختار به مجموعه‌ای از روابط علی-معلولی اطلاق می‌شود که چگونگی تأثیر گذاری متغیرهای موجود در یک پژوهش را برهمدیگر نمایش می‌دهد. تحلیل ساختاری تأییدی یک تکنیک آماری است که به کمک آن می‌توان درستی روابط علی بین متغیرهای موجود در یک ساختار را نظری (یا چارچوب نظری) و داده‌های جمع‌آوری شده. در این پژوهش در بخش مرتبط با پرسشنامه‌ها از روش تحلیل عاملی تأییدی و آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. پس از توزیع پرسشنامه و گردآوری داده‌ها، سوالات پژوهش از طریق تحلیل عاملی تأییدی به آزمون گذاشته شده‌اند.

### مراحل انجام محاسبات تحلیل آماری

مراحل مختلف معادلات ساختاری به این ترتیب

انجام شدند:

**مرحله اول:** ابتدا داده‌ها در نرم‌افزار آر<sup>۱۲</sup> تعریف شد. سپس با استفاده از دستور میکسد کور<sup>۱۳</sup> موجود در بسته نرم‌افزاری، ماتریس کوواریانس گویه‌ها محاسبه گردید<sup>۱۴</sup>.

**مرحله دوم:** با استفاده از برنامه سیمپلیس<sup>۱۵</sup> و به کمک نرم‌افزار لیزرل نتایج اولیه بدست آمد.

**مرحله سوم:** با استفاده از نتایج اولیه مناسب بودن مدل قابل حصول نبود. بنابراین تغییراتی برای اطلاق مدل اعمال گردید.

**مرحله چهارم:** برنامه نهایی اجرا و نتایج نهایی حاصل گردید. اما با استفاده از نتایج اولیه مناسب بودن مدل قابل حصول نبود.

در زمان دیگری آن ابزار را به کار بندد به نتایج یکسانی دست یابد. رویی ابزار پژوهش با توجه به استفاده از پرسشنامه و با توجه به بکارگیری آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی صورت گرفته است. آزمون تحلیل عاملی، روشی ریاضی برای تقلیل داده‌ها<sup>۱۶</sup> و کاهش مجموعه بزرگی از متغیرها به چند عامل اساسی است. در این مسیر، عامل‌های زیربنایی متغیرها را می‌توان برای تبیین پدیده‌های پیچیده به کار برد و همبستگی‌های مشاهده شده بین متغیرها حاصل اشتراک آن‌ها در این عوامل است. هدف تحلیل عاملی تشخیص عامل‌های مشاهده ناپذیر بر پایه مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده‌پذیر است. به‌منظور شناسایی و کشف ابعاد یا سازه‌های اصلی داده‌های تحقیق از تحلیل عاملی اکتشافی و برای تعیین ساختار عاملی زیربنایی یا تأیید فرضیه‌ها از تحلیل عاملی تأییدی بهره گرفته شده است.

به‌طور کلی برپا کردن تفسیر، مستلزم فرایند بنیادین و شناخت‌گرایانه آزمون فرضیه است. در هر نقطه‌ای که با داده‌های سرکش و خارج از نرم روبه‌رو شویم. باید از دانش تجربی استفاده کنیم (بورردول، ۱۳۹۱؛ ۴۷). در این تحقیق، از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی جهت تأیید مدل تحقیق استفاده شده است.

از تحلیل ساختاری تأییدی عاملی<sup>۱۱</sup> و تحلیل سلسله مراتبی نیز برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و تعیین عوامل تأثیرگذار سازه‌های شش گانه تحقیق شامل دولت، رهبران عرصه فرهنگی، نهادهای آموزشی، منابع سرمایه‌ای، انجمن‌های غیردولتی و گروه‌های پیونددهنده سینماگران خارج و داخل بر سازه نوآوری استفاده شده است. گاه پژوهش‌گر مایل است پیش از تعریف یک متغیر پنهان (بر اساس متغیرهای قابل مشاهده) ابتدا چند متغیر پنهان جزئی‌تر تعریف و سپس متغیر پنهان اصلی را تعریف نماید. از آنجا که با استفاده از روش‌های گرافیکی نمی‌توان این‌گونه



