

بررسی میزان کار آفرینی دانش آموختگان در عرصه نشریات و مطبوعات

صمد کلانتری^۱
رسول ربانی^۲
جعفر هزار جریبی^۳

چکیده

این مقاله که حاصل تحقیق میدانی است ویژگیهای کار آفرینی دانش آموختگان را در بخشهای مطبوعاتی جامعه مورد بررسی قرار داده است و با این جهت گیری که دانش آموختگان رشته های مختلف دانشگاهی بویژه رشته های علوم انسانی باید نقش ممتازی در توسعه مطبوعاتی کشور داشته باشند، مطالعات آن آغاز شده است. لذا با انتخاب حجم نمونه ای بر اساس فرمول مربوطه به تعداد ۲۸۶ نفر از شاغلین در عرصه نشریات و مطبوعات مستقر در شهر تهران به بررسی تجربی سؤالات و فرضیه های تحقیق پرداخته است. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه بوده و سؤالات با طیف لیکرت تنظیم شده است. در این تحقیق علاوه بر شناسایی مشخصات فردی شاغلین در مطبوعات به ویژگیهایی از جمله، دارا بودن مدارک دانشگاهی، داشتن انگیزه فردی، ریسک پذیری، مهارت فردی، خلاقیت و سایر ویژگیهای کار آفرینانه توجه شده است. بررسی تجربی نشان داده است که بین ویژگیهای کار آفرینی با دارا بودن آموزشهای رسمی دانشگاهی، ریسک پذیری، داشتن مهارت فردی و خلاقیت رابطه معنی داری وجود دارد و در این میان سهم دانش آموختگان رشته های علوم انسانی در توسعه مطبوعات و نشریات کشور بیش از سایر دانش آموختگان در رشته های دیگر دانشگاهی بوده است.

واژگان کلیدی: کار آفرینی، نشریات و مطبوعات، مهارت فردی، ریسک پذیری، خلاقیت

۱- دانشیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان
۲- استادیار دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان
۳- عضو هیئت علمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

مقدمه

وجود انبوهی از عوامل تولید شامل نیروی کار، منابع طبیعی، سرمایه و نیروی متخصص در یک کشور ضرورتاً توسعه آفرین نیستند. پدیده توسعه نیازمند نیروهای مبتکر و کار آفرین و فضای مناسبی است که ترکیب مطلوبی از عوامل مختلف را در شرایطی معین برای نیل به هدفی خاص به وجود آورد.

در عرصه مطبوعات نیز توسعه نیازمند اصولی است که شرایط توسعه در آن به وجود آمده باشد و در این راستا افرادی خلاق و مبتکر را به منصفه ظهور رساند که بتوانند مسؤلیت تصمیم گیری برای اهداف آرمانی یک کشور را در این حوزه به عهده گیرند. در این باره اعتقاد بر این است که فرد کار آفرین در فعالیتهای نوآورانه می تواند به عنوان نقش آفرین اصلی باشد، کسی که دارای اراده ای نهفته در خود است. او عزمی راسخ و نیاز به توفیق، خلاقیت، استقلال و بینشی خاص دارد. این نیازهای درونی و ویژگیهای فرد کارآفرین است که باعث می شود، نوعی قدرت و میل به حرکت به جلو و ایجاد تغییر در دستور کار او قرار گیرد. با ایجاد تغییر در روحیه این افراد و با چشم اندازی که از موضوع یک فعالیت کار آفرینانه در او وجود دارد، سبب می شود که فرصتها را به خوبی شناسائی کند و آن را مغتنم شمارد. با شناخت فرصتها، راهکارهای خود را در حوزه کاری مطبوعاتی خویش تنظیم می کند و سپس منابع را بسیج کرده و در راستای رضایتمندی مخاطبان و در نهایت موفقیت گام بر می دارد. اکنون این سؤالها مطرح است که آیا کار آفرینان در توسعه مطبوعات نقشی دارند؟ و اگر نقش کار آفرینانه در توسعه مطبوعات به تأیید تجربی برسد حال سؤال بعدی این است که کار آفرینان مطبوعاتی دارای چه ویژگیهای تحصیلی و آموزشی، انگیزها و مهارتهای فردی هستند و از طرفی چه رابطه ای بین این ویژگیها و کار آفرینی وجود دارد.

با عنایت به سؤالهای فوق، در این مقاله سعی شده است که نتایج تحقیقات تجربی بطور خلاصه آورده شود.

چارچوب نظری

همه محققانی که از جنبه های غیر اقتصادی و بویژه جامعه شناختی به مطالعه کار آفرینی پرداخته اند، به ابعاد مختلفی از ویژگیهای کار آفرینان اشاره نموده اند و عمدتاً به شناسایی الگوهای

رفتاری پرداخته اند.

«هوشلیتز» بر این اعتقاد است که اگر نظریه پردازان مکتب سرمایه داری با یکدیگر اختلاف زیادی داشته باشند، در یک مسئله با یکدیگر توافق دارند و آن مسئله این است که همراه با رشد تولیدات در جامعه سرمایه داری یک دسته از افراد جدید که آنها را بسورژها، کارآفرینان یا کاسبکاران می نامند ظهور می کنند (مک کله لند ۱۹۶۱: ۲۴۵).

«رابرت لمب» معتقد است که نقش کارآفرین به عنوان یک تصمیم گیرنده است و کارآفرینی در واقع یک نوع تصمیم اجتماعی است که توسط نوآوران انجام می شود و نقش عمده کارآفرین را اجرای فرآیند گسترده ایجاد جوامع محلی، ملی و بین المللی و یا دگرگون ساختن نمادهای اجتماعی و اقتصادی می دانست.

«ژوزف مک گوایر» نقش کارآفرینی در جوامع مختلف را با توجه به تنوع فرهنگی متفاوت میداند و به نظر وی منابع طبیعی و سرمایه نقدی ممکن است یکسان باشد اما آنچه باید در درک تفاوت رفتار مورد توجه قرار گیرد عواملی همچون عقاید اجتماعی، هنجارها، پاداش و رفتارها، آرمان های فردی و ملی، مکاتب دینی و تعلیم و تربیت است (پالمر ۱۹۸۷: ۴۸).

