

Journal iranian political sociology
Vol. 5, No.12, Esfand 2023

<https://doi.org/10.30510/psi.2022.310699.2473>

Abstract

The emergence and expansion of the media, especially new media such as social media, the Internet and the like, has had a profound effect on the television and radio media and has separated many audiences from television. The aim of the present study is to analyze the structural impulses influencing future entertainment scenarios on radio and television. Therefore, in the first step, the theoretical foundations and reports of various consulting firms around the world and Iran were examined and the factors and drivers affecting the future of entertainment were identified in the radio and television media. Then, through a survey of experts, the factors were finalized and with the approach of futures research and Mikmak software, a model was designed and the interaction of the future drivers of entertainment in radio and television was investigated. A total of 11 drivers were identified in this study that the drivers of technology development and digital space, economic factors and lifestyle have the greatest impact on the future of entertainment in the radio and television media.

Keywords: Futures studies, Driver ,entertainment in media,cross-impact analysis

ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه شناسی سیاسی ایران،

سال پنجم، شماره دوازدهم، اسفند ۱۴۰۱، صص ۲۷۷۶-۲۷۵۸

<https://doi.org/10.30510/psi.2022.310699.2473>

شناسایی و تحلیل تاثیر متقابل پیشران‌های موثر در سناریوهای آینده سرگرمی در صدا و سیما

علی حاجی احمدی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۰

محمد مهدی ذوالفقارزاده کرمانی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۷

محمد رضا اسمعیلی گیوی^۳

وحید خاشعی ورنامخواستی^۴

چکیده

ظهور و گسترش رسانه‌ها به ویژه رسانه‌های نوین اعم از رسانه‌های اجتماعی، اینترنت و مانند آن، رسانه‌های تلویزیون و رادیو را تحت تاثیر اساسی قرار داده است و مخاطبان زیادی را از تلویزیون جدا کرده‌اند. هدف مطالعه حاضر تحلیل ساختاری پیشران‌های موثر در سناریوهای آینده سرگرمی در صدا و سیما است. لذا در گام نخست مبانی نظری و گزارش‌های موسسات مشاوره‌ای مختلف در سطح جهان و ایران مورد بررسی قرار گرفت و عوامل و پیشران‌های موثر بر آینده سرگرمی در رسانه صدا و سیما شناسایی گردید. سپس از طریق نظرسنجی از خبرگان، عوامل نهایی شده و با رویکرد آینده پژوهی و نرم‌افزار میک‌مک، اقدام به طراحی الگو و بررسی تاثیر متقابل پیشران‌های آینده سرگرمی در صدا و سیما گردید. به طور کل ۱۱ پیشران در این مطالعه شناسایی گردید که پیشران‌های توسعه فناوری‌ها و فضای دیجیتال، عوامل اقتصادی و سبک زندگی بیشترین تاثیر را در آینده سرگرمی در رسانه صدا و سیما داشته است.

کلمات کلیدی: آینده پژوهی، پیشران، سرگرمی در رسانه، تحلیل تاثیر متقابل

^۱ دانشجو دکتری گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

^۲ (نویسنده مسئول) استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

– ZOLFAGHAR@UT.AC.IR –

^۳ استادیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران. S.GIVI@UT.AC.IR

– دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. KHASHEI@ATU.AC.IR

رسانه جمعی به عنوان یک نهاد، سازمان و یک کنشگر فعال اجتماعی، در اصل موجودیت و هویت‌یابی سازمانی و نیز در مقام نقش‌آفرینی و ایفای کارکردهای محول و محقق، لاجرم از دو نظام الگویی؛ الگوی ساختی یا الگوی هنجاری معطوف به ساختار، و الگوی کارکردی یا الگوی هنجاری معطوف به حوزه عمل تاثیر می‌پذیرد (کاستلز، ۲۰۱۵: ۲۷-۱۵). رسانه ملی نیز به عنوان یک رسانه دینی، خلق برنامه‌های دارای جهت‌گیری در اصول کشوری و مذهبی، از این قاعده مستثنی نیست (اربطانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۹۹-۶۳).

مشاهده تلویزیون در کشورهایمانند انگلستان و آمریکا از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۱۶ به‌طور میانگین ۳ تا ۴ درصد در سال کاهش یافته است. این کاهش با کاهش شمار روزنامه‌ها در دهه ۲۰۰۰ قابل مقایسه است و اگر در بازه ده‌ساله مقایسه شود، منجر به کاهش کلی معادل با ۲۵ تا ۳۰ درصد خواهد شد. میانگین سنی مخاطب بسیاری از برنامه‌های خبری تلویزیون هم‌اکنون بالاتر از میانگین سن مخاطبان در بسیاری از روزنامه‌ها است (بلالی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳۷-۹). کاهش میزان مخاطب تلویزیون به‌طور کلی و اخبار به‌طور خاص، نشان‌دهنده این حقیقت است که تلویزیون به‌سرعت در حال از دست دادن ارتباط بیشتر با مخاطبان است (هنینگ، ۲۰۰۱: ۱۲۰-۱۰۰).

پیدایش و توسعه استفاده از اینترنت و به دنبال آن شکل‌گیری فضای مجازی تعاملات اجتماعی، در کمترین زمان ممکن، توانست بازی را برگرداند و باعث افول مخاطبان تلویزیون شود. تکنولوژی‌های روزآمد و به‌ویژه گسترش استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند، جادوی تلویزیون را در نظر کاربران شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی کمرنگ کرد و به مرور مخاطبان تلویزیون به کاربران اینترنت تبدیل شدند. بررسی آمارها نشان می‌دهد که در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه که زیرساخت‌های اینترنت شکل‌گرفته، گرایش مردم به استفاده از تلویزیون کاهش چشمگیری را تجربه کرده است. این در حالی است که هر روز به تعداد کاربران فضای مجازی اضافه می‌شود (مایرسون، ۲۰۱۴: ۲۶۷-۲۴۱). طبق آمار اعلام شده از یک نظرسنجی توسط پژوهشکده زینت، در سال ۲۰۰۹ پاسخ‌دهندگان به نظرسنجی این موسسه روزانه ۱۸۸ دقیقه از وقت خود را به تلویزیون اختصاص داده‌اند و تنها ۴۸ دقیقه پای اینترنت بوده‌اند. این در حالی است که با توجه به تغییر تکنولوژی، این آمار در سال ۲۰۱۷ دچار تغییرهای بسیاری شده و با توجه به روند تغییرها در سال ۲۰۱۷ کاربران هر روز بیش از ۱۵۷ دقیقه از وقت خود را پای اینترنت می‌گذرانند و ۱۶۴ دقیقه از وقتشان را به تلویزیون اختصاص می‌دهند (پژوهشکده زینت، ۲۰۱۵: ۱۲۷-۱۱۱).

صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، بر اساس قانون اساسی (اصل ۱۷۵)، سازمانی رسانه‌ای است که تنها متولی پخش برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در ایران است. این سازمان نقش پررنگ در شکل‌گیری افکار و دیدگاه‌های جامعه در عرصه فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و تقویت پایه‌های نظام اسلامی و فرهنگ تشیع در شکور و جهان دارد (بلالی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳۷-۹). در گذشته سازمان در بازار تولیدات رسانه‌ای، مشابه و رقیبی نداشت و هم‌چنین کالاهای جانشینی برای آن موجود

نبود. اما طی سال‌های اخیر، اقبال به برنامه‌های تلویزیونی هر روزه کمتر شده و با ورود شبکه‌های رقیب ماهواره‌ای و شبکه‌های مجازی، اقبال به برنامه‌های تلویزیونی کمتر شده است (سازمان پژوهش‌های صدا و سیما). از جمله برنامه‌های مهم در بحث جذب مخاطب به رسانه‌ها می‌باشد، برنامه‌های سرگرمی می‌باشد. امروزه با وجود شبکه‌های مختلف خارجی و هم‌چنین دسترسی راحت به محتوای مختلف رسانه‌ای از طریق اینترنت، کار صدا و سیما جهت جذب مخاطبان به برنامه‌های تلویزیونی بسیار دشوار شده است. در این مطالعه، پیشران‌های موثر در سناریوهای آینده سرگرمی صدا و سیما و تاثیر متقابل آن‌ها بر یکدیگر را مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد.

مروری بر مفاهیم و مبانی تحقیق

برای رسانه‌های جمعی، از جمله تلویزیون نقش‌ها و کارکردهای متعددی بیان شده است. از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- آموزش: اعم از آموزش کلاسیک و آموزش عمومی و غیر رسمی، که غالباً به صورت غیرمستقیم و با هدف ایجاد اصلاح و تغییر نگرش‌ها و رفتارهای عموم مخاطبان صورت می‌پذیرد؛
- اطلاع‌رسانی: کسب اطلاع از حوادث و وقایع مهم داخلی و خارجی از طریق فرآیند رصد و نظارت و انتقال آن به توده‌ها، با هدف افزایش آگاهی و ایجاد آمادگی‌های لازم برای رویارویی نظری و عملی با این مسائل؛
- ایجاد تداوم و پیوستگی فرهنگی از طریق جامعه‌پذیری، انتقال میراث فرهنگی، ایجاد پیوند میان نسل‌های متوالی، بازتولید و تقویت اصول و مفروضات مشترک، شکل‌گیری و تعمیق روح و هویت جمعی؛
- تفریح و سرگرمی: همه اقداماتی که رسانه به صورت آشکار و پنهان برای پرکردن اوقات فراغت و با هدف ایجاد شادی، خشنودی، رفع ملالت، رهایی از روزمرگی و ... صورت می‌دهد؛ جزو این کارکرد محسوب می‌شوند. این سنخ برنامه‌ها، علاوه بر کارکرد معمول، نقش قابل توجهی در افزایش اطلاعات، رشد خلاقیت‌ها، توسعه مهارت‌ها، شکوفایی استعدادها، تغییر نگرش‌ها، پرورش قوای جسمی و روحی و ... دارند؛
- بسیج و تبلیغ: کارکرد بسیج بیشتر جنبه سیاسی و مذهبی دارد و معمولاً برای تهییج توده‌ها در مسیر اهداف به کار گرفته می‌شود. این کارکرد در شرایط خاص، ضرورت و اهمیت کاربردی ویژه می‌یابد.

همانگونه که مشاهده شد، ۵ کارکرد برای رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون می‌توان بیان نمود که سرگرمی در جهت جذب مخاطب به رسانه ملی، اگر نگوییم تنها، دست کم رایج‌ترین، برجسته‌ترین، پرمصرف‌ترین و موثرترین کارکرد رسانه‌های تصویری از جمله تلویزیون، از ابتدای ظهور تاکنون بوده است (بلالی، ۱۳۹۳: ۴۱-۵). از شواهد تاریخی برمی‌آید که سرگرمی به عنوان برجسته‌ترین کارکرد رسانه، به لحاظ ذاتی، درجه اهمیت، محتوا و مضمون، نحوه پردازش، آثار مترتب، اغراض و انگیزه‌های محرک و تشدیدکننده آن، بیش از سایر کارکردها، رسانه‌های مدرن را در معرض اتهام و خرده‌گیری و بعضاً موضع‌گیری‌های طردکننده قرار داده است (بلالی، ۱۳۹۳: ۴۱-۵).

بنابراین، توجه به عوامل و پیشران‌های مختلف در برنامه‌ریزی محتوای صدا و سیما و هم‌چنین تحلیل کلان آن‌ها، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و با الهام‌گیری از اصول آینده‌پژوهی، به بررسی روابط آن‌ها اقدام می‌شود. از جمله مفاهیم آینده‌پژوهی و تحلیل ساختاری که در این مطالعه از آن‌ها استفاده شده است، به طور خلاصه مرور می‌شود.

- آینده‌پژوهی: یادگیری حین عمل است که روشی برای طرح مکرر پرسش‌ها در مورد آینده‌های فرضی است و موجب خلق احتمال آینده‌های بدیل و مرجح می‌شود (باللی، ۱۳۹۳: ۴۱-۵) و روش‌های گوناگونی را دربرمی‌گیرد.
- تحلیل روند: روندها معمولاً نیروهایی تا حدودی تدریجی، یا به عبارت دیگر عوامل و الگوهایی هستند که به طور فراگیر باعث تغییر در جامعه می‌شوند. سرعت تغییر ممکن است نسبتاً آهسته یا سریع به نظر برسد، اما جنبه پراهمیت روندها، فراگیر بودن آن‌هاست. روندها نیروهای وسیعی هستند که عوامل پیچیده‌ای در شکل‌گیری آن‌ها سهم دارند و به تغییرات اجتماعی منجر می‌شوند. آن‌ها توسط هر کسی تجربه می‌شوند. نکته جالب درباره روندها این است که معمولاً سیاست‌گذاران، سازمان‌ها و حتی حکومت‌ها نمی‌توانند در آن‌ها تغییری ایجاد کنند؛ چراکه آن‌ها بزرگتر از قدرت سازمان‌ها و حکومت‌ها هستند (ساریتاس و اسمیت، ۲۰۱۱: ۳۱۲-۲۹۲).
- کلان‌روندها: تلاشی برای شناسایی روندهای مهم در غالب است (بل وندل، ۱۳۹۱: ۲۱۱-۱۸۹) که تعاملات پیچیده‌ی بین عوامل مختلف را متفاوت می‌کنند و چندین نسل را پوشش می‌دهند (ساریتاس و اسمیت، ۲۰۱۱: ۳۱۲-۲۹۲). کلان‌روندها نیروهای عظیمی هستند که جهان را شکل می‌دهند و بزرگ‌ترین چالش‌ها و فرصت‌های جامعه را در برمی‌گیرند (مودلی، ۲۰۱۶: ۳۲-۱).
- پیشران‌های تغییر: در متون آینده‌اندیشی، پیشران به نیروهای عمده شکل‌دهنده‌ی آینده جهان اشاره دارد. بدیهی است که پیشران‌ها به صورت غیرمستقیم بر حوزه‌های مختلف تاثیرگذارند. به عبارت دیگر، مولفه‌ها یا عوامل اصلی متشکل از چند روند هستند که باعث ایجاد تغییر در یک حوزه‌ی مورد مطالعه می‌شوند (دراکر، ۱۳۸۳: ۲۷-۱۴).
- تحلیل متقابل: سابقه تحلیل‌های متقابل و ماتریسی فراتر از مطالعات حوزه نسبتاً پویای آینده‌پژوهشی است و در علوم متفاوت می‌توان آن را دنبال کرد. از مدل‌سازی ساختاری تفسیری تا میک‌مک در این حوزه قرار دارد. این روش به منظور تحلیل سیستم‌های پیچیده اجرا می‌شود که در آن عناصر متفاوت مرتبط با یکدیگر حضور دارند و تاثیرگذارند (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۴: ۳۲-۵).