مرحله پنجم: پیشنهادهایی برای اصلاح مدل اعمال موردنظر حاصل گردید. گردید و برنامه نهایی مجدداً اجرا و نتایج کامل چارچوب نظری تحقیق

چارچوب نظری تحقیق: با استفاده از مرور ادبیات تحقیق، چارچوب نظری زیرحاصل شد:

جدول نحوه نام‌گذاری گویه‌ها و سازه‌های ساختار شکل

سازه وابسته	سازه‌های مستقل	متغیرهای تشکیل دهنده سازه‌های مستقل
(A) دولت	A1 - کاهش موانع ساختاری برای کارآفرینی در حوزه سینما و تدوین خط‌مشی‌ها و برنامه‌های سازگار با کارآفرینی.	
	A2 - همکاری در ساخت سینماها و مجتمع‌های مدرن سینمایی از طریق کارآفرینان و ساخت امکانات مناسب نمایش با دستگاه‌های پیشرفته.	
	A3 - جلوگیری از دخالت سایر نهادها در حوزه سینما و خودرأیی‌های فراقانونی و تنظیم چارچوب و ضوابط ممیزی جهت از بین بردن اعمال نظرهای شخصی و سلیقه‌ای.	
	A4 - وضع قوانین و مقررات منعطف و جلوگیری از بروکراسی بازدارنده در حوزه سینما.	
	A5 - کاهش تصدی‌گری دولت در حوزه سینما.	
(M) ساز کارآفرینی	B1 - تشویق سرمایه‌گذاری برای فعالیت در حوزه سینما و ایجاد فرهنگ فعالیت در این حوزه.	
	B2 - ترغیب جوانان و پرورش ایده‌های کارآفرینانه در حوزه سینما.	
	B3 - مهارت حل مسئله در زمینه مشکلات اساسی در حوزه سینما از طریق تعامل سازنده	
	B4 - درجه تطابق‌پذیری رهبران درخصوص تغییرات داخلی و جهانی در حوزه سینما.	
	B5 - توانایی ترسیم نقشه راه منسجم و طراحی چشم‌انداز بلندمدت سینما.	
(B) رهبران عرصه فرهنگی	C1 - حفظ استقلال انجمن‌های صنفی در حوزه تصمیم‌گیری.	
	C2 - استفاده از منابع کلاسیک ملی و نویسندگان معاصر داخلی و خارجی برای جذب مخاطب.	
	C3 - درخواست همکاری بانک‌ها و موسسات وام‌دهنده برای حمایت از فعالیت کارآفرینان در عرصه سینما.	
	C4 - درگیر نمودن بخش خصوصی و نمایندگان اصناف این بخش در حوزه فعالیت‌های سینمایی.	
	C5 - ورود اتحادیه تهیه‌کنندگان و انجمن‌های صنفی به عرصه نمایش فیلم‌ها و کمک به نمایش فیلم‌های خاص، هنری، فیلم‌های جوانان و حمایت از بخش و تبلیغات فیلم‌ها.	
(C) انجمن‌های غیر دولتی	D1 - گسترش فن‌آوری‌های نوین در حوزه سینما و توسعه صنعت سینما مبتنی بر دانش روز و تجارب فنی قوی در حوزه سینما.	
	D2 - گسترش آثار و کتاب‌های آموزشی در حوزه سینما.	
	D3 - ارتقاء کیفی و کمی استادان حوزه سینما.	
	D4 - استفاده از سرمایه‌های انسانی در تنظیم سیستم دانش‌بنیاد در سینما.	
	D5 - گذراندن دوره‌های آموزشی در حوزه سینما در خارج از کشور به صورت دوره آکادمیک، فرصت مطالعاتی، کارآموزی یا آموزش حین کار در محیط خارج از سینما در داخل کشور.	
(D) نهادهای آموزشی		

