

# رشد کارآفرینی فرهنگی در ایران

## گزارشی از یک تحقیق

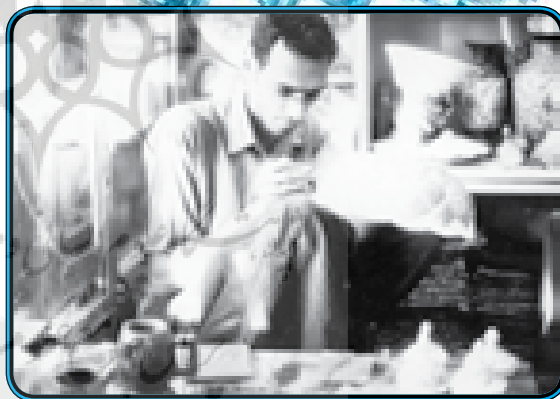
### بررسی روند کارآفرینی فرهنگی طی دهه گذشته در ایران

علاءالدین ازوجی \*

محقق در این پژوهش ابتدا به ارائه تعاریف مختلفی از کارآفرینی پرداخته و سیر تاریخی آن را مورد بررسی قرار داده است. وی خاستگاه لفظ کارآفرینی را زبان فرانسه و به معنای متعهد شدن نسبت داده است و بنا به قول کانلیتون، مجموع کارآفرینی عوامل اقتصادی را به سه دسته تقسیم کرده است که شامل مالکان زمین، عوامل اقتصادی دستمزد بگیر و آن دسته از عوامل اقتصادی که با قبول خطر در بازار بورس فعالیت می‌کنند مطرح کرده است.

ازوجی در این تحقیق به ارائه تعاریف مختلفی از واژه کارآفرینی که از سوی قدام مطرح شده پرداخته است. وی همچنین تئوری‌ها و مکاتب کارآفرینی را در سه گروه تقسیم‌بندی کرده است این گروه‌ها شامل مکاتب انسانی، محیطی، ایده راه‌اندازی کسب و کار جدید، تئوری‌های شخصیت رفتاری، اقتصادی، جامعه‌شناسی و جامعه‌نگارانه می‌شوند. گروه سوم مکاتب نیز شامل اشخاص بزرگ، ویژگی‌های روانشناختی، مکتب کلاسیک مدیریت، رهبری و کارآفرین سازمانی می‌شود.

این پژوهشگر، بخشی از تحقیق خود را به تبیین اهداف کارآفرینی و ویژگی‌های آن اختصاص داده است. یکی از مهمترین ویژگی‌های کارآفرینان نوآوری، خلاقیت، مخاطره‌پذیری و داشتن اعتماد به نفس است. همچنین مهمترین اهدافی که بیشتر در برنامه‌های توسعه کارآفرینی مطرح می‌شوند نیز افزایش اشتغال، توسعه اقتصادی، افزایش رقابت و توسعه کارایی بازار، افزایش نوآوری و توسعه انتشار فناوری، افزایش مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد، کاهش انحصار شرکت‌های بزرگ و تمرکز زدایی و دستیابی به توسعه منطقه‌ای است.



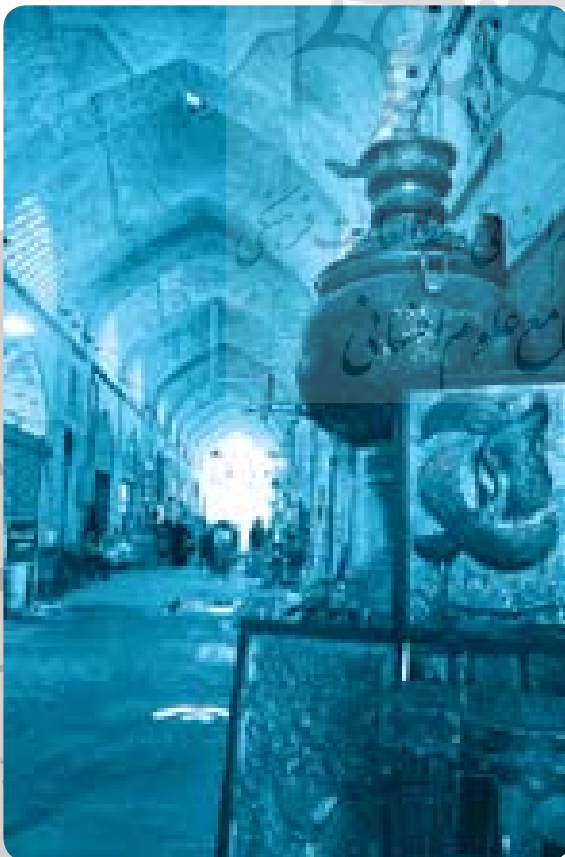
بررسی روند کارآفرینی فرهنگی ایران در دهه گذشته عنوان تحقیقی است که توسط علاءالدین ازوجی پژوهشگر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در تیر ماه سال جاری انجام شده است.

