Journal of Intelligent Financial Management

ISSN: 3116-09

Future Study of Innovative Financing in Iran's Media Sector

Ahmadreza Karimiashani[1], Seyyed Abbas Borhani[2]*, Mohammad Hassan Maleki[3], Mojgan Safa[4]

[1] *PhD Student in Financial Management, Qo.C., Islamic Azad University, Qom, Iran*

[2*] *Assistant Professor, Department of Management, Qo.C., Islamic Azad University, Qom, Iran (Coresponding autour), Email: Sa.sborhani1352@iau.ac.ir*

[3] *Full Professor, Qo.C. University of Qom, Qom, Iran*

[4] *Full Professor, Qo.C. Islamic Azad University, Qom, Iran*

ARTICLE INFO

Article history:
Received:23/10/2025
Received in revised form:26/11/2025
Accepted:22/12/2025
Available online:22/12/2025

Keywords:

Futures Studies
Innovative Financing
Media Sector
Scenario Planning
Fuzzy Delphi
COCOSO

ABSTRACT

Objective: The present study aims to identify and analyze the key drivers influencing the future of innovative financing in Iran's media sector and to develop possible scenarios in this domain. Given the growing challenges facing traditional media financing models in the digital age and the urgent need for revenue diversification, this research seeks to outline a forward-looking perspective for the future of media financing in Iran through a futures studies approach.

Methodology: This research is applied in terms of purpose and employs a mixed-methods approach (combining quantitative and qualitative techniques). In the first step, 30 key drivers were identified through a systematic literature review of previous studies in the fields of media, media economics, financing, and innovation. These drivers were then screened and refined using the fuzzy Delphi method with the participation of 10 experts in the media and financing sectors. Drivers with a defuzzification value above the threshold of 0.7 were selected for the final prioritization stage using the COCOSO method. Finally, based on the two ultimate key drivers and utilizing focus group interviews, four future scenarios were developed.

Findings: The results of the fuzzy Delphi indicated that among the 30 identified drivers, eight surpassed the acceptance threshold. Prioritization through the COCOSO method revealed that "development of digital technologies and fintech" and "regulatory performance in legislation" emerged as the most significant and influential drivers shaping the future of innovative financing in Iran's media sector. Based on the interplay of these two drivers, four scenarios were formulated: "Golden Peaks" (rapid technological development + acceptable regulatory performance), "Regulatory Corridor" (slow technological development + acceptable regulatory performance), "Lawless Market" (rapid technological development + poor regulatory performance), and "Traditional Swamp" (slow technological development + poor regulatory performance).

Conclusion: The findings indicate that the synergy between technological advancement and intelligent regulatory oversight charts the most favorable path for the future of media financing in Iran. The "Golden Peaks" scenario, as the most desirable outcome, suggests that only through dynamic interaction among regulatory bodies, technological development, and active participation of the private sector and civil society can financial sustainability and media independence be achieved. Conversely, the "Traditional Swamp" scenario warns that perpetuating the status quo and the lack of synergy between technology and legislation will drive the media sector toward stagnation, dependency, and declining quality. Based on the optimal scenario, practical recommendations are proposed, including revising financing regulations, developing electronic payment infrastructure, empowering media organizations to utilize fintech tools, promoting a culture of public financial participation, and diversifying media revenue streams. This research demonstrates that innovative financing in the media is a multidimensional phenomenon, and the transition from traditional to modern models requires systematic and coordinated efforts across policy-making, management, and cultural development levels.

Article Type: Research Paper

Journal of Intelligent Financial Management, 2025, Vol. 1, No.4, pp. 221- 241

Publish by:
Tolou-e Binish-e Ayandeh Scientific Institute

https://doi.org/10.25843/JIFM.2025.8563.268459

©Authors

Cite: Karimiashani, A., Borhani, S. A., Hassan maleki, M. & Safa, M. (2025). Future Study of Innovative Financing in Iran's Media Sector. Journal of Intelligent Financial Management, 1(4), 221-241.