E1 - یافتن حامیان مالی موثر در حوزه سینما.	$\begin{matrix} \text{C}_1 \\ \text{C}_2 \\ \text{C}_3 \\ \text{C}_4 \end{matrix}$
E2 - افزایش بودجه مرکز سینمای مستند و تجربی برای سرمایه‌گذاری و تولید فیلم‌های اول.	
E3 - یافتن منابع مالی از طریق اختصاص سالیانه مبلغ یا درصدی توسط انجمن‌ها و عوامل تولید نظیر کارگردان‌ها، بازیگران، و... برای صندوق حمایت از نوآوری در حوزه سینما.	
E4 - تفویض اختیارات دولت به NGOها و تشکل‌های انجمنی.	
E5 - بازتخصیص منابع در حوزه‌های دولتی به حوزه سینما.	
F1 - ورود به بازارهای جهانی از طریق دعوت شرکت‌های پخش‌کننده و شرکت در بازار فیلم جشنواره‌های معتبر بین‌المللی.	$\begin{matrix} \text{C}_1 \\ \text{C}_2 \\ \text{C}_3 \\ \text{C}_4 \end{matrix}$
F2 - عضویت در انجمن‌های بین‌المللی نظیر فیپرشی و استفاده از حمایت‌ها و خدمات آن‌ها در حوزه سینما.	
F3 - وجود تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی در حوزه سینما ما بین تشکل‌های صنفی و خصوصی سینمایی.	
F4 - کمک به وجه بین‌المللی سینما و حضور فیلم‌ها در جشنواره و نمایش عمومی در سینما.	
F5 - وجود معاهده‌ها و پروتکل‌های تنظیمی بین‌دولتی در حوزه سینما.	

۳. کمترین تاثیر بر روی سازه کارآفرینی از نظر وزن تک تک گویه‌ها توسط سازه گروه‌های پیوند دهنده داخل و خارج (F) اعمال می‌شود.

۴. در میان گویه‌های قابل مشاهده دو گویه «افزایش بودجه مرکز سینمای و مستند و نیمه‌تجربی برای ساخت فیلم‌های اول» (E2) و «عضویت در انجمن‌های بین‌المللی نظیر فیپرشی و استفاده از حمایت‌ها و خدمات آنها در حوزه سینما» (F2) بیشترین اثر را بر روی سازه کارآفرینی می‌گذارند.

#### نتیجه‌گیری

چنان‌که در مدل زیر ملاحظه می‌شود، تمامی سازه‌های مستقل بالا بر سازه وابسته کارآفرینی تاثیر مثبت می‌گذارند. بین شش سازه اکوسیستم ارتقاء کارآفرینی پس از تایید مدل، در میان گویه‌های برتر از بین همه گویه‌ها، " عضویت در انجمن‌های بین‌المللی نظیر فیپرشی و استفاده از حمایت‌ها و خدمات آنها " که از گزینه‌های مرتبط با " عوامل پیونددهنده گروه‌های داخل با خارج " است، برترین گویه محسوب می‌شود که از جهتی قابل انتظار به نظر می‌رسد. در حال حاضر

پارامترهای مدل به روش ماکسیمم درست‌نمایی برآورد گردید. با توجه به اینکه P-مقدار آماره خی-دو از ۰/۰۵ بزرگ‌تر و مقدار آماره RMSEA از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، می‌توان مناسب بودن مدل برازش شده به داده‌ها را تایید نمود (پاینده، امیدی، ص ۳۶).

$RMSEA = \sqrt{\text{Max}([(x^2/df) - 1]/(N - 1)), 0}$   
 در فرمول بالا  $\chi^2$  کا اسکوتر، df درجه آزادی و N تعداد نمونه است. RMSEA به طور معمول با افزایش تعداد نمونه‌ها کاهش پیدا می‌کند. معادله ساختاری زیر چگونگی تاثیرگذاری سازه‌های شش‌گانه بالا را بر سازه وابسته «کارآفرینی» نشان می‌دهد.

$$M = 0.95 * A + 0.90 * B + 0.92 * C + 0.89 * D + 1.33 * E + 0.87 * F + \epsilon$$

با توجه به معادله ساختاری می‌توان نتیجه گرفت:

۱. تمامی سازه‌های مستقل بالا بر سازه وابسته کارآفرینی (M) تاثیر مثبت می‌گذارند.