به نظر ساویر، کارآفرینی را می توان در دامنه وسیعی از وظایف مشاهده نمود، این وظایف میتواند شامل نوآوری محض تا کارهای معمولی باشد و کارآفرینی را نه تنها بطور مستقل و فردی بلکه در تمام سازمانهایی که در آنها تصمیم گیریهای متهورانه اتخاذ می گردد و به ترکیب و تخصیص منابع در شرایط بی ثبات تأثیر می گذارد، می توان یافت (بروکهاوس ۱۹۸۲: ۴۰).

«هارینسون و مایرز» معتقد بودند که کارآفرین فردی است که نمی توان او را از سازمان خود جدا کرد، زیرا وی با آن در آمیخته است. وظیفه او این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن انجام وظایفی که در سازمان تعیین شده، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند (گاسه ۱۹۸۵: ۵۶).

«مارکس» معتقد است که سرمایه داری از طریق پیکار طبقاتی در درون نظام فئودالیسم و در نتیجه زوال این سیستم به وجود می آید. مارکس به عنوان بنیان گذار مکتب مارکسیسم، نظام سرمایه داری را از دید جامعه شناسی تعریف نمود و سپس عملکرد آن را با دید اقتصادی تحلیل کرد. وی بر این باور است که در نظام سرمایه داری دو طبقه اجتماعی سرمایه دار و کارگر (بورژوا و پرولتاریا) وجود دارند که وظیفه اصلی این نظام، صنعتی کردن جامعه است که به نوبه خود مسائل متعدد

اقتصادی و اخلاقی را به وجود آورده و ریشه‌های دگرگونی خود را پی ریزی کند. و همین تضاد ماهوی سرمایه داری با ایجاد بحرانهای اقتصادی و بیکاری به مبارزه طبقاتی منجر می شود و سرانجام کارگران دست به انقلاب می زنند و «سوسیالیسم» به وجود می آید. وی معتقد است که در سوسیالیسم مالکیت شخصی و استثمار کارگران از بین می رود و توزیع ثروت بر مبنای کمیت و کیفیت کار انجام می گیرد (تفضلی ۱۳۷۵: ۱۵۰).

«وبر» و تفسیر وی از جامعه صنعتی جدید در چارچوب تحلیل نظری کلی تر ساختار کار کرد نظامهای اجتماعی قرار دارد. وبر با شناخت عمیق و تحلیل ساختاری دقیق خود از نهادهای اجتماعی به صورت تطبیقی توانست نقش ارزشها در تعیین کنش اجتماعی افراد را در یک چارچوب نظری قرار دهد. اهمیت کار وبر در تعیین میزان اهمیت نسبی عقاید یا عوامل اقتصادی نیست بلکه اهمیت کار او در روش تحلیل نظامهای کنش اجتماعی است که در درون آنها باورها، ارزشها و نیز نیروهای اقتصادی بر کنشها تأثیر می گذارد. وی معتقد است که گرایشهای سود جوئی را که با اخلاق پروتستانی ریاضت گرا پیوند داشته است اکنون می توان به طور تجربی به عنوان یک مورد عمده در زمینه‌ای وسیعتر مورد توجه قرار داد و بنا به تعبیر «مرتین» این گرایشها در درجه اول جهت توسعه علم و به نحوی کلی تر در جهت توسعه کل فرهنگ و سازمان اجتماعی است و چه بسا مهمتر از همه در جهت توسعه سازمان دانشگاهها و تخصصهای جدیدی است که سعی دارد رابطه اصلی پیشرفت ساختی میان مؤلفه‌های فرهنگی مورد نظر وبر و ساخت واقعی جامعه را شکل دهد (وبر ۱۳۷۱: ۱۲-۱۱).

از دیدگاه وبر کوشش برای بهبود معاش یا اخلاق کار نقش اصلی را در توسعه اقتصادی و صنعتی نظام سرمایه داری بازی کرده است. وبر تأکید می کند که بین این اخلاق پروتستانی و طرز زندگی پروتستانها و پیشرفت اقتصادی سرمایه داری رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت دیگر تنها محرک پیشرفت اقتصادی نظام سرمایه داری همین اخلاق پروتستانی و طرز تفکر پروتستانها بوده است. وبر معتقد است که در اخلاق پروتستانی و در هر فرد پروتستان یک صفت کاری یا اخلاق کاری وجود دارند که بر اساس آن فرد، وجدان کاری خود را در تمام مراحل کاری به ثبوت می رساند. این خصیصه اخلاقی موجب می شود که فرد با احساس مسئولیت و در نهایت دقت و کارایی، وظایف کاری و شغلی خود را انجام دهد. با این همه وی اولین محقق بود که بیان نمود ارزشهای عقیدتی و درونی فرد مستقیماً به رفتار کار آفرینانه منتهی می شوند (همان، ۱۳۵-۱۳۳).

از دیدگاه بسیاری از محققان، کارآفرینی موتور تغییرات اجتماعی است که باعث ایجاد شغل، استفاده اثر بخش از منابع و تجدید حیات ملی می شود. در این دیدگاه کارآفرینی به عنوان فرآیند مطرح می شود که در آن فرد کلیه فعالیتهای کارآفرینانه را برنامه ریزی، اجرا و کنترل می کند. به علاوه در این بین مفاهیمی وجود دارند که بر هر رویداد در فرآیند کارآفرینانه تأثیر می گذارند. طرفداران این دیدگاه معتقدند که بروز برخی عوامل محیطی و تأثیر آن بر فرد نقش بسیار تعیین کننده ای در تصمیم وی به کار آفرین شدن دارد. در مدل رویدادی آلبرت شاپیرو، بیش از آن که بر فرد کارآفرین تأکید شود به رویدادهای کارآفرینی توجه شده است. وی رویدادهای کار آفرینی را شامل مواردی همچون ابتکار، سازمان، مدیریت اجرایی، استقلال نسبی و مخاطره پذیری می داند (احمدپور و موسوی ۱۳۸۰ : ۱۵). در مدل دیگری که توسط فرای، طراحی شده است به انگیزه های فردی کار آفرین توجه شده است و به این ترتیب به سه متغیر که عبارتند از: متغیرهای مقدم یا پیشینه، متغیرهای تسریع کننده یا حرکت دهنده و متغیرهای توانبخشی.

