



The Role of Art in Promoting and Teaching Entrepreneurship: Analyzing the Qualitative Content of Iranian Children and Adolescent Films in the Last Four Decades (1981-2022)

Zahra Sadeqi-Arani^{✉1} | Somaye Naderi Yeganeh²

1. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Financial Sciences, Management and Entrepreneurship, Kashan University, Kashan, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: sadeqiarani@kashanu.ac.ir
2. Department of Entrepreneurship, Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Dahaghan Branch, Isfahan, Iran.
E-mail: s.naderi@staff.kashanu.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received: 10 Jun 2023

Received in revised form:
19 Jun 2023

Accepted: 24 Jun 2023

Available online: 24 Jun
2023

Keywords:

Teaching and Promoting
Entrepreneurship;
Qualitative Content
Analysis;
Children and Teenagers
Movies;
Entrepreneurial
Personality Traits.

Undoubtedly, cinema can play a key role in teaching entrepreneurial qualities, especially in childhood and adolescence. For this purpose, the qualitative content analysis of selected movies in the genre of children and teenagers was done in the years 1981-2022. The upcoming research is one of the descriptive-analytical (interpretive) researches. It is based on the qualitative research paradigm and directional content analysis technique is used. The content of the film script and dialogues of the actors were used as the unit of recording themes and meaningful sentences related to the topic were identified. The purposeful sampling method was used to select the films. Accordingly, one film from each decade and a total of 4 films were examined. In order to code the themes, measuring entrepreneurial personality traits Kurd-naj et al including the dimensions of achievement seeking, internal focus of control, risk-taking, ambiguity tolerance, intellectual fluency, fantasizing, pragmatism and challenge seeking are used as the main topics in the questionnaire. The findings of this research show that the share of concepts related to entrepreneurial personality traits in the 4 selected children and adolescent movies is nearly 20% and there is no significant difference between the selected films in the use of entrepreneurial concepts. There is also a significant difference between the shares of 8 entrepreneurial personality traits in the selected films. Among them, risk-taking feature with the number of 174 sentences has the largest share and pragmatism feature with 58 sentences has the least share in the selected children and adolescent movies in the last 4 decades. Due to the increase in the tendency of children and young people towards theatrical content, movies can be an important source for modeling roles and accepting entrepreneurial personality traits and thus promoting and teaching entrepreneurial skills. Based on the results, it is recommended to institutionalize the entrepreneurial culture through the development of movies with an entrepreneurial approach, especially in the genre of children and teenagers.

Education and Management of Entrepreneurship, 2023, Vol. 2, No. 2, pp 21-42

Cite this article: Sadeqi-Arani, Z., & Naderi Yeganeh, S. (2023). The Role of Art in Promoting and Teaching Entrepreneurship: Analyzing the Qualitative Content of Iranian Children and Adolescent Films in the Last Four Decades (1981-2022). *Education and Management of Entrepreneurship*, 2 (2), 21-42. doi: 10.22126/eme.2023.9219.1030 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9219.1030>

Publisher: Razi University

نقش هنر در ترویج و آموزش کارآفرینی: تحلیل محتوای کیفی فیلم‌های سینمایی کودک و نوجوان ایرانی در چهار دهه اخیر (۱۴۰۰-۱۳۶۰)

زهرا صادقی آرانی^۱ | سمیه نادری یگانه^۲

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: sadeqiarani@kashanu.ac.ir

۲. گروه کارآفرینی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان، اصفهان، ایران.

رایانامه: s.naderi@staff.kashanu.ac.ir

اطلاعات مقاله | چکیده

بی شک سینما می‌تواند در آموزش ویژگی‌های کارآفرینانه به‌ویژه در سنین کودکی و نوجوانی، نقش کلیدی داشته باشد. به این منظور، تحلیل محتوای کیفی فیلم‌های سینمایی منتخب در ژانر کودک و نوجوان در سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ انجام گرفت. پژوهش پیش رو جزء پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی (تفسیرگرایانه) به شمار می‌رود. پژوهش حاضر مبتنی بر پارادایم کیفی بوده و از روش پژوهش تحلیل محتوای جهت‌دار بهره گرفته است. از محتوای متن فیلم و گفت‌وگوهای بازیگران به‌عنوان واحد ثبت مضامین استفاده شد و جملات معنادار مرتبط با موضوع شناسایی شدند. فیلم‌ها با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. بر این اساس، یک فیلم از هر دهه و در مجموع چهار فیلم بررسی شد. به منظور کدگذاری مضامین، از پرسش‌نامه اندازه‌گیری ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کردناپیچ و همکاران شامل ابعاد توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست، رؤیاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی به‌عنوان مقوله‌های اصلی استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که سهم مفاهیم مرتبط با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در چهار فیلم سینمایی کودک و نوجوان منتخب نزدیک به ۲۰٪ است و بین فیلم‌های منتخب در استفاده از مفاهیم کارآفرینانه تفاوت معنی‌داری وجود ندارد؛ همچنین تفاوت معنی‌داری بین سهم هشت ویژگی شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب وجود دارد. در این میان، ویژگی خطرپذیری با تعداد ۱۷۴ جمله، بیشترین سهم و ویژگی عمل‌گرایی با ۵۸ جمله، کمترین سهم را در آموزش کارآفرینی فیلم‌های منتخب سینمایی کودک و نوجوان در چهار دهه اخیر داشته است. با توجه به افزایش گرایش کودکان و نوجوانان به محتوای نمایشی، فیلم‌های سینمایی می‌توانند منبع مهمی برای الگوپذیری از نقش‌ها و پذیرش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و در نتیجه ترویج و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه باشند. بر اساس نتایج، نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینانه در سطح جامعه از طریق توسعه فیلم‌های سینمایی با رویکرد کارآفرینی به‌خصوص در ژانر کودک و نوجوان پیشنهاد می‌گردد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۳/۲۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۲/۰۴/۰۳

کلیدواژه‌ها:

آموزش و ترویج کارآفرینی،

تحلیل محتوای کیفی،

فیلم‌های سینمایی ژانر کودک و

نوجوان،

ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۲، شماره ۲، سال ۱۴۰۲، صفحات ۴۲-۲۱

استناد: صادقی آرانی، زهرا؛ نادری یگانه، سمیه (۱۴۰۲). نقش هنر در ترویج و آموزش کارآفرینی: تحلیل محتوای کیفی فیلم‌های سینمایی

کودک و نوجوان ایرانی در چهار دهه اخیر (۱۳۶۰-۱۴۰۰). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۲(۲)، ۴۲-۲۱. doi:

10.22126/eme.2023.9219.1030



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2023.9219.1030>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

امروزه کاربرد واژه کارآفرینی بسیار رو به گسترش است و دیگر منحصر و محدود به حوزه‌های اقتصادی و کسب‌وکار نبوده و در همه زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نیز مطرح شده (احمد و همکاران^۱، ۲۰۲۳)؛ تعریف‌های بسیار جامعی از آن ارائه شده است که در آن نه تنها ایجاد کسب‌وکار، بلکه بهبود و توسعه نگرش‌ها، مهارت‌ها و توانایی‌های افراد و در نهایت توسعه جامعه مد نظر است (دیبایی صابر و سبحانی‌نژاد، ۱۳۹۹)؛ به عبارت دیگر، کارآفرینی تا حد زیادی موفقیت‌های آتی جامعه را پیش‌بینی می‌کند و ترکیب آن با آموزش، آن هم با ابزار مناسب می‌تواند تضمین‌کننده آینده مطلوب در جامعه باشد. تا آنجا که بسیاری از صاحب‌نظران بر این باورند که یکی از عمده‌ترین عوامل کلیدی سطح کارآفرینی در هر کشوری، آموزش کارآفرینی است (احمدپور کریم‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۱).

هزینه‌های آموزش در کشورهای توسعه‌یافته صنعتی به‌نوعی سرمایه‌گذاری تبدیل شده و سیستم آموزش کارآفرینی برای کودکان و نوجوانان راه‌اندازی شده است (ابوتی و همکاران، ۱۳۹۹). بدیهی است، اندکی تأمل در این خصوص، اهمیت و ضرورت آموزش کارآفرینی را برای توسعه اقتصادی روشن می‌سازد. این امر به دلیل اکتسابی بودن (و نه ذاتی بودن) رشد صفات و توانایی‌های کارآفرینی در افراد بوده و باید با ترویج و آموزش برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی شده صورت پذیرد (میکلاچی و اسکیواردی^۲، ۲۰۲۰).

با توجه به اینکه کسب تفکر در هر زمینه‌ای از جمله مفاهیم کارآفرینی، مستلزم آموزش‌های به‌هنگام در دوران کودکی و نوجوانی است و از طرف دیگر شخصیت انسان‌ها در دوران کودکی شکل می‌گیرد، می‌توان بیان کرد که آموزش کارآفرینی در سال‌های کودکی و نوجوانی به صورت یک نیاز اساسی در جامعه مطرح است (ساریکایا و کاسکون^۳، ۲۰۱۵). هدف از آموزش کارآفرینی به کودکان و نوجوانان، آماده‌سازی آن‌ها برای ورود به دنیای واقعی کسب‌وکار است؛ بنابراین بهتر است آموزش کارآفرینی بر عوامل زمینه‌ای شکل‌دهنده کارآفرینی یا ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان صورت گیرد تا نگرش آن‌ها را نسبت به کارآفرینی تغییر داده و زمینه کارآفرین شدن را در آن‌ها فراهم آورد (جدی‌گرگری و همکاران، ۱۴۰۰).

پژوهش‌های اولیه در مورد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان به دنبال این بود که مشخص کند چه تمایزی میان کارآفرینان از غیر کارآفرینان است؛ یا اینکه کارآفرینان با مدیران شرکت‌های بزرگ چه تفاوت‌هایی دارند؛ اما در حال حاضر، بیشتر پژوهش‌ها در مورد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان در پی این موضوع است که چگونه می‌توان با آموزش و ترویج آن‌ها افراد به‌خصوص کودکان و نوجوانان را به سمت و سوی کارآفرینی و موفقیت سوق داد (مقدس‌نیکو و همکاران، ۱۴۰۱).

بر این اساس، به‌منظور ایجاد بستر اجتماعی مناسب در راستای آموزش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و تقویت حرکت به سمت کارآفرینی در کودکان و نوجوانان از ابزارهای فرهنگی متفاوتی می‌توان استفاده کرد که مهم‌ترین آن‌ها رسانه‌های جمعی است. رسانه‌های جمعی به‌عنوان مهم‌ترین نهاد سازنده نگرش افراد در جوامع جدید شناخته می‌شوند (خانیکی و زردار، ۱۳۹۵). از میان این رسانه‌ها، سینما و محصولات آن یعنی فیلم‌های سینمایی، به‌عنوان دومین منبع تماشای فیلم با آماری در حدود ۳۷٪ در میان سایر رسانه‌ها نقش مهمی در نهادینه کردن مفاهیم جامعه بازی می‌کند (اسدزاده و آشنا، ۱۳۹۹).