روش‌شناسی تحقیق

روش‌های آینده‌پژوهی بسیار گسترده و متنوع هستند. از لحاظ روش‌شناختی، مطالعه حاضر از نوع آمیخته با رویکرد اکتشافی نسبت به آینده است و از طریق راهبرد سندکاوی در اسناد بالادستی و مطالعه کتابخانه‌ای و انجام مصاحبه‌های گوناگون و به کارگیری روش دلفی، به منظور توسعه و آزمون نتایج به دست آمده، انجام گرفته است. در مراحل بعد نیز روندهای کلان و پیشران‌های شناسایی شده از طریق به کارگیری روش‌های کمی و کیفی و با استفاده از ابزارهایی چون تحلیل تاثیر متقابل، تحلیل ساختاری و تحلیل پیشران‌ها، دسته‌بندی (خوشه‌بندی)، تحلیل، اولویت‌بندی و تلفیق شدند.

در این مطالعه، در بخش کیفی که هدف از آن شناسایی و استخراج پیشران‌های تغییر بود از منابع و اسناد معتبر علمی در بازه زمانی سال ۲۰۱۵ تا کنون استفاده شد که در گام اول به تشریح آن‌ها پرداختیم. در بخش کمی نیز به دلیل محدودیت‌های پژوهش در رابطه با جدید و تخصصی بودن مطالب، الزام آشنا بودن گروه خبرگان با مطالعات تطبیقی و اصطلاحات تخصصی و علمی، دانش آینده‌پژوهش، هم‌چنین با توجه به سوابق مطالعاتی افراد و سوابق آموزشی آنان، پژوهشگر ملزم به استفاده از تعداد محدودی از افراد شد. هیچ قانون صریحی در مورد تعداد متخصصان وجود ندارد و بسته به هدف دلفی، وسعت مساله، زمان جمع‌آوری داده‌ها و منابع در دسترس، تعداد شرکت‌کنندگان معمولاً کمتر از ۵۰ نفر و اکثراً ۱۵ تا ۲۰ نفر می‌باشد (بلالی، ۱۳۹۳: ۴۱-۵).

لذا در این پژوهش، خبرگان که ۱۹ نفر بودند شامل:

- کارکنان صدا و سیما که در بخش‌های راهبردی و آموزشی این دستگاه مشغول به فعالیت و کار هستند و حداقل پنج سال سابقه کار دارند؛
- اساتید رشته‌های علوم ارتباطات و رسانه دانشگاه‌های معتبر که بیش از ۱۰ سال سابقه پژوهش و مطالعه در این حوزه را دارند؛
- سردبیران و نویسندگان مجلات معتبر داخلی و خارجی که در حوزه پژوهش حاضر، نوشته‌های متعددی ارائه داده‌اند؛
- پژوهشگران و افرادی که در زمینه پژوهش حاضر تحصیل کرده باشند.

نحوه انتخاب مشارکت‌کنندگان در این پژوهش به شیوه هدفمند و در دسترس بوده است.

نخست، برای پیشران‌های تغییر و روند سرگرمی از طریق مرور پژوهش‌ها و اسناد بین‌المللی موسساتی که به پویش و بررسی آینده پرداخته‌اند، با توجه به مطالعات انجام گرفته، بررسی‌های پیشینه پژوهش و مشورت با استادان حوزه آینده‌پژوهی و هم‌چنین رسانه، فهرست کلمات کلیدی تهیه و هر کدام از کلیدواژه‌ها در پایگاه‌های اطلاعاتی SCOPUS, ELSEVIER, Sage, Taylor & Francis, Springer و Google Scholar در بازه زمانی ۲۰۱۵ تاکنون جستجو شد. در فهرست منابع مقاله‌های دریافت شده نیز برای دستیابی به منابع معتبر، جستجو به عمل آمد. قابل ذکر است، در رابطه با پیشران‌های تغییر، مقاله مروری خاصی یافت نشد و در منابع فارسی مطالب اندکی یافت شد. اما با توجه به جدید بودن موضوع پیشران‌های تغییر در جهان، موسسه‌ها و سازمان‌های بین‌المللی متعددی روندهای شناسایی شده را از طریق وب‌سایت‌هایشان در اختیار همگان قرار داده‌اند. لذا تعداد ۲۶ مقاله استخراج شدند که پس از بررسی اولیه، تعداد ۱۷ مقاله را انتخاب و متناسب با هدف پژوهش مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت.

در جدول زیر، مشخصات مقالات نهایی شده و هم‌چنین دو بخش پنل خبرگان داخلی و خارجی نشان داده شده است.

جدول ۱. مقالات و منابع نهایی بررسی شده

ردیف	سال	موسسه / سازمان	عنوان مقاله / گزارش
۱	۲۰۱۶	سازمان مشاوره‌ای بوستون (BCG)	انقلاب دیجیتال در حال مختل کردن صنعت تلویزیون
۲	۲۰۱۸	سازمان آدوبی (Adobe)	۵ روند شکل‌گیری آینده رسانه‌ها و سرگرمی‌ها
۳	۲۰۱۸	سازمان مشاوره‌ای PWC	سرگرمی جهانی و چشم‌انداز رسانه‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳
۴	۲۰۱۸	سازمان مشاوره گلوبال وب‌ایندکس	بیشترین گرایش‌های رسانه‌ای و سرگرمی
۵	۲۰۱۹	موسسه برندواتچ	روند مصرف‌کنندگان صنعت سرگرمی
۶	۲۰۱۹	انجمن تکنولوژی مصرف‌کنندگان	۸ روند اصلی فناوری‌های سرگرمی
۷	۲۰۱۹	گوگل	۳ روند تغییر سرگرمی در تلویزیون
۸	۲۰۱۸	موسسه مشاوره کرنی (Kearney)	چهار روند و پیش‌بینی صنعت رسانه
۹	۲۰۲۰	مجله security boulevard	روندهای دیجیتال در حال تغییر صنعت رسانه و سرگرمی
۱۰	۲۰۱۷	سازمان مشاوره‌ای PWC	روندهای سرگرمی و رسانه
۱۱	۲۰۲۰	مجله TV Technology	پنج روند تکنولوژی رسانه
۱۲	۲۰۱۷	موسسه آموزش تفکر	۱۰ روند یادگیری نوآورانه
۱۳	۲۰۱۹	موسسه مشاوره‌ای Deloitte	آینده چشم‌انداز تلویزیون و فیلم تا سال ۲۰۳۰
۱۴	۲۰۱۹	موسسه تحقیقاتی web global index	روند رسانه‌های ملی در سال ۲۰۱۹
۱۵	۲۰۱۸	موسسه distilled	آینده تلویزیون
۱۶	۲۰۲۰	موسسه punkt	روند تلویزیون در ۲۰۲۰
۱۷	۱۳۹۴	مجید بلالی؛ رساله دکتری	آینده‌نگاری رسانه ملی
۱۸	۱۳۹۹	پنل‌های خبرگان داخلی	شامل خبرگان داخلی کشور
۱۹	۲۰۲۰	پنل‌های خبرگان خارجی	نظرسنجی از خبرگان خارج از کشور

بعد از طی شدن گام قبل که پیشران‌ها استخراج شدند، تمامی پیشران‌ها بر اساس شبکه معنایی که باهم تشکیل دادند، دسته‌بندی شدند. بعد از دسته‌بندی توسط محقق، پیشران‌های دسته‌بندی شده در اختیار ۴ نفر از محققان و خبرگان پژوهش قرار گرفت و دسته‌بندی صورت گرفته اعتبارسنجی گردید.