در این مدل، عامل مقدم با متغیرهای زمینه ساز در ارتباط است. این موقعیتها و ویژگیها، عواملی هستند که باعث می شوند، فرد به طور خود آگاه یا ناخود آگاه امکانات کار آفرینی را مورد بررسی قرار دهد. بعضی از این متغیرها ماهیتاً تاریخی یا محیطی اند. برای مثال، بسیاری از کار آفرینان در خانواده هایی کار آفرین به دنیا می آیند. برای بسیاری از آنها نیز در اوایل زندگی شان، حوادثی پیش آمده که شخصیت کار آفرین آنها را شکل داده است. در حالی که عامل مقدم در طول زمان باعث ایجاد یک موسسه و یا یک شرکت می شود.

عامل تسریع کننده، حادثه یا موقعیتی است که بطور ویژه ای عمل کار آفرینی را سرعت می بخشد. اینها، حوادث برجسته زندگی اند و شامل تحولات شخصیتی، مالی یا حرفه ای در زندگی یک کار آفرین هستند که در تصمیم گیری کار آفرین تأثیر گذارند. برای مثال، اخراج شدن از یک کار می تواند یک عامل تسریع کننده باشد. آشنا شدن با یک کار آفرین دیگر که در پی تأسیس یک شرکت است می تواند عامل ترک شغل جاری شخص و تبدیل شدن وی به یک کار آفرین باشد.

متغیرهای مقدم و تسریع کننده، انگیزه بالقوه کار آفرین را برای سرمایه گذاری مخاطره آمیز بوجود می آورند. اما این مسئله بدین مفهوم نیست که شرکت نو پا به طور واقعی تأسیس خواهد شد. برانگیخته شدن برای راه اندازی تشکیلات اقتصادی جدید بدین مفهوم نیست که شروع آن تشکیلات، عاقلانه یا امکان پذیر خواهد بود. فرد کار آفرین تنها یکی از اجزاء تشکیل دهنده موسسه

و یا شرکتهای نوپای کار آفرینانه است و دوجزء فرصت و منابع در تصمیم گیری برای راه اندازی یک موسسه و یا شرکت حیاتی اند و این عوامل برای کارآفرینان، عوامل توانبخش خواهد بود (همان، ۱۷).

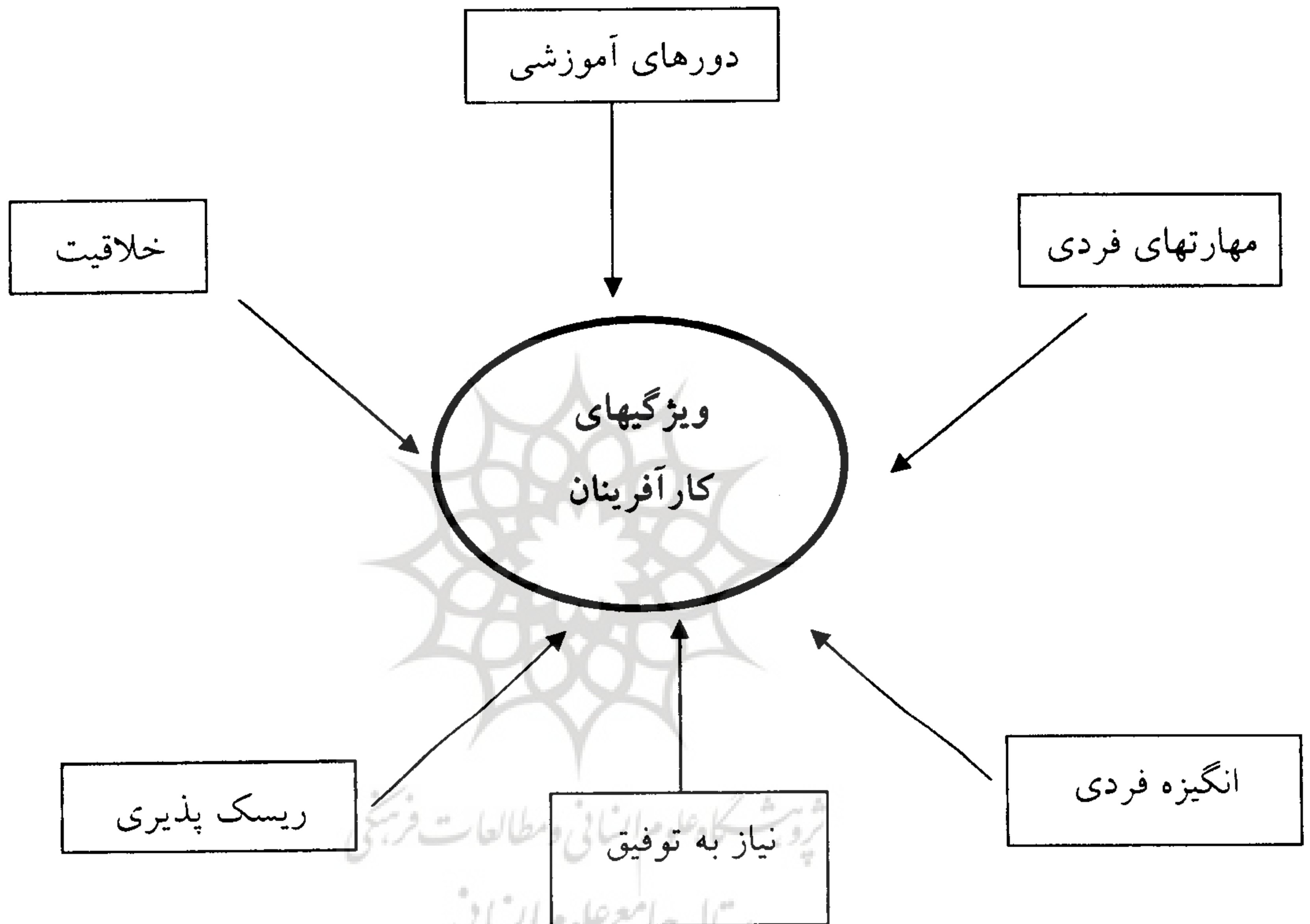
فرضیه های تحقیق

- با توجه به چار چوب نظری که به آن اشاره مختصری شد، فرضیه های تحقیق بشرح زیر است:
۱. بین دوره های آموزشی گذرانده شده و تناسب آن با نوع کار مطبوعاتی رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۲. بین ویژگیهای کارآفرینان و دوره های آموزشی گذرانده شده رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۳. بین ویژگیهای کارآفرینان و مهارتهای فردی رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۴. بین ویژگیهای کارآفرینان و انگیزه فردی رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۵. بین ویژگیهای کارآفرینان و ریسک پذیری رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۶. بین ویژگیهای کارآفرینان و نیاز به توفیق رابطه معنی داری وجود دارد.
 ۷. بین ویژگیهای کارآفرینان و خلاقیت رابطه معنی داری وجود دارد.