این پژوهش در بررسی خود روند شکل‌گیری کارگاه‌ها و مؤسسات فرهنگی و هنری در ایران را در دوره‌های مختلفی بررسی و عنوان کرده است که شاخص‌هایی مانند موزه، تعداد بازدید کنندگان از بناهای تاریخی، تعداد مراکز مذهبی، چاپخانه، عناوین کتاب، پخش برنامه تلویزیونی، انجمن‌های ادبی، شرکت کنندگان برنامه‌های موسیقی و ... دارای بهترین وضعیت بوده‌اند.

\* پژوهشگر فرهنگ، هنر و ارتباطات

## چشم انداز بخش فرهنگ و هنر ایران

چشم انداز بخش فرهنگ و هنر ایران را می‌توان از لحاظ کمی و کیفی به وسیله برنامه‌های توسعه کشور مورد بررسی قرار داد. بدیهی است در برنامه‌های توسعه‌ای کشور بخش فرهنگ از جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده و از ارکان اصلی در بدنه برنامه‌ها قلمداد می‌شود. با توجه به تدوین سند چشم‌انداز بیست ساله نظام جمهوری اسلامی ایران و تصویب آن توسط مقام معظم رهبری، عملیاتی کردن سیاست‌های کلی برنامه‌های توسعه‌ای کشور در آینده از جمله در امور فرهنگی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در سیاست‌های کلی نظام در بخش فرهنگ و هنر در دوره چشم‌انداز بر رشد و اعتلای فرهنگ و هنر ایران و اسلام به عنوان عناصر هویت ملی تأکید شده است و سیاست‌های بخش فرهنگی در برنامه چهارم توسعه در جهت دستیابی و ایجاد فضای مناسبی برای گسترش فرهنگ، هنر و اندیشه به وسیله ایجاد زمینه‌های تنوع و تکثر در آفرینش‌های فرهنگی و هنری به عنوان سرمایه‌های اصلی تولید و باز تولید آثار و محصولات فرهنگی و هنری در سطح ملی جهانی است. اگر چه گسترش استفاده از ابزارها و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در عرصه فعالیت‌های فرهنگی، هنری و اطلاع رسانی نیز یکی دیگر از راه‌های مناسب برای گسترش فرهنگ هنر و اندیشه است؛ اما لزوماً باید با جبران عقب‌ماندگی‌های سخت افزاری و نرم افزاری به موازنه بخش فرهنگ با سایر بخش‌ها پرداخت.



# IRAN

## کارآفرینی و تجربه کشورها

تجربه کارآفرینی در برخی از کشورهای آسیایی از جمله مالزی، سنگاپور، کره جنوبی، فیلیپین و اندونزی درباره توسعه و ترویج کارآفرینی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط نشان می‌دهد که در بحث تقویت و توسعه دانش مدیریت کارآفرینی، تأکید بر تقویت و توسعه کارآفرینان واحدهای کوچک و متوسط و نیز مدیران شاغل جدید و همچنین آشنایی آنان با آخرین پدیده‌های مدیریتی بوده است.

همچنین استفاده از شیوه‌های آموزشی جدید و آخرین یافته‌های آموزشی جهانی و افزایش مهارت‌های فنی نیروهای شاغل، در این گونه واحدها و مراکز نیز بسیار مؤثر بوده است.