بعد از دسته‌بندی نهایی پیشران‌ها، جهت تعیین پیشران‌های اصلی، پرسشنامه‌ای طراحی شد و به ۱۴ نفر از خبرگان ارسال شده و نظر آن‌ها در زمینه تاثیر هر متغیر بر متغیری دیگر در طیفی از ۰ تا ۳ (۰=بی‌تاثیر؛ ۱=تاثیر کم؛ ۲=تاثیر متوسط؛ ۳=تاثیر زیاد) جمع‌آوری شد. این عمل برای تمامی پیشران‌های اصلی تکرار شد؛ بدین ترتیب میزان وابستگی یک متغیر به دیگر متغیرها مشخص گردید. سپس به کمک نرم‌افزار تحلیل ساختاری میک‌مک نتایج تحلیل محاسبه گردید. نرم‌افزار میک‌مک یک روش تحلیل ساختاری کارآمد است که نه تنها رابطه بین متغیرها و عوامل را مشخص می‌کند بلکه میزان تاثیر آن‌ها را نیز تعیین می‌کند و گراف علی معلولی را ترسیم می‌نماید. در کنار آن اثر غیرمستقیم یک متغیر و عوامل را مشخص می‌کند و میزان تاثیر آن‌ها را نیز محاسبه کرده و در نهایت عوامل را بر حسب میزان تاثیر یا وابستگی دسته‌بندی می‌نماید (مولایی و طالبیان، ۱۳۹۴: ۳۲-۵).

یافته‌های پژوهش

در بررسی پیشران‌های محیطی که منابع بیان شده استخراج گردید، برخی از آن‌ها به دلیل هم‌پوشانی و تجانس بسیار بالا در یک خوشه قرار گرفتند که در جدول زیر هر پیشران به همراه زیرمجموعه‌هایش که به عنوان کلان‌روندها معرفی شده‌اند، به نمایش درآمده است.

جدول ۲. پیشران‌ها و زیرمجموعه‌های آن‌ها

ردیف	پیشران	کلان‌روندها (زیرمجموعه‌های هر پیشران)
۱		حس تجربه‌های جدید
۲	تنوع طلبی	تفاوت نسل‌ها
۳		تغییرات ابزارها
۴		ظهور شبکه‌های اینترنتی
۵	شبکه جهانی اینترنت	تنوع برنامه‌های اینترنتی
۶		افزایش نرخ نفوذ اینترنت
۷		تماشای سریال و برنامه‌های رسانه‌ای از طریق اینترنت در هر زمان
۸		ناهماهنگی در تعریف و سطح سواد دیجیتال نسل‌ها
۹		توانایی مدیریت استفاده از فناوری جدید
۱۰	توسعه فناوری و	رسانه‌های خانگی
۱۱	دیجیتال	قابلیت تماشای رسانه با هر ابزار ارتباطی
۱۲		رشد محتوای غیر خطی در مقابل خطی (از پخش زنده به زمان دلخواه)
۱۳		جهان دیجیتالی

فراگیری دسترسی به تلویزیون‌ها و ابزارهای رسانه‌ای (گوشی، تبلت، تلویزیون هوشمند)	۱۴	
سطح رفاه زندگی	۱۵	رفاه اقتصادی جامعه
مهاجرت به کشورهای دیگر	۱۶	
استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپا	۱۷	
روند تماشای تلویزیون	۱۸	
روند استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۱۹	
مصرف اسنکی رسانه (گذر لحظه‌ای از کانال یا برنامه یا رسانه)	۲۰	
بازی و زندگی (نزدیکی بازی‌ها و رسوخ به زندگی واقعی مردم)	۲۱	سبک زندگی
تغییر سلیقه فرهنگی جوانان و نوجوانان به سمت مدل‌های غربی	۲۲	
تکنولوژی‌زدگی و موج علاقه به تکنولوژی‌های ارتباطی	۲۳	
علاقه به برنامه‌های شاد و سرگرمی	۲۴	
ورود افراد غیر حرفه‌ای	۲۵	
میزان اعتماد مردم به سازمان متولی	۲۶	سازمان متولی
بی‌اخلاقی در رسانه‌ها	۲۷	
اعتمادسازی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای	۲۸	
روند مخاطبان داخلی به برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای	۲۹	
تنوع و جذابیت برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای	۳۰	رقبای خارجی
پخش برنامه‌ها و سریال‌های داخلی در شبکه‌های ماهواره‌ای	۳۱	
محتوای رسانه‌های نوین شبکه‌های رقیب	۳۲	
اعمال نفوذ باندهای فساد ثروت و قدرت بر رسانه‌ها	۳۳	عوامل سیاسی
تحریم رسانه‌ای و حقوقی و حذف کانال‌ها از ماهواره‌ها	۳۴	
واردات گسترده محصولات فرهنگی غربی و شرقی	۳۵	
عدم انطباق محصولات فرهنگی داخلی با تقاضاها و نیازهای نسل جوان	۳۶	عوامل فرهنگی
نیاز به شبکه‌های تخصصی	۳۷	
تغییر ماهیت و شکل شبکه‌ها	۳۸	
تسلط دولت و نهادهای حاکمیتی بر رسانه	۳۹	عوامل قانونی
انحصار رادیو تلویزیون در اصل ۱۷۵ قانون اساسی	۴۰	
افزایش هزینه تولید رسانه‌ای سنتی	۴۱	عوامل اقتصادی
کاهش هزینه‌های تولید رسانه‌ای دیجیتال و نوین	۴۲	

۷																			عوامل قانونی	۱۰
۱۲																			عوامل اقتصادی	۱۱

همانطور که ملاحظه می‌شود پیشران‌های "توسعه فناوری و دیجیتال"، "شبکه جهانی اینترنت" و "سبک زندگی" بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. پس از استخراج پیشران‌های تغییر از منابع و نظر خبرگان و همچنین تایید روایی آن توسط متخصصان در یک پانل مشترک، از ۱۴ نفر خبرگان خواسته شد تاثیر هر متغیر را بر متغیر دیگر در طیفی از ۰ تا ۳ تعیین کند.

عوامل اقتصادی	عوامل قانونی	عوامل فرهنگی	عوامل سیاسی	رقبای خارجی	سازمان متولی	سبک زندگی	رفاه اقتصادی جامعه	توسعه فناوری و	شبکه جهانی اینترنت	تنوع طلبی	پیشران‌های سرگرمی در رسانه
۲	۰	۲	۰	۰	۱	۲	۱	۲	۲		تنوع طلبی
۱	۱	۲	۱	۲	۲	۳	۱	۳		۲	شبکه جهانی اینترنت
۲	۱	۲	۱	۲	۲	۳	۱		۳	۳	توسعه فناوری و دیجیتال
۲	۱	۲	۱	۲	۱	۳		۱	۱	۳	رفاه اقتصادی جامعه
۲	۱	۲	۱	۲	۲		۲	۱	۲	۳	سبک زندگی
۳	۳	۱	۲	۲		۱	۱	۱	۱	۰	سازمان متولی
۲	۱	۲	۱		۲	۲	۰	۲	۱	۲	رقبای خارجی
۲	۲	۱		۱	۲	۱	۱	۲	۲	۱	عوامل سیاسی
۰	۱		۱	۱	۱	۳	۲	۱	۱	۳	عوامل فرهنگی
۱		۱	۲	۲	۳	۲	۲	۲	۱	۱	عوامل قانونی
	۱	۱	۱	۱	۲	۳	۳	۲	۱	۲	عوامل اقتصادی

نظرات گروه متخصصان در ماتریس اثرات متقاطع وارد شد و سپس از طریق نرم‌افزار میک‌مک مورد تحلیل قرار گرفت. عملکرد نرم‌افزار مزبور بدین گونه است که ابتدا متغیرها و مولفه‌های مهم در حوزه را شناسایی و سپس آن‌ها را در ماتریسی

مانند ماتریس تحلیل اثرات وارد می‌کند. بر این اساس میزان ارتباط میان این متغیرها با حوزه مربوطه توسط خبرگان تشخیص داده می‌شود. متغیرهای موجودی در سطرها بر متغیرهای موجود در ستون‌ها تاثیر می‌گذارند. پس بدین ترتیب متغیرهای سطرها، تاثیرگذار و متغیرهای ستون‌ها تاثیرپذیر هستند (طاهری دمنه، ۱۳۹۴ : ۹۳-۷۴).