۲. بیشترین تاثیر بر روی سازه کارآفرینی از نظر وزن تک تک گویه‌ها، توسط سازه منابع سرمایه‌ای (E) اعمال می‌شود.

اول» که از گزینه‌های مرتبط با «منابع سرمایه‌ای» است، دیده می‌شود که نشان‌دهنده اشتیاق اهالی سینما برای ساخت خلاقانه فیلم‌ها و ایجاد نوآوری و کارآفرینی از طریق ورود نیروهای جوان به بدنه سینما است.

این گزینه‌ها بیش از هر چیز تمایل بدنه سینما به بیرون آمدن از تصدی دولت را نشان می‌دهند. دولتی‌شدن صنعت سینمای ایران پس وقوع از انقلاب اسلامی، پدیده‌ای بی‌همتا در تاریخ سینمای ماست. تجربه دهه اول پس از انقلاب (دوره حاکمیت ارزش‌ها) که دولت را در موضعی حمایتی-هدایتی-نظارتی قرار داد، گرچه به بروز اندیشه‌ها و سبک هنری نوینی در سینمای جهان انجامید، اما تجربه خوبی از نظر اقتصادی نبود. ضمن آن‌که قوانین و مقررات مدون و روشن وجود نداشت و مدیران سلیقه‌ای برخورد می‌کردند. دوران بازسازی، توسعه و سازندگی، و کاهش وابستگی سینما به دولت، شروع شکوفایی

فیبرشی تنها نهاد بین‌المللی سینمایی است که با وجود مشکلاتی که در پرداخت حق عضویت سالانه دارد، سبب ارتباط مستقیم منتقدان ایرانی با جامعه جهانی سینماگران شده است. این ارتباط سبب روزآمد شدن منتقدان در این عرصه شده است.

با توجه به معادله ساختاری تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که تمامی شش سازه مستقل تحقیق بر سازه وابسته کارآفرینی تاثیر مثبت می‌گذارند. بیشترین تاثیر بر روی سازه کارآفرینی از نظر وزن تک‌تک گویه‌ها، توسط سازه منابع سرمایه‌ای اعمال می‌شود. کمترین تاثیر بر روی سازه کارآفرینی از نظر وزن تک‌تک گویه‌ها توسط سازه گروه‌های پیوند دهنده داخل و خارج اعمال می‌شود. شکل زیر مدل تایید شده اکوسیستم حوزه سینما با نمایش گویه‌های برتر در هر عنصر را به تفکیک نشان می‌دهد.

در میان گویه‌های برتر، گویه دیگر، «افزایش بودجه مرکز سینمای مستند و تجربی برای ساخت فیلم‌های

مدل تایید شده اکوسیستم ارتقاء کارآفرینی در حوزه سینما با نمایش گویه‌های برتر در هر عنصر



ایده‌های کارآفرینانه در حوزه سینما. درجه تطابق‌پذیری رهبران درخصوص تغییرات داخلی و جهانی در حوزه سینما. توانایی ترسیم نقشه راه منسجم و طراحی چشم انداز بلندمدت سینما، می‌تواند موثر باشند

در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه انجمن‌های غیردولتی، عواملی همانند حفظ استقلال انجمن‌های صنفی در حوزه تصمیم‌گیری، استفاده از منابع کلاسیک ملی و نویسندگان معاصر داخلی و خارجی برای جذب مخاطب، درخواست همکاری بانک‌ها و موسسات وام‌دهنده برای حمایت از فعالیت کارآفرینان در عرصه سینما، درگیر نمودن بخش خصوصی و نمایندگان اصناف این بخش در حوزه فعالیت‌های سینمایی، ورود اتحادیه تهیه‌کنندگان و انجمن‌های صنفی به عرصه نمایش فیلم، می‌تواند موثر باشند