همچنین تغییر سیاست‌های حمایتی و نیز تأمین نیازهای مالی و اعتباری و تقویت و افزایش سیاست‌های پشتیبانی کننده در بازاریابی و شناخت بازار، به تدوین قوانین حمایتی در این گونه کشورها و توجه اساسی دولت‌ها و بنگاه‌های کوچک و متوسط نسبت به مقوله کارآفرینی و کارآفرینان انجامید.

روش تجزیه و تحلیل این تحقیق به صورت اسنادی و کتابخانه‌ای است. این پژوهشگر پس از تعریف شاخص‌های مورد نظر برای تحلیل کارآفرینی فرهنگی به پردازش آن‌ها پرداخته و شاخص‌هایی مانند تغییرات تعداد کارگاه‌ها، تغییرات سالانه و نرخ رشد سالانه و سهم کارگاه‌ها و مؤسسات در هر زیربخش از کل آن در قالب طبقه‌بندی فعالیت‌های بین‌المللی (ISIC) را تحلیل کرده است. اگر چه در این میان موارد دیگری نیز مانند ترکیب کارگاه‌ها از نظر مقیاس بنگاه‌ها در چهار قسمت کارگاه‌های مستقل، کوچک، متوسط و بزرگ و نیز ترکیب کارگاه‌ها از نظر مالکیت حقوقی نیز بررسی شده است.

این پژوهشگر تحولات شاخص‌های مزبور در کارگاه‌های بخش فرهنگی طی سال‌های ۷۳ تا ۸۱ را مورد بررسی قرار داده است که بر آن اساس جدول کارگاه‌های مربوط به صنعت انتشارات، در ذیل می‌آید:

### کارگاه‌های مربوط به صنعت نشر کتاب

- 📖 کارگاه‌های مربوط به صنعت نشر روزنامه، مطبوعات مجله و نشریات ادواری
- 📖 کارگاه‌های مربوط به صنعت چاپ شامل کارگاه‌های مربوط به فعالیت‌های امور چاپ
- 📖 کارگاه‌های مربوط به خدمات امور چاپ
- 📖 کارگاه‌های مربوط به تکثیر رسانه‌ای (تصویری و شنیداری)
- 📖 کارگاه‌های مربوط به تولید فیلم‌های سینمایی
- 📖 کارگاه‌های مربوط به مراکز فرهنگی و هنری

همچنین تأمین محیط حقوقی مناسب، امنیت و منزلت اجتماعی اصحاب فرهنگ و هنر و رفع موانع و تقویت زمینه‌های رقابت‌پذیری در عرصه فعالیت‌های فرهنگی و هنری، ملی و جهانی و نیز ایجاد فرصت‌های برابر و افزایش آثار و محصولات فرهنگی و هنری با تأکید بر ساماندهی مجدد نظام‌های توزیع و مصرف نیز از جمله شرایطی هستند که ایجاد فضای مناسب برای تحقق آن‌ها بی‌تردید نقش مهمی در کارآفرینی فرهنگی کشور خواهد داشت.

اگر چه برخی از این مواد به صورت مستقیم با کارآفرینی فرهنگی رابطه ندارد اما متون موارد قانونی، بیانگر توجه به زمینه‌سازی برای ورود بنگاه‌های جدید در عرصه فرهنگ و هنر هستند که می‌توان از اصلاح قوانین و مقررات، تأسیس صندوق‌های غیردولتی ضمانت، تهیه لایحه امنیت شغلی اصحاب فرهنگ و گسترش نظام بیمه بیکاری برای اصحاب فرهنگ و هنر به عنوان موارد زمینه‌ساز کارآفرینی فرهنگی نام برد.

آن چه که مشخص است این سیاست‌ها با اهداف گسترده‌ای مانند مشارکت بیشتر کارآفرینان و متقاضیان کسب و کار جدید در عرصه فرهنگی، تأمین منابع مالی لازم برای کارآفرینان و متقاضیان در عرصه تولید محصولات فرهنگی، افزایش صادرات محصولات فرهنگی با ارزش افزوده بالا با رعایت تناسب شرایط منطقه تدوین شده است.