روش نمونه گیری و حجم نمونه

شیوه نمونه گیری در این تحقیق به صورت نمونه گیری سیستماتیک و تصادفی در دو مرحله صورت گرفته است. در این نمونه گیری فهرستی از نشریات و عناوین آنها به همراه آدرس محل انتشار تهیه شد. ابتدا از بین ۳۷۶ نشریه اجتماعی و فرهنگی حدود ۷۵ نشریه به طریق سیستماتیک انتخاب گردید سپس در مرحله دوم با مراجعه به محل استقرار نشریات از بین شاغلین و دست اندرکاران مطبوعاتی از طریق فرمول تعیین حجم نمونه (کوکران) تعداد ۲۸۶ نفر برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق انتخاب شدند.

مدل بررسی فرضیات تحقیق



یافته‌های تحقیق

اشتغال و کارآفرینی

پدیده کارآفرینی در کشور ما پدیده جدیدی است و هنوز در سطح ملی به آن پرداخته نشده است. با توجه به جمعیت جوان منتظر کار و اشتغال باید میدانهای کارآفرینی برای نسل جوان باز شود و در زمینه های فن آوری اطلاعات، توسعه مطبوعات، صنعت و خدمات فنی مهندسی و سایر مشاغل، رهیافتهای جدیدی دنبال شود.

از طرفی برای اینکه افراد کارآفرینی تربیت کنیم نیازمند این هستیم که نظام آموزشی به سمتی برود که نیروهایی شجاع و با شهامت در تصمیم گیری پرورش دهد. اکثر دانش آموختگان دانشگاهی در تمام رشته ها حتی رشته های فنی مهندسی اعتماد به نفس و شهامت ریسک کردن برای استفاده از

مزایای قانونی و تسهیلات تعیین شده قانونی برای خود و دیگران را ندارند و غالباً به دنبال فرصتهای شغلی مزد بگیری هستند.

تحقیقات حاضر نشان داده است که کارآفرینی تأثیر مستقیمی بر توسعه اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی دارد و هر چه یک جامعه بیشتر در فعالیتهای کارآفرینی شرکت کند سریعتر به توسعه همه جانبه دست می یابد.

یکی از عوامل بسیار اساسی و بنیادی در یک اقتصاد پویا، ایجاد فضا و فرهنگ کارآفرینی است که از آن به موتور اقتصادی تعبیر می شود و بدون ایجاد این فرهنگ، حل مشکل بیکاری موفقیت آمیز نخواهد بود.

اثر ایجاد این فرهنگ، اقتصادی شکوفا و به تبع آن اشتغال زایی مطلوب خواهد بود. موقعیت کارآفرینی در بخشهای مختلف اقتصادی وجود دارد اما جهت دهی کارآفرینان و افراد دارای استعداد کارآفرینی به سوی کارهای مولد و فعالیتهای اقتصادی مورد نیاز جامعه که باید مورد حمایت قرار گیرند از اهمیت بالایی برخوردار و گسترش اندیشه کارآفرینی و توسعه واحدهای کوچک مستقل یا مکمل واحدهای بزرگ می تواند قدمی در جهت کاهش مشکل بیکاری باشد. برای نیل به اهداف فوق شناسایی و حمایت و تشویق کارآفرینان و تولید کنندگان و ایجاد زمینه های رشد و ترویج فرهنگ کارآفرینی می تواند به جلب مشارکت بخش عظیمی از نیروی کار منجر شود.

کارآفرینان نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال دارند که حاصل توسعه اقتصادی است. لذا در جهت ترویج و گسترش فرهنگ کارآفرینی ضروری است فضای اقتصادی کشور برای فعالیت و ترغیب کارآفرینان مهیا شود.

ایجاد اشتغال از پیش نیازهای اساسی رشد و توسعه هر جامعه در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است. ساختارهای مختلف اقتصادی، رهیافتهای متفاوتی را برای حل مشکل اشتغال دنبال می کنند. در یک اقتصاد کاملاً دولتی، ایجاد اشتغال از وظایف دولت است و در واقع دولت است که روندهای اساسی اقتصاد را طراحی و اجرا می کند. بخش عمده ای از مشاغلی که در یک اقتصاد سنتی با حاکمیت دولت ایجاد می شود، انعطاف پذیری لازم را در رویارویی با تحولات اجتماعی و اقتصادی ندارند و لذا پس از مدتی بازدهی و کارآیی خود را از دست می دهند. این گروه از مشاغل سهم موثری در تولید ثروت و رشد اقتصادی ندارند.

از سویی مشاغلی که منطبق بر نیازهای اساسی جامعه نباشند، نمی توانند نیازهای مادی و

معنوی شاغلان را به نحو احسن برآورده نمایند.