در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه نهادهای آموزشی، عواملی همانند گسترش فن‌آوری های نوین در حوزه سینما و توسعه صنعت سینما مبتنی بر دانش روز و تجارب فنی قوی در حوزه سینما، گسترش آثار و کتاب‌های آموزشی در حوزه سینما، ارتقاء کیفی و کمی استادان حوزه سینما، استفاده از سرمایه‌های انسانی در تنظیم سیستم دانش‌بنیاد در سینما، گذراندن دوره‌های آموزشی در حوزه سینما در خارج از کشور به صورت دوره آکادمیک، فرصت مطالعاتی، کارآموزی یا آموزش حین کار در محیط خارج از سینما در داخل کشور، می‌تواند موثر باشند.

در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه سرمایه‌ای، عواملی همانند یافتن حامیان مالی موثر در حوزه سینما جهت ساخت فیلم‌های سینمایی و به‌کارگیری عناصر مالی در صنعت سینما، افزایش بودجه مرکز سینمای مستند و تجربی برای سرمایه گذاری و تولید فیلم‌های اول، یافتن منابع مالی از طریق اختصاص سالیانه مبلغ یا درصدی توسط انجمن

سینمای ایران از بعد تجاری بود اما دولت اگر از یارانه‌ها کاست، از سیاست‌های هدایتی و نظارتی خود کم نکرد. پایان دهه هفتاد مصادف شد با شروع دوره اصلاحات و بروز گشایش‌هایی در سیاست‌های بسته و دست‌وپاگیر وزارت ارشاد. برای نخستین بار نهادهای مدنی تشکیل شدند اگرچه این تجربه چندان از نظر اقتصادی به سینمای ایران کمک نکرد. از نیمه دهه هشتاد و هم‌زمان با آغاز دوره گفتمان عدالت، بار دیگر دولت اختیارات امور را به دست گرفت. در مجموع صنعت سینما آن‌جا که از سیطره تصدی‌گری دولت آزادتر بوده، پویایی بیشتری داشته است. این باعث می‌شود که از باردولت کم شود و نهادهای مدنی و خصوصی مسئولیت و دلسوزی بیشتری در توسعه این صنعت نشان دهند. اما دولت به عنوان متولی سیاست‌ها و برنامه‌های سینمایی، حضوری گریزناپذیر در این حوزه دارد که می‌تواند به رشد و شکوفایی این صنعت/هنر بینجامد.

در مجموع می‌توان اشاره کرد در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه دولت، عواملی همانند کاهش موانع ساختاری برای کارآفرینی در حوزه سینما و تدوین خط‌مشی‌ها و برنامه‌های سازگار با کارآفرینی، همکاری در ساخت سینماها و مجتمع‌های مدرن سینمایی از طریق کارآفرینان و ساخت امکانات مناسب نمایش، جلوگیری از دخالت سایر نهادها در حوزه سینما و تنظیم چارچوب و ضوابط ممیزی جهت از بین بردن اعمال نظرهای شخصی و سلیقه‌ای، وضع قوانین و مقررات منعطف و جلوگیری از بروکراسی بازدارنده در حوزه سینما، کاهش تصدی‌گری دولت در حوزه سینما، می‌تواند موثر باشند.

در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه رهبران عرصه فرهنگی، عواملی همانند تشویق سرمایه‌گذاری برای فعالیت در حوزه سینما و ایجاد فرهنگ فعالیت در این حوزه، ترغیب جوانان و پرورش

عواملی مانند ایجاد عوامل انگیزشی، ایجاد محیط باز و غیررسمی، استقبال از طرح‌های نو و بالابردن زندگی کاری ضروری هستند. در مقایسه با تحقیق حاضر، عوامل جامع‌تر و کلیدی‌تری می‌توانست در الگو مورد استفاده قرار گیرد.

