

Future Trends of the Distribution System in the Cinema Entertainment Industry: Application of Cognitive Mapping Approach

Ali Elahi , PhD Candidate, Department of Business Administration, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: ali.elahi@modares.ac.ir

Mahdi Hamzehpoor , Associate Professor, Department of Decision Sciences and Complex Systems, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.
Email: m.hamzehpoor@isu.ac.ir

Ali Yaghubali Pour Koundelaji , PhD Candidate, Department of Decision Sciences and Complex Systems, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.
(Corresponding Author) Email: aliyaghubali@gmail.com

Extended Abstract

Introduction: The entertainment industry has emerged as a pivotal sector in the global economy, with its distribution systems playing a crucial role in shaping both its operations and evolution. Cinema, as a central component of this industry, possesses a distinctive distribution system that has historically experienced substantial transformations due to technological advancements and global dynamics. This research seeks to examine future trends and scenarios related to cinema distribution, with a particular focus on the Iranian context and its unique challenges and opportunities.

Method: This study employs a qualitative methodology, utilizing Cognitive Mapping (CM) as a problem-structuring tool. Through focused group discussions with ten industry experts, the research identifies and conceptualizes future trends within Iran's cinema distribution system. The cognitive mapping technique facilitates the development of a visual conceptual model illustrating the relationships among trends, scenarios, and their interdependencies.

Results: The findings reveal five major predictable trends: (1) changes in service delivery modalities, (2) enhanced strategies for audience engagement and retention, (3) infrastructural transformations, (4) evolution in content types, and (5) shifts in distribution channels. These trends are anticipated to significantly influence the future of cinema distribution in Iran, offering valuable insights into emerging scenarios and potential challenges. Moreover, the study underscores how these trends interact and overlap, forming a complex network of opportunities and constraints for stakeholders.

Conclusion: The results highlight the necessity of strategic foresight and proactive planning for cinema policymakers and industry managers. By comprehending these trends and their interrelations, stakeholders can better navigate future developments and design adaptive strategies to sustain competitiveness in the rapidly evolving entertainment landscape. The concluding sections of the research elaborate on the detailed relationships among the five identified trends, providing actionable insights for practical implementation in Iran's cinema distribution ecosystem.

Keywords: Future Trends, Cinema, Entertainment Industry, Distribution System, Cognitive Mapping.



روندهای آینده نظام توزیع در صنعت سرگرمی سینما: کاربست رویکرد نگاشت شناختی

علی الهی^۱، مهدی حمزه پور^۲، علی یعقوبعلی پور کندلجی^۳

چکیده

صنعت سرگرمی در سال‌های اخیر نقش مهمی در اقتصاد جهانی پیدا کرده و به تبع آن، نظام توزیع این صنعت نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. سینما به عنوان یکی از ارکان این صنعت دارای نظام توزیع ویژه خود بوده و با در نظر گرفتن تغییرات شتابان جهانی و ظهور فناوری‌های تحول‌آفرین جدید، این نظام‌ات در دوره‌های مختلف دستخوش تغییرات مختلفی بوده و در آینده نیز این تغییرات قابل پیش‌بینی خواهد بود. از این رو، بررسی روندهای آینده و سناریوهای ذیل آن در تصمیم‌گیری مدیران و سیاست‌گذاران تأثیرگذار است. پژوهش حاضر با تأکید بر جایگاه مهم سینما در ایران و با رویکرد کیفی و راهبرد نگاشت شناختی (CM) که از روش‌های ساختاردهی مسئله است، صورت گرفته است. به این صورت که از طریق برگزاری گروه‌کانونی متشکل از ۱۰ خبره صنعت مذکور، با احصای روندهای آینده نظام توزیع سینمای ایران، مدل مفهومی گرافیکی روندها، سناریوها و روابط میان آنان را ارائه می‌نماید. نتایج پژوهش حاکی از این است که تغییر در جنس ارائه خدمت، تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری، تغییر زیرساخت، تغییر در نوع محتوا و تحول کانال‌های توزیع، پنج روند قابل پیش‌بینی در آینده نظام توزیع سینمای ایران هستند که در انتهای پژوهش نیز روابط هر یک از پنج مؤلفه یادشده به صورت تفصیلی ارائه شده است.

واژگان کلیدی

روندهای آینده، سینما، صنعت سرگرمی، نظام توزیع، نگاشت شناختی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۰۳

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

ali.elahi@modares.ac.ir

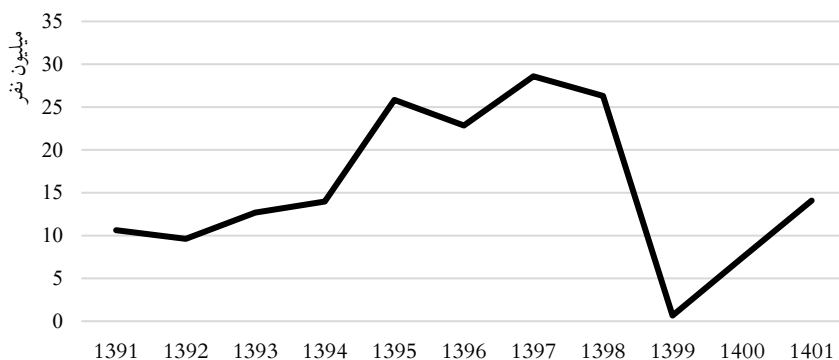
۲. دانشیار گروه علوم تصمیم و سیستم‌های پیچیده، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران.
m.hamzehpoor@isu.ac.ir

۳. دانشجوی دکتری گروه علوم تصمیم و سیستم‌های پیچیده، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
aliyaghubali@gmail.com

مقدمه

صنعت سرگرمی در سال‌های اخیر جایگاه کلیدی و مهمی در اقتصاد جهانی پیدا کرده و نقش مؤثری در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی کشورها ایفا می‌کند (Defung, Chua, 14: 2023; Martinez & Salazar, 2023). این صنعت که زمینه‌های گسترده‌ای از جمله رسانه، گردشگری، کتاب، مجلات، موسیقی، فیلم، بازی‌های رایانه‌ای و... را در برمی‌گیرد. موضوع شبکه و نظام توزیع، امروزه در تمامی صنایع موردتوجه قرار گرفته تا آنجا که پیرسی و کراونس از این مفهوم، با عنوان حلقه طلایی زنجیره تأمین یاد می‌کنند (Piercy & Cravens, 1995: 22). بهره‌مندی از یک نظام توزیع قدرتمند به‌مثابه ابزاری برای افزایش رقابت‌پذیری و کسب موفقیت بوده و می‌تواند وفاداری مشتریان را به‌اندازه قابل‌توجهی افزایش دهد (رضوانی و فنایی مرحمت، ۱۳۹۱: ۱۸۹). همچنین در کنار نظام توزیع، شناسایی روندهای آینده و پیش‌ران‌های آن، دغدغه اغلب صنایع، کسب‌وکارها، دولت‌ها و اندیشمندان راهبردی است (رشیدارده و خزائی، ۱۳۹۵: ۷۰). یکی از بخش‌های اصلی صنعت سرگرمی که از اواخر قرن نوزدهم تا به امروز کانون توجه بسیاری از سرمایه‌گذاران و حتی سیاست‌گذاران سراسر جهان قرار گرفته، سینما است. سینما علاوه بر کارکرد تفریحی و سرگرمی، به‌عنوان نقطه تجمع فرهنگ، هنر، اقتصاد و مدیریت محسوب‌شده که خود دلیلی بر اهمیت این بخش و لزوم انجام مطالعات و پژوهش‌های پیرامون آن است. سینما در ایران نیز از بدو ورود مورد توجه و استقبال مردم قرار گرفت. اهمیت و ارزش سینمای ایران به‌اندازه‌ای است که رهبر انقلاب اسلامی ضمن اشاره به جذابیت و اثرگذاری آن، در دیدار با جمعی از کارگردانان سینما و تلویزیون در خرداد ماه ۱۳۸۵، سینما را کلید پیشرفت کشور گوشزد نمودند. اضافه بر این، در سال‌های اخیر، سینمای ایران روز به روز در حال افزایش توجهات جهانی به خود است. نمونه بارز تأثیر فرامرزی سینمای ایران را می‌توان در مواجهه سنگین علیه هالیوود و فرهنگ آمریکایی مشاهده کرد. به‌عنوان مثال یکی از کشورهایی که فرانسوی‌ها به‌گفته خودشان در رویارویی با هالیوود به سینمای آن دل‌خوش کرده‌اند، ایران است (ایوبی، ۱۳۸۷: ۱۵). ژان کلود کریر^۱ از نویسندگان بزرگ سینمای فرانسه می‌گوید: «در روزگاری که سینمای اروپا به روزمرگی افتاده بود، فیلم‌های ایرانی بارقه‌امیدی ایجاد کرد. سینمایی ساده، با متن قوی و تکنیک شایسته پا به عرصه جهان سینما گذشت و ما را از روزمرگی و در جا زدن رهاوند». علاوه بر

این‌ها، رشد مخاطبان داخلی سینمای ایران در سال‌های اخیر علی‌رغم شیوع ویروس کووید ۱۹^۱ که موجب تعطیلی پیوسته و یا ناپیوسته سینماها در سال‌های ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۱ شد و یا ثبت رکورد تاریخی بالاترین تعداد فروش بلیط روزانه سینما در سال ۱۴۰۲ نیز می‌توانند مؤیدهای دیگری بر جایگاه سینما در ایران و اقبال مردم نسبت به آن باشند. شکل زیر روند رشد مخاطبان سالن‌های سینما در دهه اخیر را نشان می‌دهد (سازمان سینمایی، ۱۴۰۲: ۲۷).