1. Ahmad et al.
2. Michelacci & Schivardi
3. Sankaya & Caskun

سینما را می‌توان به‌عنوان کانون خلق فرهنگ، تغییر فرهنگ و فرهنگ‌پذیری در جامعه و همچنین ابزاری منحصر به فرد و تأثیرگذار برای بیان و سامان‌بخشی مسائل مختلف مطرح کرد. از میان بخش‌ها و ژانرهای مختلف سینما، بخش کودک و نوجوان به‌عنوان ژانر بسیار تأثیرگذاری در میان افراد یک جامعه از خود کودکان و نوجوانان گرفته تا بزرگسالان در نظر گرفته می‌شود؛ زیرا تماشای فیلم‌های سینمایی به بالندگی توانایی‌های فهمیدن و اندیشیدن کمک می‌کند و قدرت تمرکز آن‌ها را در مورد یک موضوع افزایش می‌دهد (کاراکاس و ساریگولو^۱، ۲۰۱۲)؛ بنابراین، بررسی فیلم‌های سینمایی در ژانر کودک و نوجوان، به‌عنوان ابزاری فرهنگی در جهت آموزش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در راستای تقویت حرکت به‌سمت کارآفرینی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند (تشکری و همکاران، ۱۳۹۵).

پژوهش‌های متعددی به بررسی نقش ابزارهای فرهنگی مانند کتاب و سریال‌های تلویزیونی در زمینه آموزش مفاهیم کارآفرینی پرداخته‌اند. برای مثال واحدی و همکاران (۱۳۹۵) تحلیل محتوای کتب کار و فناوری پایه‌های ششم، هفتم و هشتم را بر اساس الگوی آموزش کارآفرینی انجام دادند. افزون بر این، بهمنی و همکاران (۱۳۹۸) به تحلیل کتب و محتوای برنامه درسی از منظر آموزش کارآفرینی در مقطع ابتدایی پرداختند. جدی‌گرگی و همکاران (۱۴۰۰) نیز پژوهشی با هدف شناسایی مؤلفه‌های آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه در کتب درسی این مقطع انجام دادند. همچنین در پژوهشی با عنوان ابزارهای هدایت‌کننده در آموزش (کوبرود و تورهیگن^۲، ۲۰۱۵) کارآفرینی دانش‌آموزان در اسپانیا به این نتایج دست یافتند که آموزش کارآفرینی مستلزم وجود ابزارهای هدایت‌کننده از جمله کتاب و فیلم در مسیر زندگی نوجوانان است؛ اما تاکنون پژوهشی در مورد بررسی فیلم‌های سینمایی کودکان و نوجوانان از منظر آموزش مفاهیم کارآفرینی در داخل کشور انجام نشده است.

بر این اساس و با توجه به اهمیت آموزش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در سنین کودک و نوجوانی از طریق رسانه سینما به‌عنوان یک ابزار تأثیرگذار فرهنگی، این پژوهش درصدد شناسایی مفاهیم بیان‌شده مرتبط با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های سینمایی ژانر کودک و نوجوان منتخب در چهار دهه اخیر از سال ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ و مقایسه آن‌ها با یکدیگر از طریق تحلیل محتوای این فیلم‌ها است. بر این اساس پرسش اصلی پژوهش به شرح زیر است:

- به چه میزان به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رؤیای‌پردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی) در فیلم‌های سینمایی کودک و نوجوان منتخب دهه‌های ۶۰ تا ۱۴۰۰ توجه شده است؟

- آیا نسبت محتوای به کار رفته در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب یکسان است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

از دیدگاه شومپتر^۳ (۲۰۰۵)، رشد و توسعه اقتصادی در یک جامعه زمانی امکان‌پذیر است که افرادی از جامعه با پذیرش خطرهای اقدام به خلاقیت و نوآوری کرده باشند و راهکارهای جدیدی را جایگزین راه‌حل‌های ناکارآمد و قدیمی کنند. این اقدام نیازمند یک کارکرد ذهنی است که شومپتر آن را تخریب خلاق و افرادی

1. Karakas & Sarigollu
2. Kubberoed & Hagen
3. Schumpeter

که در حل بحران‌هایی همچون مشکلات شدید اقتصادی، ورشکستگی کسب‌وکارهای کوچک، سرعت تغییر در بازارها و نیاز به رقابت مستمر این کارکرد ذهنی را به کار می‌گیرند کارآفرین می‌نامد (سراج و مطیعی، ۱۴۰۱). توجه به این موضوع به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، با وجود خیل عظیم مشکلات از جمله اقتصاد وابسته به نفت، بیکاری، تورم لحظه‌ای و... بیش از پیش مورد اهمیت قرار گرفته است.

شخصیت و ویژگی‌های کارآفرینان یکی از موضوعات عمده مباحث روان‌شناسی در اوایل دهه ۱۹۸۰ بود. روان‌شناسی دو رویکرد را برای مطالعه رفتار کارآفرینانه ارائه می‌کند که عبارت‌اند از رویکرد شناختی و رویکرد غیرشناختی. در رویکرد غیرشناختی به رفتار کارآفرین و محرک‌های خارجی که او را تحت تأثیر قرار می‌دهند توجه می‌شود. در مقابل آن رویکرد شناختی تلاش می‌کند رفتار فرد کارآفرین را از طریق شناخت ویژگی‌های شخصیتی وی و پویایی‌های درونی او مورد بررسی قرار دهد. رویکرد خصیصه‌ها یا ویژگی‌های شخصیتی بر شخص کارآفرین متمرکز است و تلاش می‌کند تا ویژگی‌های افراد کارآفرین را از افراد غیر کارآفرین تشخیص دهد (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۸). بر این اساس تا کنون پژوهش‌های بسیار زیادی در مورد شناخت و معرفی ویژگی‌های شخصیتی توسط روان‌شناسان و نظریه‌پردازان کارآفرینی صورت گرفته است و دانشمندان فهرست طولی از این ویژگی‌ها را ارائه کرده‌اند که شامل مواردی همچون نیاز به استقلال یا استقلال‌طلبی، نیاز به موفقیت، کانون کنترل درونی، ریسک‌پذیری، فرد ناراضی یا حاشیه‌ای، شهود، تحمل ابهام (لی^۱، ۲۰۱۵)، اراده و عزم راسخ، ابتکار عمل، گرایش به اهداف روشن، خلاقیت، صداقت و درستی (بولتون و تامپسون^۲، ۲۰۰۰) تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌ها (کرزرنر^۳، ۱۹۷۳)، میراث روان‌شناسی خانوادگی سنگین (کتز^۴، ۱۹۷۷) و... می‌شود.

یکی از نظریات مهم و کاربردی در این زمینه نظریه سنجش شخصیت کارآفرینان کردناپیچ و همکاران (۱۳۸۶) است که در این مدل ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه عبارت‌اند از ابعاد توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رؤیاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی. در ادامه به تعریف هر یک از این ابعاد پرداخته می‌شود.

توفیق‌طلبی^۵: انگیزه توفیق‌طلبی یا نیاز به موفقیت مهم‌ترین عامل برای تشریح رفتار اقتصادی است. افراد داری این ویژگی با احتمال بیشتری کارآفرینان موفقی می‌شوند. آن‌ها به‌منظور موفقیت در انجام امور به شیوه‌ای عالی تلاش می‌کنند و از اعتماد به‌نفس بالایی برخوردارند؛ اما در اصل پول‌محور نیستند. پس بنابراین توفیق‌طلبی تمایل به انجام کار درست است البته نه به دلیل وجهه موفقیت اجتماعی، بلکه به دلیل احساس درونی ناشی از موفقیت شخصی (آگاروال^۶، ۲۰۲۲).

کانون کنترل درونی^۷: منبع کنترل افراد به دو دسته تقسیم می‌شوند: درونی (علت رویداد من هستم) و بیرونی (علت رویداد دیگران یا چیزهای دیگر هستند). یک اسناد درونی ادعا می‌کند که شخص خود مسئول رویداد است. اسناد بیرونی مدعی است که عوامل بیرون از فرد باعث یک رویداد می‌شوند؛ بنابراین در منبع

1. Liu
2. Bolton & Tamposon
3. Kerzner
4. Ketz
5. Need for achievement
6. Agarwal
7. Internal control center

کنترل درونی، افراد وقایع مثبت و منفی را به‌عنوان عملکردی از رفتار خویش ادراک می‌کنند؛ اما در کنترل بیرونی افراد وقایع مثبت و منفی را خارج از کنترل خود می‌دانند (تقوایی یزدی و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرینان دارای منبع کنترل درونی هستند و موفقیت و یا شکست خود را به سرنوشت، شانس، اقبال و ... نسبت نمی‌دهند (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶).

خطرپذیری متعادل^۱: تمایل به خطرپذیری جنبه‌ای از شخصیت است که تمایل فرد به درگیر شدن در فعالیت‌های دارای ریسک را اندازه‌گیری می‌کند. افرادی که دارای ریسک‌پذیری بالایی هستند احتمال بالاتری دارد که به بهره‌برداری از فرصت‌ها بپردازند؛ زیرا ریسک عنصر اساسی کارآفرینی است (مقیم‌ی و همکاران، ۱۳۹۸).

تحمل ابهام^۲: زمانی که افراد در انجام کارها به دلیل وجود دانش ناقص با عدم قطعیت مواجه شوند و توانایی پذیرش آن را داشته باشند، از توانایی تحمل ابهام برخوردارند (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶).
سلاست فکری^۳: عبارت است از توانایی انجام امور فی‌البداهه و حل این‌گونه مسائل به‌صورت موفقیت‌آمیز. این عامل به‌عنوان حوزه فکری متغیر خلاقیت در افراد کارآفرین معرفی و مورد شناسایی قرار گرفته است (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶).

رؤیابردازی^۴: رؤیابردازی اشاره به توانایی‌های فرد در بیان ایده‌های نو، جدید، غیر عادی و گاهی دست نیافتنی دارد و زمینه‌ساز متغیر خلاقیت در فرد است. افراد رؤیابرداز در هر مرحله از کار دارای ایده‌های جدید هستند و زمان زیادی را برای خلق کردن چیزهای جدید می‌گذرانند (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶).
عمل‌گرایی^۵: عمل‌گرایی همواره در بین خصوصیات اصلی شخصیتی کارآفرینان طبقه‌بندی شده است. عمل‌گرایی به این پرسش می‌پردازد که چطور باید کارها را انجام داد. عمل‌گرایان به نتایج واقعی و قابل لمس در کار علاقه دارند و تمرکز خود را بر روی نتایج می‌گذارند (کاسمینتاری و همکاران^۶، ۲۰۱۸).

چالش‌طلبی^۷: چالش‌طلبی عبارت است از میزان تمایل فرد به درگیر شدن در کارهای پیچیده و مبهم و توانایی ارائه راهکارهای سازنده در این‌گونه موقعیت‌ها. چالش‌طلبی در واقع تکمیل‌کننده ویژگی توفیق‌طلبی است (کردناییج و همکاران، ۱۳۸۶).

فیلم‌های سینمایی ژانری، به زبان ساده، فیلم‌های تجاری بلندی هستند که از راه تکرار و تنوع‌بخشی، داستان‌هایی آشنا را با شخصیت‌هایی آشنا و در موقعیت‌هایی آشنا تعریف می‌کنند. به‌منظور دسته‌بندی ژانرهای سینمایی بسترهای مختلفی همچون سبک کار، موضوع، تماشاگر و نوع ساخت را می‌توان در نظر گرفت و بر این اساس ژانرهای مختلفی سینمایی را تعریف کرد (پارک^۸، ۲۰۱۱)؛ اما به‌طور کلی می‌توان به گونه یا ژانر سینمایی از منظر نوع دریافت نگاه بیننده توجه کرد. به این معنی که بینندگان سفارش‌دهنده ژانرها در مسیر تاریخ فیلم بوده‌اند. در واقع ژانر یک متن کامل نشده است که در چندین فیلم و بر اساس انتظارات برآورده نشده بینندگان دریافت می‌شود و بر این اساس زمینه انتقال مفاهیم مختلف فرهنگی و

1. Moderate risk-taking propensity
2. Ambiguity tolerance
3. Intellectual fluency
4. Vision
5. Pragmatism
6. Kusmintarti et al.
7. Challenge-seeking
8. Park

اجتماعی را فراهم می‌کند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۸).