بر خلاف ساختارهای سنتی، در ساختارهای اقتصاد نوین و پیشرفته، ایجاد شغل از وظایف دولت به شمار نمی رود. نقش دولت تنها تعمیق و گسترش فرهنگ کارآفرینی و توسعه زیرساختهای عمومی و قانونی لازم برای ایجاد و توسعه فرصتهای شغلی مناسب است و وظیفه اصلی کشف و بهره برداری از این فرصتها را کارآفرینان بر عهده دارند. به عبارت دیگر در یک اقتصاد پویا و کارآفرین، مردم به مشارکت هر چه فعال در بخشهای فرهنگی و مطبوعاتی می پردازند. مشاغلی که با بهره گیری از فرصتها و طی فرآیند کارآفرینی شکل می گیرند، چند ویژگی اساسی دارند:

۱. ارتباط نزدیکی با نیازها و شکافهای واقعی جامعه در نتیجه سهم موثری در تولید ثروت و رشد اقتصادی دارند.
 ۲. انعطاف پذیرند و همراه با تحولات جامعه، متحول می شوند و شکل تازه ای به خود می گیرند، لذا می توانند کارآیی و بازدهی خود را در دراز مدت حفظ نمایند.
 ۳. پویا و زاینده اند و می توانند بستر لازم را برای ایجاد فرصتهای شغلی جدید فراهم آورند.
 ۴. در بسیاری از بخشها، به ویژه بخش صنعتی مبتنی بر فن آوریهای پیشرفته اند، لذا نقش حیاتی در نوآوری، توسعه فن آوری و کاهش شکافهای آن با جوامع پیشرفته ایفا می کنند.
- همراه با توسعه کارآفرینی و ایجاد فرصتهای شغلی جدید، بخشی از مشاغل سنتی که کارآفرینی خود را از دست داده اند و با نیازهای واقعی جامعه سازگار نیستند. به تدریج از صحنه واقعی اقتصاد حذف می شوند. برای تعیین نرخ واقعی رشد اشتغال، باید هر دو فرآیند ایجاد و حذف مشاغل همراه با هم مد نظر قرار گیرند. تفاوت میان نرخ ایجاد مشاغل جدید و حذف مشاغل قدیمی در یک مدت زمان مشخص، پویایی کسب و کار نام دارد که شاخص اساسی در تعیین نرخ خالص اشتغال است.

سن کارآفرینان

در تحقیق حاضر حدود ۶۰ درصد از کارآفرینان در سنین ۲۰ تا ۳۰ سال بوده اند و بقیه آنان

سنی بین ۳۱ تا ۶۰ سال داشته اند. بر طبق نظریات محققان از جمله « فرای »^۱ ۸۸ درصد از کارآفرینان بین سن ۲۰ تا ۵۰ سالگی فعالیت خود را آغاز نموده بودند که ۶۵ درصد از آنان در بین سنین ۲۰ تا ۴۰ سالگی قرار داشتند.

« سوسبائر »^۲ معتقد است، برای افراد کمتر از ۲۵ سال، مسئله تحصیلات و خدمت وظیفه از جمله عواملی هستند که از تعداد کارآفرینان می کاهد و پس از ۶۰ سالگی نیز به علت کاهش انرژی و سایر محدودیتهای فیزیکی از تعداد کارآفرینان کاسته می شود.

با توجه به نتایج تحقیق حاضر، اکثر کارآفرینان در عرصه مطبوعات با دارا بودن سن بین ۲۰ تا ۴۰ سال در بهترین شرایط کارآفرینی بوده اند و چرا که تعادل بین تجربیات لازم و اولیه از یک سو و مسؤولیتهای خانوادگی از سوی دیگر ایجاد می شود و این پاسخگویان حائز شرایط لازم بوده اند.

وضعیت تأهل

براساس داده‌های تحقیق حدود ۶۰ درصد از پاسخگویان متأهل بوده اند. براساس نظریات الگوی نقش، خانواده و دوستان در چارچوب الگوهای نقش برای کارآفرین شدن موثر می باشند. به طور کلی وجود یک الگوی نقش، سبب تشویق تلاشهای کارآفرینانه در فرد می شود. این الگوها اغلب در محیطهای کاری نیز حضور دارند و خانواده به ویژه والدین در این امر تأثیر قابل توجهی دارند و الگوی نقش برای افراد مجسرد از طریق پدر اعمال می شود. تحقیقات نشان داده است که همسران موفق ترین کارآفرینان به طور خارق العاده ای حامی آنها بوده اند. یک زوج موفق، عشق و ثبات لازم را برای متوازن کردن نااطمینانی و تنشهای شغلی به وجود می آورد.

تحصیلات و مدارک آموزشی

در یافته‌های تحقیق حدود ۲۹ درصد دارای مدرک دیپلم بوده اند. در حالی که حدود ۷۰ درصد از افراد مورد بررسی دارای تحصیلات دانشگاهی بوده اند که این امر یکی از موضوعات مورد توجه محققین بود.

1. Fry , F

2. Susbauer , J

«هورن‌سادی و تایکن»^۱ معتقد بودند که بسیاری از کارآفرینان موفق احساس می‌کنند که قبل از نسل جوان کنونی، تحصیلات اهمیت کمتری برای کارآفرینان داشته است. با این وجود، اکنون به خاطر رشد بالای فناوری و رقابت شدید، آموزش به ویژه آموزش عالی از اهمیت خاصی برخوردار است.

«وسپر»^۲ در خصوص تحصیلات معتقد است، کارآفرینانی که احتمال شکست شان بیشتر است، کسانی هستند که تجربه دارند اما تحصیلات ندارند، آن کارآفرینانی که تجربه دارند و هم آموزش دیده‌اند، پرسودترین فعالیتها را هدایت می‌نمایند. بنابراین سطح تحصیلات بالاتر در جامعه مورد مطالعه برای امر کارآفرینی رضایت بخش است و اساساً کارآفرینان از سطح تحصیلات بالاتری برخوردار بوده‌اند و مشاغل مطبوعاتی کشور هم از این امر مستثنی نیستند.

دانش آموختگان رشته های علوم انسانی

در تحقیق حاضر حدود ۷۴ درصد از افراد مورد مطالعه را دانش آموختگان رشته های مختلف علوم انسانی تشکیل می‌دادند و به نظر خیلی از محققین و اندیشمندان، تحولات جامعه با پویایی دانش آموختگان رشته های علوم انسانی همراه است. این افراد اگر در حوزه مطبوعات و نشریات که از یک طرف اندیشه سازی و تولید اطلاعات می‌کنند و از طرف دیگر مرجع تغییر و تحول افکار عمومی جامعه محسوب می‌شوند، فعالیت کارآفرینانه داشته باشند، می‌توان به تکامل و موفقیت‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه امیدوار بود.