شکل ۱. تعداد مخاطبان سالن‌های سینما در ایران حدفصل سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۴۰۱

از دیدگاه نظام توزیع، سینماها یا به تعبیر دقیق‌تر سالن‌های سینما، به‌عنوان مهم‌ترین و اصلی‌ترین محل عرضه و ارائه محصولات سینمایی به مخاطبان شناخته می‌شوند. مصرف هنر برای مردم دارای منافع اجتماعی بوده و تبعات مثبت زیادی را به‌دنبال دارد که در درازمدت آشکار می‌شود و بسیاری از فعالیت‌های هنری بدون نظام توزیع و ارائه به مخاطب یا مصرف‌کننده امکان توسعه و گسترش نخواهند داشت (خوشخو، ۱۳۸۸: ۷۹). نکته حائز توجه در موضوع یادشده این است که با در نظر گرفتن تغییرات و تحولات شتابان جهانی که تمامی صنایع را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند، نمی‌توان انتظار داشت روندهای کنونی حاکم بر نظام توزیع سینما در آینده نیز با شرایط امروز به فعالیت خود ادامه داده و از قواعد فعلی تبعیت نمایند. لذا پژوهش پیرامون روندهای آینده نظام توزیع در سینمای ایران با عنایت به اهمیت بالای این حوزه در صنعت سرگرمی، می‌تواند به فعالین و دغدغه‌مندان این صنعت، بینشی تازه ارائه کرده و در پی آن به رشد و شکوفایی روزافزون سینمای ایران کمک کند.

صنعت سرگرمی، به‌ویژه سینما، در سال‌های اخیر نقش مهمی در اقتصاد جهانی ایفا کرده و به یکی از موتورهای رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی کشورها تبدیل شده است (Defung, Chua, Martinez & Salazar, 2023: 14). این صنعت، حوزه‌های متنوعی مانند رسانه، گردشگری، نشر، موسیقی، فیلم و بازی‌های رایانه‌ای را شامل می‌شود و طبق آمار رسمی در سال ۲۰۲۲، سهمی بیش از ۲۷۰ میلیارد دلار در تولید ناخالص داخلی ایالات متحده داشته است.

نظام توزیع یا شبکه توزیع به‌عنوان یکی از ارکان اصلی هر صنعتی، نقشی بی‌بدیل در ارتقای رقابت‌پذیری و موفقیت آن دارد. پیرسی و کراونس (Piercy & Cravens, 1995: 22) از این نظام به‌عنوان «حلقه طلایی زنجیره تأمین» یاد کرده‌اند، چرا که توزیع قدرتمند می‌تواند به‌طور مستقیم وفاداری مشتریان و جایگاه صنعت را تقویت کند (رضوانی و فناپ، ۱۳۹۱: ۱۸۹). شناسایی و تحلیل روندهای آینده و پیش‌بینی‌های کلیدی این نظام، همواره یکی از دغدغه‌های اصلی صنایع، سیاست‌گذاران و پژوهشگران بوده است (خوشخو، ۱۳۸۸: ۷۹).

سینما، به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین بخش‌های صنعت سرگرمی، نه‌تنها برای تفریح و سرگرمی بلکه به‌عنوان نقطهٔ تجمیع فرهنگ، هنر، اقتصاد و مدیریت شناخته می‌شود. سینمای ایران، با ویژگی‌های منحصر به فرد خود، علاوه بر موفقیت‌های داخلی، به‌عنوان یک نیروی مقابله با هالیوود و ترویج فرهنگ ایرانی در سطح جهانی مطرح شده است (ایوبی، ۱۳۸۷: ۱۵). حتی در دوران بحرانی مانند شیوع ویروس کووید ۱۹ که تعطیلی‌های مکرر سینماها را به دنبال داشت، سینمای ایران توانست به جذب مخاطبان خود ادامه داده و رکوردهای جدیدی را در فروش بلیط ثبت کند (سازمان سینمایی، ۱۴۰۲: ۲۷).

نظام توزیع سینما که شامل سالن‌های نمایش، پلتفرم‌های دیجیتال و کانال‌های نمایش خانگی است، عامل اصلی دسترسی مخاطبان به محتوای سینمایی است. با توجه به تحولات سریع جهانی و نوآوری‌های فناوری، انتظار نمی‌رود که ساختارهای کنونی توزیع به‌طور ثابت باقی بمانند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل روندهای آینده نظام توزیع سینمای ایران انجام شده است تا مدیران و سیاست‌گذاران با بهره‌گیری از نتایج، بتوانند تصمیمات استراتژیک مؤثرتری اتخاذ کنند.

در نهایت، این تحقیق به دنبال پاسخ به این سؤال کلیدی است: «روندهای آینده نظام توزیع در سینمای ایران چه هستند؟» و این روندها چگونه می‌توانند آینده این صنعت را شکل دهند.

مبانی نظری پژوهش

نظام توزیع کالا و خدمات به عنوان مجموعه فرایندهای موجود بین تولید تا مصرف در نظر گرفته می شود که از یک طرف محصولات را در اختیار مصرف کنندگان قرار داده (افضلی، رازینی، معزی و یعقوبعلی پور کندلجی، ۱۴۰۱: ۷۲) و از سوی دیگر، پول و اطلاعات را به بخش تولیدی منتقل می کند (شکوهی فرد، ۱۴۰۱: ۴۵). نظام های توزیع زمانی به مزیت رقابتی تبدیل می شوند که با اهداف راهبردی و مدل کسب و کار سازمان هماهنگ و یکپارچه باشند.

انتخاب کانال توزیع یکی از تصمیمات کلیدی است که درباره توزیع یک محصول اتخاذ می شود (رحیمی، الهی و نیازی، ۱۴۰۳: ۲۶۸). در سال های اخیر، کانال ها و نظام های توزیع انحصاری و تک مسیره جای خود را به کانال های چندگانه داده اند و همین موضوع موجب افزایش میزان درآمد صنایع شده است. هنگامی که نظام توزیع از کارآمدی مناسبی برخوردار نباشد، حتی در صورت وجود محصول به اندازه کافی، نیازهای مصرفی مشتریان برطرف نخواهد شد (حسن زاده، حیدری و برنایی، ۱۳۹۴: ۱۳۹).

از زاویه عناصر تشکیل دهنده آمیخته بازاریابی مک کارتی که به 4P نیز مشهور است، «مکان» به عنوان یکی از ارکان چهارگانه این مدل، به نظام توزیع و رساندن محصول به مشتری در مکان و زمان مطلوب اشاره می کند. در طی این مسیر، انتقال مالکیت محصول صورت گرفته و مصرف کننده، واسطه ها و تولیدکننده، اعضای کانال توزیع هستند (روستا، ونوس و ابراهیمی، ۱۳۷۵: ۱۰۱). در صورت نبود واسطه در نظام توزیع، اصطلاحاً به این کانال، کانال توزیع صفر یک می گویند که بیانگر کوتاه بودن این کانال است و خدماتی مانند سالن های نمایش فیلم (سالن های سینما) از این نوع هستند.

سینما آزمایشگاه تجربی و تصویری فکر است (صباغیان، ابراهیمی و فرهنگی، ۱۳۹۳: ۵۶). سینما اندیشه مکتوب را به تصویر کشانده و به کمک آن می توان یک تفکر عمیق را در جامعه تزریق کرد. سینما آن چنان است که متفکران امکان تماشای افکار خود را در آن پیدا کرده و به کمک عناصر تخیل، معنا، مفهوم، بُعد و واقعیت جامعه می توان برای بینندگان هویتی تازه ایجاد نمود. به عبارت بهتر، هنر سینما، ابزاری مهم و استراتژیک در دستان هنرمندان صاحب اندیشه است (رضائیان، بنی اسد، الهی و طهمورث، ۱۴۰۳: ۹۸).

واژه سینما در اصل از ریشه فرانسوی «سینماتوگراف» برگرفته شده است. سینماتوگراف، دستگاه های پخش فیلم بر روی پرده های نمایش بزرگ بودند که از اواخر قرن ۱۹ و

ابتدای قرن ۲۰ در مکان‌هایی نظیر کافه‌ها و سالن‌های اجتماعات مورد استفاده قرار می‌گرفتند (Gomery, 1992: 14). پس از گذشت زمان، این مکان‌ها نیز نام سینما یا سالن‌های نمایش فیلم را به خود گرفته و تا همین امروز نیز این محل، به‌عنوان مکانی فرهنگی و یکی از ارکان حوزه هنرهای نمایشی هر شهر شناخته می‌شود.

نکته حائز اهمیت در این بحث این است که در بیان عموم مردم و حتی اهالی فرهنگ، واژه «سینما» یا «صنعت سینما» به‌صورت مشترک لفظی به‌کار می‌رود و از این کلمه، گاه در معنای «تولید و ساخت فیلم»، گاه در معنای «هنرهای نمایشی» و گاه در معنای «ارائه خدمات در سالن‌های نمایش» استفاده می‌شود اما همان‌طور که در تعریف لغت‌نامه آکسفورد نیز واضح است، واژه سینما دلالتی بر مکان پخش فیلم یا هنر نمایش یا ساخت فیلم نداشته و تعبیر صحیح‌تر این است که سینما را یک زیست‌بوم یا دست‌کم مجموعه‌ای متشکل از چندین زیرمجموعه گوناگون نام برد. سینما نیز مانند بسیاری صنایع و کسب‌وکارها، از نظام‌های متعددی تشکیل شده و هریک نقشی اساسی در آن ایفا می‌کنند. تفاوت نظام‌های محتوایی، تولید، توزیع و ... در هر سینما، موجب شکل‌گیری ژانرها و سینماهای مختلف می‌شود و شاید بتوان علل تمایز سینمای ایران با سینمای هالیوود^۱ در آمریکا، بالیوود^۲ در هند، نالیوود^۳ در نیجریه و ... را در همین تفاوت نظام‌ها دانست. نظام توزیع سینما نیز علی‌رغم تغییرات فراوان در سالیان متعدد، امروزه به اشکال گوناگونی درآمده و مورد استفاده قرار می‌گیرد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به سالن‌های نمایش، سکوهای اینترنتی ویدئو درخواستی^۴، فروش فیزیکی، اعطای حق پخش از طریق LC ها و ... اشاره کرد. هدف از بررسی و مطالعه آینده را می‌توان تشویق تصمیمات بهتر برای تسهیل تفکر روبه‌جلو و افزایش آمادگی برای تغییر دانست (Jørgensen & Buckley, 2004: 47). تفکر روندی، یک روش پایه بشری برای فهم تحولات و کاهش غافلگیری در محیط پرتلاطم است (Hines & Bishop, 2015: 31). مفهوم روند در طول تاریخ دچار تطورات زیادی شده است (مطلبی کربکنندی، گودرزی و پدرام، ۱۳۹۷: ۱۲۰). تقوی (۱۳۹۳: ۳۴) روند را مجموعه‌ای از رویدادها می‌داند که طبق یک چارچوب شناختی خاص، گمان می‌رود ارتباطی علی با یکدیگر دارند. روندها حکایت از شرایطی دارند که احتمالاً در سال‌های