نگرش‌های
مدیریت مالی هوشمند
Journal of Intelligent Financial Management
ISSN: 3116-0964

آینده‌پژوهی تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران

احمدرضا کریمی اشنی[1]، سید عباس برهانی[2و*]، محمد حسن ملکی[3]، مژگان صفا[4]

۱ – دانشجوی دکتری مدیریت مالی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

۲ و *– استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قم، قم، ایران (نویسنده مسئول)، ایمیل نویسنده مسئول: Sa.sborhani1352@iau.ac.ir

۳ – استاد تمام، واحد قم، دانشگاه قم، قم، ایران

۴ – دانشیار، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

اطلاعات مقاله

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۰۱

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

کلیدواژه‌ها:

آینده‌پژوهی
تأمین مالی نوآورانه
بخش رسانه
سناریونگاری
دلفی فازی
کوکوسو

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران و تدوین سناریوهای ممکن در این حوزه انجام شده است. با توجه به چالش‌های فزاینده مدل‌های سنتی تأمین مالی رسانه در عصر دیجیتال و ضرورت تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، این پژوهش به دنبال ترسیم چشم‌اندازی برای آینده تأمین مالی رسانه‌های ایران با رویکردی آینده‌پژوهانه است.

روش‌شناسی: این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش‌شناسی، آمیخته (ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی) است. در گام نخست، ۳۰ پیشران کلیدی از طریق مرور ادبیات و مطالعات پیشین در حوزه‌های رسانه، اقتصاد رسانه، تأمین مالی و نوآوری شناسایی شدند. سپس این پیشران‌ها با استفاده از روش دلفی فازی و با مشارکت ۱۰ نفر از خبرگان حوزه رسانه و تأمین مالی، غربال و پالایش شدند. پیشران‌هایی که عدد دی‌فازی آنها بالاتر از آستانه ۰/۷ بود، برای مرحله اولویت‌بندی نهایی با روش کوکوسو انتخاب شدند. در نهایت، بر اساس دو پیشران کلیدی نهایی و با بهره‌گیری از مصاحبه با گروه‌های کانونی، چهار سناریوی آینده تدوین گردید.

یافته‌ها: نتایج دلفی فازی نشان داد که از میان ۳۰ پیشران شناسایی‌شده، هشت پیشران از آستانه پذیرش عبور کردند. اولویت‌بندی با روش کوکوسو نشان داد که «توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک» و «عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری» به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران شناخته شدند. بر اساس تقابل این دو پیشران، چهار سناریوی «قله‌های زرین» (توسعه پرشتاب فناوری + عملکرد قابل قبول رگولاتور)، «کریدور تنظیم‌گرا» (توسعه کم‌شتاب فناوری + عملکرد قابل قبول رگولاتور)، «بازار بی‌قانون» (توسعه پرشتاب فناوری + عملکرد ضعیف رگولاتور) و «مرداب سنتی» (توسعه کم‌شتاب فناوری + عملکرد ضعیف رگولاتور) تدوین شد.

نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان توسعه فناورانه و نظارت هوشمندانه، مطلوب‌ترین مسیر را برای آینده تأمین مالی رسانه‌های ایران ترسیم می‌کند. سناریوی «قله‌های زرین» به عنوان مطلوب‌ترین سناریو، حاکی از آن است که تنها در سایه تعامل پویا میان نهادهای نظارتی، توسعه فناوری و مشارکت فعال بخش خصوصی و جامعه، می‌توان به پایداری مالی و استقلال رسانه‌ها دست یافت. در مقابل، سناریوی «مرداب سنتی» هشدار می‌دهد که تداوم وضع موجود و نبود هم‌افزایی میان فناوری و قانون‌گذاری، بخش رسانه را به ورطه رکود، وابستگی و کاهش کیفیت خواهد کشاند. بر اساس سناریوی مطلوب، پیشنهادهایی از جمله بازنگری در قوانین تأمین مالی، توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک، توانمندسازی رسانه‌ها در استفاده از ابزارهای فین‌تک، فرهنگ‌سازی برای مشارکت مالی عمومی و تنوع‌بخشی به منابع درآمدی رسانه‌ها ارائه شده است. این پژوهش نشان می‌دهد که تأمین مالی نوآورانه در رسانه، پدیده‌ای چندوجهی است و گذار از مدل‌های سنتی به مدل‌های نوین، نیازمند عزمی نظام‌مند و هماهنگ در سطوح مختلف سیاست‌گذاری، مدیریت و فرهنگ‌سازی است.

نشریه مدیریت مالی هوشمند، ۱۴۰۴، دوره ۱، شماره ۴، صفحه ۲۲۱-۲۴۱.