همان‌طور که اشاره شد یکی از بسترهای مورد استفاده در تقسیم‌بندی ژانرهای سینمایی، استفاده از نوع مخاطب و یا تماشاگر است که بر اساس آن می‌توان ژانرهای سینمایی را به کودک، خانواده‌گی، کودک و نوجوان، مردانه و زنانه تقسیم کرد. ژانر کودک و نوجوان فیلم‌هایی است که در آن‌ها بیشتر بازیگران نقش‌های کلیدی توسط کودکان و نوجوانان اجرا می‌شوند و داستان و محتوای آن‌ها راجع به دنیای کودکان و چالش‌ها و رفتارهای آنان در خانه و خانواده یا مدرسه و غیره است. فیلم‌های کودک و نوجوان به‌طور ویژه برای کودکان ساخته می‌شوند نه برای مخاطب عام، هرچند که توسط بزرگسالان هم قابل دیدن هستند (واترز، ۲۰۲۲).

در پژوهشی که توسط احمدی و فضایی‌فر (۱۳۹۲) انجام شد، محتوای کتاب‌های حرفه‌وفن دوره راهنمایی از منظر توجه به شاخص‌های کارآفرینی مورد توجه قرار گرفت و نتایج به دست آمده نشان می‌داد که در هر سه کتاب آموزش حرفه‌وفن بیش‌ترین میزان فراوانی مربوط به شاخص خلاقیت و نوآوری و کم‌ترین میزان فراوانی مربوط به شاخص تحمل ابهام در کتاب‌های آموزش حرفه‌وفن سال اول، دوم و سوم دوره راهنمایی بوده است.

در پژوهشی دیگر که به وسیله واحدی و همکاران (۱۳۹۵) انجام شد، به تحلیل محتوای کتاب‌های کار و فناوری در ایران در پایه‌های ششم، هفتم و هشتم بر اساس الگوی آموزش کارآفرینی پرداخته شد و نتایج کیفی حاصل از پژوهش نشان داد که این کتب می‌بایست بر اساس الگویی با عنوان «آینده شما تحت لوای کارآفرینی» مورد بازبینی قرار گیرند.

محمدی قشلاق (۱۳۹۶) نیز در پژوهشی دیگر به بررسی و شناسایی میزان توزیع مؤلفه‌های کارآفرینی در محتوای درسی کتاب کار و فناوری پایه‌های هفتم، هشتم، نهم و دهم با استفاده از تحلیل محتوا پرداخت و به این نتیجه رسید که جمعاً در کتب موجود ۲۹۱ مورد به مؤلفه‌های کارآفرینی اشاره شده که از میان آن‌ها مؤلفه‌های ریسک‌پذیری و خلاقیت کمترین میزان توجه را به خود اختصاص داده بود.

جعفری هرندی (۱۳۹۸) نیز به ارزیابی محتوای کتاب کار و فناوری پایه نهم از نظر میزان توجه به مفاهیم کارآفرینی به روشی توصیفی از نوع تحلیل محتوای کمی پرداخت. بررسی‌ها نشان داد که در این کتاب ۲۷۰ بار به مفاهیم کارآفرینی توجه شده و از میان آن‌ها ضریب اهمیت مفهوم ریسک‌پذیری در بالاترین رتبه و آینده‌نگری به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های عمل‌گرایی در پایین‌ترین رتبه قرار دارد.

همچنین در یک پژوهش، با عنوان واکاوی مبانی و اهداف برنامه درسی آموزش مهارت‌های تفکر خلاق و انتقادی در دوره ابتدایی (حجتی و همکاران، ۱۴۰۰)، بر اساس تحلیل محتوای کیفی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از معلمان، نتیجه‌گیری شد که دو مقوله اصلی مهارت‌های درون فردی و برون فردی مانند مهارت‌های تکنیکی، مهارت‌های حل مسئله و مهارت‌های اخلاقی و در مقوله مهارت‌های برون فردی اصول کفایت‌های هیجانی، کفایت‌های شناختی و کفایت‌های اجتماعی باعث بروز تفکر خلاق می‌شوند که یکی از ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان است.

در پژوهشی دیگر تحلیل محتوای کتاب کارگاه کارآفرینی و تولید دوره دوم متوسطه (شاخه نظری) از منظر میزان توجه به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج و یافته‌های پژوهش بخش کیفی تحلیل محتوا نشان داد که ۷ ویژگی شخصیتی کارآفرینی یعنی ریسک‌پذیری، منبع کنترل درونی،

موفقیت‌طلبی، استقلال‌طلبی، تحمل ابهام، خلاقیت و خودباوری است که از میان آن‌ها ویژگی خلاقیت بالاترین میزان بار اطلاعاتی و استقلال‌طلبی پایین‌ترین میزان بار اطلاعاتی را دارا می‌باشند (آقامحمدی و همکاران، ۱۳۹۸).

همان‌گونه که در پیشینه پژوهش قابل مشاهده است بسیاری از مطالعات تجربی صورت گرفته در حوزه تحلیل محتوای آموزش کارآفرینی در محصولات فرهنگی برای جوانان و نوجوانان، صرفاً به بررسی کتاب‌های درسی پرداخته و هنوز نقش رسانه‌های ملی از جمله فیلم‌های سینمایی در ترویج و آموزش کارآفرینی بررسی نشده است. بر این اساس پژوهش حاضر با هدف شناسایی مفاهیم بیان شده مرتبط با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های سینمایی ژانر کودک و نوجوان منتخب در چهار دهه اخیر از سال ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ و مقایسه آن‌ها با یکدیگر از طریق تحلیل محتوای این فیلم‌ها انجام شده است.

روش پژوهش

به‌منظور بررسی نظام‌مند اطلاعات و آشکار کردن معانی پنهان در آن‌ها و کاربرد معنی‌دار برخی کلمات و اصطلاحات از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده می‌شود. در یک تعریف عام، تحلیل محتوا به هر تکنیکی که برای استنباط نظام‌مند و عینی ویژگی‌های خاص پیام‌ها به کار می‌رود، اطلاق می‌شود (هولستی^۱، ۱۹۶۹)؛ به عبارت دیگر تحلیل محتوا به هر رویه‌ای که برای تحلیل، تلخیص، طبقه‌بندی و استنباط کردن خصوصیات خاص از متن منجر می‌شود و در مواردی معانی پنهان واقع در آن هویدا شده و گاهی امکان مقایسه چندین متن را به ما می‌دهد، اطلاق می‌گردد. در رویکرد کیفی تحلیل محتوا، غالباً پژوهشگر هر نوع محتوای ارتباطی (سخنرانی، متن‌های کتاب‌ها و مقالات، روزنامه‌ها، تصاویر و فیلم‌ها، مصاحبه‌ها، سایت‌ها و...) که طبقه‌بندی شده باشد را مورد تحلیل قرار داده و آن‌ها را در نهایت تبدیل به متن کرده و از طریق تکنیک تحلیل محتوا مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد (افروغ و مهربانی‌تر، ۱۳۹۷). تا کنون رهیافت‌ها و فرایندهای مختلفی برای تحلیل محتوای کیفی تبیین شده است. سه رهیافت متمایز در تحلیل محتوا کیفی عبارت‌اند از عرفی، هدفمند و تلخیصی یا پنهان مضامین. رهیافت تلخیصی با شناسایی و کمی کردن کلمات یا مضامین ویژه موجود در محتوای ارتباطی، با هدف فهم چگونگی کاربرد این کلمات یا مضامین آن‌ها در همان محتوای ارتباطی آغاز می‌شود. این کمیت‌سازی نه تنها تلاشی برای فهم معنای مضامین است، بیشتر از آن، کشف کاربرد آن‌ها در متن است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰). مراحل تحلیل محتوای کیفی عبارت‌اند از انتخاب مسئله موضوع، تدوین سؤالات و یا اهداف، معرفی متغیرها، نمونه‌گیری، کدگذاری و مقوله‌بندی و تحلیل و استنباط. متداول‌ترین روش نمونه‌گیری در تحلیل محتوای کیفی نمونه‌گیری هدفمند است. به این معنا که نمونه‌هایی انتخاب می‌شوند که از نظر مسئله و اهداف پژوهش غنی و متخصص باشند.

با توجه به توضیحات مطرح‌شده در مورد موضوع پژوهش، تحلیل محتوا و مراحل آن و همچنین روش نمونه‌گیری، می‌توان گفت نوشتار پیش رو به لحاظ هدف جزء پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است و روش تحقیق مورد استفاده تحلیل محتوای کیفی است. جامعه آماری جستار حاضر، تمامی فیلم‌های سینمایی ساخته شده ایرانی در حوزه کودک و نوجوان از سال ۱۳۶۰ تا ۱۴۰۰ است. اطلاعات تفسیری این فیلم‌ها شامل سال ساخت، میزان فروش، زمان پخش و میزان ارزش‌گذاری در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱. جامعه آماری پژوهش (بر اساس سالنامه‌های آماری فروش فیلم‌های سینمایی ایران و سایت منظوم)

ردیف	عنوان فیلم	سال	میزان فروش (ریال)	زمان پخش (دقیقه)	امتیاز منظوم
۱	شهر موش‌ها ۱	۱۳۶۳	۱۴/۳۳۰/۰۶۰	۹۳	۶/۹
۲	گلنار	۱۳۶۸	۹۰۹/۷۸۰	۸۵	۵/۸
۳	دزد عروسک‌ها	۱۳۶۹	۳۶/۳۷۳/۵۵۰	۸۱	۶/۳
۴	پاتال و آرزوهای کوچک	۱۳۶۹	۵۷/۷۵۸/۹۳۰	۸۳	۴/۴
۵	علی و قول جنگل	۱۳۶۹	۲۱۵/۶۷۶/۸۰۰	۸۷	۴/۹
۶	مدرسه پیرمردها	۱۳۷۰	۱۷۵/۷۳۲/۰۰۰	۹۹	۶
۷	بهترین بابای دنیا	۱۳۷۰	۱۰۳/۹۲۸/۳۴۰	۷۷	۴/۲
۸	مریم و میتیل	۱۳۷۱	-	۹۳	۴/۸
۹	کلاه‌قرمزی و پسرخاله	۱۳۷۳	۱/۷۱۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۲	۷/۷
۱۰	الو الو من جوجوام	۱۳۷۳	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۲	۶/۱
۱۱	خواهران غریب	۱۳۷۴	۱/۴۱۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰	۶/۹
۱۲	بچه‌های آسمان	۱۳۷۵	۴۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۰	۷/۷
۱۳	تارزن و تارزان	۱۳۸۰	۱/۶۲۹/۶۶۸/۵۰۰	۹۰	۴/۸
۱۴	روز کارنامه	۱۳۸۱	-	۸۹	۴/۲
۱۵	کلاه‌قرمزی و سروناز	۱۳۸۲	۸/۳۴۸/۸۵۱/۰۰۰	۹۵	۷/۲
۱۶	نصف مال من نصف مال تو	۱۳۸۶	۳/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۹	۵/۱
۱۷	خاله سوسکه	۱۳۸۸	۲/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۸	۴/۷
۱۸	نخودی	۱۳۸۹	۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۳	۴/۹
۱۹	کلاه‌قرمزی و بچه‌ننه	۱۳۹۱	۶۰/۰۱۵/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰	۷/۱
۲۰	آهوی پیشونی سفید ۱	۱۳۹۱	۸۰/۰۶۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۵	۷
۲۱	شهر موش‌ها ۲	۱۳۹۳	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۵	۶/۷
۲۲	شکلاتی	۱۳۹۵	۵/۵۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۰	۵
۲۳	آهوی پیشونی سفید ۲	۱۳۹۶	۳۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۰	۶/۴
۲۴	آهوی پیشونی سفید ۳	۱۳۹۷	۳۲/۴۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۲	۵/۴
۲۵	تورنادو	۱۳۹۷	۱۶/۳۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۲	۷/۱
۲۶	پاستا ریونی	۱۳۹۷	۲۵/۳۹۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۱	۶
۲۷	منطقه پرواز ممنوع	۱۳۹۸	۷۱/۳۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰	۷/۶
۲۸	شهر گربه‌ها	۱۴۰۰	۵۱/۳۷۰/۰۰۰/۰۰۰	۹۰	۵/۳
۲۹	بازیوو	۱۴۰۱	۷۳/۱۳۰/۰۰۰/۰۰۰	۸۵	۷