عضویت سازمانی و کارآفرینی

براساس داده های تحقیق بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۴/۳ درصد) از اعضای غیر رسمی مطبوعات و نشریات بوده‌اند و فعالیت آنان به لحاظ معمول با امنیت شغلی همراه نبوده است و در ظاهر مصونیت شغلی نداشته‌اند. صاحب‌نظران بر این عقیده‌اند که افراد کارآفرین اساساً به عضویت رسمی و در چارچوب سازمانی یک موسسه ای گرفتار نمی‌شوند و چون تغییر و تحول و نوآوری از خصوصیات آنان است، لذا به عضویت رسمی موسسه ای در نمی‌آیند و خود را با قواعد و مقررات

^۱. Hornaday & tieken

^۲. K. vesper

از پیش تعیین شده محدود نمی کنند. براین اساس یافته های تحقیق این نظریه را تأیید می کند که بیشتر شاغلان در عرصه مطبوعات و نشریات به صورت غیر رسمی و قراردادی مشغول به کار هستند.

سوابق فعالیتهای کارآفرینی

یافته های تحقیق نشان داده است که ۵۶ درصد از کارآفرینان مطبوعاتی حدود پنج سال سابقه کار داشته اند و حدود ۸۰ درصد آنان زیر ۱۰ سال فعالیت داشته اند و این موضوع دو نکته را خاطر نشان می سازد یکی افزایش میزان کارآفرینی در سالهای اخیر و دیگر، شرایط مناسب محیط و امکانات جامعه که منجر به افزایش کارآفرینی در مطبوعات شده است. بنابراین منابع کارآفرینی در یک جامعه، علاوه بر نیروی انسانی ماهر و متعهد به مبانی اقتصادی، اجتماعی و رهایی از قید و بندهای دست و پاگیر اداری نیازمند است که به نظر می رسد این شرایط بطور نسبی در فعالیتهای مطبوعاتی وجود داشته است و این امر باعث جذب نیروهای بیشتری در سالهای اخیر شده است.

کارآفرینی و خطر اخراج

در یافته های تحقیق یکی از سؤالات این بوده است که «آیا تاکنون از شغلی اخراج شده اید» حدود ۲۰ درصد از پاسخگویان حداقل یک بار از شغلی اخراج شده اند و در مقابل ۸۰ درصد از افراد پاسخگو اظهار داشته اند که تاکنون از شغلی اخراج نشده اند و این امر مؤید این نظریه است که کارآفرینان صاحب تفکری مستقل هستند و بیشتر اوقات، خودشان شغل خود را ترک می کنند و منتظر نمی مانند تا آنها را اخراج کنند. بنابراین در تحقیق حاضر یکی از ویژگی های شاغلین در مطبوعات این بود که افراد با رأی و نظر خود شغلشان را انتخاب کرده اند و با اینکه رسماً به استخدام مطبوعات در نیامده اند لیکن بدون توجه به نوع استخدام به فعالیت فرهنگی و اجتماعی مشغول هستند و این علاقمندی با توجه به شرایط ناامن شغلی جامعه، خود مؤید خصیصه کارآفرینی این افراد است.

کارهای دشوار و کارآفرینان

برای این سؤال که اگر در انجام کاری با مشکل مواجه شود آیا آنها را رها می‌کند و به سراغ کار دیگری می‌رود؟ ۲۲ درصد جواب مثبت دادند. یعنی شغل را رها می‌کنند و به سراغ شغل دیگری می‌روند. در حالی که ۷۷/۷ درصد از پاسخگویان بر این عقیده بودند که به محض برخورد با مشکلات بدنبال چاره‌جویی و پیدا کردن راه حل مسئله هستند و حاضر نمی‌شوند شغل خود را ترک کنند. براساس نظر محققین لذت کارآفرین از آنچه انجام می‌دهد به حدی زیاد است که به ندرت به دشواری واقعی کار خود توجه می‌کند. از آنجا که در جامعه مورد مطالعه به همین خصیصه لذت‌جویی از کار زینده‌اند، نشان می‌دهد که کارآفرینی در مطبوعات و نشریات به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است و اکثریت جامعه مورد مطالعه از ویژگیهای کارآفرینی برخوردار هستند.

عوامل کلیدی در فعالیتهای کارآفرینانه مطبوعاتی

یافته‌های تحقیق حاضر به چند عامل اساسی برای توسعه کارهای مطبوعاتی اشاره دارد که به شرح زیر می‌آید:

روشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 پایگاه جامع علوم انسانی

۱ - آزادیهای سیاسی مانند آزادی بیان و اندیشه

۲ - برنامه ریزی و مدیریت صحیح

۳ - گسترش امکانات و فن آوری

۴ - افزایش رفاه مالی و امنیت شغلی

۵ - توسعه فرهنگی و اجتماعی

در این تحقیق حدود ۴۳/۳ درصد از پاسخگویان به مورد اول پاسخ مثبت داده‌اند و معتقدند که آزادی سیاسی و آزادی بیان و اندیشه می‌تواند به ترویج فرهنگ کارآفرینانه در مشاغل مطبوعاتی منجر شود و حدود ۱۷ درصد به مورد دوم و سوم و چهارم پاسخ داده‌اند و بر این عقیده بودند که کلید توسعه کارآفرینانه در عرصه مطبوعات و نشریات، برنامه ریزی، مدیریت، گسترش امکانات و فناوری، افزایش رفاه و امنیت شغلی مربوط است. به عبارتی به فضای محیطی اعتراض داشته‌اند که امکانات و منابع جامعه و امنیت در کار و شغل و برنامه ریزی برای استفاده از وجود آنها در فعالیتهای

مطبوعاتی ضرورت دارد و این حداقل هایی است که باید در جامعه مهیا شود و البته حدود ۱۳ درصد هم پیش نیاز توسعه مطبوعاتی را توسعه فرهنگی و اجتماعی جامعه می دانستند.

فرضیه های کلی

فرضیه اول: بین دوره های آموزشی گذرانده شده و تناسب آن با نوع کار رابطه معنی داری وجود دارد.

یافته های تحقیق نشان داده است که رابطه بین دوره های آموزشی و نوع کار مطبوعاتی معنی دار است گرچه خصوصیات ذاتی یا موروثی افراد مانند هوش، خلاقیت، عزم و اراده و خطر پذیری، سهم مهمی در شخصیت و عملکرد کارآفرینان دارد، لیکن این گونه نیست که هر فردی که دارای این ویژگیها باشد حتماً یک کارآفرین است بلکه او یک کارآفرین بالقوه است.