ناشر: موسسه علمی طلوع بینش آینده

https://doi.org/ 10.25843/JIFM.2025.8563.268459

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان

استناد: کریمی اشنی، احمدرضا و برهانی، سید عباس و حسن ملکی، محمد و صفا، مژگان. (۱۴۰۴). آینده‌پژوهی تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران. *مدیریت مالی هوشمند*،۱(۴)، ۲۲۱– ۲۴۱.

مقدمه

بخش رسانه در ایران، به عنوان یکی از مهم‌ترین نهادهای تأثیرگذار بر افکار عمومی، فرهنگ و توسعه اجتماعی، با چالش عمیق و فزاینده‌ای در حوزه تأمین مالی مواجه است. مدل‌های سنتی درآمدزایی در رسانه‌ها که عمدتاً بر سه منبع تبلیغات، فروش محتوا و در مواردی حمایت‌های دولتی استوار بودند، در دو دهه اخیر به دلیل تحولات ساختاری ناشی از عصر دیجیتال به شدت تضعیف شده‌اند. پژوهش‌های گباشا[1] و همکاران (۲۰۲۴) نشان می‌دهد که سازمان‌های رسانه‌ای سنتی با کاهش چشمگیر درآمدهای تبلیغاتی و تغییر الگوی مصرف مخاطبان مواجه شده‌اند. سمووا[2] (۲۰۱۰) نیز در مطالعه‌ای درباره رسانه‌های عمومی اسپانیا، به این نتیجه رسیده است که فراوانی محتوای رایگان در فضای مجازی، تمایل مخاطبان به پرداخت هزینه برای دریافت محتوای خبری را به شدت کاهش داده است. وانگ[3] و همکاران (۲۰۲۲) نیز نشان داده‌اند که توجه رسانه‌ها می‌تواند بر نوآوری و تغییر الگوهای مالی تأثیرگذار باشد، اما این تأثیر در بسترهای اقتصادی متفاوت، نتایج گوناگونی به همراه دارد.

تأمین مالی نوآورانه به مجموعه‌ای از روش‌ها، ابزارها و مدل‌های غیرسنتی اطلاق می‌شود که برای جذب منابع مالی از کانال‌های جدید و با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و مشارکت‌های متنوع، طراحی و اجرا می‌شوند. در حوزه رسانه، این مفهوم شامل مدل‌هایی چون تأمین مالی جمعی (کِجْزِیرسکا–شچپانیاک[4]، ۲۰۲۱)، مدل‌های تعاونی، حمایت‌های خیرخواهانه، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، مشارکت‌های استراتژیک، مدل‌های اشتراک و عضویت، و همچنین ابزارهای مالی نوینی همچون اوراق بهادارسازی و مشارکت عمومی–خصوصی (بروگی و شوواگ، ۲۰۲۳) می‌شود. کلمنت[5] و همکاران (۲۰۱۸) نیز تأکید کرده‌اند که تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، کلید اصلی پایداری مالی رسانه‌ها محسوب می‌شود. در پژوهش‌های داخلی نیز مفاهیمی نظیر شیوه‌های نوین تأمین مالی (صلواتیان و همکاران، ۱۳۹۵) و تأمین مالی جمعی در رسانه‌های اجتماعی (علوی و همکاران، ۱۴۰۴) مورد بررسی قرار گرفته‌اند که همگی بر لزوم گذار از مدل‌های سنتی تأکید دارند.

اهمیت پرداختن به تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران، ریشه در چند عامل اساسی دارد: نخست، وابستگی شدید بخش قابل توجهی از رسانه‌های کشور به منابع دولتی و بودجه‌های عمومی است که صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵) آن را مهم‌ترین آسیب‌پذیری ساختار مالی رسانه‌ی ملی معرفی کرده‌اند. دوم، نبود تنوع در منابع درآمدی، کیفیت و استقلال محتوایی تولیدات رسانه‌ای را با مخاطره جدی مواجه می‌سازد (مجیدی قهرودی و برجعلی‌زاده، ۱۳۹۷). سوم، ساختار اقتصادی خاص ایران، نوسانات ارزی و تحریم‌های بین‌المللی، دسترسی به منابع مالی بین‌المللی را محدود کرده و ضرورت یافتن راه‌کارهای بومی و خلاقانه را دوچندان می‌سازد. علاوه بر این، تجربیات بین‌المللی نشان می‌دهد که پایداری مالی رسانه‌ها، پیش‌شرط اساسی ایفای کارکردهای دموکراتیک آن‌ها از جمله نظارت بر قدرت، تولید محتوای کیفی و تأمین اطلاعات مورد نیاز شهروندان است (کلمنت و همکاران، ۲۰۱۸؛ بروگی و شوواگ[6]، ۲۰۲۳). از این رو، شناسایی و بومی‌سازی مدل‌های نوین تأمین مالی، نه یک انتخاب، بلکه یک ضرورت راهبردی برای بقا و استقلال رسانه‌های ایران محسوب می‌شود.