فهرست مؤسسات تکثیر رسانه‌ای از نظر مالکیت و ترکیب کارگاه‌ها و مؤسسات مربوط به فعالیت‌های تکثیر رسانه‌ای بر اساس مقیاس بنگاه در جدول ذیل آمده است. □

جدول ۱: روند و ترکیب کارگاه‌های صنعت انتشارات، تعداد کارگاه‌ها و مؤسسات «صنعت و انتشارات»  
به تفکیک زیر گروه‌ها (واحد: تعداد - درصد)

نوع فعالیت	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	تغییرات کل دوره ۸۱-۷۳	تغییرات سالانه دوره ۸۱-۷۳	متوسط نرخ رشد سالانه
انتشارات کتاب	۲۱۰	۲۵۱	۲۸۹	۳۴۴	۴۱۴	۵۱۳	۶۳۲	۷۷۸	۹۴۲	۷۳۲	۹۲	۲۰/۶
انتشارات روزنامه و مطبوعات و ...	۱۵۴	۱۷۴	۲۱۶	۲۸۰	۳۵۹	۴۸۲	۶۵۹	۸۹۱	۱۲۰۴	۱۰۵۰	۱۳۱	۲۹/۳
انتشارات نوار صوتی	۸	۸	۹	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۶	۱	۷/۳
سایر انتشارات	۴۸	۵۰	۵۶	۶۸	۹۳	۱۱۵	۱۴۳	۱۶۸	۱۹۵	۱۴۷	۱۸	۵۰
کل انتشارات	۴۲۰	۴۸۳	۵۷۰	۷۰۱	۸۷۶	۱۱۲۱	۱۴۴۶	۱۸۵۰	۲۳۵۵	۱۹۳۵	۲۴۲	۲۴/۱

جدول ۲: روند و ترکیب کارگاه‌های صنعت انتشارات، تعداد کارگاه‌ها و مؤسسات «صنعت و انتشارات»  
به تفکیک زیرگروه‌ها (واحد: تعداد - درصد)

نوع فعالیت	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	تغییرات کل دوره ۸۱-۷۳	تغییرات سالانه دوره ۸۱-۷۳	متوسط نرخ رشد سالانه
فعالیت‌های چاپ	۲۰۳۵	۲۱۸۷	۲۲۹۴	۲۳۹۴	۲۴۸۶	۲۸۲۶	۳۲۸۲	۳۶۱۰	۳۹۸۱	۱۹۴۶	۲۴۳	۸/۷
فعالیت‌های خدماتی مربوط به چاپ	۸۷۸	۹۲۵	۹۷۴	۱۰۳۵	۱۰۹۹	۱۱۸۷	۱۲۶۰	۱۳۱۶	۱۴۲۲	۵۴۴	۶۸	۶۸
کل صنعت چاپ	۲۹۱۳	۳۱۱۲	۳۲۶۸	۳۴۲۹	۳۵۸۵	۴۰۱۳	۴۵۴۲	۴۹۲۶	۵۴۰۳	۲۴۹۰	۳۱۱	۸

#### روند تحولات کارگاه‌ها و مؤسسات صنعت چاپ

ترکیب کارگاه‌های صنعت انتشارات از نظر مالکیت حقوقی بنگاه‌ها نیز در جدول ذیل بررسی شده است

مقیاس بنگاه	۱۳۷۳	۱۳۷۴	۱۳۷۵	۱۳۷۶	۱۳۷۷	۱۳۷۸	۱۳۷۹	۱۳۸۰	۱۳۸۱	متوسط دوره
کارگاه‌های فردی و شرکت‌های غیررسمی	۹۴/۴	۹۴/۸	۹۴/۸	۹۴/۸	۹۵	۹۶/۴	۹۷/۴	۹۶/۳	۹۸/۲	۹۵/۷
کارگاه‌های دولتی	۰	۰	۰	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱
کارگاه‌های تعاونی	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱	۰/۱
کارگاه‌های رسمی (به جز تعاونی و دولتی)	۵/۵	۵/۲	۵/۲	۵/۱	۴/۸	۳/۳	۲/۱	۳/۲	۲/۱	۱/۴
سایر کارگاه‌ها	۰	۰	۰	۰	۰/۱	۰/۱	۰/۲	۰/۲	۰/۲	۰/۱
کل کارگاه‌ها	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

## نگرش مدیریت

اگر چه تا همین چند لحظه پیش ناراحت بودم که این مرد چطور می‌تواند تا این اندازه بی‌ملاحظه باشد، اما ناگهان با تغییر نگرشم همه چیز عوض شد و من از صمیم قلب می‌خواستم که هر کمکی از دستم ساخته است، انجام بدهم».