منبع: سایت منظوم و سالنامه‌های آماری فروش فیلم‌های سینمایی (<https://www.manzoom.ir>)

به منظور جمع‌آوری نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است و با توجه به اینکه ارزش‌گذاری هر فیلم از طرف مخاطبان آن انجام می‌شود، فیلم‌هایی که در هر دهه بیشترین امتیاز را در مراجع ارزش‌گذاری کسب کرده و بیشترین فروش را در سال در ژانر کودک و نوجوان به خود اختصاص داده‌اند به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و به اختصار کدهای F که در ابتدای کلمه فیلم^۱ آمده‌اند عبارت‌اند از:

- شهر موش‌ها ۱ (F1)
- کلاه‌قرمزی و پسرخاله (F2)
- کلاه‌قرمزی و سروناز (F3)
- منطقه پرواز ممنوع (F4)

به منظور تحلیل محتوای کیفی با رهیافت تلخیصی فیلم‌ها از دیالوگ‌ها و مضامین آن‌ها به‌عنوان واحد ثبت و از جملات به‌عنوان واحد تحلیل استفاده شد. در مرحله اول تحقیق دیالوگ‌ها و جملات آن‌ها به متن تبدیل شد. در مرحله دوم واحدهای تحلیل یا همان جملات معنادار و مرتبط با موضوع پژوهش شناسایی شد.

در مرحله سوم، جملات معنادار در دسته‌بندی‌های مربوط به مقوله‌های سازنده یا مؤلفه‌ها قرار گرفت و در مرحله چهارم هر کدام از مقوله‌های سازنده به مقوله‌های اصلی مرتبط با خود متصل شدند. در مقوله‌های اصلی مورد استفاده در پژوهش از ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کردناییج و همکاران (۱۳۸۶) که عبارت‌اند از توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رؤیاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی استفاده شد. به‌منظور تحلیل داده‌ها از شاخص آماری فراوانی استفاده گردید. شاخص آماری فراوانی برحسب تعداد دفعات وجود هر مقوله سازنده و مقوله اصلی که از جملات هر دیالوگ در هر سکانس استنباط شده به کار گرفته شده است. همچنین در تحلیل نتایج از مجموع فراوانی‌ها در ابعاد مختلف، درصد و همچنین جداول توصیفی استفاده شده است.

به منظور سنجش میزان پایایی نتایج به دست آمده از پژوهش، از آزمون اسکات استفاده شده است. ضریب پایایی اسکات، توافق شانس یا توافق مورد انتظار را بر پایه دفعاتی که ارزش‌های خاص یک طبقه مورد استفاده قرار گرفته‌اند محاسبه می‌کند؛ بنابراین، توافق مورد انتظار بر پایه نظریه احتمال به دست می‌آید. بر اساس آزمون اسکات ضریب پایایی ۰/۷۶ محاسبه شده است. همچنین به منظور سنجش روایی تحقیق، از روایی صوری استفاده شده است. بدین ترتیب که کدبندی مقوله‌های سازنده بر اساس مطالعه مقالات و پژوهش‌های موجود در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه انجام شده و به تأیید متخصصان علم کارآفرینی رسیده و نظر ایشان در حذف و اضافه برخی از کدها اعمال گردیده است. همچنین قضاوت آگاهانه پژوهشگر و تطبیق کدهای شناسایی شده با ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه کردناییج و همکاران (۱۳۸۶) نیز در تأیید بعضی از کدها تأثیرگذار بوده است.

در نهایت از آزمون آماری کای-دو برای بررسی سؤال پژوهشی دوم و «بررسی نسبت محتوای به کار رفته در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب» استفاده شده است.

یافته‌ها

برای پاسخ به سؤال پژوهشی اول - به چه میزان به ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه (توفیق‌طلبی، کانون کنترل درونی، خطرپذیری، تحمل ابهام، سلاست فکری، رؤیاپردازی، عمل‌گرایی و چالش‌طلبی) در فیلم‌های سینمایی کودک و نوجوان منتخب دهه‌های ۶۰ تا ۱۴۰۰ توجه شده است؟ از تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. جدول ۲ تعداد فراوانی مطلق تعداد جملات معنادار در رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک ویژگی‌ها و به تفکیک فیلم‌های منتخب را نشان می‌دهد.

جدول ۲. فراوانی مطلق تعداد جملات معنادار در رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک ویژگی‌ها و به تفکیک

فیلم‌های منتخب

ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم سازنده	تعداد جملات معنادار در هر فیلم در			
			ارتباط با هر مفهوم			
			F ₄	F ₃	F ₂	F ₁
۱	توفیق‌طلبی (بازتاب)	انجام کار با موانع زیاد	۳	۷	۵	۶
		اتمام کار تا رسیدن به نتیجه نهایی	۸	۵	۸	۴
			مصادیق موجود به عنوان نمونه			
			راه کوهستان خیلی سخته ولی ما هر توری هست باید ازش عبور کنیم (F ₁)			
			کار کردن این روزها خیلی سخته مردم نون ندارن (F ₃)			
			تا کار این عروسک تموم نشه نمی‌تونم برم خونه و استراحت کنم (F ₂).			

ادامه جدول ۲. فراوانی مطلق تعداد جملات معنادار در رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک ویژگی‌ها و به تفکیک فیلم‌های منتخب

ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم سازنده	تعداد جملات معنادار در هر فیلم در ارتباط با هر مفهوم			
			F ₄	F ₃	F ₂	F ₁
۱	تفویض کار و نظارت به موفقیت	تعهد به اجرای برنامه	۶	۶	۶	۵
		کار کردن با تمام وجود	۴	۸	۵	۵
		سحر خیزی و کار تا دیروقت	۵	۳	۶	۳
		انعطاف‌پذیری در تصمیم‌گیری	۸	۵	۳	۲
		جذابیت انجام کارهای سخت	۷	۴	۴	۵
		تمایل به افزایش یادگیری	۶	۶	۳	۳
		حین کار				
۲	کانون کنترل درونی	سخت کار کردن برای رسیدن به آرزوها	۶	۳	۵	۴
		اعتقاد به قدرت شخصی	۵	۳	۶	۷
		هر چیز حق انسان است نصیبش می‌شود	۴	۵	۴	۳
		تلاش بیشتر برای تغییر وضعیت	۲	۶	۵	۶
		تلاش بیشتر برای موفقیت در مسئولیت‌ها	۳	۷	۶	۵
		پیدا کردن راه‌حل‌های جدید بعد از شکست	۸	۳	۴	۶
		خطر کردن برای ایجاد وضع بهتر	۵	۹	۸	۵
		مهم بودن نتیجه بدون توجه به میزان خطرات آن	۶	۷	۱۲	۴
		لذت از خطر کردن	۸	۷	۲	۴
		امید به خوب بودن وضعیت ناآشنا	۴	۸	۸	۳
۳	تفویض کار و نظارت	تأکید روی شانس برای انجام کارها	۶	۲	۳	۸
		رها کردن برنامه‌های موجود برای رسیدن به موقعیت جدید	۹	۷	۴	۳
		پذیرفتن خطر حتی با مخالفت دیگران	۵	۴	۳	۲
		داشتن مهارت‌های کسب‌وکار	۵	۶	۳	۴
		راضی میشی بعد از این همه خطر کردن هیچ چیز گیرمون نیاد؟ (F ₄)				
		باید هر طوریه از این سوراخ نجات پیدا کنیم و خوشخواب رو نجات بدیم (F ₁)				
نترس من خودم پلیس‌بازی رو دوست دارم. آگه روح رو دستگیر می‌کنم بره آب‌خنک بخوره (F ₃)						
می‌رویم ما به شهر موش‌ها، به شهر شادی، به شهربازی. شهر موش‌ها رنگ آبه، گل بارونه، خیابوناش نور بارونه (F ₁)						
به شهرمون رسیدیم. گذشتیم از هر گذر نترسیدیم از خطر (F ₁)						
بهرتره وقت رو تلف نکنید و به سمت شهر موش‌ها حرکت کنیم. کارهای فعلی تون رو رها کنید (F ₁)						
راه جنگل خیلی خطرناک‌تر هست ولی زودتر می‌رسیم. بنده مخالفم این راه برای بچه‌ها خطرناکه (F ₁)						
تا خوب عملگی نکنید کسی روتون حساب نمی‌کنه (F ₄)						

ادامه جدول ۲. فراوانی مطلق تعداد جملات معنادار در رابطه با ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک ویژگی‌ها و به تفکیک فیلم‌های منتخب

ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم سازنده	تعداد جملات معنادار در هر فیلم در				مصادیق موجود به عنوان نمونه
			ارتباط با هر مفهوم				
			F ₄	F ₃	F ₂	F ₁	
۴	تعمیر بهره	انجام کارها به روش غیر معمول	۴	۵	۴	۳	یه وقت‌هایی مجبوری با چشم‌های بسته هم ببینی (F ₄).
		کار کردن حتی با وجود ابهام	۷	۵	۴	۵	نمی‌دوم آخرش چی میشه اما هر طور بشه من باید از کاراینا سر دربارم (F ₄).
		علاقه به وضعیت غیر منظم و پیچیده	۵	۵	۶	۴	ما چیز زیادی نداریم که براش برنامه‌ریزی کنیم، اما عوض همین‌ها رو هم خیلی دوست داریم (F ₃).
		انجام کارهای غیر روتین	۵	۶	۴	۶	از کارهای تکراری خسته شدم. دیگه نمی‌خوام این کار رو انجام بدم (F ₂).
۵	سلاست فکری	استفاده از شیوه خطا و آزمون	۸	۵	۳	۶	چطوره بزرگ‌ترها از راه کوهستان برن و بچه‌ها از راه جنگل (F ₁).
		انجام کارها و توانمندی‌های فی‌البداهه	۶	۳	۴	۵	فراموش نکنید ما موشیم ما می‌تونیم زمین رو بکنیم (F ₁).
		انجام فعالیت‌ها تا حد امکان	۳	۴	۵	۴	ب: میدونم وقت کمه اما شما تمام تلاش خودتون رو بکنید (F ₂).
		قدرت مذاکره در مسائل مختلف	۴	۸	۵	۶	پول نداری باهاش صحبت کن بگو الان پول ندارم بعداً برات می‌خرم (F ₃).
۶	رؤیابرداری	فن بیان قوی داشتن برای رسیدن به هدف	۶	۶	۴	۶	بهش بگو آخه بچه بیا حرف بزنی بگو مشکلت چیه (F ₃).
		ایجاد کانال‌های ارتباطی	۷	۴	۴	۵	دست هم رو می‌گیریم یک دست صدا نداره (F ₄) با دادن یک شاخه گل به هم می‌تونیم باهم دوست بشیم (F ₂).
		داشتن مداوم ایده‌های جدید برای انجام کارها	۷	۶	۶	۵	نترس نترس نترس بچه جون برو برو بازم به میدون (F ₂).
		قدرت خیال‌پردازی	۶	۵	۵	۲	وقتی رؤیای بزرگی پیش چشمت، وقتی فکری بلندی تو سرت داری لازمه که بال بسازی واسه پروازت (F ₄).
۷	عمل‌گرایی	به کارگیری راه‌حل‌های متفاوت و جدید	۶	۴	۳	۴	به مدرسه تون فکر کنید، به مغازه‌های قشنگ و کوچه‌های رنگ و وارنگ (F ₁).
		داشتن امید به آینده	۷	۵	۴	۵	چطوره قایق بسازیم منم تو همین فکر اما چطوری. الان میگم (F ₁).
		داشتن روحیه مثبت اندیشی	۴	۵	۴	۶	من میدونم همه چی درست میشه تو میری تو برنامه (F ₂).
		داشتن ایده‌های غیر عادی	۷	۶	۵	۴	نگران نباش هر طوری باشه بازم میشه سرهمش کرد (F ₄).
۷	عمل‌گرایی	لذت بردن از انجام درست کارها	۳	۵	۶	۴	شاید بیاد فردا، شیرین و رؤیایی، چون بال پروانه در اوج زیبایی (F ₃).
		داشتن پشتکار	۷	۳	۴	۵	آفرین جانم همیشه کارهاتو با دقت و درست انجام بده (F ₁).
		تمایل به انجام کارهای روتین	۳	۷	۶	۵	حامد می‌گفت برا این ماهواره پنج سال وقت گذاشتم به خاطر همین با بقیه فرق میکنه (F ₄) حیف که وقت اضافه ندارم صرف تو کنم (F ₄).