بین تحقیقات خارجی، تحقیق "تاثیر کسب‌وکار بر فرهنگ جامعه در حال گذار و مدیریت فرهنگی" جهت دریافت پایان‌نامه دکتری، نتیجه می‌گیرد که رابطه مستقیمی بین سیستم ارزش‌های کارآفرینی تاثیرگذار و گرایش‌های جدید در الگوهای فعلی جامعه روسیه وجود دارد. تحقیق فوق شرایط محیطی جامعه بعد از فروپاشی روسیه را مورد نظر قرار داده است. اما برخلاف روال معمول که کارآفرینی با مولد بودن مورد بررسی قرار می‌گیرد، ارزش‌های کارآفرینی را در حیطه رفتارها و الگوهای اجتماعی بررسی کرده است. شاید محقق در چارچوب اکوسیستم اجتماعی می‌توانست به نتایج گسترده‌تری دست یابد. نتیجه تحقیق "تاثیر کسب‌وکار و کارآفرینی در متن نظریه‌های اخلاقی مدرن" که جهت دریافت درجه دکتری نگارش شده، تایید وجود ارتباط مستقیم بین کدهای اخلاقی موجود در اقتصاد غرب در مقابل سنت‌های ملی و فلسفی تاثیرگذار بر اقتصاد روسیه است. شاید اگر محقق به دنبال الگویی فراتر از رفتارهای اجتماعی و کدهای اخلاقی در جامعه بحران‌زده امروزی روسیه می‌بود، به الگویی جامع دست می‌یافت و دغدغه‌های گسترده‌تری را پوشش می‌داد.

در زمینه مقایسه این تحقیق با تحقیق‌های مشابه می‌توان به تحقیق دانیل آیزنبرگ اشاره کرد. ایده اصلی مدل آیزنبرگ این است که دولت‌های سراسر جهان به تدریج به این نتیجه می‌رسند که کارآفرینی می‌تواند اقتصاد آن‌ها را دگرگون کند. اما بیشتر تلاش‌های آن‌ها برای خلق کسب‌وکارهای جدید به هدر می‌رود، چون فقط به دستیابی به ناممکن‌ها می‌اندیشند. نتایج

ها و عوامل تولید نظیر کارگردان‌ها، بازیگران، و... برای صندوق حمایت از نوآوری حوزه سینما، تفویض اختیارات دولت به NGOها و تشکل‌های انجمن، بازتخصیص منابع درحوزه‌های دولتی به سینما، می‌توانند موثر باشند.

در زمینه روند ارتقاء کارآفرینی از طریق سازه گروه‌های پیونددهنده داخل و خارج، عواملی همانند ورود به بازار جهانی از طریق دعوت شرکت‌های پخش کننده و شرکت در بازار فیلم جشنواره‌های بین‌المللی، عضویت در انجمن‌های بین‌المللی نظیر فیپرسی و استفاده از حمایت‌ها و خدمات آن‌ها، وجود تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی حوزه سینما مابین تشکل‌های صنفی و خصوصی، کمک به وجه بین‌المللی سینما و حضور فیلم‌ها در جشنواره و نمایش عمومی در سینما، وجود معاهده‌ها و پروتکل‌های تنظیمی بین‌دولتی، می‌توانند موثر باشند.

گرچه مباحث تئوریک جایگاه خاصی در بیان مشکلات و نشان دادن راه حل‌ها دارند، اما تا وقتی این مباحث کاربردی نشوند و مدیران و دست‌اندرکاران سینمایی کشور به کاربردی بودن آن‌ها ایمان نیاورند، در قفسه‌های کتابخانه‌ها باقی خواهند ماند. تحقیق حاضر در تلاش بوده است از طریق تجربه عملی نگارنده در سینمای ایران و رجوع به خبرگان فن، و جامعیت اکوسیستم طراحی شده، وجه کاربردی مورد توجه قرار گیرد. امید که بتواند با جلب توجه مسئولان معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و رهبران عرصه فرهنگی راه‌گشای برخی مشکلات سینمای ایران باشد.