حقیقت این است که به محض تغییر برداشت، همه چیز ناگهان عوض می‌شود، کلید یا راه حل هر مسئله این است که به شیشه‌های عینکی که به چشم داریم بنگریم. شاید هر از چند گاه لازم باشد که رنگ آن‌ها را عوض کنیم و در واقع برداشت یا نقش خودمان را تغییر بدهیم تا بتوانیم هر وضعیتی را از دیدگاه تازه‌ای ببینیم و تفسیر کنیم، آن چه اهمیت دارد خود واقعه نیست، بلکه تعبیر و تفسیر ما از آن است که به آن معنا و مفهوم می‌دهد. □

به روی خودش نمی‌آورد و غرق در افکار خودش بود. بالاخره صبرم لبریز شد و زبان به اعتراض باز کردم که آقای محترم! بچه‌هایتان واقعاً دارند همه را آزار می‌دهند، شما نمی‌خواهید جلوی‌شان را بگیرید؟

مرد که انگار تازه متوجه شده بود چه اتفاقی دارد می‌افتد کمی خودش را روی صندلی جابه‌جا کرد و گفت: بله، حق با شماست. واقعاً متأسفم. راستش ما داریم از بیمارستانی برمی‌گردیم که همسرم، مادر همین بچه‌ها نیم ساعت پیش در آن جا مرده است. من واقعاً گیجم و نمی‌دانم باید به این بچه‌ها چه بگویم. نمی‌دانم که خودم باید چه کار کنم و بغضش ترکید و اشکش سرازیر شد».

استفان کاوی بلافاصله پس از نقل این خاطره می‌پرسد: «صادقانه بگویید آیا اکنون این وضعیت را به طور متفاوتی نمی‌بینید؟ چرا این طور است؟ آیا دلیلی به جز این دارد که نگرش شما نسبت به آن مرد عوض شده است؟»

و خودش ادامه می‌دهد: «راستش من خودم هم بلافاصله نگرشم عوض شد و دلسوزانه به آن مرد گفتم: واقعاً مرا ببخشید، نمی‌دانستم، آیا کمکی از دست من ساخته است؟ و ...

انجستین می‌گوید: «آنچه در مغزتان می‌گذرد، جهانتان را می‌آفریند». ویلیام جیمز نیز بر این باور است که بزرگترین کشف عصر ما این است که انسان‌ها می‌توانند با اصلاح نگرش‌های ذهنی خود، زندگانی خویش را اصلاح کنند.

استفان کاوی، از سرشناس‌ترین چهره‌های علم موفقیت، احتمالاً با الهام از همین سخنان است که می‌گوید: «اگر می‌خواهید در زندگی و روابط شخصی‌تان تغییرات جزیی به وجود آورید به گرایش‌ها و رفتارهای تان توجه کنید. اما اگر دلتان می‌خواهد قدم‌های کوانتومی بردارید و تغییرات اساسی در زندگی‌تان ایجاد کنید باید نگرش‌ها و برداشت‌هایتان را عوض کنید».

او در کتابش به نام هفت عادت انسان‌های مؤثر، حرف‌هایش را با ذکر یک مثال خوب و واقعی، ملموس‌تر می‌کند: «صبح یک روز تعطیل در نیویورک سوار اتوبوس شدم، تقریباً یک سوم اتوبوس پر شده بود. بیشتر مردم آرام نشسته بودند یا سرشان به چیزی گرم بود و در مجموع فضایی سرشار از آرامش و سکوتی دلپذیر برقرار بود تا این که مرد میان‌سالی با بچه‌هایش سوار اتوبوس شد و بلافاصله فضای اتوبوس تغییر کرد. بچه‌هایش داد و بیداد راه انداختند و مدام به طرف همدیگر چیز پرتاب می‌کردند. یکی از بچه‌ها با صدای بلند گریه می‌کرد و یکی دیگر روزنامه را از دست این و آن می‌کشید و خلاصه اعصاب همه‌مان توی اتوبوس خرد شده بود. اما پدر آن بچه‌ها که دقیقاً در صندلی جلویی من نشسته بود، اصلاً