بررسی سوابق تحقیقاتی و همچنین تحقیق حاضر تأیید می کند که فرآیند و برنامه های آموزشی، می تواند با تغییر بینش و فرهنگ افراد و تجهیز آنها به دانش و مهارتهای ضروری تعداد کارآفرینان بالفعل و میزان کارآفرینی آنها را افزایش دهد. راهی که آنها احتمالاً با سعی و خطا و گذشت زمان طولانی به آن می رسند، بسیار کوتاه نموده و به سرعت یک کارآفرین بالقوه را به یک کارآفرین واقعی و توانمند تبدیل کند.

تکیه نظام آموزشی کشور بر تربیت عالم، متخصص، طراح، مدیر، مهندس و هنرمند و مانند آن یا افرادی با کارآمدی حرفه ای خاص مانند تکنسین است، که هر کدام در جای خود مهم و ضروری و مورد حمایت است، لیکن جای فرآیندهای آموزشی که منجر به ترویج کارآفرینی یا پرورش کارآفرینان نوآور باشد کاملاً خالی است.

در دو دهه گذشته در نظامهای آموزشی و دانشگاهی کشورهای توسعه یافته، به دلیل اهمیت و نقش کارآفرینان نوآور، برنامه های آموزشی ویژه و به شکلهای متنوعی برای پرورش کارآفرینان ارائه می شود. علاوه بر این، مطالعات علمی و پژوهشهای چشمگیری در موضوع کارآفرینی و نقش آن در توسعه اقتصادی در دانشگاهها و مؤسسات پژوهشی اقتصادی رواج یافته است در حالی که خلاء این نوع پژوهشها و بومی کردن آنها در محافل علمی و دانشگاهی و دستگاههای اقتصادی کشور ما کاملاً محسوس است.

فرضیه دوم: بین ویژگیهای کارآفرینان و دوره های آموزشی گذرانده شده رابطه معنی داری وجود دارد.

این فرضیه با سه فرضیه محدودتر بررسی شده است. فرضیه اولی در خصوص ویژگیهای کارآفرینی و دوره های آموزشی کوتاه مدت بود و فرضیه دومی درباره ویژگیهای کارآفرینی و دوره های آموزشی ضمن خدمت بوده است. که هر دو فرضیه بر عدم ارتباط معنی دار بین متغیرهای مستقل و وابسته اشاره دارند. لیکن فرضیه سوم مبنی بر رابطه ویژگی های کارآفرینی و گروههای آموزشی دانشگاهی که تأیید شده است. نکاتی در خصوص نتایج بدست آمده از این فرضیه کلی و فرضیه های محدود آن قابل ذکر است. یکی اینکه اغلب کارآفرینان که در مطبوعات مشغول به کار هستند از دوره های آموزشی کوتاه مدت و ضمن خدمت بهره ای نبرده اند و یا اینکه چنین آموزشهای دوره ای برای کارهای مطبوعاتی ضروری نبوده است و احتمال دیگر اینکه برای شاغلین در مطبوعات و نشریات، فرصت فراگیری چنین دوره هایی وجود ندارد. اما آنچه مسلم است رابطه معنی دار بین دوره های دانشگاهی و ویژگیهای کارآفرینی در مطبوعات وجود دارد که به نظر می رسد همین مدارک دانشگاهی و دوره های آموزشی بلند مدت دانشگاهی توانسته است متخصصانی را به جامعه مطبوعاتی تحویل دهد که از ویژگیهای کارآفرینی و یا حداقل های مربوط به کارآفرینی برخوردارند.

اصولاً نقش دانشگاهها در توسعه کارآفرینی را می توان در محورهای زیر خلاصه کرد:

- آشنا نمودن دانشجویان با مفاهیم کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در دانشگاهها.
- توانمند ساختن دانشجویان مستعد در امر کارآفرینی از طریق ارائه آموزشهای لازم برای پرورش کارآفرین.

- مشارکت در گسترش فرهنگ کارآفرینی در جامعه و بین دست اندرکاران کشور.
- انجام مطالعات تطبیقی به منظور بومی نمودن روشهای توسعه کارآفرینی.
- توسعه پژوهشهای مرتبط با آموزش و پرورش و توسعه کارآفرینی.

فرضیه سوم: بین ویژگیهای کارآفرینان و مهارتهای فردی رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به اینکه در تحقیق حاضر رابطه بین ویژگیهای کارآفرینان و مهارتهای فردی مورد تأیید قرار گرفته است، خصوصیات مهارتی افراد در چند نکته روشن می شود؛

خصیصه اول، اعتماد به نفس

کارآفرینان به خاطر اعتماد به نفس خود، شهرت دارند. آنها بر این باورند که می توانند انتظاراتی را که از آنها می رود، برآورده کنند. به عبارت دیگر، آنها امکان موفقیت خود را بیش از آن چیزی که هست، در نظر می گیرند. البته فقط در موارد جدیدی که تجربه قبلی در پیش بینی های خود نداشته باشند. وقتی که ندانند چگونه می توانند کاری را انجام دهند، به تواناییهای خود متکی شده و معیارهای بالایی را برای انتظاراتی که از آنها می رود در نظر می گیرند. از همین رو دیگران به آنها اطمینان دارند و معمولاً نظرات و عقاید آنان را جویا می شوند.

خصیصه دوم، توجه به بازتاب عملکرد خود

بسیاری از افراد، از بازتاب عملکرد، وحشت زده می شوند زیرا به جای موفقیت ممکن است با شکست مواجه شوند. برای در امان بودن از چنین مواردی، آنها مشاغلی را انتخاب کرده اند که بتوانند قوانین تعریف شده ای را دنبال کنند و به همین خاطر کمتر مورد مؤاخذه قرار می گیرند. اینگونه مشاغل کم خطر صد درصد موفقیت را تضمین کرده و هیچ گونه تهدیدی برای آبرو و حیثیت افراد ندارد. عده ای راه دیگری را انتخاب کرده و کارهای پر خطر را که شکست در آنها بالا است دنبال می کنند در زمان شکست نیز سرافکننده نمی شوند زیرا خیلی ها در این کار شکست می خورند. اما کارآفرین به خاطر آگاهی از وضعیت موجود، به دنبال بازتاب عملکرد خود چه خوب چه بد، است. بدون داشتن این اطلاعات ادامه کار برای او خیلی مشکل است.