1. Hollywood
2. Bollywood
3. Nollywood
4. Video-On-Demand (VOD)

آتی می‌بایست با آن مواجه شد و سرنخی برای کاوش دنیای آینده با روشی واقع‌بینانه هستند (Cornish, 2004: 9). پاسخ به چهار دسته پرسش بنیان‌های روند، عوامل مؤثر بر روند، ارزیابی روند و پرسش از آینده هر روند، به شناخت آن بسیار کمک می‌کند (تقوی، ۱۳۹۳: ۴۷). علاوه بر این، هاینز و بیشاپ بر این باورند که باید دائماً در خصوص مطمئن‌ترین روندها تحقیق کرده و نسبت به روندهای جدید، نگاهی انتقادی داشت (Hines & Bish-op, 2015: 61). در مجموع می‌توان رواج اندیشه دورنگر در میان جوامع را از مهم‌ترین دستاوردهای بررسی آینده برشمرد که در حقیقت بر تأمین رفاه نسل امروز و آینده بسیار مؤثر است (بل، ۱۳۹۲: ۲۸). نقطه مقابل روند، عدم قطعیت است. عدم قطعیت به معنای روند یا رویدادی است که امکان دارد رخ بدهد و به عواملی اشاره دارد که نتایج‌شان شناخته‌شده است اما هنوز به وقوع نپیوسته‌اند (میرمحرابی، روشندل اربطانی، فرهنگی و ابطحی، ۱۳۹۳: ۸۴).

پیشینه پژوهش

بررسی آثار و پژوهش‌های نمایه‌شده در پایگاه‌های فارسی و لاتین نشان داد در حوزه سینما، عمده پژوهشگران با تمرکز بر روی مفهوم کلان سینما، بیشتر از زاویه فرهنگی اجتماعی به آن پرداخته‌اند و محدود پژوهش‌های ناظر به نظام توزیع سینما نیز، نگاهی جامع به روندهای آینده نداشته‌اند. حال با ذکر این نکته، در جدول ۱ به بررسی برخی از پژوهش‌های مرتبط پیشین می‌پردازیم.

جدول ۱. برخی آثار مرتبط با قلمرو پژوهشی

نویسنده	سال	عنوان	توضیحات
رضوانی و فنائی مرحمت	۱۳۹۱	بهبود نظام توزیع در شبکه نمایش خانگی با رویکرد XTRIZ	دو مانع مهم توزیع فیلم در بُعد کانال‌های توزیع و شاخص نیروی انسانی قرار دارد و پس‌از آن بُعد منابع مالی و شاخص منابع مالی ورودی مهم‌ترین مانع است.
صبایان و همکاران	۱۳۹۳	طراحی مدل استراتژیک آمیخته با بازاریابی در صنعت سینمای ایران	رتبه‌بندی اجزاء درونی هر یک از مؤلفه‌ها یا عناصر مؤثر بر فروش سینما، مشخص کرد که عنصر ترفیع بیشترین اهمیت را در بین عناصر هفت‌گانه مدل پژوهش و عنصر دارایی‌های فیزیکی در رتبه دوم اهمیت قرار داشت.

نویسنده	سال	عنوان	توضیحات
روشندل اربطانی و همکاران	۱۳۹۳	روندهای محیطی مؤثر بر آینده رسانه ملی در چشم انداز بیست ساله کشور	در این تحقیق سعی می‌شود پس از شناسایی عوامل کلیدی مؤثر در مقیاس ملی و جهانی و پیشران‌های اصلی در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فناوری و نیز توانمندی‌های و قابلیت‌های کلیدی سازمانی، در ده سال آینده سازمان صداوسیما تا افق ۱۴۰۴، شرایط یک سازمان بسیار بزرگ و بسیار پیچیده مدل شود.
عیوضی و نوریان	۱۴۰۰	بررسی روندهای آینده شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن بر امنیت ملی	شبکه‌های ارتباطی جدید معادلات روابط اجتماعی و همه عرصه‌های زندگی و کار را دگرگون ساخته و به دنبال خود حوزه‌های مختلف فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و مهم‌تر از همه امنیتی را به شدت تحت الشعاع قرار داده است.
گودرزی و اجلالی	۱۴۰۰	تحلیل روندهای آینده فناوری‌های دفاعی در افق ده ساله	در مصاحبه‌ها ۷ روند محور شناسایی و پیامدهای آن در افق ده ساله مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفت. این روندها عبارت‌اند از: توسعه سامانه‌های هوشمند (هوشمندسازی)، رشد فناوری‌های سایبری، رواج سامانه‌های بدون سرنشین و خودکارسازی، رشد روزافزون فناوری‌های فضای، افزایش به کارگیری فناوری‌های همگرا، افزایش کاربرد اینترنت (اینترنت اشیاء)، رشد انرژی‌های نو.
جوان	۱۴۰۰	تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر	مقایسه جذب منافع در قشرهای مورد مطالعه (مالکان ابزار تولید و صاحبان نیروی کار) نشان داد که همگان سهمی یکسانی در منافع ندارند و مالکان ابزار تولید (سرمایه‌داران) منافع بیشتری نسبت به صاحبان نیروی کار در محدوده مورد مطالعه کسب می‌کنند.
کنگرلو حقیقی و همکاران	۱۴۰۰	مدل مفهومی عامل بنیان سیستم پایش برخط، برای بهبود نظام توزیع دارو	سیستم پایش برخط مبتنی بر اینترنت اشیاء، روش مؤثری برای دستیابی به بهبود فرایندها است؛ و تصمیم‌گیران می‌توانند با این رویکرد، تصمیم‌های هوشمندانه‌تری را اتخاذ نمایند.
میرمحرابی و همکاران	۱۴۰۱	طراحی مدل سیاست‌گذاری در سینمای ایران با هدف ارتقای جایگاه بین‌المللی آن	سینما می‌تواند به عنوان ابزار اثرگذار، دریچه جدیدی از ایران به روی جامعه بین‌المللی باز کند و علاوه بر حضور در بازار جهانی، به گسترش شناخت مخاطبان از فرهنگ ایران و در نتیجه خنثی شدن تبلیغ‌های منفی ایران در رسانه‌های خارجی کمک کند.

نویسنده	سال	عنوان	توضیحات
کشاوری ترک و همکاران	۱۴۰۲	دیده‌بانی روندهای مؤثر بر صنعت ایران بر پایه یک روش آینده‌نگاری	روندهای «تغییر در سیاست صنعتی خارجی»، «بهبود تولید انسان‌محور»، «کاهش اثرات زیست‌محیطی و ارزیابی چرخه حیات» و «تأکید بر رفاه اجتماعی و پایه اقتصادی زندگی از طریق تولید» به‌عنوان روندهای راهبردی شناسایی شدند.
Blanchet & Fabry	۲۰۲۰	Influence of New Cinematographic and Television Operators on the Attractivity of Tourist Destinations	پلتفرم‌ها توزیع محتوای سمعی و بصری را تغییر داده و بر رفتار مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارند. همچنین آن‌ها از طریق کسب دانش دقیق درباره کاربران (داده‌های کاربر، الگوریتم پیشنهاددهی و...)، اطلاعات مهمی را در اختیار دارند تا روندهای گردشگری آینده را ایجاد کنند.
Gaonkar .et al	۲۰۲۲	OTT vs. Cinemas: The Future Trend in the Movie and Entertainment Sector	هدف از این تحقیق درک رفتار تماشاگران فیلم و محتوا با توجه به ترجیح آن‌ها و پیش‌بینی چگونگی تأثیر آن بر روندهای آینده در صنعت سرگرمی است.
Su	۲۰۲۲	The Platformization of China's Film Distribution in a Pandemic Era	یافته‌ها نشان می‌دهد که استراتژی‌های شرکت‌های دیجیتال، پلتفرم‌سازی زیرساخت توزیع صنعت فیلم را تسریع کرده‌اند. با این حال، شیوه‌های صنعتی کنونی چشم‌انداز همزیستی را در آینده قابل پیش‌بینی تغذیه می‌کند.

بنا بر جستجوها و مطالب جدول فوق، خلاء موجود میان دو حوزه بررسی روندها و نظام توزیع سینما، به‌خوبی احساس می‌شود و پژوهش حاضر با مورد توجه قرار دادن این نکته، درصدد پرداختن به آن است. همچنین در این راستا از ادبیات، آثار و تحقیقات پیشینی به فراخور در فرآیندهای پژوهش استفاده شده است.

روش پژوهش

این پژوهش، از حیث هدف کاربردی بوده و به کمک روش جمع‌آوری داده گروه کانونی و روش تحلیل کیفی نگاشت شناختی انجام گرفته است. روش نگاشت شناختی برای شناخت، توصیف و مدل‌سازی نظام‌های پیچیده مورد استفاده قرار گرفته و واژه‌ای کلی برای مجموعه‌ای از روش‌هاست که پژوهشگران این امکان را می‌دهد تا حالتی

گرافیکی درباره درک اشخاص درباره یک موضوع یا بحث خاص را به دست آورند (Spicer, 1998: 126). نگاشت شناختی ابزاری برای آشکارسازی و شکل دهی فعالانه مدل های ذهنی یا سیستم های اعتقادی است که افراد برای ادراک، مفهوم سازی، ساده سازی و درک مسائل پیچیده دیگر استفاده می کنند. این روش فرایندی است که طی آن، شبکه ای از مؤلفه های یک پدیده پیچیده در قالب نقشه یا نموداری نمایش داده شده و به عنوان یک مدل، چگونگی عملکرد یک سیستم را نشان می دهد (Özesmi & Özesmi, 2004: 45). دامنه وسیعی از چارچوب های نظری و روش شناسی به نگاشت شناختی اختصاص یافته که در پژوهش های مدیریت، واژگان «نگاشت ذهنی»، «نگاشت مفهومی»، «نگاشت علی»، «نگاشت شناختی» و «نگاشت شناختی فازی» به کار رفته است (ضرغامی فرد و آذر، ۱۳۹۳: ۱۶۳). در این میان، روش نگاشت مفهومی، یک تکنیک سازمانی گرافیکی است که تلاش می کند درک شخصی افراد از یک موضوع را به شکل سلسله مراتبی ارائه داده و خروجی آن بسیار مشابه نمودارهای عنکبوتی است (Hay & Kinchin, 2006: 129). یکی از مزایای نگاشت مفهومی، کاهش معنادار داده های کیفی است؛ به این صورت که به کمک این روش مثلاً می توان یک مصاحبه بیست صفحه ای را در یک صفحه خلاصه کرده و ضمناً امکان شناسایی دیداری مضامین و الگوهای موجود را فراهم می آورد (ضرغامی فرد و آذر، ۱۳۹۳: ۱۷۱). نگاشت مفهومی یکی از روش های کیفی برای مدل سازی روابط میان متغیرها و ساختار بندی داده ها است که به پژوهشگران کمک می کند تا به درک بهتری از پدیده های پیچیده دست یابند. فرایند نگاشت مفهومی در شش گام اصلی به شرح زیر انجام می شود (آذر و حسن زاده کریم آبادی، ۱۳۸۱: ۸۳).

۱. آماده سازی: در این مرحله، هدف و دامنه تحقیق به وضوح مشخص می شود. پژوهشگران با انتخاب موضوع، تعیین گروه هدف و ابزار گردآوری داده ها، شرایط را برای اجرای پژوهش آماده می کنند. این مرحله شامل برنامه ریزی برای جلسات گروه کانونی یا مصاحبه ها و انتخاب مشارکت کنندگان با تجربه و دانش کافی در زمینه تحقیق است.

۲. ایجاد عبارات: در این گام، پژوهشگران با جمع آوری داده های خام از طریق مصاحبه ها، جلسات گروه کانونی یا بررسی اسناد، عبارات و مفاهیم کلیدی مرتبط با موضوع پژوهش را استخراج می کنند. هدف این مرحله شناسایی عبارات کلیدی است که نمایانگر نگرش ها، ایده ها و دانش مشارکت کنندگان هستند.

۳. ساختاردهی عبارات: در این مرحله، عبارات استخراج شده سازمان‌دهی و به صورت منطقی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند. پژوهشگران روابط میان عبارات را مشخص می‌کنند و آن‌ها را به گونه‌ای ساختار می‌دهند که بتوانند مدل مفهومی اولیه را شکل دهند. این ساختاردهی می‌تواند شامل دسته‌بندی عبارات به موضوعات اصلی و فرعی باشد.

۴. ارائه مجدد عبارات به شکل یک نگاشت مفهومی: عبارات ساختاردهی شده در این مرحله به یک نگاشت مفهومی تبدیل می‌شوند. نگاشت مفهومی یک نمایش گرافیکی از مفاهیم و روابط میان آن‌ها است که به پژوهشگران و مشارکت‌کنندگان کمک می‌کند تا دیدگاه کلی و هماهنگ‌تری نسبت به داده‌ها داشته باشند. این نگاشت معمولاً با استفاده از نرم‌افزارهای تخصصی تهیه می‌شود و به صورت بصری نمایش داده می‌شود.

۵. تفسیر نگاشت‌ها: در این گام، پژوهشگران نگاشت مفهومی تهیه شده را تفسیر می‌کنند و به تحلیل روابط میان عبارات می‌پردازند. هدف این مرحله درک عمق مفاهیم و شناسایی الگوهای پنهان در داده‌ها است. تفسیر دقیق نگاشت‌ها می‌تواند به کشف روندها، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌های موجود در موضوع تحقیق کمک کند.

۶. کاربرد نگاشت‌ها: آخرین گام، به کارگیری نگاشت مفهومی در تصمیم‌گیری‌ها، ارائه راهکارها و بهینه‌سازی فرآیندها است. نگاشت مفهومی می‌تواند به عنوان ابزاری برای برنامه‌ریزی استراتژیک، حل مسائل پیچیده، آموزش و انتقال دانش به سایر اعضای سازمان مورد استفاده قرار گیرد. نتایج حاصل از نگاشت مفهومی به صورت کاربردی در سیاست‌گذاری‌ها و اقدامات اجرایی به کار گرفته می‌شوند.

این شش گام به پژوهشگران کمک می‌کند تا به روشی سیستماتیک و ساختارمند به تحلیل و مدل‌سازی داده‌های کیفی بپردازند و از نگاشت مفهومی به عنوان ابزاری برای بهبود تصمیم‌گیری‌ها و درک بهتر موضوعات پیچیده استفاده کنند.

روش پژوهش حاضر از نوع کیفی بوده و از راهبرد نگاشت شناختی برای تحلیل یافته‌های آن استفاده شده است. این روش به عنوان یکی از روش‌های ساختاردهی مسئله (Adeli Jazeb, Alishiri & Yaghoubali Pourkondelaji, 2024: 27)، امکان مدل‌سازی مفهومی و تحلیل روابط میان عوامل پیچیده را فراهم می‌آورد (حمزه‌پور و داودی،

۱۳۹۸: ۷۲). نگاشت شناختی به پژوهشگران این امکان را می‌دهد که درک افراد از یک موضوع یا پدیده خاص را به صورت گرافیکی نمایش داده و روابط میان متغیرها را تبیین کنند (Spicer, 1998: 126).

در این پژوهش، داده‌ها از طریق برگزاری جلسات گروه کانونی با مشارکت ۱۰ نفر از خبرگان صنعت سینما جمع‌آوری شده‌اند. جلسات گروه کانونی یک روش مناسب برای گردآوری داده‌های کیفی است که امکان بررسی عمیق نظرات و دیدگاه‌های مختلف را فراهم می‌کند (Özesmi & Özesmi, 2004: 45). داده‌های گردآوری شده در این جلسات به صورت متن پیاده‌سازی شدند و سپس با استفاده از نرم‌افزار XMind Pro مدل مفهومی اولیه طراحی شد.

در مرحله تحلیل داده‌ها، از شش گام نگاشت شناختی شامل آماده‌سازی، ایجاد عبارات، ساختاردهی عبارات، ارائه مجدد به شکل نقشه مفهومی، تفسیر نقشه‌ها و کاربرد آن‌ها استفاده شده است (آذر و حسن‌زاده کریم‌آبادی، ۱۳۸۱: ۸۳). این فرایند به محققان کمک می‌کند تا روابط پیچیده میان عوامل را به طور دقیق شناسایی و مدل‌سازی کنند.

روش سناریو به عنوان یکی از رویکردهای آینده‌پژوهی در این پژوهش استفاده شده است. روش سناریو، ابزاری برای ترسیم آینده‌های ممکن و ایجاد سناریوهای متباین است که به سیاست‌گذاران و مدیران کمک می‌کند تا برای عدم قطعیت‌ها و تغییرات آینده آماده شوند (Jørgensen & Buckley, 2004: 47).

در این پژوهش، سناریوها با استفاده از نظرات خبرگان و تحلیل داده‌های گروه کانونی ایجاد شدند؛ هر یک از سناریوها به بررسی روندهای آینده و تأثیرات احتمالی آن‌ها بر نظام توزیع سینما پرداخته و به صورت گرافیکی در نقشه‌های شناختی نمایش داده شدند. این نقشه‌ها به خبرگان ارائه شده و با نظر آن‌ها اصلاحات لازم اعمال شد. در یافته‌ها، سناریوهای مختلف مرتبط با هر یک از روندهای اصلی شامل تغییر در جنس ارائه خدمت، تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری، تغییر زیرساخت‌ها، تغییر در نوع محتوا و تحول در کانال‌های توزیع به تفصیل توضیح داده شده است. هر سناریو با توجه به احتمال وقوع و میزان تأثیرگذاری آن مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت، الگوی نهایی با استفاده از نظرات خبرگان و تحلیل‌های انجام شده تکمیل گردید.

در این پژوهش، برای گردآوری داده‌ها از روش گروه کانونی با مشارکت ۱۰ نفر از خبرگان صنعت سینمای ایران استفاده شده است. این افراد به دلیل تجربیات گسترده

و سوابق طولانی در حوزه‌های مختلف صنعت سینما، انتخاب شده‌اند تا دیدگاه‌های کلیدی و مؤثری در تحلیل روندهای آینده نظام توزیع سینما ارائه دهند. جدول ۲ به معرفی مسئولیت‌های فعلی و سابقه فعالیت هر یک از این خبرگان در زمان برگزاری جلسات گروه کانونی می‌پردازد:

جدول ۲. فهرست اطلاعات خبرگان

ردیف	مسئولیت در زمان برگزاری گروه کانونی	سابقه فعالیت (سال)
۱	مدیرعامل سابق مؤسسه سینما شهر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	۳۱
۲	معاون توزیع سازمان سینمایی سوره حوزه هنری	۱۴
۳	مدیرعامل مؤسسه سینمایی بهمن سبز	۲۸
۴	مدیر پخش و اکران مؤسسه بهمن سبز	۱۲
۵	مدیرعامل مؤسسه سینمایی آزادی	۱۲
۶	عضو شورای صنفی نمایش	۲۰
۷	مدیر امور راهبردی مؤسسه تصویر شهر	۶
۸	مدیر یکی از سینماهای شهر تهران	۱۷
۹	مدیر سابق پردیس سینمایی باغ کتاب تهران	۱۵
۱۰	تهیه‌کننده شبکه نمایش خانگی و پیشکسوت سینما	۳۴

این گروه از خبرگان به دلیل دانش و تجربه‌های گسترده خود، اطلاعات و بینش‌های ارزشمندی را در خصوص روندهای فعلی و آینده توزیع سینمای ایران ارائه کرده‌اند که در تحلیل نهایی پژوهش تأثیر بسزایی داشته است.

یافته‌های پژوهش

به‌منظور جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها پیرامون سؤال اصلی پژوهش، مطابق با شش گام انجام فرایند نگاشت مفهومی، ابتدا با دعوت از ۱۰ خبره که همگی از فعالین با سابقه سینمای ایران بودند، به روش گروه کانونی، طی ۳ جلسه خبرگان به بیان نظرات خویش پرداخته و پس از آن، پژوهشگران با تحلیل متن پیاده‌شده جلسات، ایجاد و ساختاردهی عبارات و احصای مؤلفه‌ها، به نگاشت مفهومی ابتدایی دست یافتند. اطلاعات خبرگان مشارکت‌کننده در جلسات گروه کانونی در جدول زیر قابل مشاهده است.

مدل گرافیکی نگاشت مفهومی، پس از طراحی اولیه، در جلسه چهارم گروه کانونی، برای خبرگان ارائه گشت و نظرات اصلاحی آنان در نگاشت نهایی اعمال شد. از دیدگاه

خبرگان مشارکت کننده در پژوهش، پنج روند اصلی برای آینده نظام توزیع سینمای ایران شناسایی گردید که هریک از این روندها، شامل سناریوهای غیر متباین مختلفی است. در ادامه به صورت اجمالی به توضیح هریک از روندها و سناریوهای ذیل آن بر اساس نتایج گروه کانونی پرداخته می شود.

تغییر در جنس ارائه خدمت

بر اساس این روند، انتظار می رود در آینده مخاطبان با نوع دیگری از سالن های سینما روبه رو شوند؛ سالن هایی که هرچند به سمت کوچک تر شدن می روند اما با بهره گیری از فناوری های به روزتر و ارائه طیف گسترده تری از مخاطبان، انعطاف پذیری بیشتری خواهند داشت. یکی از سناریوهای احتمالی ذیل این روند، به وجود آمدن سالن های نمایش تخصصی است؛ به عنوان مثال، نمایش سرگرمی های زنده و رویدادهای ورزشی نیز طرفداران خاص خود را پیدا کرده و به وجود آمدن سازوکاری برای ارائه این خدمت قابل پیش بینی است. همچنین تجهیز سالن های نمایش برای گروه های سنی مختلف نظیر کودکان، نوجوانان و خانواده ها از جمله سناریوهای دیگری است که با احتمال وقوع نسبتاً زیادی در آینده شکل خواهند گرفت. در کنار این موارد، سینماداران در مسیر درجه بندی سالن های نمایش خود بوده و سالن های نمایش کلاسیک، ویژه (VIP)، ۵ ستاره همراه با سرو غذا و پذیرایی و... نمونه هایی از انواع این درجه بندی ها هستند. در مجموع سناریوهای ذیل روند تغییر در جنس ارائه خدمت، عبارت اند از:

جدول ۳. سناریوهای ذیل روند «تغییر در جنس ارائه خدمت»

ردیف	سناریو	ملاحظات
۱	سینماهای رده بندی شده سنی	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش
۲	سینماهای رده بندی شده کیفی (ویژه، کلاسیک و...)	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش
۳	ایجاد سالن های تخصصی	احتمال وقوع: متوسط تأثیرگذاری: تنوع بخش

تقویت استراتژی های جذب و وفاداری

بسیاری از شرکت ها و مؤسسات فعال در نظام توزیع سینمایی جهان، برای حفظ جایگاه خود در عرصه رقابت، با راه اندازی واحدهای تحقیق و توسعه، با بهره گیری از داده های مشتریان، به تجزیه و تحلیل رفتار مخاطبان روی آورده اند. آن ها علاوه بر

به روزرسانی سیستم‌های پشتیبانی خود، با ایجاد باشگاه مشتریان، خدماتی نوآورانه و تعاملی را به مردم ارائه می‌دهند. از نظر خبرگان، این روندها به زودی در نظام توزیع سینمای ایران نیز قابل تصور بوده و به بهبود تجربه مخاطبان کمک می‌کند. بر این اساس می‌توان سناریوهای ذیل روند تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری را مطابق جدول ۴ جمع‌بندی کرد:

جدول ۴. سناریوهای ذیل روند «تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری»

ردیف	سناریو	ملاحظات
۱	تحلیل رفتار مخاطبان	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تقویت‌کننده
۲	بهبود سیستم‌های پشتیبانی	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تقویت‌کننده
۳	ایجاد باشگاه مشتریان	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تقویت‌کننده

تغییر زیرساخت

سینماها نوعی خاص از تجربه کاربری را ارائه می‌کنند که به سادگی در خانه یا سایر اماکن قابل تکرار نیست. بخشی از این تجربه ناظر به صفحه نمایش بزرگ و صدای فراگیر است که تجربه ویژه‌ای را فراهم می‌آورد. بدون شک با ظهور و پیشرفت فناوری‌های تحول‌آفرین در سینما، مخاطبان شاهد روند بهبود کیفیت و اندازه پرده‌های نمایش و همچنین زیرساخت صوتی سینماها خواهند بود که با هدف متفاوت کردن تجربه سینما رفتن و تبدیل آن به یک تجربه استثنایی و خاطره‌انگیز انجام می‌گیرد. از سوی دیگر، خدمات جانبی سینما نظیر طراحی داخلی، فضای انتظار داخل لابی و حتی صندلی‌های داخل و بیرون از سالن، همگی تحت تأثیر فناوری‌های تحول‌آفرین مانند واقعیت مجازی یا واقعیت افزوده قرار گرفته و می‌توان آینده‌ای قدرت‌گرفته از این گونه فناوری‌ها را که به بهبود خدمات سینما نیز کمک می‌کنند انتظار داشت. همچنین فروش نوشیدنی و مواد غذایی که بخش قابل توجهی از درآمدهای سینما را به خود اختصاص می‌دهد، می‌تواند در آینده نزدیک، تبدیل به زیرساختی جدید در داخل سالن‌های نمایش شده و همانند بسیاری از زنجیره‌های سینمایی خارجی، ایده تلفیق سینما و رستوران در دستور کار قرار گیرد. این سناریوها در جدول ۵ به‌طور خلاصه نمایش داده شده‌اند:

جدول ۵. سناریوهای ذیل روند «تغییر زیرساخت»

ردیف	سناریو	ملاحظات
۱	بهبود کیفیت صدا و تصویر	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش
۲	بهبود کیفیت خدمات	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش
۳	سینما رستوران	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش

تغییر در نوع محتوا

محور اصلی شکل دهنده ارزش پیشنهادی سینما، داستان یا محتوا است. محتوا محرک چرخه اقتصاد فرهنگ و فناوری‌های نرم بوده و سینما و نظام توزیع آن نیز از این قاعده مستثنا نیست. در پیش‌بینی روندهای آینده، خبرگان با اشاره به برخی نمونه‌ها از سینمای اروپا، معتقدند یکی از سناریوهای محتمل در آینده نظام توزیع سینمای ایران، حرکت به سمت تجربه محور شدن محتواست؛ به گونه‌ای که مخاطبان با درگیر شدن در داستان فیلم، خود بخشی از مسیر شخصیت‌های حاضر در فیلم‌نامه را برعهده گرفته و شرایط ترسیم‌شده از سوی نویسنده را تجربه خواهند کرد. البته این تجربه بدون استفاده از فناوری‌های جدید میسر نخواهد بود. علاوه بر این سناریو، باز هم به کمک فناوری‌های موجود در بسترهای دیجیتال، پیش‌بینی می‌شود در آینده نزدیک مخاطبان سکوی ویدیو درخواستی، بتوانند با امکان انتخاب در برخی نقاط حساس و سرنوشت‌ساز فیلم، پایان‌بندی ویژه و مبتنی بر انتخاب خود را مشاهده کنند؛ روشی که پیش‌ازاین در مجموعه نمایشی آینه سیاه^۱ از سوی نتفلیکس^۲ مورد استفاده قرار گرفت. مطابق با مطالب ارائه‌شده، سناریوهای ذیل روند تغییر نوع محتوا عبارت‌اند از:

جدول ۶. سناریوهای ذیل روند «تغییر در نوع محتوا»

ردیف	سناریو	ملاحظات
۱	تجربه محور شدن محتوا	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش
۲	ارائه محتواهای خلاقانه و تعاملی	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تنوع بخش

1. Black Mirror
2. Netflix

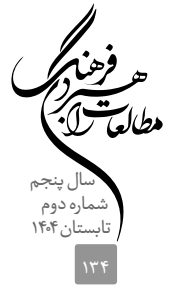
تحول در کانال‌های توزیع

برخی بر این باورند که پس از شیوع بیماری کرونا و تعطیلی سینماها، با معرفی و رشد روش‌های نوین نمایش مانند اکران برخط و افزایش تولیدات شبکه نمایش خانگی، مخاطبان شاهد نزول و یا حتی تعطیلی سالن‌های سینما خواهند بود. طبیعی است که در صورت وقوع این سناریو، پیامدهای ویرانگری در انتظار نظام توزیع سینمای ایران است، هرچند بسیاری از خبرگان، احتمال این رخداد را ضعیف تلقی می‌کنند. در مقابل، آنچه به واسطه شیوع بیماری کرونا و افزایش ضریب نفوذ اینترنت قطعی به نظر می‌رسد، اضافه شدن بسترهای دیجیتال و برخط، به سایر کانال‌های توزیع سینمایی است. همچنین با نگاهی واقع‌بینانه و توجه به رقابت‌های موجود در داخل خود نظام توزیع سینمایی، سناریوی بقای سالن‌های نمایش و درعین حال تغییر در روش‌های سنتی به منظور کسب سهم بازار بیشتر روندی بسیار محتمل است. علاوه بر این، رشد و به‌روزرسانی دائم فناوری‌ها، در تمامی صنایع از جمله صنعت سرگرمی و سینما موجب ایجاد تحول‌هایی اساسی شده و ورود و گسترش آن‌ها به ایران نیز قطعاً زمینه‌ساز روندهایی نو و تازه در نظام توزیع خواهد بود؛ بنابراین، سناریوهای ذیل روند تحول در کانال‌های توزیع، عبارت‌اند از:

جدول ۷. سناریوهای ذیل روند «تحول در کانال‌های توزیع»

ردیف	سناریو	ملاحظات
۱	تعطیلی سالن‌های سینما	احتمال وقوع: ضعیف تأثیرگذاری: ویرانگر
۲	بقای سالن سینما و تغییر در روش سنتی	احتمال وقوع: بالا تأثیرگذاری: تحول‌بخش
۳	توزیع در بستر دیجیتال (خدمات استریم، سکوها آنلاین و...)	احتمال وقوع: قطعی تأثیرگذاری: ویرانگر
۴	ظهور فناوری‌های تحول‌بخش جدید	احتمال وقوع: قطعی تأثیرگذاری: تحول‌بخش

نهایتاً در گام پایانی، به کمک روندها، سناریوها و ارتباطات کشف‌شده میان آن‌ها، نگاشت شناختی (مفهومی) روندهای آینده نظام توزیع سینمای ایران، با استفاده از نرم‌افزار XMind Pro نسخه ۲۰۲۴ و مبتنی بر نظرات خبرگان صنعت طراحی گردید که تصویر آن در قابل مشاهده است.



۱۳۴

شناسایی روندها و روش به دست آمدن آنها

روندهای مورد بررسی در این پژوهش، از تحلیل داده‌های کیفی حاصل از جلسات گروه کانونی با خبرگان صنعت سینما و مرور مستندات تخصصی و گزارش‌های صنعتی به دست آمده‌اند. این فرآیند شامل دو مرحله اصلی است که به شرح زیر انجام شده است:

۱. **بررسی مستندات و گزارش‌های صنعتی (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲):** در این مرحله، پژوهشگران به تحلیل گزارش‌های منتشرشده از سوی سازمان‌های مرتبط با صنعت سینما و سایر منابع تخصصی پرداخته‌اند. این مستندات شامل گزارش‌های سازمان سینمایی کشور، تحلیل‌های استراتژیک سازمان‌های بین‌المللی و مقالات پژوهشی منتشرشده در حوزه توزیع فیلم طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲ بوده است. این منابع به پژوهشگران کمک کرد تا روندهای تاریخی، تغییرات ساختاری و تحولات کلیدی را که بر نظام توزیع سینما تأثیر گذاشته‌اند، شناسایی کنند.

۲. **برگزاری جلسات گروه کانونی با خبرگان (۱۴۰۲):** مرحله دوم شامل برگزاری جلسات گروه کانونی با مشارکت ۱۰ نفر از خبرگان صنعت سینما در سال ۱۴۰۲ بود. این جلسات با استفاده از روش نگاشت شناختی برگزار شد و هدف آن شناسایی روندهای جاری و پیش‌بینی روندهای آینده بود. در این جلسات، خبرگان با توجه به تجربیات خود و تحلیل‌های انجام‌شده، به بررسی روندهای کلیدی و روابط میان آنها پرداختند و دیدگاه‌های خود را به اشتراک گذاشتند. این روش تلفیقی از تحلیل مستندات و جلسات گروه کانونی، به پژوهشگران امکان داد تا نه تنها روندهای جاری را شناسایی کنند بلکه به پیش‌بینی روندهای آینده نیز بپردازند. نتایج حاصل از این فرآیند، پایه و اساس مدل مفهومی پژوهش را تشکیل داده و مسیرهای احتمالی آینده نظام توزیع سینما را شفاف‌سازی کرده است. این رویکرد ترکیبی به شناسایی دقیق و جامع روندها کمک کرده و می‌تواند به عنوان یک ابزار کلیدی در تحلیل استراتژیک و تصمیم‌گیری‌های آینده‌نگرانه مورد استفاده قرار گیرد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش بر اساس تحلیل داده‌های کیفی حاصل از جلسات گروه کانونی و بررسی مستندات به دست آمده‌اند. در این بخش، روندهای اصلی شناسایی‌شده در

نظام توزیع سینما و تأثیرات احتمالی آن‌ها بر آینده صنعت سینمای ایران به تفصیل توضیح داده شده است. نتایج این تحلیل‌ها به صورت زیر ارائه می‌شود:

تغییر در نوع و جنس ارائه خدمات سینمایی: یکی از روندهای اصلی شناسایی شده، تغییر در نحوه ارائه خدمات سینمایی به مخاطبان است. با توجه به افزایش رقابت در حوزه‌های دیجیتال و ظهور سکوهای جدید پخش، سالن‌های سینما به ناچار به تغییرات در نوع خدمات خود و ارائه تجربه‌های متمایز به مخاطبان روی آورده‌اند. این تغییرات شامل افزایش امکانات رفاهی، خدمات جانبی و استفاده از فناوری‌های نوین نمایش مانند سینمای سه‌بعدی و واقعیت مجازی است.

تحول در کانال‌های توزیع و افزایش نقش سکوهای دیجیتال: یافته‌ها نشان می‌دهند که با گسترش روزافزون سکوهای دیجیتال و نمایش خانگی، اهمیت این کانال‌ها به عنوان مسیرهای توزیع فیلم رو به افزایش است. این تحول به کاهش وابستگی به سالن‌های سینما و ایجاد فرصت‌های جدید برای عرضه آثار به مخاطبان جهانی منجر شده است.

تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری مخاطبان: یکی دیگر از یافته‌های کلیدی، تلاش برای جذب و حفظ وفاداری مخاطبان از طریق ارائه برنامه‌های تشویقی، تخفیفات ویژه و برگزاری رویدادهای اختصاصی در سالن‌های سینما است. این رویکردها با هدف رقابت با پلتفرم‌های دیجیتال و حفظ مخاطبان سنتی سالن‌های سینما پیگیری می‌شود.

تغییر در زیرساخت‌های اکران و نمایش: یافته‌ها حاکی از آن است که سینماها به منظور رقابت با پلتفرم‌های دیجیتال، به‌روزرسانی و توسعه زیرساخت‌های خود را در دستور کار قرار داده‌اند. این تغییرات شامل بازسازی سالن‌ها، ارتقاء کیفیت نمایش و بهبود امکانات صوتی و تصویری است که در نهایت به افزایش جذابیت سینماها برای مخاطبان کمک می‌کند.

تحول در نوع محتوا و گسترش تولیدات مستقل: روند دیگری که شناسایی شد، افزایش تمایل به تولیدات مستقل و محتوای بومی است که به نیازهای خاص مخاطبان داخلی و جهانی پاسخ می‌دهد. این تحول به سینماها و پلتفرم‌های نمایش خانگی این امکان را می‌دهد که محتوای متنوع‌تری را ارائه داده و با سلاقی گوناگون مخاطبان هماهنگ شوند.

این یافته‌ها به وضوح نشان می‌دهند که صنعت سینما در حال تجربه تغییرات عمیق

در نحوه ارائه، توزیع و مصرف محتوا است. روندهای شناسایی شده نه تنها چالش‌ها بلکه فرصت‌های جدیدی را برای فعالان این صنعت به وجود آورده‌اند. این تغییرات می‌توانند به‌عنوان راهنمایی برای تصمیم‌گیری‌های استراتژیک و برنامه‌ریزی‌های آینده‌نگرانه به کار گرفته شوند.

پیشنهادهای

در این پژوهش، با هدف شناسایی و بررسی روندهای آینده نظام توزیع سینمای ایران، داده‌ها به روش گروه‌کانونی و با استفاده از راهبرد نگاشت شناختی (مفهومی) جمع‌آوری و تحلیل شدند. در مرحله نخست، روندهای اصلی، سناریوها و روابط میان آن‌ها شناسایی و سپس با نرم‌افزار XMind Pro مدل گرافیکی این روندها و سناریوها طراحی شد.

این پژوهش از چندین جنبه دارای نوآوری‌های منحصربه‌فردی است که آن را از سایر تحقیقات متمایز می‌کند. نخستین جنبه نوآوری، انتخاب صنعت سرگرمی، به‌ویژه سینما، به‌عنوان یکی از پیشران‌های کلیدی اقتصاد جهانی است. صنعت سرگرمی در سطح جهانی نقش بسزایی در رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و ارتقاء فرهنگی جوامع دارد و از زیرمجموعه‌های متنوعی چون رسانه، گردشگری، فیلم، موسیقی و بازی‌های رایانه‌ای تشکیل شده است. در ایران، به‌رغم اهمیت و ظرفیت‌های بالای این صنعت، مطالعات و تحقیقات علمی کمتری در خصوص جنبه‌های راهبردی آن انجام شده است. این پژوهش با تمرکز بر نظام توزیع سینمای ایران، تلاش کرده تا خلأ موجود در ادبیات داخلی را پر کند و به فعالان این حوزه دیدگاه‌های جدیدی ارائه دهد.

از سوی دیگر، استفاده از روش نگاشت شناختی در پژوهش‌های کیفی، به‌عنوان یکی از نوآوری‌های مهم این تحقیق مطرح است. نگاشت شناختی به پژوهشگران امکان می‌دهد که ساختار فکری افراد و روابط پیچیده میان متغیرهای مختلف را به‌صورت بصری و گرافیکی نمایش دهند. این روش، به‌ویژه در مطالعات کیفی که به دنبال شناسایی و تحلیل روندهای آینده هستند، بسیار مؤثر است. در این پژوهش، نگاشت شناختی به‌عنوان ابزاری برای مدل‌سازی ذهنی خبرگان صنعت سینما به کار رفته است تا روندهای کلیدی، سناریوهای مختلف و روابط میان آن‌ها به شکلی دقیق و قابل فهم نمایش داده شود. این نوع تحلیل به محققان امکان می‌دهد که نتایج به‌دست‌آمده را نه تنها به‌صورت کیفی، بلکه به شکل گرافیکی و مدل‌سازی شده نیز

ارائه دهند که این خود به ارتقاء کیفیت و عمق تحلیل‌های پژوهش کمک می‌کند. نوآوری سوم این پژوهش در نحوه به‌کارگیری و ترکیب داده‌های حاصل از جلسات گروه کانونی و مرور مستندات تخصصی نهفته است. درحالی‌که بسیاری از مطالعات پیشین به یک روش واحد برای گردآوری داده‌ها تکیه دارند، این تحقیق با استفاده از رویکردی ترکیبی، توانسته است به شناسایی روندهای دقیق‌تری بپردازد و سناریوهای محتمل آینده را با دقت بیشتری ترسیم کند. این ترکیب روش‌ها به محققان کمک کرده است تا نه تنها از دیدگاه‌های نظری بهره‌مند شوند، بلکه به درک بهتری از تجربیات و نگرش‌های عملی خبرگان نیز دست یابند.

کاربردی بودن نتایج پژوهش نیز یکی دیگر از جنبه‌های نوآوری این تحقیق است. یافته‌های به‌دست‌آمده نه تنها به فهم بهتر روندهای آینده در نظام توزیع سینمای ایران کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به عنوان راهنمایی عملی برای مدیران، سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران این صنعت عمل کند. بکارگیری نتایج این پژوهش در برنامه‌ریزی‌های استراتژیک و توسعه زیرساخت‌های صنعت سینما، می‌تواند به تقویت رقابت‌پذیری و افزایش نوآوری در این بخش کمک کند.

درمجموع، نوآوری این پژوهش در انتخاب یک حوزه کم‌مطالعه‌شده، استفاده از روش‌های تحلیل پیشرفته و ترکیبی و ارائه نتایج کاربردی برای بهبود آینده صنعت سینما، آن را به یک تحقیق برجسته و قابل توجه در حوزه مطالعات مدیریت و صنعت سرگرمی تبدیل کرده است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که صنعت سینما در حال تجربه تغییرات گسترده‌ای در نحوه ارائه خدمات، تحول در کانال‌های توزیع و نوع محتوای سینمایی است. با گسترش سکوی دیجیتال، اهمیت توزیع سنتی کاهش یافته و سینماها برای جذب و حفظ مخاطبان، نیازمند بهبود زیرساخت‌ها و ارائه خدمات متمایز هستند. تحولات در نوع و جنس ارائه خدمات و تقویت استراتژی‌های جذب و وفاداری مخاطبان، به عنوان پاسخ به رقابت‌های موجود در بازار، نیازمند تغییرات ساختاری و استراتژیک در نحوه مدیریت خدمات سینمایی است.

این پژوهش، با ارائه تصویری روشن از روندهای آینده، به تصمیم‌گیران صنعت سینما کمک می‌کند تا با دیدی بازتر به برنامه‌ریزی‌های استراتژیک خود بپردازند. توصیه‌ها شامل تمرکز بر توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین نمایش و ایجاد تجربیات متمایز برای مخاطبان است که به حفظ جایگاه سینماها

در برابر سکوهای دیجیتال کمک می‌نماید.

برای حفظ و توسعه جایگاه صنعت سینما، اتخاذ رویکردهای آینده‌نگرانه و بهره‌گیری از داده‌ها و تحلیل‌های مبتنی بر روندهای آینده، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. این مقاله به اهمیت سرمایه‌گذاری در تولیدات مستقل و بومی و توجه به نیازهای مخاطبان داخلی و جهانی تأکید داشته که به‌عنوان مزیت رقابتی در بازار سینمای جهان عمل می‌کند.

پیشنهاد برای تحقیقات آینده شامل بررسی تأثیرات اقتصادی و اجتماعی تغییرات نظام توزیع سینما و ارزیابی اثربخشی استراتژی‌های جدید توزیع است. همچنین، مطالعه اثرات مستقیم و غیرمستقیم تغییرات دیجیتال بر رفتار مخاطبان و توسعه مدل‌های جدید توزیع، به بهبود تصمیم‌گیری‌های استراتژیک کمک می‌نماید.

لذا مطابق با نتایج، توصیه می‌شود مدیران و سیاست‌گذاران صنعت سرگرمی و سینما، با در نظر گرفتن روندهای آتی و احتمال وقوع آن‌ها، از مخاطرات پیشروی نظام توزیع سینما جلوگیری کرده و به‌سوی خلق ارزش‌های جدید حرکت نمایند. به‌علاوه پیشنهاد می‌گردد که سناریوهای دارای بیشترین اثرگذاری در اولویت تصمیم‌گیری‌ها قرار گرفته و پس از شناخت روندها و سناریوهای آتی، رویکرد فعالانه شکل‌دهی آینده مطلوب در دستور کار فعالان صنعت قرار بگیرد. همچنین، با توجه به مزایای روش نگاشت شناختی، توصیه می‌شود که پژوهشگران در سایر موضوعات مدیریتی نیز از این روش استفاده کرده و با بهره‌گیری از روش‌های تحقیق در عملیات نرم، نقشه‌های عملیاتی و اولویت‌بندی‌شده را طراحی و پیاده‌سازی کنند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مآخذ

- آذر، عادل و حمیدرضا حسنزاده کریم‌آبادی (۱۳۸۱). نگاشت مفهومی و کارکردهای مدیریتی آن، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، ۴۳- (۲)، ۷۷-۱۰۴. بازیابی از <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/287842>
- روشندل اربطانی، طاهر؛ ذوالفقارزاده، محمدمهدی و مجید بلالی (۱۳۹۳). روندهای محیطی مؤثر بر آینده رسانه ملی در چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۰ (۵۴)، ۶۳-۹۹.
- dorl.net/dor/20.1001.1.22285067.1393.20.54.3.1
- افضلی، علیرضا؛ رازینی، روح‌الله؛ معزی، سیدعلی و علی یعقوبعلی پورکندلجی (۱۴۰۱). دلالت‌هایی از آموزه‌های اسلام در جهت استانداردسازی، فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت، ۱۲ (۴)، ۷۱-۱۱۵.
- doi.org/10.22034/jsqm.2023.391713.1479
- ایوبی، حجت‌الله (۱۳۸۷). دولت و سینما در فرانسه: راهکارهای ایستادگی در برابر سینمای آمریکایی، تحقیقات فرهنگی ایران، ۱ (۳)، ۱-۳۵.
- doi.org/10.7508/ijcr.2008.03.001
- بل، وندل (۱۳۹۲). مبانی آینده‌پژوهی: تاریخچه، اهداف و دانش - علم انسانی برای عصر جدید (جلد ۱)، ترجمه محسن محقق و مصطفی تقوی، تهران: مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی، مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری‌های دفاعی. بازیابی از www.gisoom.com/book/1935574
- تقوی، مصطفی (۱۳۹۳). مقدمه‌ای بر آینده‌پژوهی: تحلیل روند (جلد ۵). تهران: مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی. بازیابی از <https://www.gisoom.com/book/11001323>
- جوان، فرهاد (۱۴۰۰). تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر. روستا و توسعه پایدار فضا، ۲ (۲)، ۶۹-۹۴.
- doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050
- حمزه‌پور، مهدی و سیدمحمدصادق داودی (۱۳۹۸). نگاشت شناختی، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی. بازیابی از <https://www.gisoom.com/book/11547081/>
- ایمانی خوشخو، محمدحسین (۱۳۸۸). اقتصاد هنر و فعالیت‌های هنری و نقش آن‌ها در توسعه صنایع فرهنگی. کتاب ماه علوم اجتماعی، ۲۴ (۱۳)، ۷۸-۸۱. بازیابی از <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/486025/>
- رحیمی، عباس، الهی، علی و مرتضی نیازی (۱۴۰۳). مدل سازی عوامل کلیدی موفقیت در توسعه زیرساخت فرهنگی ایران (مورد مطالعه: صنعت سالن های نمایش)، فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۷ (۲۵)، ۱۴۷-۱۷۸.
- doi: 10.22034/jisem.2024.433678.1621
- رشید ارده، حبیب‌اله و سعید خزایی (۱۳۹۵). تحلیل کلان‌روندهای مؤثر بر آینده بازار صنعت بانکداری با رویکرد تحلیل ساختاری، تحلیل تأثیر متقابل (بر گذر)، تحقیقات بازاریابی نوین، ۶ (۳)، ۵۷-۸۶.
- doi: 10.22108/nmrj.2016.21073
- رضائیان، علی؛ بنی‌اسد، رضا؛ الهی، علی و حسین طهمورث (۱۴۰۳). طراحی الگوی راهبرد صادرات فناوری‌محور در صنعت نفت مبتنی بر اقتصاد مقاومتی، راهبرد اقتصادی، ۱۳ (۴۸)، ۱-۲۸.
- doi.org/10.22034/es.2024.426370.1721

رضوانی، مهران؛ و لیلیانای مرحمت (۱۳۹۱). بهبود نظام توزیع در شبکه نمایش خانگی با رویکرد XTRIZ. توسعه کارآفرینی، ۵(۳)، ۱۸۵-۲۰۳. doi.org/10.22059/jed.2012.29476

روستا، احمد؛ ونوس، داور و عبدالحمید ابراهیمی (۱۳۷۵). مدیریت بازاریابی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب دانشگاهی در علوم اسلامی و انسانی (سمت). بازیابی از <https://samt.ac.ir/fa/book/141>

سازمان سینمایی (۱۴۰۲). سالنامه آماری فروش فیلم و سینما در کشور، تهران: معاونت توسعه فناوری و مطالعات سینمایی، سازمان امور سینمایی و سمعی بصری، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

شکوهی فرد، سیامک (۱۴۰۱). بررسی روش‌ها و شیوه‌های ساماندهی اصناف در جهت اصلاح نظام توزیع کالا و خدمات در سطح شهرستان‌های تابعه استان اردبیل، پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۳(۱۰)، ۳۵-۵۳. doi.isc.ac/dor/20.1001.1.27173747.1401.3.10.3.6

صباغیان، علی؛ ابراهیمی، عبدالحمید و علی فرهنگی (۱۳۹۳). طراحی مدل استراتژیک آمیخته با بازاریابی در صنعت سینمای ایران. پژوهش‌های مدیریت راهبردی، ۲۰(۵۵)، ۵۵-۸۲. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22285067.1393.20.55.3.3>

ضرغامی فرد، مژگان و عادل آذر (۱۳۹۳). تحلیلی بر شیوه نگاشت شناختی در ساختاربندی داده‌های کیفی مطالعات سازمانی، مطالعات رفتار سازمانی، ۳(۱)، ۱۵۹-۱۸۵. بازیابی از https://obs.sinaweb.net/article_12434.html

عیوضی، محمدرحیم و احمد نوریان (۱۴۰۰). بررسی روندهای آینده شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آن بر امنیت ملی، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، ۵(۱۷)، ۲۵۷-۲۸۴. بازیابی از https://journals.sndu.ac.ir/article_1455.html

کشاوری‌ترک، محسن؛ محمدی، مصطفی و میثم بشیری (۱۴۰۲). دیده‌بانی روندهای مؤثر بر صنعت ایران بر پایه یک، مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری صنعتی، ۴(۲)، ۳۱-۴۸. <https://doi.org/10.22034/bs.2022.563137.2652>

کنگولو حقیقی، رامین؛ طلوعی اشلقی، عباس و محمدرضا معتدل (۱۴۰۰). مدل مفهومی عامل‌بنیان سیستم پایش برخط، برای بهبود نظام توزیع دارو. مطالعات مدیریت کسب‌وکار هوشمند، ۱۰(۳۸)، ۲۶۷-۳۱۵. <https://doi.org/10.22054/ims.2021.58644.1904>

گودرزی، غلامرضا و محمد مهدی اجلائی (۱۴۰۰). تحلیل روندهای آینده فناوری‌های دفاعی در افق ده ساله. آینده‌پژوهی دفاعی، ۶(۲۳)، ۳۷-۵۷. <https://doi.org/10.22034/dfsr.2022.530777.1497>

مطلبی کربکندی، مصطفی؛ گودرزی، غلامرضا و عبدالحمید پدرام (۱۳۹۶). روندهای تأثیرگذار بر آینده دانشگاه امام صادق (ع)، اندیشه مدیریت راهبردی، ۱۱(۲)، ۱۱۷-۱۴۸. <https://doi.org/10.30497/smt.2017.2156>

میرمحرابی، رضا؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ فرهنگی، علی‌اکبر و عطاءالله ابطحی (۱۴۰۱). طراحی مدل سیاست‌گذاری در سینمای ایران با هدف ارتقای جایگاه بین‌المللی آن، مدیریت دولتی، ۱۴(۲)، ۱۶۹-۱۹۴. <https://doi.org/10.22059/jipa.2022.341680.3141>

Adeli Jazeb, A. H., Alishiri, M. M., & Yaghoubali Pourkoundelaji, A. (2024). Sustainable human resources management: A strategy toward sustainable organizational development; emphasizing social

- sustainability with a fuzzy DEMATEL approach. *Journal of Systems Thinking in Practice*, 3(3), 18-47. <https://doi.org/10.22067/jstinp.2024.87310.1096>
- Afzali, A., Razini, R., Moazi, S. A., & Yaghoubali Pour Kondelaji, A. (2022). Implications of Islamic teachings for standardization. *Journal of Quality Management and Standardization*, 12(4), 71-115. <https://doi.org/10.22034/jsqm.2023.391713.1479> [In Persian]
- Ayoubi, H. (2008). The government and cinema in France: Strategies for resistance against American cinema. *Iranian Cultural Studies Quarterly*, 1(3), 1-35. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2008.03.001> [In Persian]
- Azar, A., & Hassanzadeh Karimabadi, H. R. (2002). Conceptual mapping and its managerial applications. *Journal of Business Management Perspectives*, 3-4(2), 77-104. Retrieved from <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/287842> [In Persian]
- Bell, W. (2013). *Fundamentals of futurology: History, goals, and knowledge: Humanities for the new age* (Vol. 1, M. Mohaghegh & M. Taghavi, Trans.). Tehran: Institute of Educational and Research Industries, Center for Foresight Studies of Science and Defense Technologies. Retrieved from <https://www.gisoom.com/book/1935574/> [In Persian]
- Blanchet, C., & Fabry, N. (2020). *Influence of new cinematographic and television operators on the attractiveness of tourist destinations. Journal of Tourism Futures, ahead-of-print(ahead-of-print)*. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2019-0127>
- Cornish, E. (2004). *Futuring: The exploration of the future*. Bethesda, MD: World Future Society.
- Defung, F., Hadjaat, M., & Yudaruddin, R. (2023). *COVID-19 pandemic and firm performance in leisure, arts, and hospitality industries: International evidence. Investment Management and Financial Innovations*, 20(4), 112-126. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(4\).2023.10](https://doi.org/10.21511/imfi.20(4).2023.10)
- Eyvazi, M. R., & Norian, A. (2021). Analyzing the future trends of social networks and their impact on national security. *Journal of Strategic Management in National Defense*, 5(17), 257-284. Retrieved from https://journals.sndu.ac.ir/article_1455.html [In Persian]
- Gaonkar, A., Jain, S., Dowerah, R., Atwal, J., & Dyavanpelli, S. (2022). *OTT vs. Cinemas: The future trend in the movie and entertainment sector. International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 10(5), 1200-1208. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2022.42467>
- Gomery, D. (1992). *Shared pleasures: A history of movie presentation in the United States*. University of Wisconsin Press.
- Goodarzi, G., & Ejlali, M. M. (2021). Analyzing future trends in defense technologies over a ten-year horizon. *Journal of Defense Foresight Research*, 6(23), 37-57. <https://doi.org/10.22034/dfsr.2022.530777> [In Persian]
- Hamzepoor, M., & Davoodi, S. M. S. (2019). *Cognitive mapping*. Tehran: National Defense University. Retrieved from <https://www.gisoom.com/book/11547081/> [In Persian]
- Hassanzadeh, N., Heidari, F., & Barnai, H. (2015). Strategy of urban goods and services distribution system: A futuristic approach for organizing urban occupations (Case study: Municipality Markets Organization). *Journal of Modern Urban Management*, 8, 137-151. [In Persian]

- Hay, D. B., & Kinchin, I. M. (2006). Using concept maps to reveal conceptual typologies. *Education & Training*, 48(2/3), 127-142. <https://doi.org/10.1108/00400910610651794>
- Hines, A., & Bishop, P. (2015). *Thinking about the future: Guidelines for strategic foresight* (2nd ed.). Hinesight. <https://www.andyhinesight.com/thinking-about-the-future-guidelines-for-strategic-foresight/>
- Iranian Cinema Organization. (2023). *Annual statistical yearbook of film sales in the country*. Tehran: Directorate of Technology Development and Cinema Studies, Ministry of Culture and Islamic Guidance. [In Persian]
- Javan, F. (2021). Explaining the distribution system of tourism benefits in the rural area of Rezvan-shahr. *Journal of Rural and Sustainable Spatial Development*, 2(6), 69-94. <https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050> [In Persian]
- Jørgensen, B. H., & Buckley, C. A. (2004). Technology foresight and cleaner production in a highly polluted industrial area. *Journal of Cleaner Production*, 12(8-10), 707-726. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.01.007>
- Kangarloo Haghighi, R., Motadel, M. R., & Tolouei Ashlaghi, A. (2021). A conceptual model for an agent-based online monitoring system to improve the drug distribution network. *Journal of Intelligent Business Management Studies*, 38(10), 268-316. <https://doi.org/10.22054/ims.2021.58644.1904> [In Persian]
- Khoshkhoo, M. H. I. (2009). The economy of art and artistic activities and their role in developing cultural industries. *Social Science Monthly Book*, 24(13), 78-81. Retrieved from <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/486025/> [In Persian]
- Motllebi Karbakandi, M., Goodarzi, G., & Pedram, A. (2017). Influential trends on the future of Imam Sadiq University. *Strategic Management Thought Journal*, 11(2), 117-148. <https://doi.org/10.30497/smt.2017.2156> [In Persian]
- Mirmehrabi, R., Roshandel Arbatani, T., Farhangi, A. A., & Abtahi, A. (2022). Designing a policy-making model for Iranian cinema to improve its international standing. *Journal of Public Administration*, 14(2), 169-194. <https://doi.org/10.22059/jipa.2022.341680.3141> [In Persian]
- Özesmi, U., & Özesmi, S. L. (2004). Ecological models based on people's knowledge: A multi-step fuzzy cognitive mapping approach. *Ecological Modelling*, 176(1-2), 43-64. <https://doi.org/10.1016/j.ecolmodel.2003.10.027>
- Rahimi, A., Elahi, A., & Niazi, M. (2024). Modeling key success factors in developing cultural infrastructure in Iran (Case study: Cinema halls industry). *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 7(25), 147-178. <https://doi.org/10.22034/jiscm.2024.433678.1621> [In Persian]
- Rashidarde, H., & Khazaei, S. (2016). Macro analysis of trends affecting the future of the banking industry market using structural analysis and cross-impact analysis (Bargozar method). *Journal of Modern Marketing Research*, 6(3), 57-86. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2016.21073> [In Persian]
- Rezaeian, A., Bani-Asad, R., Elahi, A., & Tahmores, H. (2024). Designing a strategic model for technology-based exports in the oil industry based on a resistance economy. *Economic Strategy Journal*, 13(48), 1-28. <https://doi.org/10.22034/es.2024.426370.1721> [In Persian]

- Rezvani, M., & Fanaei Marhamat, L. (2012). Improving the distribution system in the home video network using the XTRIZ approach. *Entrepreneurship Development Research Quarterly*, 5(3), 185-203. <https://doi.org/10.22059/jed.2012.29476> [In Persian]
- Roosta, A., Venus, D., & Ebrahimi, A. (1996). *Marketing management*. Tehran: SAMT Organization for Study and Compilation of University Textbooks in Humanities. Retrieved from <https://samt.ac.ir/fa/book/141/> [In Persian]
- Roshandel Arbatani, T., Zolfaghari Zadeh, M. M., & Belali, M. (2014). Environmental trends affecting the future of national media in the 20-year perspective of the country. *Journal of Strategic Management Research*, 20(54), 63-99. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285067.1393.20.54.3.1> [In Persian]
- Sabaghian, A., Ebrahimi, A., & Farhangi, A. (2014). Designing a strategic model for marketing mix in the Iranian cinema industry. *Journal of Strategic Management Research*, 20(55), 55-82. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22285067.1393.20.55.3.3> [In Persian]
- Shokoohi Fard, S. (2022). Analyzing methods and approaches for organizing professions to reform the distribution system of goods and services in Ardabil Province counties. *Journal of Economic Geography Research*, 3(10), 35-53. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.27173747.1401.3.10.3.6> [In Persian]
- Spicer, D. P. (1998). Linking mental models and cognitive maps as an aid to organisational learning. *Career Development International*, 3(3), 125-132. <https://doi.org/10.1108/13620439810211126>
- Su, W. (2022). The platformization of China's film distribution in a pandemic era. *Chinese Journal of Communication*, 15(1), 95-114. <https://doi.org/10.1080/17544750.2021.2021963>
- Taghavi, M. (2014). *Introduction to futurology: Trend analysis* (Vol. 5). Institute of Educational and Research Industries. Retrieved from <https://www.gisoom.com/book/11001323/> [In Persian]
- Zarghami Fard, M., & Azar, A. (2014). An analysis of the cognitive mapping method in structuring qualitative data of organizational studies. *Journal of Organizational Behavior Studies*, 3(1), 159-185. Retrieved from https://obs.sinaweb.net/article_12434.html [In Persian]



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.