**مقایسه نتایج تحقیق با تحقیقات با تحقیقات پیشین**  
تحقیق «مطالعه تطبیقی شاخص‌های کارآفرینی سازمانی در بانک اقتصاد نوین» (۱۳۸۸) نتیجه می‌گیرد که برای به وجود آمدن فضای مناسب کارآفرینی

- تحقیقات او نشان می‌دهد چهره کارآفرینی در جهان در حال تغییر است و بهترین عملکردها از مکان‌های باورنکردنی برمی‌خیزند. درس‌های باارزشی از موفقیت‌ها می‌توان کسب کرد. او رویکرد بهتر را رسیدن به این نکته می‌داند که فرمول دقیقی برای ایجاد کارآفرینی وجود ندارد. فقط نقشه‌های راه عملی اما ناقصی وجود دارند که با تبعیت رهبران از اصول نوین کارآفرینی در اکوسیستم نوآوری می‌تواند به ایجاد کسب و کاری پویا کمک کند. در حالی که مدل سینمای ایران و یافته‌هایش نگاهی متفاوت به اکوسیستم نوآوری دارد و چه بسا ایران یکی از همان کشورها و مکان‌های ناشناخته مورد نظر آیزنبرگ باشد. جمعیت جوان سینماگران و میزان اشتیاق به برقراری ارتباط با هنرمندان خارج از کشور در دو یافته نهایی تحقیق که بیشترین ارتباط و تاثیر را بر متغیر نوآوری نشان می‌دهند، آشکار هستند. اما در مقایسه با تحقیق پروفیسور آیزنبرگ و اکوسیستم فرهنگی طراحی شده توسط او، تحقیق حاضر با بومی‌سازی سعی در برجسته کردن وجه کاربردی و جامعیت بخشیدن اکوسیستم طراحی شده برای سینمای ایران داشته است. به وسعت بیشتر سازه‌ها و معیارهای ارائه شده در مدل نیز باید از این منظر نگریست.

#### پیشنهادها

- نگارنده طی تحقیق به پیشنهادهایی در ارتباط با حوزه این مقاله برخورد، که در آینده می‌تواند به رشد آن از طریق یک بررسی جامع مشابه، کمک کند.
- بخشی از پیشنهادها عبارتند از:
  - واگذاری تصدی‌گری اجرایی حوزه سینما به بخش خصوصی.
  - تربیت نیروی انسانی متخصص در کلیه رده‌ها و سطوح مدیریتی.
- تقویت بنیان‌های نظری و دانش‌محور استادان رشته سینما
- حمایت از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی برای ایجاد دانشگاه سینمایی
- برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت آموزشی با حضور استادان خارجی
- اصلاح و گسترش آموزش‌های در موسسات سینمایی