با وجود پژوهش‌های متعدد در زمینه تأمین مالی در حوزه‌های مختلف نظیر ورزش (رضایی صوفی و شعبانی، ۱۳۹۳؛ فلاح و آقاخانی، ۱۳۹۵؛ مخلصی حوض سرخی و همکاران، ۱۴۰۰)، گردشگری (تبریزی یگانه و همکاران، ۱۴۰۳)، آموزش (آولار[7] و همکاران، ۲۰۲۰) و سلامت (آتون[8] و همکاران، ۲۰۱۷)، و همچنین پژوهش‌های بین‌المللی که به رابطه بین پوشش رسانه‌ای و نوآوری مالی (گائو[9] و همکاران، ۲۰۲۵)، ادراک عمومی از تأمین مالی نوآورانه (مصطفوی و همکاران، ۲۰۱۲) و اوراق بهادارسازی مشارکت عمومی–خصوصی (ژانگ چن و سان[10]، ۲۰۱۸) پرداخته‌اند، شکاف دانشی قابل توجهی در حوزه آینده‌پژوهی تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران وجود دارد. نوآوری پژوهش حاضر در چند محور قابل شناسایی است: نخست، رویکرد آینده‌پژوهانه آن است که به جای توصیف وضعیت موجود، به ترسیم چشم‌اندازهای ممکن و مطلوب می‌پردازد. دوم، تمرکز ویژه آن بر بخش رسانه به عنوان یک نهاد فرهنگی–اجتماعی متمایز است، در حالی که بیشتر پژوهش‌های پیشین به حوزه‌های غیررسانه‌ای پرداخته‌اند. سوم، تلفیق تجارب بین‌المللی با شرایط بومی ایران، امکان

---

[1] Gbasha
[2] Semova
[3] Wang
[4] Kędzierska-Szczepaniak
[5] Clement
[6] Brogi & Sjøvaag
[7] Avelar
[8] Atun
[9] Gao
[10] Zhang Chen & Sun

ارائه الگویی متناسب و عملیاتی را فراهم می‌آورد. چهارم، استفاده از روش‌شناسی آینده‌پژوهی، این امکان را می‌دهد که نه تنها مدل‌های موجود، بلکه ظرفیت‌ها، موانع و سناریوهای پیش روی استقرار این مدل‌ها در رسانه‌های ایران شناسایی شوند.
با توجه به مطالب فوق، پرسش‌های کلیدی که پژوهش حاضر در پی پاسخ‌گویی به آنهاست عبارت‌اند از:
پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران کدامند؟ سناریوهای آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران کدامند؟