ادامه جدول ۲. فراوانی مطلق تعداد جملات معنادار در رابطه با ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک ویژگی ها و به تفکیک فیلم های منتخب

ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم سازنده	تعداد جملات معنادار در هر فیلم در ارتباط با هر مفهوم				مصادیق موجود به عنوان نمونه
			F ₄	F ₃	F ₂	F ₁	
		داشتن راه حل های جایگزین برای انجام یک کار	۳	۵	۶	۶	اگر برات نخرید خودم برات می خرم فشار نیار (F ₃).
۸	استفاده از قدرت تفکر	انتخاب هدف های سخت و دست نیافتنی	۵	۴	۸	۷	یه کار جدید بکن جون بابا در خطر (F ₃). اگر کنار هم باشیم و خوب فکر کنیم می تونیم راحت برنده بشیم (F ₃). من مخترع بازی های سخت هستم و بازی هایی درست کردم که به بچه ها خوش بگذره (F ₃). اونا خیلی قوی هستن ولی آگه شکست خوردیم بازم تحمل می کنیم (F ₃).
		جمع کل جملات معنادار با موضوع ویژگی های کارآفرینی	۲۰۴	۲۲۱	۲۵۵	۲۳۶	-

جدول ۳ تعداد کل دیالوگ ها، تعداد کل جملات معنی دار و فراوانی مطلق و نسبی جملات با موضوع ویژگی های کارآفرینی به تفکیک فیلم های منتخب را نشان می دهد.

جدول ۳. تعداد دیالوگ ها، کل جملات معنی دار و جملات معنادار با موضوع ویژگی های کارآفرینی به تفکیک فیلم های منتخب

ردیف	کد فیلم	دیالوگ ها	کل جملات معنی دار	فراوانی مطلق جملات هر فیلم با موضوع ویژگی های کارآفرینی (تعداد)	فراوانی نسبی جملات هر فیلم با موضوع ویژگی های کارآفرینی (درصد)
۱	F ₁	۱۷۸	۹۸۵	۲۰۴	۲۰/۷۱
۲	F ₂	۱۸۴	۱۱۸۹	۲۲۱	۱۸/۵۹
۳	F ₃	۲۰۸	۱۲۵۴	۲۳۶	۱۸/۸۲
۴	F ₄	۲۱۲	۱۲۶۳	۲۵۵	۲۰/۱۹
	جمع کل	۷۸۲	۴۶۹۱	۹۱۶	-

یافته های پژوهش نشان می دهد که در مجموع ۷۸۲ دیالوگ و ۴۶۹۱ جمله در سه فیلم منتخب به کار رفته است که سهم جملات مرتبط با ویژگی های ترویج کارآفرینانه ۹۱۶ جمله است؛ به عبارت دیگر، نزدیک به ۲۰٪ از محتوای به کار رفته در فیلم های پربازدید ۴ دهه اخیر در سینمایی کودک و نوجوان ایران مرتبط با موضوع پژوهش یعنی آموزش ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه بوده است. تعداد کل جملات مطرح شده در فیلم شهر موش ها (F₁) ۹۸۵ عدد بود که از میان آن ها ۲۰۴ جمله (۲۰/۷۱٪) به ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه اشاره داشته است. همچنین در فیلم کلاه قرمزی و پسر خاله (F₂) از میان ۱۱۸۹ جمله، ۲۲۱ جمله (۱۸/۵۹٪)، ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه را معرفی کرده اند. در فیلم کلاه قرمزی و سروناز (F₃) از بین ۱۲۵۴ جمله، در ۲۳۶ جمله (۱۸/۸۲٪) ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه ترویج داده شده است. در نهایت، فیلم منطقه پرواز

ممنوع (F₄) با ۱۲۶۳ جمله، دارای ۲۵۵ جمله (۲۰/۱۹٪) در مورد ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه است. جدول ۴ میزان فراوانی جملات معنادار مرتبط با کارآفرینی را به تفکیک ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه و فیلم های منتخب نشان می دهد.

جدول ۴. فراوانی مطلق و نسبی جملات با محتوای کارآفرینانه به تفکیک ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

کد	F1	F2	F3	F4	جمع کل	
مطلق	۳۳	۴۰	۴۵	۵۷	۱۷۵	نیاز به موفقیت
نسبی	۱۶/۲	۱۸/۱	۱۹/۱	۲۲/۴	۱۹/۱	
مطلق	۳۱	۳۰	۲۷	۲۸	۱۱۶	کانون کنترل درونی
نسبی	۱۵/۲	۱۳/۶	۱۱/۴	۱۱	۱۲/۷	
مطلق	۱۷	۲۲	۱۸	۲۷	۸۴	چالش طلبی
نسبی	۸/۳	۱۰	۷/۶	۱۰/۶	۹/۲	
مطلق	۱۴	۱۶	۱۵	۱۳	۵۸	عمل‌گرایی
نسبی	۶/۹	۷/۲	۶/۴	۵/۱	۶/۳	
مطلق	۲۱	۲۱	۲۵	۳۰	۹۷	فراوانی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه
نسبی	۱۰/۳	۹/۵	۱۰/۶	۱۱/۸	۱۰/۶	رؤیابرداری
مطلق	۳۱	۲۸	۳۱	۴۱	۱۳۱	سلاست فکری
نسبی	۱۵/۲	۱۲/۷	۱۳/۱	۱۶/۱	۱۴/۳	
مطلق	۲۴	۲۱	۲۶	۲۹	۱۰۰	تحمل ابهام
نسبی	۱۱/۸	۹/۵	۱۱	۱۱/۴	۱۰/۹	
مطلق	۳۳	۴۳	۵۱	۴۸	۱۷۵	خطرپذیری
نسبی	۱۶/۲	۱۹/۵	۲۱/۶	۱۸/۸	۱۹/۱	
مطلق	۲۰۴	۲۲۱	۲۳۶	۲۵۵	۹۱۶	فراوانی مطلق جملات هر فیلم با موضوع ویژگی‌های کارآفرینی

همچنین از این میزان یعنی ۹۱۶ جمله معنادار در فیلم‌های منتخب، در ۱۷۵ جمله (۱۹/۱٪) به ویژگی شخصیتی نیاز به موفقیت و یا توفیق طلبی اشاره شده است. ۱۱۶ جمله (۱۲/۷٪) از کل جملات معنادار به ویژگی کانون کنترل درونی اشاره می‌کند. ۸۴ جمله (۹/۲٪) ویژگی چالش طلبی را مطرح می‌کند. ویژگی عمل‌گرایی در ۵۸ جمله (۶/۳٪) بیان شده است. در ۹۷ جمله (۱۰/۶٪) به ویژگی رؤیابرداری اشاره شده است. ۱۳۱ جمله (۱۴/۳٪) ویژگی سلاست فکری را مطرح می‌کند. ویژگی تحمل ابهام در ۱۰۰ جمله (۱۰/۳٪) بیان شده است. در ۱۷۵ جمله (۱۹/۱٪) به ویژگی خطرپذیری اشاره شده است.

در پاسخ به سؤال دوم - آیا نسبت محتوای به کار رفته در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب یکسان است؟ - از آزمون مربع کای یا کای دو استفاده شده که از فرمول زیر به دست می‌آید:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad \text{و} \quad E_{ij} = \frac{O_i \cdot O_j}{n}$$

که در آن: O = مقدار مشاهده شده و E = فراوانی‌های مورد انتظار است. نتایج به دست آمده از فرمول بالا در جدول زیر آورده شده است.

جدول ۵. جدول متقاطع مقدار فراوانی‌های مطلق جملات با محتوای کارآفرینی و جملات با محتوای غیر کارآفرینی

فیلم‌های منتخب	جملات با محتوای کارآفرینی	جملات با محتوای غیر کارآفرینی	جمع کل
F1	۲۰۴	۷۸۱	۹۸۵
F2	۲۲۱	۹۶۸	۱۱۸۹
F3	۲۳۶	۱۰۱۸	۱۲۵۴
F4	۲۵۵	۱۰۰۸	۱۲۶۳
جمع کل	۹۱۶	۳۷۷۵	۴۶۹۱

با توجه به مقادیر به دست آمده از χ^2 برابر است با ۲/۲۹ که از میزان ۳/۴۸ کمتر است. پس می‌توان

گفت در سطح اطمینان ۹۵٪ نسبت محتوای به کار رفته در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب یکسان است و تفاوت معنی‌داری بین فیلم‌های منتخب در به‌کارگیری جملاتی با محتوای ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه وجود ندارد.

جدول ۶. محاسبه مقدار فراوانی‌های مورد انتظار در رابطه با ابعاد ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه

فیلم‌های منتخب	نیاز به موفقیت	کنترل درونی	چالش‌طلبی	عمل‌گرایی	رؤیابرداری	سلاست فکری	تحمل ابهام	خطرپذیری	جمع کل
F1	۳۳	۳۱	۱۷	۱۴	۲۱	۳۱	۲۴	۳۳	۲۰۴
F2	۴۰	۳۰	۲۲	۱۶	۲۱	۲۸	۲۱	۴۳	۲۲۱
F3	۴۵	۲۷	۱۸	۱۵	۲۵	۳۱	۲۶	۵۱	۲۳۸
F4	۵۷	۲۸	۲۷	۱۳	۳۰	۴۱	۲۹	۴۸	۲۷۳
جمع کل	۱۷۵	۱۱۶	۸۴	۵۸	۹۷	۱۳۱	۱۰۰	۱۷۴	۹۳۶

با توجه به مقادیر به دست آمده کای دو برابر است با ۱۰/۲۹ که از میزان ۳/۴۸ بیشتر است. پس می‌توان گفت در سطح اطمینان ۹۵٪ نسبت محتوای به کار گرفته شده در زمینه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به تفکیک این ویژگی‌ها در فیلم‌های منتخب یکسان نیست؛ به عبارت دیگر، تفاوت معنی‌داری بین سهم ۸ ویژگی شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌های منتخب وجود دارد. در این میان ویژگی خطرپذیری با تعداد جملات ۱۷۴ بیشترین سهم و ویژگی عمل‌گرایی با ۵۸ جمله کمترین سهم را در فیلم‌های منتخب سینمایی کودک و نوجوان در چهار دهه اخیر داشته است.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس بسیاری از مطالعات هنگامی که نوزادی به دنیا می‌آید خلاقیت و کارآفرینی با وی متولد می‌شود، اما با گذر زمان و با قرار گرفتن در فرهنگی نامناسب، ممکن است روحیه خلاق و کارآفرینی خود را از دست بدهد. امروزه عمده صاحب نظران کارآفرینی معتقدند که برای تقویت رفتارهای کارآفرینانه باید به رفتار کودکان و نوجوانان دقت کرد و تلاش کرد که نه تنها میزان خلاقیت و کارآفرینی آنان تضعیف نشود بلکه زمینه را در راستای بهبود و تقویت رفتارهای کارآفرینانه آنان ایجاد کرد. در کشورهای توسعه یافته تلاش‌های فراوانی برای رشد کارآفرینی و خلاقیت در کودکان در حال انجام است که فیلم‌های سینمایی کودکان و نوجوانان با رویکردهای کارآفرینانه، نمونه‌ای از تلاش‌های گسترده برای آماده‌سازی کودکان امروز برای زندگی سخت، دشوار و پر از چالش آینده است. برای گذر از عصر اطلاعات و ورود به دنیای آینده می‌بایستی کودکان را توانمند، خلاق، ارتباط‌گر و مسلط به فناوری‌های جدید روز تربیت کرد آن‌چنان‌که دارای انگیزش بالا بوده و از شوق زندگی کردن برخوردار باشند تا بتوانند در دنیای پرقاب و پیچیده آینده تاب تحمل داشته و در اقدامات کارآفرینانه خود موفق شوند.

بی‌شک، ترویج و آموزش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به کودکان و نوجوان اهمیت بسیار زیادی دارد؛ زیرا فرهنگ کارآفرینانه باید از همان دوران کودکی در سطح جامعه نهادینه شود تا ذهن کودک از همان ابتدا با این مباحث آشنا شود و در جوانی به مشکل‌بیکاری برنخورد. کودکی و نوجوانی را می‌توان طلایی‌ترین دوره زندگی برای نهادینه‌سازی فرهنگ کارآفرینی نامید؛ چون در صورت زمینه‌سازی و هدایت مناسب کودکان از طرفی از لحاظ فکری، ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و توانمندی‌های ذهنی به سطح نسبتاً مطلوبی

می‌رسند و از طرفی دیگر در دوران نوجوانی ضمن شخصیت شکل گرفته وقت آزاد فراوانی برای یادگیری و انجام کار در سطح حرفه‌ای دارند و می‌توانند مهارت‌های موردنیاز خود را بر اساس شخصیت کارآفرینانه و علاقه خود کسب کنند و در دوران جوانی درگیر بیکاری نشوند؛ چراکه بر اساس بسیاری از مطالعات از مهم‌ترین دلایل بیکاری جوانان، عدم داشتن مهارت موردنیاز جامعه است، در یک جمع‌بندی باید گفت که آموزش فرهنگ کارآفرینی باید از همان دوران کودکی و نوجوانی صورت گیرد تا ذهن کودکان و نوجوانان از همان ابتدا با این مباحث آشنا شود و در دوران جوانی با مشکل بیکاری مواجه نشوند.

چنانچه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی به شکلی زود هنگام و در سنین کودکی در افراد شکل گیرد، افزون بر اثربخشی بیشتر می‌تواند تا حد قابل توجهی از هزینه‌های اجتماعی شروع یک کسب‌وکار کاهش دهد و به‌طور کلی سطح دورنمای فکری برای آینده بهبود ببخشد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۸). برای تفهیم و ترویج این ویژگی‌ها از ابزارهای فرهنگی مختلفی همچون کتاب و رسانه‌های جمعی استفاده می‌شود. به‌طور کلی بر اساس تئوری بازنمایی هال^۱ (۱۹۹۷)، استفاده از بازنمایی رسانه‌ای، معنا و زبان به فرهنگ ربط داده شده و به شکلی اجتماعی در دپالکتیک شکل می‌گیرد. بر اساس این نظریه رسانه‌ها به افراد می‌گویند که چیزها چگونه هستند، چگونه باید باشند و افراد در ارتباط با ارزش‌های کلی، هنجارها و انتظارات اجتماعی چگونه باید رفتار کنند. از این رو یکی از ابزارهای رسانه‌ای که به شدت دنیا را تحت تأثیر قرار می‌دهد و سبب جامعه‌پذیری، ایجاد فرهنگ و تغییرات فرهنگی می‌شود، سینما و فیلم‌های سینمایی است. تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی نیز می‌تواند اندیشه‌ها و پیام‌های آشکار و نهان را برای ما بازگو کند. با این حال، گیرنده باید توانایی ترکیب کردن و قالب‌بندی مقصود خود را داشته باشد (دانش‌ناری و همکاران، ۱۴۰۱).

همان‌گونه که قابل مشاهده است اکثر پژوهش‌های صورت گرفته با رویکرد تحلیل محتوا در داخل در حوزه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی، بجز مواردی معدود که در آن این مفاهیم در ارتباط با دانش‌آموزان دوره‌های متوسطه اول و دوم بررسی شده‌اند، در مورد بزرگسالان صورت گرفته است؛ البته در همان موارد معدود هم به تحلیل محتوای فیلم‌های سینمایی پرداخته نشده است و منابع دیگری مانند کتاب مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. افزون بر این، روش پژوهش در این تحقیقات بیشتر تحلیل محتوای کمی بوده و تحلیل محتوای کیفی بندرت دیده می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت تا کنون در رابطه تحلیل محتوای کیفی فیلم‌های سینمایی حوزه کودک و نوجوان از منظر شناسایی و بررسی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه پژوهش خاصی انجام نشده است و در تعداد محدودی از پژوهش‌ها به تحلیل محتوای آثار دیگر از جمله کتاب در این زمینه پرداخته شده است.

با توجه به نتایج استخراج شده در این پژوهش، مقایسه‌های زیر با پژوهش‌های ذکر شده در پیشینه تجربی صورت پذیرفت:

احمدی و فضایی فر (۱۳۹۲) محتوای کتاب‌های حرفه‌وفن دوره راهنمایی را از منظر توجه به شاخص‌های کارآفرینی مورد توجه قرار دادند و نتایج زیر را به دست آوردند که در هر سه کتاب آموزش حرفه‌وفن شاخص خلاقیت و نوآوری بیشترین میزان فراوانی و شاخص تحمل ابهام کمترین میزان توجه را در کتاب‌های آموزش حرفه‌وفن سال اول، دوم و سوم دوره راهنمایی داراست. در حالی که در پژوهش انجام شده نیاز به موفقیت و خطرپذیری بیشترین میزان توجه و شاخص عمل‌گرایی کمترین میزان توجه را به خود اختصاص داده است.

روش پژوهش استفاده شده در هر دو پژوهش تحلیل محتوای کیفی بوده است با این تفاوت که در پژوهش احمدی و فضایی منبع تحلیل، کتاب‌ها و منبع تحلیل در این پژوهش، فیلم سینمایی بوده است. واحدی و همکاران (۱۳۹۵) به تحلیل محتوای کیفی کتب کار و فناوری در ایران در پایه‌های ششم، هفتم و هشتم بر اساس الگوی آموزش کارآفرینی پرداختند که از نظر روش تحقیق با این پژوهش شباهت و از لحاظ منبع مورد بررسی دارای تفاوت است. نتایج کیفی حاصل از پژوهش آن‌ها ارائه الگویی با عنوان «آینده شما تحت لوای کارآفرینی» بود که شامل توجه به مفاهیم کارآفرینی، ویژگی‌های شخصیتی مورد توجه کارآفرینان موفق و آموزش راه‌اندازی کسب‌وکار به دانش‌آموزان است که در مقایسه با این پژوهش که ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌ها را به صورت جزئی بررسی کرده، این ویژگی‌ها را به طور کلی و به عنوان یکی از ابعاد الگوی مطرح‌شده بیان داشته است.

محمدی قشلاق (۱۳۹۶) نیز در پژوهشی به بررسی و شناسایی میزان توزیع مؤلفه‌های کارآفرینی در محتوای درسی کتاب کار و فناوری پایه‌های هفتم، هشتم، نهم و دهم با استفاده از تحلیل محتوا پرداخت و به این نتیجه رسید که جمعاً در کتب موجود ۲۹۱ مورد به مؤلفه‌های کارآفرینی اشاره شده که از میان آن‌ها مؤلفه‌های ریسک‌پذیری و خلاقیت کمترین میزان توجه را به خود اختصاص داده بود. در حالی که ویژگی ریسک‌پذیری بیشترین میزان توجه را در فیلم‌های مربوط به کودک و نوجوان در پژوهش انجام شده به خود اختصاص داده است. توجه بیش از اندازه به ویژگی ریسک‌پذیری و کمترین میزان توجه به ویژگی عمل‌گرایی، نتایج این پژوهش را به کار جعفری هرندی (۱۳۹۸) که به ارزیابی محتوای کتاب کار و فناوری پایه نهم از نظر میزان توجه به مفاهیم کارآفرینی به روش توصیفی پرداخت از یک سو شبیه و از سویی دیگر به لحاظ نوع تحلیل محتوا متفاوت می‌کند. این پژوهش از نوع تحلیل محتوای کمی بود و کار پژوهشی محقق از نوع کیفی است.

در خصوص سبک زندگی و آموزش در دهه شصت، شاخص‌های متعددی قابل برداشت است که از میان آن‌ها می‌توان به رسیدن به افتخارات بزرگ، دستیابی به پیروزی‌های بزرگ، سربلندی‌های دست نیافتنی و ایفای نقش‌های تعیین‌کننده در سرنوشت جامعه به عنوان اهداف نهایی اشاره کرد (مقدم‌فر، ۱۳۹۷). بر این اساس در سینمای دهه ۶۰ به این موضوعات در ژانرهای مختلف توجه خاصی شده است که ژانر کودک و نوجوان نیز یکی از آن‌هاست. از این رو در فیلم شهر موش‌ها به ابعادی همچون انگیزه توفیق‌طلبی و از میان مؤلفه‌های آن، مؤلفه انجام کار حتی با موانع بیشتری میزان توجه را به خود اختصاص داده است.

سبک زندگی در دهه هفتاد کمی به سمت مدرنیته حرکت می‌کند. توجه به ویژگی‌های فرهنگی از جمله تأکید بر جریان‌های نوسازی و سازندگی، رو آوردن به دنیای مدرن، شروع به کپی‌برداری و واردکردن تکنولوژی و دستاوردهای تمدن غرب فارغ از توجه به نتایج آن، از عواملی است که در دهه هفتاد مورد توجه فیلم‌سازان و کارگردانان قرار گرفت که به طبع ژانر کودک و نوجوان نیز از این قاعده مستثنا نبود (رسولی و بی‌ک‌آبادی، ۱۳۹۰)؛ بنابراین توجه به ویژگی‌هایی همچون خطرپذیری بیشترین میزان توجه را در فیلم‌های سینمایی کودک و نوجوان در این دهه به خود اختصاص داده است.

در دهه هشتاد سبک زندگی مصرف‌گرایی و کاملاً مدرنیته در فیلم‌های سینمایی ترویج می‌شود. از این رو توجه به ویژگی شخصیتی عمل‌گرایی نسبت به دهه قبل کاهش می‌یابد (مقدم‌فر، ۱۳۹۷)؛ اما سایر ویژگی‌های شخصیتی بیشتر از دهه‌های قبل مورد توجه فیلم‌سازان قرار می‌گیرد. این امر به این دلیل است که ترویج

مفاهیم کارآفرینی در دهه هشتاد در ایران مورد توجه دولت و پژوهشگران قرار گرفت. سینمای دهه نود مفاهیمی اجتماعی مانند امید، انتظار مثبت، خودکفایی و مفاهیم مثبت اندیشی را ترویج می‌دهد؛ بنابراین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه همچون رؤیاپردازی و سلاست فکری نسبت به سایر فیلم‌ها در این دهه در مقایسه با سایر دوره‌ها بیشتر مشاهده می‌شود.

با توجه به افزایش گرایش کودکان و جوانان به محتوای نمایشی، فیلم‌های سینمایی می‌توانند منبع مهمی برای الگوپذیری از نقش‌ها و پذیرش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه و در نتیجه ترویج و آموزش مهارت‌های کارآفرینانه باشد؛ بنابراین، بر اساس یافته‌های به دست آمده از نتایج پژوهش انجام شده، پیشنهاد می‌گردد فیلم‌سازان سینمایی ژانر کودک و نوجوان، جهت آموزش و ترویج ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به موارد زیر توجه کنند:

۱- تولید روزافزون بازی‌های رایانه‌ای و افزایش پیچیدگی آن‌ها سبب شده تا محبوبیت زیادی میان کودکان و نوجوانان بیابند و از اهمیت اجتماعی بالایی برخوردار شوند (علی‌پور و بزومی، ۱۴۰۱)؛ بنابراین می‌توان گفت، پرداختن به موضوع ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه در فیلم‌هایی با موضوع بازی‌های رایانه‌ای و تأثیر آن‌ها بر ابعاد مختلف زندگی کودکان، می‌تواند جذابیت چشمگیری برای مخاطب ایجاد کند؛

۲- استفاده از موضوعات مختلف حوزه کارآفرینی به طور مستقیم در فیلم‌نامه‌ها و ساختن فیلم‌هایی با این محتوا؛

۳- ساخت فیلم‌هایی که سرگذشت کارآفرینان داخلی و خارجی را از دوران کودکی و نوجوانی نشان می‌دهد. ترویج روحیه رؤیاپردازی و استفاده بیشتر از جملات رؤیاپردازانه و مثبت‌اندیشانه با ساختن فیلم‌های علمی و تخیلی؛

۴- توجه بیشتر به آموزش و ترویج ویژگی‌های چالش‌طلبی و عمل‌گرایی در ساخت فیلم‌های سینمایی؛

۵- توجه بیشتر به مشکلات اقتصادی روز جامعه و ارائه راهکارهای حل این مسائل در فیلم‌های ژانر کودک و نوجوان؛

۶- ساخت فیلم‌هایی با محتوای سواد مالی که این مهارت پیش‌نیاز مهارت‌های کارآفرینانه است.

بر اساس یافته‌های به دست آمده از نتایج پژوهش انجام شده، پیشنهاد می‌گردد پژوهشگران حوزه تحلیل محتوا و حوزه کارآفرینی، جهت آموزش و ترویج ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینانه به موارد زیر توجه کنند:

۱. انجام پژوهش‌هایی در حوزه اینکه چه عوامل زمینه‌ای باعث ایجاد انگیزه برای فیلم‌سازان و نویسندگان و به طور کلی سینماگران می‌گردد تا آن‌ها به سمت و سوی ترویج موضوع کارآفرینی در حوزه فیلم‌های کودک و نوجوان حرکت کنند.

۲. انجام پژوهش‌هایی در این زمینه که چرا فیلم‌سازان به ویژگی‌هایی مانند عمل‌گرایی و پس از آن رؤیاپردازی، کمتر از مابقی ویژگی‌ها توجه کرده‌اند و چگونه می‌توان این مفاهیم را به طور مستقیم در فیلم‌های سینمایی ژانر کودک و نوجوان ترویج و توسعه داد.

سپاسگزاری

بدین وسیله تیم پژوهش از تمام کسانی که در انجام این پژوهش با پژوهشگران همکاری داشتند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- آقامحمدی، جواد (۱۳۹۸). توسعه ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی: تحلیل محتوای کتاب کارگاه کارآفرینی و تولید دوره متوسطه نظری از منظر میزان انعکاس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینی. *راهبرد توسعه*، ۵۷ (۱۵)، ۲۰۴-۱۸۳.
- ابوئی، طاهره؛ شجاعی، سامره؛ ازما، فریدون؛ آقاجانی، حسنعلی (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر آموزش کارآفرینی کسب و کارهای دانش‌بنیان در شتاب‌دهنده‌های مستقر در مراکز رشد دانشگاهی. *پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۴ (ویژه‌نامه)، ۹۵-۱۱۰.
- احمدپور کریم‌آبادی، فریبا؛ بهمنی، لیلیا؛ برکت، غلامحسین (۱۴۰۱). ارائه مدل آموزش کارآفرینی در مدارس ابتدایی. *نوآوری‌های مدیریت آموزشی*، ۱۷ (۳)، ۱۲۷-۱۱۳.
- احمدی، غلامعلی؛ فضائلی‌فر، زینب (۱۳۹۲). تحلیل محتوای کتاب‌های آموزش حرفه و فن دوره راهنمایی بر اساس شاخص‌های کارآفرینی. *توسعه کارآفرینی*، ۶ (۱)، ۱۸۳-۱۶۵.
- اسدزاده، مصطفی؛ آشنا، حسام‌الدین (۱۳۹۹). نظریه سینمای دولتی ایران (تحلیل سیاست‌گذاری سینمای پس از انقلاب با تأکید بر سیاست‌های بنیاد سینمایی فارابی). *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، ۱۰ (۳۴)، ۲۷۱-۲۵۲.
- افروغ، عماد؛ مهربانی‌فر، حسین (۱۳۹۷). مطالعه چرخه مد لباس در جامعه ایران. *زن در فرهنگ و هنر*، ۱۰ (۱)، ۲۷-۱. doi: 10.22059/jwica.2018.247372.989
- ایمان، محمدتقی؛ نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. *نشریه پژوهش*، ۲ (۳)، ۴۴-۱۵.
- بهمنی، ندا؛ آراستی، زهرا؛ حسینی، سید رسول (۱۳۹۸). مطالعه تطبیقی آموزش کارآفرینی مقطع ابتدایی در کشورهای منتخب و ارائه الگو برای ایران. *سیاست‌های راهبردی و کلان*، ۷ (۲۸)، ۶۴۵-۶۳۰.
- تشکری، مینو؛ دادگران، محمد؛ نصرالهی، اکبر (۱۳۹۵). الگوی تأثیر تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بر چابک‌سازی سازمان‌های رسانه‌ای. *فصلنامه مدیریت توسعه و تحول*، ۱۳ (۴۵)، ۷۳-۸۵.
- تقوایی یزدی، مریم؛ صادقی، منظر (۱۴۰۰). مدل‌سازی کانون کنترل درونی با کارآفرینی سازمانی با نقش میانجی مدیریت سرمایه انسانی. *توانمندسازی سرمایه انسانی*، ۴ (۴)، ۳۳۵-۳۱۹.
- جدی‌گرگری، جواد؛ محب‌زادگان، یوسف؛ عزیزی، محمد (۱۴۰۰). شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر آموزش کارآفرینی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه (رویکرد کیفی). *پژوهش‌های برنامه‌درسی*، ۱۱ (۲)، ۲۶۷-۲۴۴. doi: 10.22099/jcr.2021.6464
- جعفری‌هرندی، رضا (۱۳۹۸). ارزیابی محتوای کتاب کار و فناوری پایه نهم از نظر میزان توجه به مفاهیم کارآفرینی. *پژوهش در برنامه‌ریزی درسی*، ۱۶ (۶۱)، ۴۸-۶۳. doi: 10.30486/jsre.2019.665143
- حجتی، محمد؛ صائمی، حسن؛ شریعت‌نیا، کاظم؛ بیانی، علی‌اصغر (۱۴۰۰). واکاوی مبانی و اهداف برنامه درسی آموزش مهارت‌های تفکر خلاق و انتقادی در دوره ابتدایی. *پژوهش در نظام‌های آموزشی*، ۱۵ (۵۳)، ۷۱-۵۸.
- خانیکی، هادی؛ زردار، زرین (۱۳۹۵). علم در رسانه‌ها؛ بررسی فرایند بساخته‌شدن علم در چارچوب‌های رسانه‌ای. *فصلنامه مدیریت دانش و اطلاعات*، ۲۹ (۴)، ۸۷۵-۹۰۲. doi: 10.35050/JIPM010.2014.012
- دانش‌ناری، حمیدرضا؛ خسروی، پوریا؛ جمعه‌گی، فاطمه (۱۴۰۱). ارزیابی مفهوم طبقه اجتماعی در جرم‌شناسی انتقادی تحلیل محتوای کیفی فیلم «پلتفرم». *پژوهش‌های حقوق جزا و جرم‌شناسی*، ۱۰ (۲)، ۲۰-۱. doi: 10.22034/jclc.2022.337578.1680
- دیباپی صابر، محسن؛ سبحانی‌نژاد، مهدی (۱۳۹۹). طراحی الگوی مفهومی نظام جامع آموزش کارآفرینی: ابعاد، عناصر و مؤلفه‌ها. *مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی*، ۹ (۱۸)، ۱۶۹-۱۵۱.
- رسولی، محمدرضا؛ بی‌بک‌آبادی، غزال (۱۳۸۹). بررسی مؤلفه‌های سبک زندگی در فیلم‌های سینمایی دهه ۶۰، ۷۰ و

- ۸۰ سینمای ایران. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۷ (۲۵)، ۹۷-۱۲۶.
- سراج، وجیهه؛ مطیعی، محسن (۱۴۰۱). تبیین ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان هنری بر مبنای رویکرد شومپیتر به ناولتی. *فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی*، ۱۵ (۲)، ۲۴۳-۲۶۰. doi: 10.22059/jed.2022.334473.653829
- عزیزی، فاطمه؛ حیدری، مرضیه (۱۴۰۰). بررسی تأثیر ویژگی‌های یادگیرنده از طریق میانجی سودمندی ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) بر نگرش‌های ریسک‌پذیر و قصد کارآفرینی دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه دوم شهر آباده. *فصلنامه زن و جامعه*، ۱۲ (۴۵)، ۱۶۱-۱۷۸. doi: 10.30495/jzvz.2021.4571
- علی‌پور، مرضیه؛ بزعی، مهناز (۱۴۰۱). ارزیابی تأثیر بازی‌های رایانه‌ای ملی بر رشد هوش فرهنگی و حس نوع‌دوستی دانش‌آموزان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهرستان اسفراین). *پویش در آموزش علوم تربیتی و مشاوره*، ۸ (۱۶)، ۴۳-۶۸.
- کردناهیچ، اسداله؛ زالی، محمدرضا؛ هومن، حیدرعلی؛ شمس، شهاب‌الدین (۱۳۸۶). *ابزار سنجش ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان*. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- محمدی قشلاق، پریوش (۱۳۹۶). تحلیل محتوای کتب کار و فناوری از لحاظ انعکاس مؤلفه‌های کارآفرینی (جامعه آماری: پایه‌های هفتم، هشتم و نهم دوره متوسطه اول - پایه دهم دوره متوسطه دوم). *تحقیقات مدیریت آموزشی*، ۸ (۳۲)، ۹۵-۱۰۹.
- مقدس‌نیکو، سید ناصر؛ ثنایی‌پور، هادی؛ سمیعی، روح‌اله؛ کریمپور، عبدالحسین (۱۴۰۱). بررسی قابلیت‌های کارآفرینانه در بین مالکان کسب‌وکارهای خانوادگی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹ (۲)، ۷۹-۹۴. doi: 10.22069/jead.2022.19832.1564
- مقدم‌فر، عطاءالله (۱۳۹۷). فرآیند بازنمایی سبک زندگی «دهه شصت» در سینمای دهه نود ایران. *فصلنامه مطالعات راهبردی*، ۲۱ (۸۲)، ۱۲۱-۱۵۲.
- مقیم، سید محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی (۱۳۹۸). *نظریه‌های کارآفرینی*. چاپ ششم. تهران: دانشگاه تهران.
- موسوی، وحیداله؛ پوررضاییان، مهدی؛ شهبان، محمد؛ روحانی، علی (۱۳۹۸). سبک و ژانر در سینمای هنری ایران (موردکاوی فیلم‌های خشت و آینه، سیاوش در تخت جمشید، طبیعت بی‌جان و مرثیه). *نامه هنرهای نمایشی و موسیقی*، ۱۰ (۱۹)، ۸۳-۹۹. doi: 10.30480/dam.2020.974.1257
- واحدی، مزده؛ سیف‌نراقی، مریم؛ نادری، عزت‌الله (۱۳۹۶). بررسی و تحلیل آموزش کارآفرینی در کتب کار و فناوری در پایه ششم، هفتم و هشتم بر اساس الگوی پیشنهادی «آینده شما در لوای کارآفرینی» (NFTE). *اندیشه‌های نوین تربیتی*، ۱۲ (۳)، ۱۴۱-۱۲۷. doi: 10.22051/jontoe.2016.2549

References

- Abouei, T., Shojaei, S., Azma, F., & Aghajani, H. (2020). Effective Factors on Entrepreneurship Education Knowledge Based Business in Accelerators Based on Academic Growth Centers. *Journal of Research in Educational Science*, 14 (Special Issue), 95-110. (in Persian).
- Afrough, E., & Mehrabanifar, H. (2018). The study of the fashion cycle in Iran society. *Journal of Woman in Culture Arts*, 10 (1), 1-27. doi: 10.22059/jwica.2018.247372.989
- Agarwal, P. (2022). High-performance work systems and burnout: the moderating role of mindset and the need for achievement. *International Journal of Organizational Analysis*, 30 (6), 1803-1818. doi: 10.1108/IJOA-03-2021-2688
- Agha Mohammadi, J. (2018). Development of entrepreneurial personality traits: analysis of the content of the workshop book on entrepreneurship and production of the theoretical secondary course from the perspective of the reflection of entrepreneurial personality traits. *Development Strategy*, 57 (15), 183-204. (in Persian).
- Ahmad, M. I. S., Idrus, M. I., & Rijal, S. (2023). The Role of Education in Fostering Entrepreneurial Spirit in the Young Generation. *Journal of Contemporary Administration*

and Management, 1 (2), 93-100.

- Ahmadi, G. A., & Fazaeli Far, Z. (2013). Content Analysis of the Books of Vocational Training of Middle School Program Based on Entrepreneurship Components. *Journal of Entrepreneurship Development*, 6 (1), 165-183. doi: 10.22059/jed.2013.36255 (in Persian).
- Ahmadpour Karimpor, F., Bahmaei, L., & Barekat, G. H. (2022). Designing a model of effective curriculum elements in the success of the elementary school system in Iran. *The Journal of Modern Thoughts in Education*, 17 (3), 113-127. (in Persian).
- Alipour, M., & Bazmi, M. (2022). Evaluation of the effect of national computer games on the development of cultural intelligence and sense of altruism of students (case study: female students of the first secondary school of Esfrain city). *Research in educational sciences and counseling*, 8 (16), 43-68. (in Persian).
- Asadzadeh, M., & Ashna, H. (2020). Theory of Iranian State Cinema (Post-Revolutionary Cinema Policy Analysis Emphasizing on the policies of the Farabi Cinema Foundation). *Strategic Studies of public policy*, 10 (34), 252-271 (in Persian).
- Azizi, F., & Heydari, M. (2021). The Impact of Learner Characteristics Through the Mediator of the Information and Communication Technology Tools and Risky Attitudes on Entrepreneurial Intention in Abadeh High School Girl Students. *Women and society quarterly*, 12 (45), 161-178. doi: 10.30495/jzv.2021.4571 (in Persian).
- Bahmani, N., Arasti, Z., & Hosseini, S. R. (2020). Comparative study of entrepreneurship education in elementary school in selected countries and presenting a model for Iran. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 7 (28), 630-645. doi: 10.32598/JMSP.7.4.6 (in Persian).
- Bolton, B. K., & Thompson, J. (2004). *Entrepreneurs: Talent, temperament, technique*. Routledge.
- Daneshnari, H., Khosravi, P., & Jomegi, F. (2022). Evaluating the concept of social class in critical criminology Qualitative content analysis of "Platform" movie. *Journal of Criminal Law and Criminology*, 10 (2), 1-20. doi: 10.22034/jlc.2022.337578.1680 (in Persian).
- Dibaei, M., & Sobhanenejad, M. (2021). Designing a Conceptual Model of a Comprehensive Entrepreneurship Education System: Dimensions, Elements and Components. *Journal of Educational Planning Studies*, 9 (18), 151-169. doi: 10.22080/eps.2021.19727.1960 (in Persian).
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Presentations and Signifying Practices*. London & New York: Sage Publications.
- Hojjati, M., Haemi, H., Shariatnia, K., & Bayani, A. A. (2021). Analysis of the Basics and Curriculum of Teaching Creative and Critical Thinking Skills in Elementary School. *Journal of Research in Educational Science*, 15 (53), 58-71. (in Persian).
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley (content analysis).
- Iman, M. T., & Noshadi, Mahmoudreza (2010). Qualitative Content Analysis: *Research Journal*. (3) 2, 15-44. (in Persian).
- Jafariharandi, R. (2019). Assessment of Content of Business and Technology Textbooks Ninth Grade The Amount of Attention to the Concepts of Entrepreneurship. *Research in Curriculum Planning*, 16 (61), 48-63. doi: 10.30486/jsre.2019.665143 (in Persian).
- Jedi Gregari, J., Mohebzadegan, Y., & Azizi, M. (1400). Identifying the effective components on entrepreneurship education of secondary school students (qualitative approach). *Curriculum Research*, 11 (2), 244-267. doi: 10.22099/jcr.2021.6464 (in Persian).
- Karakas, F., & Sarigollu, E. (2012). Benevolent leadership: Conceptualization and construct development. *Journal of Business Ethics*, 108 (1), 537-553. doi: 10.1007/s10551-011-1109-1

- Katz, E., & Wedell, G. (1977). *Broadcasting in the Third World: Promise and performance*. Harvard University Press.
- Khaniki, H., & Zardar, Z. (2014). Science In The Media Reconstruction Of Science In Media Frames. *Iranian Journal of Information Processing and Management*, 29 (4), 875-902. doi: 10.35050/JIPM010.2014.012 (in Persian).
- Kirzner, I. M. (1973). *Entrepreneurship and competition*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kubberoed, E., & Hagen, S. T. (2015). *Mentoring models in entrepreneurship education*. In EDULEARN15 Proceedings (pp. 4059-4069). IATED.
- Kurdanaj, A., Zali, M. R., Homan, H. A., & Shams, S. (2006). *A tool for measuring personality traits of entrepreneurs*. Tehran: Tarbiat Modares University (in Persian).
- Kusmintarti, A., Anshori, A., Sulasari, A., & Ismanu, S. (2018), Student's entrepreneur profile: A cluster of student's entrepreneurial characteristics. *Entrepreneurship Education*, 21 (1), 1- 12.
- Liu, C. (2015). Relevant researches on tolerance of ambiguity. *Theory and Practice in Language Studies*, 5 (9), 1874-1886.
- Michelacci, C., & Schivardi, F. (2020). Are they all like Bill, Mark, and Steve? The education premium for entrepreneurs. *Labour Economics*, 67 (1), 101933. doi: 10.1016/j.labeco.2020.101933
- Moghads Niko, S. N., Sanaipour, H., Samii, R., & Karampour, A. (2022). Examining entrepreneurial capabilities among family business owners. *Entrepreneurship Studies and Sustainable Agricultural Development*, 9 (2), 79-94. doi: 10.22069/jead.2022.19832.1564 (in Persian).
- Moghimi, S. M., Vakili, Y., & Akbari, M. (2018). *Theories of entrepreneurship*. University of Tehran Printing and Publishing Institute, 6th edition. (in Persian).
- Mohammadi Qashlaq, P. (2017). Analysis of the content of work books and technology in terms of reflection of entrepreneurship components (Statistical Society:7 th, 8 th and 9 th grade Secondary Schools - Secondary School Secondary School). *Educational Administration Research*, 8 (32), 95-109. (in Persian).
- Moosavi, V. A., Purrezaian, M., Shahba, M., & Rouhani, A. (2020). Style and Genre in the Iranian Art Cinema (Case Studies: Brick and Mirror, Siavash in Persepolis, Still Life, and Requiem). *Performing Arts and Music Journal*, 10 (19), 83-99. doi: 10.30480/dam.2020.974.1257 (in Persian).
- Moqaddamfar, A. (2019). Process of Representation of 1980s Lifestyle in Iran's 21st Century Cinema. *Strategic Studies Quarterly*, 21 (82), 121-152. (in Persian).
- Park, W. (2011). *What Is Film Noir?*. Lanham, Md: Bucknell University Press; 2011. Available from: eBook Collection (EBSCOhost), Ipswich, MA.
- Rasouli, M. R., & Bibekabadi, Gh. (2011). The Recognizing of factors of the life style in the in Cinema Movies in these Three Recent Decades. *Cultural Studies & Communication*, 7 (25), 97-126. (in Persian).
- Saraj, V., & Motiei, M. (2022). Explain the personality traits of art entrepreneurs based on Schumpeter's approach to Novelty. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15 (2), 243-260. doi: 10.22059/jed.2022.334473.653829 (in Persian).
- Sarikaya, M., & Coşkun, E. (2015). A new approach in preschool education: Social entrepreneurship education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195 (1), 888-894. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.06.368
- Schumpeter, J. (2005). 'Development'. *Journal of Economic Literature*, 1 (43), 104-116. (Entwicklung) [Translated by M. C. Becker and T. Knudsen].
- Taghvaeeyazdi, M., & Sadeghi, M. (2022). Modeling the Center of Internal Control with Organizational Entrepreneurship with the Mediating Role of Human Capital Management. *Journal of Human Capital Empowerment*, 4 (4), 319-335. (in Persian).
- Tashakori, M., Dadgran, M., & Nasrollahi, A. (2021). The pattern of New communication

Technologies impact on Media organization agility. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 13 (45), 73-85 (in Persian).

Vahedi, M., Seifnoraghi, M., & Naderi, E. (2016). Effectiveness of Entrepreneurship training in the Course of Work and Technology in Iran based on Entrepreneurship Teaching Model of NFTE. *The Journal of New Thoughts on Education*, 12 (3), 127-142. doi: 10.22051/jontoe.2016.2549 (in Persian).

Waters, J. (2022). *Teen Film: A Critical Introduction* by Catherine Driscoll.