به دیگر سخن میزان ارتباط با عددهای بین صفر تا سه سنجیده می‌شود. عدد صفر به منزله بدون تاثیر، عدد یک به منزله تاثیر ضعیف، عدد دو به منزله تاثیر متوسط و در نهایت عدد سه به منزله تاثیر زیاد است. بنابراین اگر تعداد متغیرهای شناسایی شده n باشد، یک ماتریس $n \times n$ به دست می‌آید که در آن تاثیرات متغیرها بر یکدیگر مشخص شده‌اند (روحانی و آجرلو، ۱۳۹۴ : ۳۱-۲۲).

جدول ۴. توصیف عددی میزان تاثیرگذاری و تاثیرپذیری پیشران‌های شناسایی شده بر اساس خروجی میک‌مک

ردیف	پیشران	میزان تاثیرگذاری	میزان تاثیرپذیری
۱	تنوع طلبی	۱۲	۲۰
۲	شبکه جهانی اینترنت	۱۸	۱۵
۳	توسعه فناوری و دیجیتال	۲۰	۱۷
۴	رفاه اقتصادی جامعه	۱۷	۱۴
۵	سبک زندگی	۱۸	۲۳
۶	سازمان متولی	۱۵	۱۸
۷	رقبای خارجی	۱۵	۱۵
۸	عوامل سیاسی	۱۵	۱۱
۹	عوامل فرهنگی	۱۴	۱۶
۱۰	عوامل قانونی	۱۷	۱۲
۱۱	عوامل اقتصادی	۱۷	۱۷

طبق نمودار تحلیل ناحیه‌ای میک‌مک، ناحیه ۱ به متغیرهای راهبردی یا دو وجهی تعلق دارد که به صورت بسیار تاثیرگذار و بسیار تاثیرپذیر عمل می‌کنند و در قسمت شمال شرقی نمودار قرار می‌گیرند. هم قابل دستکاری و کنترل هستند و هم بر پویایی و تغییر سیستم تاثیر می‌گذارند. یعنی شاخص‌های ناپایداری را تشکیل می‌دهند. در برخی از منابع به عنوان متغیرهای اعتماد از آن‌ها نام برده شده است. متغیرهایی که بالای خط قطری این ناحیه قرار می‌گیرند، متغیرهای "ریسک" نامیده می‌شوند زیرا ظرفیت تبدیل شدن به بازیگران کلیدی را دارند. یعنی به سرعت تغییرات بر آن‌ها اثر می‌گذارند و آن‌ها نیز این تغییرات را خیلی سریع به متغیرهای وابسته در ناحیه منتقل می‌کنند. متغیرهایی که زیر خط قطری این ناحیه قرار می‌گیرند متغیرهای "هدف" نامیده می‌شوند و نتایج سیستم را به نمایش می‌گذارند. به عبارت دیگر، با دست‌کاری این متغیرها سیستم

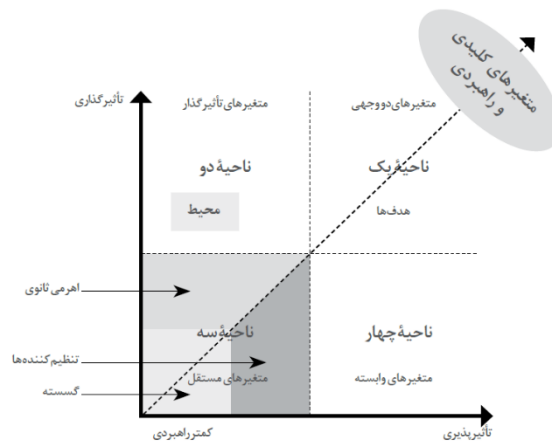
تغییرات تکاملی را در پیش خواهد گرفت. با این توصیف متغیرهایی را که تاثیر بالایی دارند، ولی قابل کنترل نیستند، نمی‌توان به عنوان متغیر راهبردی محسوب کرد.

برنامه‌ریزان به ندرت قادر به تغییر در متغیرهای قرار گرفته در ناحیه ۲ هستند. متغیرهای مزبور در قسمت شمال غربی نمودار نمایش داده می‌شوند. به عنوان بحرانی‌ترین مولفه‌ها، بیشتر تاثیرگذار و کمتر تاثیرپذیر هستند و متغیرهای ورودی محسوب می‌شوند. متغیرهای محیطی عموماً در این قسمت قرار می‌گیرند که توسط سیستم قابل کنترل نیستند.

متغیرهای ناحیه ۳ شبکه مختصات تاثیرگذاری و تاثیرپذیری بسیار پایینی دارند و نمی‌توانند متغیرهای راهبردی محسوب شوند. آن‌ها در قسمت جنوب شرقی نمودار قرار می‌گیرند و متغیرهای مستقل و مستثنا نامیده می‌شوند. این متغیرها از سایر متغیرهای سیستم تاثیر نمی‌پذیرند، بر آن‌ها اثر هم ندارند و ارتباط بسیار کمی با سیستم دارند. در این قسمت سه نوع متغیر می‌توان دسته‌بندی کرد:

- متغیرهای گسسته: در نزدیکی مبدا مختصات قرار دارند و ارتباطی به پویایی و تغییرات کنونی سیستم ندارند.
- متغیرهای اهرمی ثانویه: با وجود اینکه کاملاً مستقل هستند، بیشتر از آنکه تاثیرپذیر باشند، تاثیرگذارند. بالای خط قطری قرار دارند و به عنوان نقطه‌های معیار یا سنجش قابل استفاده هستند.
- متغیرهای تنظیمی: زیر خط قطری و نزدیکی مرکز ثقل قرار دارند و می‌توانند به عنوان اهرم ثانویه، هدف‌های ضعیف و متغیرهای ریسک ثانویه مورد تحلیل قرار بگیرند.