ماهیت کارآفرینی نیز با این امر تطبیق دارد. وجود اطلاعات قوی برای دانستن نقاط ضعف در تصمیم گیری و امکان تصحیح اعمال، بسیار مهم است. کارآفرین با این خصیصه در صورت لزوم برای ادامه و تغییر روش کار از آن استفاده می کند. برای مثال اگر کار آفرین معلم باشد، چنانچه بازتاب پیوسته، دقیق و جدیدی از فعالیت شاگردان در دسترس نداشته باشد نمی تواند بفهمد که دانش آموز چیزی یاد گرفته است یا خیر.

خصیصه سوم، توجه دقیق به هدف

تفاوت بین کارآفرینان و غیر کارآفرینان در این ویژگی، در ارتباط با چگونگی برخوردشان

نسبت به اهداف و محیط اجتماعی است. توجه به اهداف به جای توجه به محیط اجتماعی در رسیدن به موفقیت کاملاً مشهود است. البته نمی توان گفت که کارآفرینان نسبت به مردم بی تفاوت اند بلکه باید گفت بیشتر به هدفهای مورد نظر می اندیشند.

نتیجه

مطبوعات و نشریات از مهمترین ابزارهای رسانه‌ای امروزند و توسعه فرهنگی و اجتماعی بدون توجه همه جانبه به این ابزار امکان پذیر نخواهد بود و گسترش این ابزار با نیروهای متخصص و متعهد به نظام توسعه فرهنگی و اجتماعی میسر خواهد بود. شرایط توسعه مطبوعاتی بر خلاف سایر سازمانها و نهادها به ساز و کارهایی خاص نیازمند است: یکی از این ساز و کارها، منابع نیروی انسانی است و دیگری فضای باز اجتماعی و سیاسی است. منابع، شامل نیروهای انسانی با ویژگیهای کار آفرینانه است در یافته‌های تحقیق برخی از مهمترین ویژگیهای کار آفرینی؛ آموزشهای دانشگاهی، مهارتهای فردی، ریسک پذیری، نیاز به توفیق و خلاقیت ذکر شده است. نتایج بدست آمده حاکی از روابط معنی دار بین ویژگیهای کار آفرینانه شاغلین در عرصه مطبوعات و نشریات کشور با خصوصیات از جمله تناسب با آموزشهای دانشگاهی، مهارتهای فردی، ریسک پذیری و نیاز به توفیق و خلاقیت دارد و از طرف دیگر نتایج تجربی تحقیق نشان داده است که فضای باز اجتماعی و سیاسی و آزادیهای نوشتاری و گفتاری از عوامل کلیدی توسعه مطبوعات تلقی میشوند. همچنین در این تحقیق مشخص شد که پاسخگویان به مطبوعات به عنوان یک شغل برای گذران معیشت و زندگی توجه نداشته اند، بلکه فعالیت در نشریات و مطبوعات را به عنوان مشارکت در حرکت اندیشه سازی و توسعه فرهنگی می دانسته اند از این رو بیش از نیمی از پاسخگویان در طول ۵ سال گذشته وارد عرصه مطبوعاتی شده اند و این حاکی از تحول مثبت جریان جامعه و بویژه تغییرات در سیاستگذاریهای جدید مطبوعاتی است. همچنین بررسیهای تحقیق ناظر بر این مسئله است که سه چهارم از نیروهای متخصص شاغل در عرصه مطبوعات و نشریات از دانش آموختگان رشته‌های علوم انسانی هستند که این امر نشانگر توانایی دانش آموختگان رشته های علوم انسانی و همچنین محتوای آموزشهای دانشگاهی در حوزه علوم انسانی است که می تواند در پیشبرد اهداف فرهنگی و اجتماعی جامعه در مرحله گذار به توسعه همه جانبه تأثیر قابل توجهی داشته باشند.

مآخذ

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۰)، کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها، شرکت پردیس ۵۷، چاپ سوم.
- احمدپور داریانی، محمود و مقیمی، محمد (۱۳۸۰)، "نقش آموزش کارآفرینی در بهبود دانش صاحبان کسب و کار کوچک"، مجله تدبیر، شماره ۱۱۳.
- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۷۶)، "کارآفرینی استراتژی مناسب برای افزایش بهره‌وری"، مجله تدبیر، شماره ۷۷.
- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، تحول فرهنگی در جامعه پیشرفته صنعتی، ترجمه مریم وتر، انتشارات کویر تهران.
- تفضلی، فریدون (۱۳۷۵)، تاریخ عقاید اقتصادی (از افلاطون تا دوره معاصر)، نشر نی، چاپ دوم.
- شهرآرای، مهرناز و مدنی‌پور، رضا (۱۳۷۶)، "ترغیب و آموزش خلاقیت در سازمانهای پویا"، مجله دانش مدیریت، شماره‌های ۳۷ و ۳۸، تابستان و پاییز.
- صمد آقایی، جلیل (۱۳۷۸)، سازمانهای کارآفرین، مراکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
- متوسلی، محمود (۱۳۷۵)، "فضای اقتصادی کارآفرینی و نقش مدیران در توسعه اقتصادی"، مجله دانش مدیریت، شماره‌های ۳۳ و ۳۴.
- وبر، ماکس (۱۳۷۱)، اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری، مترجم عبدالمعبود انصاری، سازمان سمت، چاپ اول.

- Brockhaus R. (1982). Risk taking propensity of entrepreneurs. Academy of Manajement journal.
- Gasse. Y. (1985) A strategy for the promotion and identification of potentiad Entrepreneurs at the scondary school level. In P.D. reynolds(ed). Frontier of Entrepreneurship Research. Washington: Babson college.
- Ingelhart. Ronald. (1373[1994A.D.]) "Tahawol Farhangi dar Jamee Peashrafteh-e Sanatti [Persian Translation of Culture Shift in Advance industrial Society], Translated by Maryam Wetr,

Entesharat-e Kavir Tehran.

- Mc Clelland. D. (1961) The Achieving society,princeton.Nj: Va
- Palmer. M. (1987) The Application of psychological Testing to Entrepreneurial potential. Inc. Baumback. J. Mancuso (eds). Entrepreneurship and venture Management N.J: Prentice Hall Inc.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی