

بررسی تأثیر اجزاء صنایع فرهنگی (صنایع دستی، مطبوعات و سینما) بر رکود تورمی در ایران

محبوبه عامریان^۱، نوشین خانی قریه گپی^۲، هادی دادخواه^۳

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد هنر، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)

^۲ استادیار اقتصاد دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)

^۳ دانشجوی دکتری اقتصاد و مدرس دروس اقتصاد.

نام و نشانی ایمیل نویسنده مسئول:

محبوبه عامریان

mahboubeh.amerian@gmail.com

چکیده

رکود تورمی یک وضعیت اقتصادی است که همزمان تورم اقتصادی و رکود فعالیت های تجاری را همراه با افزایش نرخ بیکاری در کشور ایجاد می کند. در همین راستا توجه به مقوله فرهنگ و صنایع فرهنگی به عنوان صنایع خلاق و پیشرو که قابلیت تولید، اشتغال و صادرات را برای کشور فراهم می کند و رشد و توسعه اقتصادی را همراه با بومی سازی و گسترش محصولات فرهنگی به همراه دارد، ضروری است. این مطالعه با یک رویکرد تحلیلی-توصیفی و با استفاده از داده های پانل دیتا به صورت فصلی در سال ۱۳۹۳ در مقاطع استانی به بررسی تأثیر محصولات فرهنگی بر رکود تورمی می پردازد. جهت عدم تصریح آماری از آزمون F لیمر و جهت تشخیص داده های پانل و استفاده از رگرسیون اثرات ثابت از آماره هاسمن در رگرسیون استفاده شده است. نتایج حاصل از رگرسیون و برآورد علامت متغیرها نشان می دهد که تولیدات، اشتغال و میزان صادرات محصولات فرهنگی باعث بهبود رکود تورمی می شود. همچنین نتایج مطالعه از برآورد ضرایب متغیرها نشان می دهد که اشتغال به کار افرادی که در صنایع دستی مشغول به فعالیت هستند بیشترین ضریب و تأثیر را می توانند بر بهبود رکود تورمی داشته باشد. برآزش بوسیله نرم افزار ایویوز صورت گرفته است.

واژگان کلیدی: صنایع فرهنگی، صنایع دستی، سینما، مطبوعات، رکود تورمی

مقدمه

امروزه نقش فرهنگ در اقتصاد از محورهای مورد توجه اقتصاددانان است و براین اساس معتقدند که فرهنگ بر توسعه اقتصادی کشورها موثر می باشد. (اکبریان، ۱۳۸۶). اصطلاح صنعت فرهنگ، نخستین بار در یکی از فصول کتاب دیالکتیک روشنگری ماکس هورک هایمر و تئودور دبلیو آدورنو، دو تن از معروف ترین نمایندگان مکتب فلسفی فرانکفورت، ابداع شد (تراسی، ۱۳۸۹). بخش فرهنگ و هنر پتانسیل اقتصادی نسبتاً زیادی دارد و در اقتصادهای در حال توسعه نیز، با توجه به افق تحولات اقتصادی آینده مانند افزایش بهره وری نیروی کار و در نتیجه افزایش درآمد سرانه و اوقات فراغت انتظار می رود سهم این بخش در اقتصادهای مذکور نیز افزایش یابد و نقش با ارزشی در بهبود شاخص های رشد و رفاه اقتصادی ایفا کند (محمد بیگی، ۱۳۷۹).

صنایع فرهنگی سهم چشمگیری در دسترسی افراد به اطلاعات، آموزش، فرهنگ و اشتغال زایی دارند و در ارائه تصویر فرهنگی از یک کشور یا ملت و ایجاد جایگاه مناسب در اقتصاد بین المللی مؤثرند (علائی، ۱۳۹۰). این صنایع با تولید مخاطبین جدید ارزشی و بهره گیری از دانش و تکنولوژی و به صورت کاملاً هدفمند در راستای تولید محصولات و خدمات فرهنگی مؤثر بوده و می توانند ارتقای سرمایه فرهنگی جامعه را سبب گردند (سپهرنیا و همکاران، ۱۳۹۱).

منظور از صنایع فرهنگی صناعی است که محصول تولیدی آنها به صورت ملموس و غیرملموس، شکل خلاقانه دارد این صنایع به واسطه ی بهره برداری از دارایی های فرهنگی و تولید کالاها و خدمات دانش محور قابلیت ایجاد ثروت را دارند. ویژگی مشترک صنایع فرهنگی این است که در همگی آنها آفرینندگی دانش فرهنگی و دارایی های فکری برای تولید کالاها و خدمات دارای معنای اجتماعی و فرهنگی بکار می رود (علائی، ۱۳۹۰). همچنین این صنایع با ایجاد اشتغال می توانند نقش بسزایی در کاهش رکود تورمی داشته باشند.

رکود تورمی شرایطی است که در آن سطح قیمت ها و بیکاری توأمان افزایش می یابد. رکود تورمی، از دهه ۱۹۷۰ و پس از شوک های قیمتی نفت خام در نوشتارهای اقتصادی به طور جدی مطرح شد. نئوکلاسیک ها معتقدند، بر اثر بیکاری های اصطحاکای و ساختاری، بیکاری افزایش می یابد و این افزایش سبب ایجاد رکود تورمی می شود و در مقابل، نئوکینزین ها افزایش قدرت انحصارگران داخلی و خارجی را عامل اصلی بروز همزمان تورم و رکود عنوان کردند، همچنین نظریه پردازان مکتب ادوار تجاری، تغییرات فنی و تکنولوژی را سبب پیدایش تورم رکودی معرفی کردند (خانی قریه گی، ۱۳۹۰).

یکی از مسائل و مشکلاتی که گریبان گیر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است، بیکاری و کم کاری جمعیت قادر به کار است (کیان مهر، ۱۳۸۰). این در حالیست که طبق تحقیقات انجام شده، صنایع فرهنگی پتانسیل لازم برای اشتغالزایی و صادرات را دارا می باشد. یکی از راه های متصور برای خروج از بحران رکود تورمی و جبران کمبود درآمدهای ارزی به بازارهای جهانی و نفوذ در آنها از طریق توسعه صادرات کشور است. در همین راستا، بسیاری از پژوهش ها نشان داده است که اگر صنایع فرهنگی متناسب با نیاز مخاطبین خود به تولید کالاها و خدمات فرهنگی بپردازند، خواهند توانست باعث افزایش مصرف فرهنگی و در نتیجه انباشتگی جو فرهنگی و تولید سرمایه های فرهنگی و بالطبع ارتقای سرمایه فرهنگی در جوامع شوند و می توانند باعث رشد اقتصادی و پویایی صنایع خلاق نیز در جامعه شوند و به نوعی سرمایه های مادی را نیز افزایش بخشند (سپهرنیا و همکاران، ۱۳۹۱). بنابراین با توجه به تمامی مباحث بیان شده هدف اصلی تحقیق یافتن چگونگی تأثیر صنایع فرهنگی بر رکود تورمی در اقتصاد ایران می باشد.

مبانی نظری

فرهنگ در بُعد عمومی نشأت گرفته از همان اندیشه تایلر است که فرهنگ را مجموعه ای از توانایی ها، شناخت، باورها، اشیا، فنون و هنرها، و قوانین می داند که هر انسانی از جامعه ای که در آن عضو است، دریافت می کند. امروزه مقوله ای که به صورت شفاف و برجسته توجه مدیران و محققان را به خود جلب کرده، مروراهمیت به فرهنگ و اولویت توسعه فرهنگی است، بسیاری از کشورها درحال توسعه برای بهره مندی از مواهب طبیعت و توانمندی های صنعتی و توسعه ای به عنوان شایستگی های محوری و کلیدی خود باید فرهنگ را به عنوان بستر و زیر ساخت های اصلی جامعه و سیاست های خود درنظر گیرند.

با توجه به اهمیت موضوع های فرهنگ و اقتصاد می توان این ادعا را مطرح نمود که فرهنگ بر اقتصاد تأثیر می گذارد و اقتصاد نیز بر فرهنگ مؤثر می باشد. هوفستد، فرهنگ را برای رشد اقتصادی شرط لازم قلمداد می کند، اما نه شرطی کافی (دی یونگ، ۱۳۹۰). همچنین، فرهنگ را می توان عامل طرح ارزش ها و باورها قلمداد کرد. این ارزش ها و باورها بر ماهیت ادراک و طراحی نهادها و اهداف اعمال اقتصادی تأثیرگذارند. با این اوصاف، فرهنگ به شکل مستقیم و غیر مستقیم بر رفتار اقتصادی و نتیجه فرایندهای اقتصادی تأثیرگذار خواهد بود و به این ترتیب، فرهنگ تعیین کننده عملکرد اقتصادی است.

اصطلاح صنعت فرهنگ، نخستین بار در یکی از فصول کتاب دیالکتیک روشنگری ماکس هورک هایمر و تئودور دبلیو آدورنو، دو تن از معروف ترین نمایندگان مکتب فلسفی فرانکفورت در سال ۱۹۷۴، ابداع شد، به نظر آنان فرهنگ به وسیله فن آوری و ایدئولوژی انحصارطلب سرمایه داری دگرگون می شود. اما ژان بودریار، فرهنگ را در جهان متغیری از پدیده های اجتماعی و اقتصادی ملموس و ناملموس قرار می دهند، همچنین از نظر استیون کانر، دیگر نمی توان قلمرو اقتصادی یا تولیدی را از قلمروهای ایدئولوژی یا فرهنگ جدا کرد، زیرا مصنوعات، انگاره ها و باز نموده های فرهنگی، حتی احساسات و ساختارهای روانی به قسمتی از جهان اقتصاد تبدیل شده اند. فرهنگ در سازمانهای بین المللی نظیر یونسکو عبارت اند از: تولید نظام مند کالاها و خدماتی که ماهیتاً فرهنگی هستند و بر افراد جامعه اثر فرهنگی می گذارند.

فرهنگ به مثابه محدودیت ها و فرهنگ به مثابه اولویت ها دو شیوه ای است که برای گنجاندن فرهنگ در تحلیل های اقتصادی مطرح شده اند و با یکدیگر ارتباط تنگاتنگ دارند. بسیاری از نویسندگان در هنگام بحث در باب فرهنگ، هم به اولویت ها اشاره دارند و هم به محدودیت ها؛ بولز معتقد است، اولویت ها باید جنبه درونی بیابند و محدودیت های کلی در رفتار را بیابند و اینگلهارت که دارای رویکرد فرهنگ به مثابه اولویت هاست می نویسد، فرهنگ ها برای تاثیرگذاری در روند مشروع سازی سیستم، برای رفتار توده ها و نیز نخبگان محدودیت هایی تعیین می کنند.

صنایع فرهنگی گونه ای از صنعت است که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولات و خدماتی می پردازد که ماهیت فرهنگی دارند و مخاطب آنها جنبه ها و ابعاد فرهنگی فرد و جامعه است (مهدیزاده، ۱۳۸۸). از آنجایی که تولید محصولات و خدمات فرهنگی بر خلاقیت، مهارت، دانش و استعداد تولیدکنندگان آن استوار است، صنایع فرهنگی را صنایع خلاق نیز می نامند و اما از منظری دیگر، صنایع فرهنگی عبارت است از کلیه تولیدات فرهنگی که از یک روحیه خلاق و بر اساس حس زیبا شناسی نشأت گرفته و حاوی یک پیام فرهنگی است که بر ذهن افراد اثر گذاشته و دارای قابلیت تکثیر و تولید انبوه است (سید علوی و بهجت، ۱۳۹۳). ویژگی های صنایع فرهنگی در دو بعد فرهنگی و صنعتی قابل بررسی است. در بعد فرهنگی، ماده اولیه تولیدات در صنایع فرهنگی، از احساسات و تروا شهای ذهنی افراد خلاق و اصحاب فرهنگ گرفته می شود و آنچه ارزش تولیدات و خدمات فرهنگی را رقم می زند، محتوای آنها است که یک پیام فرهنگی را به مخاطبان خود انتقال می دهد و اما در بعد صنعتی، برای فعالیت های فرهنگی باید انگیزه و هدف اقتصادی داشت. از آنجایی که یکی از ابعاد مهم در صنعت، تولید انبوه است، در صنایع فرهنگی مانند سایر صنایع تولید باید به صورت انبوه صورت گیرد. همچنین فناوری، زیربنای صنایع فرهنگی است که باید در نظر گرفته شود (بورديو، ۱۳۸۵). دامنه مصرف کالاهای فرهنگی بسیار گسترده تر نسبت به کالاهای دیگر است، زیرا افراد غیرشاغل را نیز در بر می گیرد. مانند جوانان، بیکاران، پیران و به ویژه زنان خانه دار را که در اقتصاد مدرن، نوعاً از آنها انتظار نمی رود مولد اقتصادی باشند (سپهرنیا و همکاران، ۱۳۹۱). فرهنگ مصرف کالاهای فرهنگی از آن رو نیرویی جهانی ساز و همگونی آفرین است که هر چیزی را به کالا تبدیل و به بازار جهانی عرضه می کند.

صنایع فرهنگی از ابزارهای مهم توسعه به شمار می آید که مهم ترین اثر خود را از راه افزایش اشتغال در جامعه بر جا می گذارد. ابعاد دیگر توسعه اقتصادی که از رشد صنایع فرهنگی مایع می گیرد، عبارت از بهره گیری بهینه از منابع، گوناگونی تولیدات و صادرات، ارزش افزوده، رقابت بر پایه ی شایستگی و شناخت مزیت های نسبی در سطح ملی است. از سویی دیگر، رکود تورمی یا ایستایی تورمی به وجود همزمان تورم و رکود اقتصادی گفته می شود. رکود در تعریف اقتصادی به دو دوره سه ماهه پیاپی رشد منفی در اقتصاد یک کشور اطلاق می شود و تورم از نظر علم اقتصاد اشاره به افزایش سطح عمومی تولید پول، درآمدهای پولی و یا قیمت است. (ساعدی، ۱۳۸۲). رکود تورمی نشان دهنده ی تورم بالاتر از میانگین و رکودی ناشی از رشد منفی اقتصادی است. بسیاری از کارشناسان عوامل اقتصادی را تنها دلیل بروز رکود تورمی می دانند. ریشه های رکود تورمی در ویژگی های ساختاری هر اقتصاد، میزان کارآیی سیاست های پولی و مالی، ساختار بودجه ای دولت، میزان کشش پذیری سرمایه گذاری نسبت به نرخ بهره، چگونگی جانشینی جبری، الگوهای مصرف، پس انداز و سرمایه گذاری و میزان نقش دولت در اقتصاد نهفته است. عواملی که در تشدید یا بروز این پدیده در برخی کشورها دخیل بوده اند همان عوامل به نوبه خود باعث مقابله و خروج از این وضعیت در کشورهای دیگر شده اند، اما کارشناسانی هم هستند که عوامل سیاسی- اجتماعی را دامن زننده بحث رکود تورمی می دانند. کارشناسان معتقدند که دلایل رکود توأم با تورم هم اقتصادی است و هم سیاسی- اجتماعی. یکی از صنایع مهم و تأثیر گذار که می تواند اوضاع رکود تورمی را بهبود بخشد، رونق صنایع فرهنگی است.

رکود در اثر یکی از دو عامل «نارسایی تقاضای موثر» یا «تنگناهای طرف عرضه» حادث می شود. رکود ناشی از نارسایی تقاضای موثر توسط کینز مطرح شد. وی نشان داد: «تناقض خست» (کاهش تولید ناشی از کاهش تقاضای کل) و تقاضای سفته بازی پول جانشین اصلی کارآیی تقاضای موثر شده اند. کینز راه حل برون رفت از رکود ناشی از نارسایی تقاضای موثر را در اعمال سیاست های انبساطی و افزایش تقاضای کل عنوان کرد، اما در صورتی که رکود به علت نارسایی تقاضا موثر نباشد، اعمال سیاست های انبساطی دولت منجر به افزایش قیمت ها و ضمیمه

کردن تورم به رکود و ایجاد پدیده رکود تورمی می شود. رکود ناشی از «تنگناهای بخش عرضه» غالباً در کشورهای توسعه نیافته به وقوع می پیوندد. زیرا در این کشورها زیرساخت های اقتصادی مانند شبکه های حمل و نقل و ارتباطی، برق و انرژی، مدیریت صحیح، نیروی کار متخصص، تخصیص بهینه منابع، دسترسی به فن آوری مناسب و سیستم های ارزی کارآ وجود ندارد. از سوی دیگر، این کشورها با نرخ رشد جمعیتی بالا و تقاضای روزافزون روبه رو هستند که باعث می شود اقتصاد در وضعیت اشتغال ناقص به تعادل برسد و افزایش تقاضا به علت عدم امکان افزایش عرضه متناسب با آن منجر به افزایش قیمت ها شود و تولید افزایش نیابد. در واقع در این وضعیت بخش حقیقی اقتصاد قدرت پاسخگویی به انبساط پولی را ندارد (شاکری، ۱۳۹۲).

همچنین تورم از عوامل متعددی مانند افزایش حجم پول، افزایش قیمت مواد اولیه، افزایش قیمت های جهانی و کالاهای وارداتی، ساختار اقتصادی و... ناشی می شود که در یک دسته بندی کلی تورم به دو حالت تورم ناشی از فشار تقاضا و تورم ناشی از فشار هزینه تفکیک می شود (تفضلی، ۱۳۸۷). تورم ناشی از فشار تقاضا به مفهوم وجود مازاد تقاضا (در بازار پول یا کالا) نسبت به عرضه در اقتصاد است که باعث افزایش سطح قیمت ها و تورم می شود.

افزایش تقاضای کل باعث افزایش تقاضا برای نیروی کار و افزایش دستمزد می شود. مواد خام و ماشین آلات کمیاب شده و قیمت ها افزایش می یابند، لذا هزینه تولید بالا می رود و در نتیجه سطح عمومی قیمت ها افزایش می یابد و تورم ایجاد می شود که سبب می شود قدرت خرید کاهش یابد و بنگاه ها در عکس العمل به آن تولید خود را کاهش دهند، لذا رکود نیز با تورم همراه شده و رکود تورمی شکل می گیرد (برانسون، ۱۳۹۱). در تورم ناشی از فشار هزینه افزایش هزینه های تولید یا افزایش قیمت سایر نهاده های تولید مانند مواد اولیه یا کاهش عرضه آنها به هر دلیل در سمت عرضه اقتصاد باعث افزایش قیمت ها و تورم می شود. اگر اتحادیه های کارگری بتوانند سطح دستمزدها را بالا نگه دارند کارفرمایان بخشی از نیروی کار را اخراج کرده و سطح تولید را کاهش می دهند و رکود تورمی عارض می شود (رحمانی، ۱۳۹۰).

بدین منظور، صنایع فرهنگی به عنوان یکی از اجزا و عناصر مهم اقتصاد جوامع نه تنها در رشد اقتصادی و اشتغال زایی بلکه به عنوان ابزار هویت فرهنگی در تقویت تنوع فرهنگی نقش اساسی دارند. ظرف دو دهه گذشته به ویژه با رشد فزاینده و سریع فناوری های ارتباطات و اطلاعات مناسبات میان فرهنگ، صنعت و توسعه بیش از پیش مورد اقتصاددانان برنامه ریزان کارشناسان فرهنگی و آمار قرار گرفته است (نگاهداری، ۱۳۸۸) و از آن جا که بخش تورم رکودی در اقتصاد ایران به دلیل پایین بودن بهره وری نیروی کار است، توجه ویژه به سیاست های افزایش و ارتقای بهره وری نیروی انسانی ضروری است (باستانی فر و همکاران، ۱۳۹۳).

شرایط اقتصادی ایران به طور بالقوه آمادگی پذیرش پدیده رکود تورمی را دارد. با توجه به ویژگی های ساختاری اقتصاد ایران، کسری بودجه های مداوم و شوک های ارزی حاصل از درآمد نفت و بی انضباطی مالی دولت و سیاست انبساطی پولی از مهم ترین عوامل بروز این پدیده در کشور هستند (رحمتی و همکاران، ۱۳۹۲). مهم ترین راه حل های مقابله با رکود تورمی در ایران می تواند انضباط مالی دولت از طریق تنظیم صحیح بودجه و اجتناب از تداوم بیشتر کسری بودجه، کنترل و کاهش هزینه های جاری دستگاه ها، نحوه استفاده از دلارهای نفتی به گونه ای که موجب افزایش پایه پولی و بالتبع آن افزایش نقدینگی نشود. اصلاح ساختار مالیاتی، اصلاح بازارهای مالی و پولی (پرهیز از سیاست های انبساطی پولی) و افزایش سرمایه گذاری به نحوی که به افزایش تولید منجر شده، پرهیز از سیاست هایی که عواقبی چون فعالیت های رانت جویانه و دلالی دارد (مانند بازار مسکن) و افزایش تولید و بهره وری کل عوامل تولید باشد. (ساعدی، ۱۳۸۲).

اقتصاد ایران در سال های اخیر با رکود تورمی عمیقی مواجه بوده است. رکود تورمی برهه ای از وضعیت اقتصادی است که همزمان رکود عمیق و تورم شدیدی در اقتصاد رخ می دهد. به رغم قلت رخداد رکود تورمی در یک کشور، بسیاری از کشورها شاهد رکود تورمی بوده اند، و از قضا سیاست هایی که منجر به خروج از رکود تورمی شده، به درمان دائمی اقتصاد کمک کرده است.

پیشینه پژوهش

باستانی فر و میرزایی (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان "تحلیل ریشه های رکود تورمی در اقتصاد ایران و ارائه راهکار های برون رفت" به این نتیجه رسیدند که پایین بودن بهره وری نیروی کار و ناسازگاری زمانی سیاست پولی از عوامل رکود تورمی در ایران است و راه برون رفت از آن را بازنگری اساسی در روش ها و ساختارهای سیاست گذاری دولت در اقتصاد به ویژه در ساختار و سیاست گذاری های پولی است. شاکری (۱۳۹۲) با تحلیل وضعیت های کلان اقتصادی و اثر پذیری احتمالی آنها از تحریم، عامل اصلی رکود تورمی در اقتصاد ایران را تحریم های بین المللی ذکر می کند. در این مطالعه، تداوم تورم دو رقیمی طی چهار دهه گذشته همراه با رشد نسبتاً محدود تولید ناخالص ملی حقیقی در رکود تورمی در اقتصاد کشور عنوان شده است.

خانی قریه گپی و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه خود با عنوان "شناسایی علل رکود توری در ایران: روش تصحیح خطای آستانه ای" به این نتایج رسیده اند که ضرایب تراز پرداخت ها، درآمدهای نفتی، کسری بودجه دولتی و حجم نقدینگی از نظر آماری معنادار بوده و علل های رکود توری در کشور محسوب می شود، همچنین نتایج کلیه مدل های غیر خطی تخمین زده شده در این مطالعه، نشان می دهد که در صورت عبور از نرخ رشد هر یک از علل و ریشه های رکود توری از سطح آستانه، تاثیر آن ها بر رشد رکود توری متفاوت می شود. رزمخواه (۱۳۹۰) به "بررسی راهکارهای توسعه توریسم در استان آذربایجان شرقی و میزان آگاهی و نقش مردم در جذب توریسم" پرداخت. با توجه به اینکه آذربایجان شرقی از دیر باز آشنای جهانگردان، سفرنامه نویسان، تجار و طالبان علم بوده است. سفرنامه های متعدد جهانگردان مسلمان و شرق شناسان غربی حکایت از جایگاه والای جغرافیائی، فرهنگی و تاریخی این سرزمین دارد، نتایج مطالعه نشان از ضرورت تبلیغات و گسترش همکاری های سیاسی و فرهنگی را با کشورهای دیگر الزامی می داند.

نگاهداری (۱۳۸۸) در مطالعه خود با عنوان "اهمیت صنایع فرهنگی" به بررسی دو بخش صنایع فرهنگی و رکود توری پرداخته است، نتایج نشان می دهد که مصرف صنایع فرهنگی سبب رشد سرمایه فرهنگی شده است و اگر کشور نتواند دست به تقویت صنایع فرهنگی در مقابل کشورهای دیگر بزند هویت خود را از دست خواهد داد که جبران این زیان، هزینه های بسیاری را به دولت تحمیل خواهد کرد. چنگ مینگ (۲۰۱۳) در مطالعه خود با عنوان "تجزیه و تحلیل توسعه صنایع خلاق و فرهنگی گوانگژو" به نقش صنایع خلاق در تولید و اشتغال پرداخته است. طبق یافته های مطالعه، صنایع خلاق و فرهنگی نه تنها توسعه اقتصادی را بهبود می بخشد، بلکه میزان آگاهی عمومی از نظر روانی و شکل گیری نمای کلی شهرها را باعث می شوند و این امر باعث ارتقاء فرهنگ و توسعه فرهنگی نیز می شود. منگ لانگ شیه و همکاران (۲۰۱۱) در مطالعه خود با عنوان "تحلیل پیوستگی در بین صنایع خلاق و فرهنگی" به این مهم دست یافتند که سرمایه گذاری ها در بخش صنعت خلاق و فرهنگی نه تنها خود صنعت را تحت تاثیر قرار می دهد بلکه می تواند کارایی سایر بخش ها را تسریع کند. آن ها طبق یافته های این تحقیق توصیه می کنند که دولت در سرمایه گذاری های آینده در زمینه صنایع خلاق و فرهنگی بخش مهارت و هنر را در اولویت قرار دهد.

روبرتاپ یرجیو وانی و همکاران (۲۰۱۰) در پژوهشی با نام "صنایع خلاق، ایجاد شغل جدید و رشد اقتصادی منطقه ای" دریافته اند که افزایش تعداد کارخانه های فعال در صنایع خلاق در ایتالیا تاثیر مثبتی بر رشد استخدام منطقه ای و رشد منطقه ای داشته است و توسعه اقتصادی را در جامعه می تواند شکل دهد.

یی فنگ هونگ و همکاران (۲۰۰۹) در مطالعه خود با عنوان "نقش صنایع خلاق (فرهنگی) در کشور تایوان" به این نتیجه رسیده اند که مهارت و هنر و طراحی خلاق بزرگترین صنایع خلاق تایوان هستند که معرفی این صنایع در مرکز جدید خلافت فرهنگی باعث افزایش توسعه صنایع و بازگشت به دوران رونق و شکوفایی می شود. دوران رونق قابلیت افزایش اشتغال، تولید و در نهایت توسعه را داراست.

روش شناسی پژوهش

روش پژوهش مجموعه ای از قواعد، ابزار و راه های معتبر و نظام یافته برای بررسی واقعیت ها، کشف مجهولات و دستیابی به راه حل مشکلات است (خاکی، ۱۳۸۸). این پژوهش از لحاظ هدف و روشی که دنبال می کند، از نوع تحقیق کاربردی می باشد و از نظر روش گردآوری داده ها، تحلیلی- توصیفی می باشد. جامعه آماری این تحقیق، کشور ایران می باشد و داده های سال ۱۳۹۳ به طور منظم و فصلی (هر سه ماه) به صورت پانل دیتا برای استان های ایران جمع آوری گردیده است، بنابراین داده ها در ۳۱ مقطع و ۴ زمان جمع آوری شده است و برای تخمین رگرسیون از نرم افزار Eviews 8 استفاده شده است. در برآورد مدل پانل دیتا با دو حالت کلی وجود دارد. حالت اول این است که عرض از مبدأ برای کلیه مقاطع یکسان است که در این صورت مدل پول دیتا می باشد و در حالت دوم، عرض از مبدأ برای تمام مقاطع متفاوت است که به این حالت پانل دیتا گفته می شود. برای شناسایی دو حالت فوق از آزمونی به نام اف- لیمر (آزمون چاو) استفاده می شود. آزمون هاسمن برای استفاده از مدل اثر ثابت در مقابل مدل اثر تصادفی می باشد. آزمون هاسمن بر پایه وجود یا عدم وجود ارتباط بین خطای رگرسیون تخمین زده شده و متغیرهای مستقل مدل استوار است. اگر این ارتباط وجود داشت، مدل اثرات تصادفی و اگر این ارتباط وجود نداشت، مدل اثرات ثابت کاربرد خواهد داشت.

تصریح و تخمین مدل

بر مبنای تئوریک و آنچه که در فصل سوم بیان گردید، آثار برخی از محصولات فرهنگی مانند صنایع دستی، سینما و مطبوعات را بصورت جداگانه بر رکود توریسنجیده می شود. این صنایع بصورت صنایع منتخب از صنایع فرهنگی در نظر گرفته شده اند، و همانند فرضه های فرعی مطالعه خواهیم داشت:

H0: صنایع دستی، سینما و مطبوعات بر رکود تورمی تاثیر منفی و معنی داری دارد.

H1: صنایع دستی، سینما و مطبوعات بر رکود تورمی تاثیر منفی و معنی داری ندارد.

مدل آماری تحقیق بر مبنای فرضیه تحقیق عبارت است از:

$$\text{Misery Index} = \beta_0 + \beta_1 \text{Pro Handicrafts}_{it} + \beta_2 \text{Occ Handicrafts}_{it} + \beta_3 \text{Ex Handicrafts}_{it} + \beta_4 \text{Pro Press}_{it} + \beta_5 \text{Occ Press}_{it} + \beta_6 \text{Ex Press}_{it} + \beta_7 \text{Pro Cinema}_{it} + \beta_8 \text{Occ Cinema}_{it} + \beta_9 \text{Ex Cinema}_{it} + \epsilon_{it}$$

که در آن: Misery Index: شاخص فلاکت، Pro Handicrafts_{it}: میزان تولیدات صنایع دستی، Occ Handicrafts_{it}: میزان اشتغال زایی، Ex Handicrafts_{it}: میزان صادرات، Pro Press_{it}: میزان تولیدات صنعت مطبوعات، Occ Press_{it}: میزان اشتغال زایی صنعت مطبوعات، Ex Press_{it}: میزان صادرات صنعت مطبوعات، Pro Cinema_{it}: میزان تولیدات صنعت سینما، Occ Cinema_{it}: میزان اشتغال زایی صنعت سینما، Ex Cinema_{it}: میزان صادرات صنعت سینما، β_0 : عرض از مبدأ و ϵ_{it} : جمله خطا یا پسماند می باشد.

به جهت یافتن مقدار رکود تورمی در هر دوره باید از شاخص های جایگزین برای اندازه گیری آن استفاده نمود. در این مطالعه نیز مانند مطالعه خانی قریه گپی و همکاران (۱۳۹۲) از شاخص فلاکت به عنوان شاخص اندازه گیری مقدار رکود تورمی در هر دوره در استان های ایران استفاده شده است. شاخص فلاکت یکی از این شاخص هاست که از ترکیب نرخ تورم و نرخ بیکاری بدست می آید. این شاخص از جمله نماگرهای اقتصادی است که به وسیله اقتصاددانانی مانند رابرت بارو و آرتور اوکان در دهه ۷۰ میلادی معرفی شده که از ترکیب دو شاخص مهم اقتصادی یعنی نرخ بیکاری و نرخ تورم به صورت یک ترکیب خطی معمولی تهیه می شود.

اولین قدم در تخمین مدل به روش داده های تابلویی، استفاده از آزمون لیمر، جهت تشخیص پانل بودن یا پول بودن داده ها است که به این آزمون، آزمون پولینگ نیز گفته می شود. اگر داده ها پانل بودند، تخمین را باید یک بار با اثرات ثابت و یک بار با اثرات تصادفی انجام دهیم که برای انجام این امر از آزمون هاسمن کمک می گیریم. اگر فرض H0 آزمون پولینگ رد شود باید از اثرات ثابت استفاده نمود و اگر فرض H0 رد نشود باید از اثرات تصادفی استفاده نمود که خود بهترین تخمین خواهد بود (سوری، ۱۳۹۲). در این صورت باید به دنبال بهترین تخمین زنده خطی (BLUE) باشیم که تمامی ویژگی های مطلوب یک تخمین را دارا باشد و فروض کلاسیک را تأیید نماید بنابراین جهت تخمین مدل، ابتدا با استفاده از آزمون لیمر، پانل بودن یا پول بودن داده ها مشخص می شود که نتایج آن در جدول ۱ آمده است:

شکل ۱: آزمون لیمر تأثیر اجزاء صنایع فرهنگی بر رکود تورمی

Test Summary	Coefficient	d.f.	Prob.
Cross-section F	6.251241	(29.425)	0.000
Cross-section Chi-square	414.0713	29	0.000

با توجه به شکل ۱، چون Prob کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد، فرض H0 مبنی بر پول بودن داده ها رد می شود. بنابراین با توجه به آزمون لیمر، داده ها پانل می باشد. حال باید آزمون هاسمن را انجام داد که نتایج آن در شکل ۲ آورده شده است.

شکل ۲: آزمون هاسمن تأثیر اجزاء صنایع فرهنگی بر رکود تورمی

Correlated Random Effects – Housman Test

Equation: Untitled

Test Cross-section random effects

Test Summary	Coefficient	Chi-Sq. d.f	Prob.
Cross-section random	47.243215	29	0.0000

با توجه به شکل ۲، چون Prob کوچکتر از ۰/۰۵ می باشد، آزمون هاسمن نشان می دهد که فرض H_0 مبنی بر استفاده از اثرات تصادفی در داده های پانل رد می شود. بنابراین باید رگرسیون داده های پانل با استفاده از اثرات ثابت صورت بگیرد که در شکل ۳، نتایج تخمین اثرات ثابت داده های پانل آورده شده است.

در شکل ۳، با توجه به R^2 تقریباً بالا و مناسب، آماره F مطلوب و البته نزدیک به ۲ بودن آماره $D-W$ ، رگرسیون بسیار مناسب تری نسبت به رگرسیون جدول ۴-۶، می باشد که نشان دهنده قابل قبول بودن رگرسیون مورد نظر می باشد. متغیرهای Occ Handicraft، Occ Cinema و عرض از مبدأ در سطح ۹۹ درصد در شکل ۳، معنی دار شده اند و متغیرهای Ex Handicraft و Pro Cinema در سطح ۹۵ درصد (Prob کوچکتر از ۰/۰۵) معنی دار هستند و متغیرهای Pro Handicraft، Ex Cinema و Ex Press در سطح ۹۰ درصد (Prob کوچکتر از ۰/۱) معنی دار هستند ولی متغیر Pro Press و Occ Press معنی دار نمی باشد (Prob بالاتر از ۰/۱). با توجه به جدول ۴-۹ و با توجه به آن، فرضیه فرعی تحقیق مبنی بر اینکه صنایع دستی، مطبوعات و سینما به طور کلی تأثیر منفی و معنی داری بر رکود تورمی دارد، تأیید می شود.

شکل ۳: تخمین تأثیر صنایع دستی، مطبوعات و سینما بر رکود تورمی

Dependent Variable: *Misery Index*

Method: Panel Least Squares

Date: 20/08/16 Time: 23:27

Sample: 1393

Periods included: 4

Cross-sections included: 31

Total panel (balanced) observations: 124

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
<i>Pro Handicraft</i>	-0.138	0.325411	-1.55129	0.0712
<i>Occ Handicraft</i>	-1.415	0.203856	0.340144	0.0003
<i>Ex Handicraft</i>	-2.123	0.668446	-1.33254	0.0421
<i>Pro Press</i>	0.998	0.770856	1.526841	0.7873
<i>Occ Press</i>	8.322	0.029102	-0.42015	0.1191
<i>Ex Press</i>	-0.671	0.311763	0.896521	0.0555
<i>Pro Cinema</i>	-0.244	0.710204	1.625411	0.0313
<i>Occ Cinema</i>	-1.151	1.265221	0.852607	0.0021
<i>Ex Cinema</i>	-0.483	-0.48945	-1.20307	0.0586
<i>C</i>	-59.33	3.526031	1.259043	0.0011

Effects Specification

Cross-section fixed

R-squared	0.730047	Mean dependent var	7.152663
Adjusted R-squared	0.781971	S.D. dependent var	8.526434
S.E. of regression	3.535261	Akaike info criterion	12.52632
Sum squared resid	11030.25	Schwarz criterion	16.47856
Log likelihood	-143.112	Hannan-Quinn criter.	17.75621
F-statistic	69.715264	Durbin-Watson stat	2.333142
Prob(F-statistic)	0.00000		

به عبارت دیگر، تخمین نهایی مدل عبارت است از:

$$\begin{aligned} \text{Misery Index} = & -59.3 - 0.13 \text{ Pro Handicrafts}_{it} - 1.4 \text{ Occ Handicrafts}_{it} - 2.1 \text{ Ex Handicrafts}_{it} + 0.99 \text{ Pro Press}_{it} + \\ & 8.3 \text{ Occ Press}_{it} - 0.67 \text{ Ex Press}_{it} - 0.24 \text{ Pro Cinema}_{it} - 1.151 \text{ Occ Cinema}_{it} - 0.48 \text{ Ex Cinema}_{it} + \epsilon_{it} \\ R^2 = & 0/73 \quad F = 69/71 \quad D-W = 2/33 \end{aligned}$$

نتایج مطالعه از برآورد علامت متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته نشان می دهد که تولیدات، اشتغال و میزان صادرات صنایع دستی، سینما و مطبوعات به عنوان منتخب صنایع فرهنگی که در کشور به عنوان بزرگترین صنایع فرهنگی مشغول به فعالیت هستند و مردم با این صنایع بیشترین شناخت را دارند، در حالت کلی باعث بهبود رکود تورمی می شود. همچنین نتایج مطالعه از برآورد ضرایب متغیرها نشان می دهد که اشتغال و صادرات صنایع دستی با ضرایب ۲/۱ و ۱/۴ بیشترین ضریب و تأثیر را بر بهبود رکود تورمی دارد که اهمیت صنایع دستی را می رساند. صنایع دستی به عنوان بزرگترین صنعت فرهنگی در کشور که با توجه به آداب و رسوم هر منطقه شکل می گیرد، افراد بومی را به خود مشغول می کند و باعث تولید و رونق اقتصادی می شود و همچنین صنایع دستی با کمترین هزینه قابلیت تولید در منازل مردم را دارا می باشد. بدین ترتیب هر چه افراد بیشتر در صنایع دستی کشور فعالیت نمایند، نه تنها باعث اشاعه آثار مثبت فرهنگی می شود بلکه باعث رشد و توسعه اقتصادی نیز می شود و می تواند باعث بهبود رکود تورمی شود. این ضریب تقریباً بزرگ و تأثیر گذاردند و هر دو نشان از اهمیت بسیار زیاد تولید و اشتغال صنایع دستی دارد.

از سویی دیگر، یکی از راه های متصور برای خروج از بحران رکود تورمی و جبران کمبود درآمدهای ارزی به بازارهای جهانی و نفوذ در آنها از طریق توسعه صادرات کشور است. طبیعی است که نه تنها بنا بر ضروریات فعلی اقتصاد، بلکه با در نظر گرفتن شرایط آینده آن می یابد مسئله توسعه صادرات غیر نفتی را به عنوان یک استراتژی بلندمدت در نظر آورد. یکی از مسائل و مشکلاتی که گریبان گیر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است، بیکاری و عدم تولیدات به اندازه جمعیت قادر به کار است، این در حالیست که، صنایع فرهنگی پتانسیل لازم برای اشتغالزایی و صادرات را نیز دارا می باشد.

نتیجه گیری

نتایج مطالعه از برآورد علامت متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته نشان می دهد که تولیدات، اشتغال و میزان صادرات محصولات فرهنگی باعث بهبود رکود تورمی می شود. هر چه افراد بیشتر در صنایع فرهنگی کشور فعالیت نمایند، نه تنها باعث رشد محصولات فرهنگی در یک کشور می شود بلکه آثار مثبت فرهنگی نیز می تواند در کشور داشته باشد و همچنین باعث رشد و توسعه اقتصادی کشور نیز شود و همانطور که از ضریب تأثیر میزان تولیدات محصولات فرهنگی بر بهبود رکود تورمی مشخص است، می تواند باعث بهبود رکود تورمی شود. این ضریب بسیار نزدیک به ضریب تأثیر میزان اشتغال صنایع فرهنگی است و هر دو نشان از اهمیت بسیار زیاد تولید و اشتغال صنایع فرهنگی دارد. یکی از آثار مثبت دیگر محصولات فرهنگی، میزان صادرات و کمک به وضعیت تراز پرداخت ها کشور است. صادرات محصولات فرهنگی می تواند باعث رونق اقتصادی و همچنین اشاعه فرهنگ یک کشور به کشور دیگر شود. صادرات محصولات فرهنگی آثار مثبت فراوانی همانند قابلیت ارز آوری به داخل کشور، افزایش سطح تقاضای کل محصولات فرهنگی به دلیل افزایش تقاضای کشورهای خارجی، افزایش تولیدات داخل کشور که سطح تولید و اشتغال را در جامعه افزایش دهد که تمام اینها می تواند به بهبود وضعیت رکود تورمی در کشور کمک نمایند.

نتایج مطالعه همسو با نتایج علایی (۱۳۹۰) می باشد که بیان می کنند بخش فرهنگ و خصوصاً صنایع فرهنگی موجب شده است تا سهم قابل توجه آن در تحقق رشد، رقابت، اشتغال بیشتر و بهتر و توسعه پایدار و نوآوری مشخص گردد. نتایج هر دو رگرسیون مطالعه نشان از ارتباط منفی میان اشتغال صنایع فرهنگی با رکود تورمی دارد و به عبارت دیگر، با توسعه صنایع فرهنگی که باعث افزایش اشتغال در جامعه می شود، می توان با پدیده رکود تورمی مبارزه کرد. همچنین نتایج این مطالعه همسو با مطالعه روبرتا پیرجیو وانی (۲۰۱۰) و یی فنگ هونگ (۲۰۰۹) نیز می باشد. روبرتا پیرجیو وانی و یی فنگ هونگ معتقد اند که افزایش تولیدات منطقه ای و باصطلاح تولیدات فرهنگی و سنتی هر منطقه باعث رشد اقتصادی جامعه خواهد شد که نتایج این مطالعه نیز مبنی بر وجود یک رابطه منفی میان تولیدات صنایع فرهنگی و رکود تورمی می باشد و به عبارت دیگر، با توسعه صنایع فرهنگی که باعث افزایش تولیدات در جامعه می شود، می توان با پدیده رکود تورمی مبارزه کرد.

در ایران بیشتر مطالعات، همانند مطالعه خانی قریه گپی (۱۳۹۲)، کلیان (۲۰۰۹)، تقوی و نجوانی (۱۳۸۲) و ساعدی (۱۳۸۲) دلیل رکود تورمی را وابستگی اقتصادی به نفت و صادرات آن می دانند و جهت برون رفت از این پدیده اقتصادی را اتکا به تولیدات داخلی و افزایش سطح اشتغال در مناطق مختلف می دانند، این ویژگی ها مختص محصولات فرهنگی است. اشتغال زایی بومی، ترویج فرهنگ و افزایش تولیداتی که نیاز چندانی به سرمایه گذاری های گزاف ندارد. از سویی دیگر، یکی از راه های متصور برای خروج از بحران رکود تورمی و جبران کمبود درآمدهای ارزی به بازارهای جهانی و نفوذ در آنها از طریق توسعه صادرات کشور است. طبیعی است که نه تنها بنا بر ضروریات فعلی اقتصاد، بلکه با در نظر گرفتن شرایط آینده آن می یابد مسئله توسعه صادرات غیر نفتی را به عنوان یک استراتژی بلندمدت در نظر آورد. نتایج این مطالعه نیز همسو با مطالعه منگ لانگ شیه و همکاران (۲۰۱۰) و مطالعه یاسویو (۲۰۱۰) که معتقدند سرمایه گذاری ها در بخش صنعت خلاق و فرهنگی نه تنها خود صنعت را تحت تأثیر قرار می دهد بلکه می تواند کارایی سایر بخش ها را تسریع کند. این مطالعه نیز با توجه به تأثیراتی که صنایع فرهنگی بر تولید، صادرات و اشتغال دارد، می تواند به عنوان یک صنعت پیشرو در توسعه در نظر گرفته شود. نتایج مطالعه همسو با مطالعه باستانی فر و میرزایی (۱۳۹۳) می باشد که به این نتیجه رسیدند که پایین بودن بهره وری نیروی کار و ناسازگاری زمانی سیاست پولی از عوامل رکود تورمی در ایران است و راه برون رفت از آن را بازنگری اساسی در روش ها و ساختارهای سیاست گذاری و سرمایه گذاری است، بنابراین صنایع فرهنگی با توجه به ویژگی هایی اصیل و سنتی که دارد، قابلیت رشد و توسعه در جامعه را قادر است بوجود بیاورد. صنایع فرهنگی با اتکا بر فرهنگ و سنت یک جامعه و با افزایش تولیدات و اشتغال و همچنین با توجه به قدرت صادراتی خود قادر است مهیج رشد و توسعه شود و به عبارت دیگر قادر است رکود تورمی که پدیده شومی در اقتصاد می باشد را از بین ببرد.

با توجه به مبانی نظری مطالعه، به نظر می رسد، الگو های توسعه بهتر است با توجه به شرایط طبیعی، اجتماعی و فرهنگی کشور انتخاب شوند و با توجه به فرهنگ هر منطقه پرورش یابند و در نظام برنامه ریزی منطقه ای، به برنامه ریزی بخشی و منطقه ای بیشتر توجه شود. برای بهبود شاخص های توسعه فرهنگی استان ها همراه با توسعه فرهنگی، می توان با تغییر دادن اولویت های تخصیص منابع فرهنگی و امکانات و زیر ساخت ها به نفع استان های با توسعه فرهنگی پایین تر به رشد و توسعه این مناطق با توجه به قابلیت هایی نظیر تولید،

اشتغال و صادرات دارند، کمک نمود. سرمایه گذاری در تولید و اشتغال صنایع فرهنگی، توسعه فرهنگی که لازمه توسعه اقتصادی است را پایه ریزی خواهد نمود.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به فرضیه اول مطالعه مبنی بر وجود یک رابطه منفی، خطی و معنی داری میان صنایع دستی و رکود تورمی پیشنهاد می شود می شود به جهت کاهش رکود تورمی، باید بر میزان اهمیت و سرمایه گذاری بخش دولتی بر روی صنایع دستی افزود. با توجه به ظرفیت تولید و اشتغالی که صنایع دستی در هر منطقه از کشور دارند که مبتنی بر آداب و رسوم هر منطقه می باشد، قابلیت افزایش رشد و توسعه مداوم و همه جانبه را در کشور دارد. صنایع دستی قابلیت اشتغال بومی بسیار بالایی دارد که می-تواند به طرح های آمایش سرزمین نیز کمک شایانی نماید و با اندک سرمایه گذاری در این بخش می توان شاهد آثار بزرگی در هر منطقه بود. بنابراین اهمیت بر صنایع دستی قابلیت های فراوانی بر رشد و توسعه فرهنگی و اقتصادی هر کشور دارد و می تواند بر معضلات اجتماعی و اقتصادی فائق آمده و رکود تورمی را مهار نماید. صنایع دستی قدرت انتقال و اشاعه فرهنگ را به تمام جهان داراست که موجب شناخت هر چه بیشتر خارجیان می گردد که باعث افزایش جذب توریسم در کشور خواهد شد. افزایش توریست می تواند به عنوان یک صنعت پیشرو، اقتصاد یک منطقه و یا کشور را در چندین صنعت تهییج نماید و باعث رشد و توسعه اقتصادی گردد و به این ترتیب، پدیده رکود تورمی در هر دوره کم و کمتر خواهد شد و موجبات اشتغال و صادرات در داخل خواهد گردید.

با توجه به فرضیه دوم مطالعه مبنی بر وجود یک رابطه منفی، خطی و معنی داری میان مطبوعات و رکود تورمی پیشنهاد می شود می شود به جهت کاهش رکود تورمی، بر میزان اثربخشی و قابلیت فرهنگی مطبوعات افزایش یابد. مطبوعات هر کشور می تواند با ترویج فرهنگ تولید و اشتغال و همچنین با نقد موثر به توسعه فرهنگی کشور کمک نماید و از سوی دیگر، مطبوعات با توجه به ظرفیت های اشتغال و تولیدی که دارند و معمولاً به صورت مداوم و پایدار وجود دارند بر کاهش شاخص فلاکت و به عبارت دیگر بر کاهش رکود تورمی در کشور کمک شایانی نمایند. همچنین فرهنگ مطالعه در این زمینه نیز می تواند بسیار توانمند باشد و صنعت مطبوعات را گسترش دهد. بدین جهت پیشنهاد دیگری که می توان ارائه نمود، افزایش برنامه های ترویج مطالعه در کشور می باشد که با گسترش مطبوعات توانایی رشد فرهنگی و در نهایت رشد اقتصادی را به همراه خواهد داشت.

با توجه به فرضیه سوم مطالعه مبنی بر وجود یک رابطه منفی، خطی و معنی داری میان سینما و رکود تورمی پیشنهاد می شود می شود به جهت کاهش رکود تورمی، میزان سرمایه گذاری در بخش سینما افزایش دهد. بخش سینما قابلیت فرهنگ سازی بالایی دارد و می تواند ظرفیت فراوانی در اشاعه فرهنگ تولید و اشتغال در جامعه داشته باشد. با توجه به صنعت سینما در جهان و میزان درآمد زایی و سطح اشتغال قابل توجهی که در جامعه دارد، می تواند بر متغیرهای اساسی اجتماعی و اقتصادی جامعه اثرگذار باشد. افزایش هر یک از متغیرهای مرتبط با صنعت سینما، باعث کاهش رکود تورمی و یا به عبارتی باعث کاهش شاخص فلاکت می شود. بنابراین، ارتقا کیفیت فیلم های سینمایی و افزایش ظرفیت های تولید فیلم در جامعه می تواند با تهییج صنعت سینما، تأثیرات بسزایی در رشد و توسعه اقتصادی و کاهش رکود تورمی در کشور گردد.

محدودیت های پژوهش

به طور کلی در هر تحقیق علمی، محقق با محدودیت ها و تنگناهایی روبرو است که می تواند حتی کل تحقیق و روش تحقیق را تحت الشعاع خود قرار دهد.

محدودیت اول: نتایج ناشی از این تحقیق مختص به زمان اجرای مطالعه در کشور ایران است و ممکن است از زمانی به زمان دیگر دچار تغییر شود.

محدودیت دوم: نتایج حاصل از این تحقیق را نمی توان به دیگر کشورهای مشابه تعمیم داد.

محدودیت سوم: نتایج حاصل از این تحقیق را نمی توان به دیگر صنایع مشابه تعمیم داد

منابع و مراجع

- [۱] ابراهیمی، قربانعلی، فرهادی، محمود و هادی رزاقی مله. (۱۳۹۳). «بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر مصرف سینما (مطالعه موردی جوانان دختر و پسر شهر ساری)». فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان، شماره شانزدهم. صص ۹-۲۶.
- [۲] اکبریان، رضا. (۱۳۸۶)، «بررسی نقش فرهنگ در اقتصاد»، مجله مهندسی فرهنگی، شماره ۱۶-۱۷.
- [۳] ایران نژاد پاریزی، مهدی. (۱۳۸۷). روش های تحقیق در علوم اجتماعی، تهران: نشر مدیران.
- [۴] برانسون، ویلیام (۱۳۹۱). تئوری و سیاست های اقتصاد کلان، ترجمه عباس شاکری، تهران: نشر نی.
- [۵] بوردیو، پیر. (۱۳۸۵). راهبرد های عملی توسعه فرهنگی، ترجمه محمد فاضلی، انتشارات تبیان، تهران.
- [۶] بهمنی اسکویی، محسن. (۱۳۸۲). «علل رکود تورمی در ایران». مجله پژوهش ها و سیاست های اقتصادی، شماره ۲۶.
- [۷] تراسی، دیوید. (۱۳۸۹). اقتصاد و فرهنگ، مترجم: فرهادی، کاظم، نشر نی، تهران.
- [۸] تقوی، مهدی. (۱۳۸۲). «تورم رکودی در اقتصاد ایران»، فصلنامه علمی پژوهش نامه اقتصادی، شماره ۹. صص ۲۳-۴۱.
- [۹] خاکی، غلامرضا. (۱۳۸۸). روش تحقیق با رویکردی به پایان نامه نویسی، تهران: انتشارات بازتاب.
- [۱۰] خانی قریه گپی، نوشین، سحابی، بهرام، عزیزی، فیروزه و مجید صباغ کرمانی. (۱۳۹۲). «شناسایی علل رکود تورمی در ایران: روش تصحیح خطای آستانه ای». فصلنامه مدل سازی اقتصادی، سال هفتم، شماره ۴، صص ۱۹-۳۵.
- [۱۱] خزائی، حسین. (۱۳۸۷). صنایع فرهنگی و هویت ملی، مجله زمانه، شماره ۶۷-۶۸.
- [۱۲] دیونگ، الکه. (۱۳۹۰). صنایع فرهنگی، مترجم: سهیل سمی و زهره حسین زادگان. نشر ققنوس، تهران.
- [۱۳] رحمتی، محمد حسین و سید علی مدنی زاده. (۱۳۹۳). «رکود تورمی و راه های خروج». گزارش پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران.
- [۱۴] رحمتی، محمدحسین، مدنی زاده، سید علی و فاطمه نجفی. (۱۳۹۲). «رکود تورمی در ایران: نظم های آماری و عوامل آن». مجله چالش های پولی و بانکی. پژوهشکده پولی و بانکی، صص ۱۲۱-۱۴۶.
- [۱۵] زیاری، کرامت الله. (۱۳۸۷). «درجه توسعه یافتگی فرهنگی استان های ایران»، ماهنامه علوم اجتماعی، شماره ۶۷، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- [۱۶] ساعدی، مهرداد، (۱۳۸۲)، ب «بررسی عوامل اقتصادی وقوع رکود تورمی در اقتصاد ایران»، مجله پژوهش ها و سیاست های اقتصادی، شماره ۲۷.
- [۱۷] سپهرنیا، رزیتا، دلاور، علی و محمدرضا صالحی امیری. (۱۳۹۱). «بررسی جایگاه صنایع فرهنگی خلاق و رابطه آن با ارتقا سرمایه فرهنگی در ایران». مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، دوره دوم، صص ۱۳۹-۱۶۱.
- [۱۸] شاه محمدی، عبدالرضا. (۱۳۹۰). «بررسی تأثیر مطبوعات در حفظ فرهنگ»، مجله مطالعات رسانه ای، سال ششم، شماره شانزدهم، صص ۱۰۱-۱۲۸.
- [۱۹] شیرین بخش، عبدالله و زهرا خونساری. (۱۳۸۴). کاربرد Eviews در اقتصادسنجی. انتشارات پژوهشکده امور اقتصادی.
- [۲۰] علائی، سوسن. (۱۳۹۰)، «صنایع فرهنگی و اشتغالزایی»، چهارمین همایش ملی صنایع فرهنگی و نقش آن در توسعه پایدار. تهران.
- [۲۱] قرونه، حسن. (۱۳۸۹). «بازتاب سرمایه فرهنگی در آینه سازمان»، مجله تدبیر، شماره ۲۱۷، صص ۸۰-۹۶.
- [۲۲] کاووسی، اسماعیل و رزیتا سپهرنیا. (۱۳۸۷). «طراحی و ارایه الگوی بومی اندازه گیری سرمایه فرهنگی در ایران»، مجله مطالعات میان فرهنگی، شماره ۶، صص ۴۸-۶۳.
- [۲۳] گجراتی و دامودار. ۱۳۸۵. مبانی اقتصادسنجی. ترجمه دکتر حمید ابریشمی، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ سوم.

- [۲۴] لہسایی زاده، عبدالعلی. (۱۳۸۹). جامعه شناسی توسعه. انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
- [۲۵] نقیب السادات، سیدرضا. (۱۳۸۸). «اقتصاد فرهنگ و صنایع فرهنگی»، مجله کتاب علوم اجتماعی، شماره ۱۶، صص ۲۵-۴۴.
- [۲۶] واعظی، منصور. (۱۳۸۸). «صنایع فرهنگی و فرهنگ عمومی»، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۲۳، صص ۹۸-۱۱۲.
- [27] Bukodi, E. (2007). Social stratification and cultural consumption in Hungary: *Book Readership, Poetics*, 112-131.
- [28] Chan, T. & John, H. (2007). Social stratification and cultural consumption: Music in England. *European Sociological Review*, 23, Number 1.
- [29] Hang, M. (2007) Media and Entrepreneurship: What do we know and where should we go? *Journal of media business studies*, pp 59-70.
- [30] Hang, M., & van Weezel, A. (2005). Media and entrepreneurship: a survey of the literature relating both concepts.
- [31] Hindle, K. & K. Klyver (2007). "Exploring the Relationship Between Media Coverage and articipation in Entrepreneurship: Initial Global Evidence and Research Implications", *International Entrepreneurship Journal*. No. 3.
- [32] Moeller, K. (2009). Intangible and financial performance: causes and effects. *Journal of Intellectual Capital* 10(2): 224-245.
- [33] Phillips, R., & Shockley, G. (2010). Linking Cultural Capital Conceptions to Asset- Based Community Development. *Mobilizing communities: asset building as a community development strategy*, 92.
- [34] R. ssel, J. (2011). Cultural Capital and the Variety of Modes of Cultural Consumption in the Opera Audience. *The Sociological Quarterly* 52(1): 83-103. doi:10.1111/j.1533-8525.2010.01192.x
- [35] Roberta, piergiovanni. Martin, & Enricosantarelli, A. (2011). "Creative Industries, New Business Formation and Regional Economic Growth.
- [36] Sasaki, M. (2010). Urban regeneration through cultural creativity and social inclusion: Rethinking creative city theory through a Japanese case study. *Cities*, 27, S3-S9.
- [37] Scherger, S., & Savage, M. (2010). Cultural transmission, educational attainment and social mobility. *The Sociological Review* 58(3), 406-428. doi:10.1111/j.1467-954X.2010.01927. x.