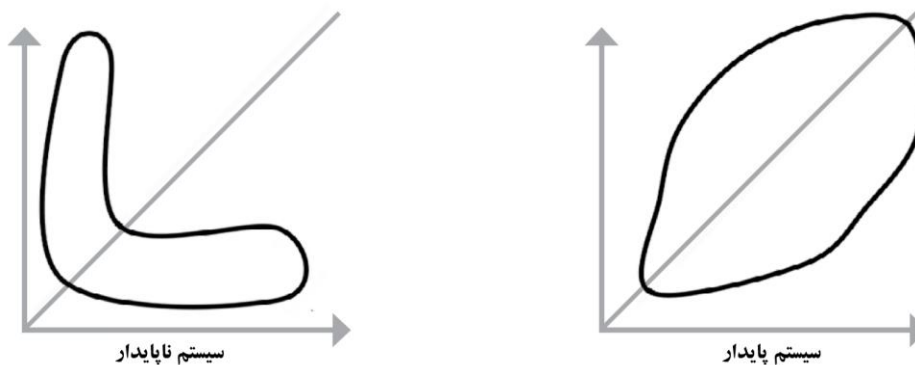
متغیرهای ناحیه ۴ نیز به دلیل وابستگی شدید به سایر متغیرها خاصیت راهبردی ندارند و بیشتر از سایر متغیرها نتیجه می‌شوند. اما متغیرهای ناحیه ۱ متغیرهای راهبردی هستند، چراکه هم قابلیت کنترل توسط سیستم مدیریتی را دارند و هم



شکل ۱. نقشه و تفسیر موقعیت‌های چهارگانه محور مختصات میک‌مک

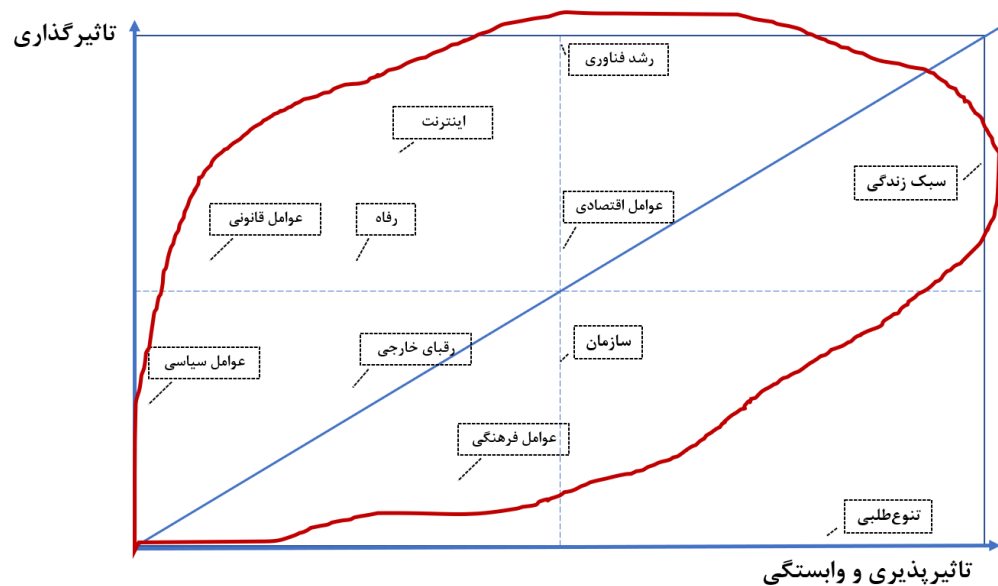
برسیستم تاثیرگذاری قابل قبولی دارند. در واقع هر چه از انتهای ناحیه ۳ به سمت انتهای ناحیه ۱ شبکه مختصات نزدیک‌تر می‌شویم، بر میزان اهمیت و راهبردی بودن متغیر افزوده می‌شود (طاهری دمنه، ۱۳۹۴: ۹۳-۷۴).

در ادامه توسط نرم‌افزار میک‌مک ماتریسی به ابعاد 11×11 تنظیم شد که درجه‌ی پرشدگی آن ۹۰٫۵۱ درصد بود و نشان می‌داد که پیشران‌های انتخاب شده کنش و واکنش زیاد و پراکنده‌ای نسبت به هم دارند. در واقع سیستم از وضعیت ناپایداری برخوردار است. در قسمت پراکندگی نیز همانطور که در نمودار دیده می‌شود، با توجه به نحوه قرارگیری پیشران‌ها در محور مختصات به شکل انبوه قطری، محیط عمومی ناپایداری بالایی را نشان می‌دهد.



شکل ۲. فرم چیدمان متغیرهای سیستم‌های پایدار و ناپایدار (سوادکوه، ۱۳۹۴)

در شکل زیر، متغیرهای پژوهش و ساختار چیدمانی آن‌ها نشان داده شده است.

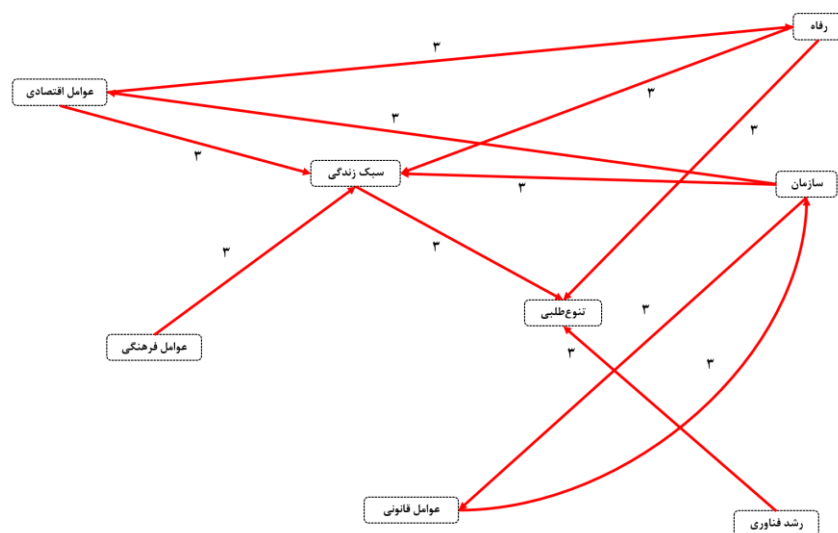


شکل ۳. نقشه تاثیر پذیری و تاثیر گذاری مستقیم پیشران‌ها

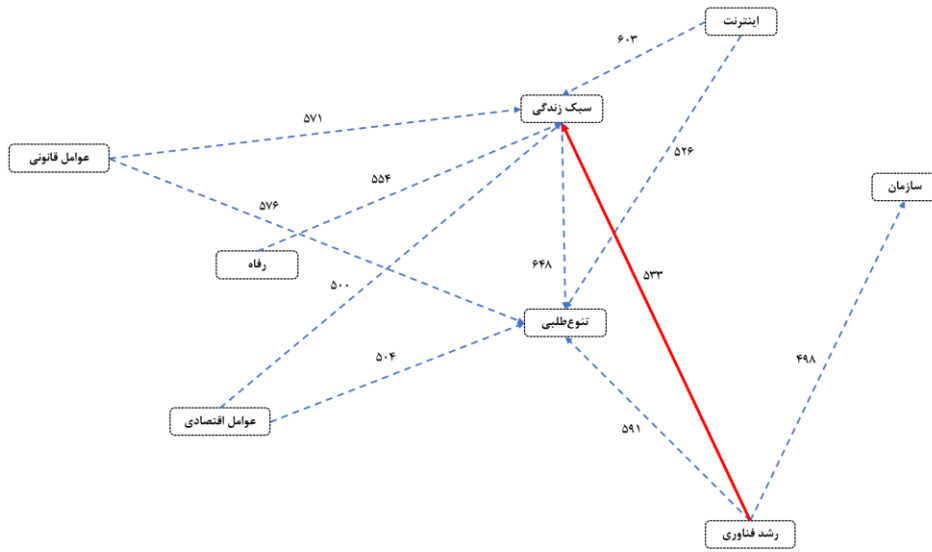
ماتریس به دست آمده را می‌توان با نمودار متناظر آن نیز نمایش داد که در آن نمودار، برای نشان دادن تاثیرگذاری هر گروه بر دیگری از پیکان‌ها و میزان تاثیرگذاری به صورت عددی، در بالای آن پیکان، نمایش داده می‌شود. در نهایت بر اساس توپولوژی متغیرها، این نرم‌افزار قادر است عوامل کلیدی را رتبه‌بندی و استخراج کند (روحانی و آجرلو، ۱۳۹۴: ۳۱-۲۲).