- نظارت بر نحوه تدریس در نهادهای آموزشی بخش خصوصی نظیر موسسه‌های ساخت فیلم، آموزش بازیگری و...
  - ایجاد سازوکار برای جلب نظر پخش‌کنندگان خارجی برای نمایش عمومی فیلم‌های اول در کشورهای دیگر.
  - حمایت از گسترش موسسات سینمایی جدید و شرکت‌های تولید فیلم
  - حذف عوارض بازرگانی برای ورود تجهیزات و مواد اولیه موردنیاز برای تولید فیلم‌های اول
  - معافیت از پرداخت مالیات برای تهیه‌کنندگان فیلم‌های اول.
  - توسعه حقوق مادی و معنوی آثار سینمایی با تدوین و تصویب قوانین حمایتی.
  - محوریت و مرکزیت فرهنگی در میان کشورهای اسلامی و کشورهای فارسی زبان
  - ورود به سطوح عالی نهادهای بین‌المللی فرهنگی و مدیریت سینمایی
  - حمایت از ایجاد انجمن‌های دوستی فرهنگی
  - فراهم نمودن امکان پرداخت حق عضویت به ارز به انجمن‌های بین‌المللی
  - حضور در مجامع و بازارهای جهانی، تبلیغات و اطلاع رسانی، آموزش نیروی انسانی و اعطای جایزه صادراتی به دفاتر بین‌المللی خصوصی
- فهرست منابع**
- آیزنبرگ، د. ۱۳۸۹. راه اندازی انقلاب کارآفرینی. ترجمه عاطفه پاشازاده. گزیده مدیریت. ۱۹. تهران. انتشارات سازمان مدیریت فرا.
- بورردول، د. ۱۳۹۱. معناسازی. ترجمه شاپور عظیمی. تهران. انتشارات فارابی.
- پاینده، ا. و امیدی، م. ۱۳۹۲. تحلیل ساختاری تأییدی: معادله‌یابی معادلات ساختاری. تهران. انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
- پورمحمد، م. ۱۳۷۴. سینمای ایران در آینه ۱۳، ماهنامه سینمایی فیلم، شماره ۱۷۱، سال سیزدهم. ۵۲. تهران. انتشارات فیلم.
- حسین مرادی. ن. ۱۳۸۴. الگوی مناسب ایجاد دانشگاه کارآفرین. پایان نامه دکتری. رشته مدیریت آموزشی. تهران. دانشگاه آزاد اسلامی.
- خاکی، غ. ۱۳۷۹. روش تحقیق در مدیریت. تهران. مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی.
- سرابی، ر. ۱۳۹۲. بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی و تاثیر آن بر کارآفرینی زنان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی. تهران. دانشگاه پیام نور.
- شرکا، آ. ۱۳۹۱. بررسی نقش دولت در صنعت سینما، نسبت دولت و فرهنگ. تهران. پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- صالحی امیری، ر. دولت آبادی، ا. ۱۳۸۷. مبانی سیاست گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی. تهران. پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- صدر، ح. ۱۳۸۱. تاریخ سیاسی سینمای ایران. تهران. نشر نی.
- گودرزی، پ. ۱۳۸۱. بررسی نقش سینما در معرفی پدیده‌های نوآورانه به جامعه ایرانی بعد از خرداد ۱۳۷۶. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته روانشناسی. تهران. دانشگاه آزاد اسلامی.
- وطن‌دوست، ب. ۱۳۹۳. استراتژی خوب/استراتژی بد. تهران. نشر آریانا قلم.
- نعیمی.س. ۱۳۸۶. بررسی عوامل موثر بر گرایش جوانان دانشجو به سینما. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات. رشت. دانشگاه گیلان.
- Albornoz, Luis A. 2015. Diversity and the film industry. Montreal. UNESCO Institute for Statistics P8.
- Cherinkov, K. 2011. Analysis of cultural development movements in Russia. Ph.D Dissertation. Saintpetersburg. Russian Federation. University of cinema and Television.

- Eisenberg, D., 2010. How to start an Entrepreneurial Revolution.. Harward Business Review Boston. Harvard Business Publishing. P.82.
- Manove.M.2013.Business effect on culture of society and cultural management. Ph.D Dissertation. Moscow. University of public management of Moscow.
- Predal, Rene. 2006. 50 Ans Cinema Francais. Paris. Natan.
- Ties, Alexander. 2013. Blickpunkt. Berlin. Filme. Nr.7/13.
- Yurniya.M.2007.Entrepreneurship and business in context of etich theories. Ph.D Dissertation. Tula..Public university of Tula

## یادداشت‌ها

<sup>1</sup> Predal, Rene

<sup>2</sup> Ties, Alexander

<sup>3</sup> Albornoz. Luis. A.

<sup>4</sup> Yevernya. Y.

<sup>5</sup> Cherinkov. K

<sup>3</sup>Manova. M

<sup>4</sup> Polak.M

<sup>7</sup> Harward Business Review

<sup>8</sup> Convenience Sampling

<sup>9</sup> validity

<sup>10</sup> Data Reduction

<sup>11</sup> confirmatory structural analysis

<sup>12</sup> R

<sup>13</sup> mixed.cor

<sup>14</sup> این دستور نرم‌افزار به طور خودکار با توجه به ماهیت داده‌ها از ضرایب همبستگی چهارخانه‌ای، همبستگی چندحالتی، همبستگی دورشته‌ای و یا همبستگی چندرشته‌ای و ضریب همبستگی پیرسون استفاده می‌کند. برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد این دستور به ریول و ریول (۲۰۱۴) مراجعه شود.

<sup>15</sup> simplis