از آنجا که در روش میک‌مک چهار نوع ماتریس "تاثیرات مستقیم"، "تاثیرات غیرمستقیم"، "تاثیرات مستقیم بالقوه" و "تاثیرات غیرمستقیم بالقوه" برای بررسی‌ها وجود دارند، اولین اقدام با شروع از ماتریس MDI انجام می‌گیرد که فقط شامل روابط کنونی میان متغیرهاست و دربرگیرنده‌ی متغیرهای ساختاری سیستم است. نظرات کارشناسان در جلسات دلفی مستقیماً در این جدول وارد شده است؛ سپس ماتریس تاثیر غیر مستقیم (MII) متناظر با ماتریس تاثیرات مستقیم است که توسط خود نرم‌افزار با تکرار پی‌درپی (تعداد چرخش‌ها) تقویت شده است. دو ماتریس تاثیرات مستقیم بالقوه (MPDI) و تاثیرات غیرمستقیم بالقوه (MPII) نیز با تخصیص یک مقدار متناظر به مقدار تعریف شده در MDI به دست می‌آیند که شامل روابط کنونی و بالقوه و وابستگی بین پیشران‌هاست. نکته مهم این است که ماتریس‌های پیش فرض MDI و MPDI یکسان هستند (زالی و اژدری، ۱۳۹۵: ۲۷-۱۶) و در این مطالعه، مقادیر متناظری برای MPDI تعریف نشده است. بنابراین مطابق با پیش فرض نرم‌افزار، ماتریس تاثیرات مستقیم و تاثیرات مستقیم بالقوه نتایج یکسانی دربرخواهند داشت.

مهم‌ترین تاثیرات مستقیم و غیر مستقیم پیشران‌ها: درصد پراکندگی و حساسیت این بخش از نرم‌افزار بر ۱۰ درصد تنظیم شده است. با توجه به تنظیمات بیان شده، روابط میان متغیرها به عنوان یکی از خروجی‌های نرم‌افزار می‌باشد که در شکل‌های زیر قابل مشاهده می‌باشد.



شکل ۴. مهم‌ترین تاثیرات مستقیم



شکل ۵. مهم‌ترین تأثیرات غیرمستقیم

خلاصه تمام تحلیل‌های ساختاری اثرات متقابل پیشران‌های محیطی آینده سرگرمی در رسانه تلویزیون، در جدول زیر بر اساس خروجی‌ها و یافته‌های میک‌مک نمایش داده شده است.

جدول ۵. موقعیت پیشران‌ها در مختصات میک‌مک

اثرات متقابل مستقیم پیشران‌ها	ناحیه مختصات
رشد فناوری	ناحیه ۱ (شمال شرقی)
عوامل اقتصادی	اثرگذاری بالا
سبک زندگی	اثرپذیری بالا
توسعه اینترنت	ناحیه ۲ (شمال غربی)
رفاه اقتصادی	اثرگذاری بالا
عوامل قانونی	اثرپذیری پایین
عوامل سیاسی	ناحیه ۳ (جنوب غربی)
رقبای خارجی	اثرگذاری پایین
عوامل فرهنگی	اثرپذیری پایین
سازمان متولی	ناحیه ۴ (جنوب شرقی)
تنوع‌طلبی	اثرگذاری پایین
	اثرپذیری بالا

بحث و نتیجه‌گیری

از یافته‌های نرم‌افزار میک‌مک، مهم‌ترین پیشران‌های آینده سرگرمی در رسانه تلویزیون را رشد فناوری، عوامل اقتصادی و سبک زندگی می‌توان بیان نمود. طبق بررسی‌های صورت گرفته و همچنین نظرات خبرگان، رشد و توسعه فضای دیجیتال و فناوری‌های نوین رسانه‌ای در جهان و ایران، سبک زندگی افراد را تحت تاثیر قرار داده است. امروزه در اختیار تمامی مردم کشور گوشی‌های هوشمند و فناوری‌های نوین این حوزه وجود دارد و تغییرات رویه‌های اقتصادی خانواده‌ها این مساله را به خوبی نشان می‌دهد. پیشران‌های این دسته، به دو بخش متغیرهای ریسک و متغیرهای هدف دسته‌بندی می‌شوند؛ آن‌هایی که بالای خط قطری این ناحیه هستند ریسک‌پذیری بالایی دارند (زالی و اژدری، ۱۳۹۵: ۲۷-۱۶). بنابراین عوامل اقتصادی و رشد فناوری، متغیرهای ریسک محسوب می‌شوند که ریسک‌پذیری بالایی دارند اما سبک زندگی به عنوان متغیر هدف محسوب می‌شود که به طور کلی می‌توان این متغیر را اصلی‌ترین عامل در تغییر رویه و سبک زندگی جامعه بیان داشت که متناسب با سبک بیان شده، آینده سرگرمی در رسانه تلویزیون در حال تغییر است.

طبق بررسی‌های صورت گرفته در گزارش‌های سازمان مشاوره بوستون و PWC نیز اینگونه به دست آمده است که رشد فناوری‌ها و توسعه آن‌ها، منجر به تغییر سبک زندگی مردم گردیده است که این تغییر سبک زندگی شدیداً متأثر از رشد فناوری‌ها و بستر اینترنت می‌باشد. این تغییر رویه در رویکردهای تماشای سرگرمی در رسانه‌ها نیز تاثیرات شگرفی نهاده است. امروزه مخاطبان برنامه‌های مختلف، با استفاده از اینترنت و فناوری‌ها و برنامه‌های کاربردی جدید، به راحتی و در هر زمانی که می‌خواهند برنامه‌های رسانه ملی مشاهده می‌نمایند و همچنین برنامه‌های سرگرمی که در بستر پلتفرم‌های نوین اینترنتی ارائه می‌شود، رقاباتی اساسی برای برنامه‌های تلویزیونی و همچنین عامل تغییر سبک زندگی مردم به حساب می‌آید.

اما پیشران‌هایی که اثرگذاری بسیار بالایی بر سیستم و سایر پیشران‌ها دارند، ولی تاثیرپذیری چندانی از متغیرهای درون سیستم ندارند، همانند توسعه اینترنت، رفاه اقتصادی و عوامل قانونی می‌باشند. این موارد بر دیگر متغیرها و عوامل آینده سرگرمی در رسانه تاثیرات اساسی دارند. به عنوان مثال قوانین حاکم بر نوع تولید و پخش محتوای سرگرمی در رسانه تلویزیون از جمله عوامل اساسی تاثیرگذار می‌باشد. همچنین مولفه رفاه اقتصادی منجر به توسعه استفاده عموم مردم از ابزارها و فناوری‌های نوین خواهد شد که این امر به دلیل توسعه فناوری‌های نوین و همچنین اینترنت می‌باشد که چنین زمینه‌ای را فراهم کرده است. لذا متغیرهای توسعه بستر اینترنت، رفاه اقتصادی و عوامل قانونی به شکل‌های مختلف بر آینده سرگرمی در رسانه تلویزیون تاثیرات اساسی می‌گذارد. این عوامل و به خصوص عامل توسعه بستر اینترنت در تمامی گزارش‌های بررسی شده در بخش مبانی نظری نیز به دقت اشاره شده است.

اما دسته‌ای دیگر از پیشران‌ها که در ناحیه ۳ محور مختصات قرار گرفته‌اند، پیشران‌های مستقل می‌باشند. این پیشران‌ها شامل عوامل سیاسی، رقبات خارجی و عوامل فرهنگی می‌باشند. این دسته از پیشران‌ها، تاثیری در توقف و یا تغییر جهت پیشران‌های دیگر ندارند. این دسته از پیشران‌ها به طور غیر مستقیم بر دیگر متغیرها تاثیر می‌گذارند. به عبارتی، عوامل

فرهنگی به طور غیر مستقیم بر سبک زندگی و ساختار رفتاری جامعه تاثیرگذار است. عوامل سیاسی نیز که بخشی از جنگ نرم دشمنان علیه کشور ایران را در نظر می‌گیرد، باعث می‌شود که کشورهای متخاصم برنامه‌ها و فعالیت‌های گسترده‌ای در جهت جذب مخاطب ایرانی و منحرف ساختن آن‌ها داشته باشند که بر سیاست‌های سرگرمی در رسانه تلویزیون تأثیرات اساسی خواهد داشت. همچنین رقبای خارجی نیز همانند عوامل سیاسی عمل می‌کنند و به طور غیرمستقیم بر دور شدن مخاطب از برنامه‌های سرگرمی تلویزیونی تأثیر می‌گذارد.

اما دسته‌ای دیگر از پیشران‌ها وجود دارند وابسته هستند و تأثیر اندکی بر دیگر متغیرها دارند. در این مطالعه دو عامل سازمان متولی و تنوع‌طلبی به عنوان پیشران‌های وابسته شناسایی شده‌اند. سازمان متولی به دلیل تاثیرپذیری شدید از عوامل سیاسی، عوامل قانونی و عوامل فرهنگی و اقتصادی، به عنوان یک عامل وابسته شناخته شده است که از این جهت تحت تأثیر عوامل مذکور فعالیت می‌کند. اما دیگر پیشران وابسته در این مطالعه، تنوع‌طلبی می‌باشد که این عامل نیز از متغیرهای سبک زندگی، رفاه اقتصادی و مواردی از این قبیل شکل گرفته است.

بنابراین طبق یافته‌های این پژوهش پیشنهاد می‌شود که نخست بر عامل سبک زندگی تمرکز شود و از این طریق بتوان افراد را به رسانه تلویزیون و برنامه‌های سرگرمی مربوط به آن جذب نمود. همچنین تلاش شود اقداماتی صورت گیرد که برنامه‌های سرگرمی رسانه‌ای در تلویزیون با دیگر فناوری‌های نوین با بهره‌گیری از بستر اینترنت در این حوزه هماهنگ و هم‌راستا شود تا بدین وسیله فاصله میان رشد فناوری و برنامه‌های تلویزیونی کمتر شود.

توجه به عوامل سیاسی و رقبای خارجی در تولید برنامه‌های مختلف ماهواره‌ای و شبکه‌های مجازی، جهت تولید محتوای مناسب در مقابله با موارد بیان شده از اهمیت ویژه برخوردار است. در گام بعد نیز تدوین ساختار قانونی و برنامه‌های فرهنگی مناسب جهت غنی‌سازی سبک زندگی جامعه با ساختار مورد نظر حکومت از اهمیت برخوردار است که می‌بایست بدان توجه اساسی نمود.

در ادامه این پژوهش پیشنهاد می‌گردد که مطالعه حاضر از طریق نظرسنجی‌های آماری از افراد در رده‌های سنی مختلف صورت گیرد و انتظارات آن‌ها در مورد سرگرمی رسانه‌ای را به طور دقیق متوجه شده و متناسب با آن‌ها برنامه‌های کاربردی پیشنهاد شود.

- بلالی، مجید. (۱۳۹۱). شناسایی عوامل کلیدی موثر بر آینده سازمان صدا و سیما به روش تحلیل تاثیر متقابل روندها. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره ۳، صص ۳۷-۹.
 - بلالی، مجید. روشندل اربطانی، طاهر. ذوالفقار، محمدمهدی. (۱۳۹۳). بررسی رقابت در سپهر رسانه‌ای کشور، مجله علمی پژوهشی راهبرد، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام. [HTTP://RAHBORD.CSR.IR/](http://RAHBORD.CSR.IR/) ۴۱-۵.
 - روشندل اربطانی، طاهر. ذوالفقار، محمدمهدی. بلالی، مجید. ۵. (۱۳۹۳). روندهای محیطی موثر بر آینده رسانه ملی در چشم‌انداز بیست ساله کشور. مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی، سال بیستم، شماره ۵۴، صص ۹۹-۶۳.
 - بل، وندل. (۱۳۹۱). مبانی آینده‌پژوهی: علم انسانی برای عصر جدید (ترجمه مصطفی تقوی و محسن محقق). تهران، موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی مرکز آینده پژوهی علوم فناوری‌های دفاعی.
 - دراگر، پیتر. (۱۳۸۳). تلخیص چالش‌های مدیریت در سده ۲۱ (ترجمه غلام‌حسین حانقانی). تهران، انتشارات فرا.
 - روحانی، آرش. آجرلو، سعید. (۱۳۹۴). آموزش نرم‌افزار MICMAC، تهران، انتشارات آرنا.
 - زالی، نادر. اژدری، میلاد. (۱۳۹۵). شناسایی و تحلیل ساختاری پیشران‌های توسعه استان گلستان با کاربرد روش تحلیل اثرات متقابل. اولین کنفرانس ملی معماری شهرسازی و مهندسی عمران. قم، موسسه مدیریت کنفرانس‌های علمی اندیشوران هزاره سوم.
 - طاهری دمنه، محسن. (۱۳۹۴). بررسی تحلیلی تصاویر آینده جامعه ایرانی در ذهن جوانان کشور (بر اساس تحلیل لایه‌ای علی - CLA). رساله دکتری دانشگاه تهران.
 - مولایی، محمدمهدی. طالبیان، حامد. (۱۳۹۴). آینده‌پژوهی مسائل ایران با روش تحلیل ساختاری. مجلس و راهبرد، شماره ۲۳، صص ۳۲-۵.
- Castells, M. (2009), *Communication power*, Oxford: Oxford University Press
 - Economic Implications of New Communication Technologies on the Audio Visual Markets (March 1997), Study Carried out for the European Commission by Norcontel, Ireland.15-27.
 - Modly, T. (2016). *Five Megatrends and Their Implications for Global Defense & Security*. Retrieved from [https:// www.pwc.com/gx/en/government-public-services/assets/five-megatrends-implications.pdf](https://www.pwc.com/gx/en/government-public-services/assets/five-megatrends-implications.pdf).۱-۳۲.
 - Saritas, O., & Smith, J. E. (2011). The big picture—trends, drivers, wild cards, discontinuities and weak signals. *Futures*, 43(3), 292-312.

- Henning, B. &. (2001). Psychological escapism: Predicting the amount of television viewing by need for cognition. *Journal of Communication*, 100-120.
- Mayerson, H. L. (2014). *Entertainment industry economics: A guide for financial analysis*. Cambridge University Press. 241-267.