پیشینه پژوهش

تأمین مالی نوآورانه به مجموعه‌ای از روش‌ها، ابزارها و سازوکارهای مالی اطلاق می‌شود که فراتر از مدل‌های سنتی بانکی و بودجه‌ریزی دولتی، به دنبال جذب منابع مالی از کانال‌های جدید، متنوع و خلاقانه هستند. این مفهوم در پاسخ به نارسایی‌های نظام‌های مالی سنتی در تأمین نیازهای مالی پروژه‌ها و سازمان‌های نوآور شکل گرفته است. رومرو آلوارز[1] و همکاران (۲۰۲۶) در مرور سیستماتیک خود، کانال‌های تأمین مالی نوآوری را در پنج دسته اصلی طبقه‌بندی کرده‌اند: تأمین مالی مبتنی بر بدهی، تأمین مالی مبتنی بر سهام (سرمایه‌گذاری خطرپذیر و فرشته‌های کسب‌وکار)، تأمین مالی مبتنی بر کمک‌های بلاعوض، تأمین مالی مبتنی بر مشارکت عمومی–خصوصی، و تأمین مالی جمعی. به اعتقاد این پژوهشگران، تنوع‌بخشی به منابع مالی و بهره‌گیری از ابزارهای غیرسنتی، نقشی حیاتی در بقا و رشد سازمان‌های نوآور ایفا می‌کند و تأمین مالی نوآورانه نه یک راهکار جایگزین، بلکه یک الزام راهبردی برای سازمان‌ها در شرایط عدم‌اطمینان اقتصادی محسوب می‌شود.
فناوری‌های دیجیتال نقش فزاینده‌ای در تحول تأمین مالی نوآورانه ایفا کرده‌اند. وانگ و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی درباره تأثیر فناوری دیجیتال بر حل معضل تأمین مالی شرکت‌های نوآور، نشان داده‌اند که فناوری‌های دیجیتال از طریق کاهش عدم‌تقارن اطلاعاتی، افزایش شفافیت، تسهیل دسترسی به سرمایه‌گذاران و کاهش هزینه‌های مبادله، می‌توانند به طور چشمگیری موانع تأمین مالی را کاهش دهند. همچنین پژوهش‌های کوایلینسکی۲ و همکاران (۲۰۲۵) و وانگ و ژانگ (۲۰۲۵) نشان داده‌اند که تأمین مالی نوآورانه پیوندی تنگاتنگ با توسعه پایدار و نوآوری سبز دارد و بهبود محیط نهادی و کاهش محدودیت‌های مالی، تأثیر مثبتی بر نوآوری دارد. با این حال، رومرو آلوارز و همکاران (۲۰۲۶) به چالش‌هایی چون عدم‌اطمینان بالا، هزینه‌های مبادله، عدم‌تقارن اطلاعاتی و ضعف در چارچوب‌های نظارتی به عنوان موانع پیش روی تأمین مالی نوآورانه اشاره کرده‌اند.
صنعت رسانه به دلیل ماهیت دوگانه خود (هم کالای فرهنگی و هم کالای اقتصادی)، ویژگی‌های منحصربه‌فردی در حوزه تأمین مالی دارد. رسانه‌ها به عنوان نهادهای تولیدکننده محتوای عمومی، کارکرد نظارتی و دموکراتیک دارند که بر ضرورت استقلال مالی آنها می‌افزاید. از سوی دیگر، تغییرات سریع فناورانه و فراوانی محتوای رایگان در فضای مجازی، مدل‌های سنتی تأمین مالی رسانه (تبلیغات، اشتراک و حمایت دولتی) را به شدت تضعیف کرده است. رومرو آلوارز و همکاران (۲۰۲۶) با تأکید بر تنوع‌بخشی به کانال‌های تأمین مالی، این اصل را برای رسانه‌ها نیز قابل تعمیم می‌دانند و معتقدند اتکا به یک منبع درآمدی واحد، سازمان‌های رسانه‌ای را در برابر شوک‌های اقتصادی آسیب‌پذیر می‌سازد.
در پاسخ به این چالش‌ها، مدل‌های نوآورانه‌ای چون تأمین مالی جمعی، مدل‌های اشتراک و عضویت، حمایت‌های خیرخواهانه و وقفی، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، مشارکت عمومی–خصوصی و ابزارهای مالی نوین در بخش رسانه مورد توجه قرار گرفته‌اند. فناوری‌های دیجیتال نیز با فراهم کردن پلتفرم‌های آنلاین، سیستم‌های پرداخت و ابزارهای تحلیل داده، پیاده‌سازی این مدل‌ها را تسهیل کرده‌اند (وانگ و همکاران، ۲۰۲۵). با این حال، پیاده‌سازی این مدل‌ها با چالش‌هایی همچون مقاومت سازمانی، محدودیت‌های قانونی و نظارتی، و ضعف زیرساخت‌های دیجیتال مواجه است. تجربیات کشورهای مختلف نشان می‌دهد که مدل‌های نوین تأمین مالی رسانه نیازمند بومی‌سازی مبتنی بر شرایط محلی هستند (راشماد۳، ۲۰۲۵؛ هرمالا۴ و همکاران، ۲۰۲۵) و طراحی الگویی متناسب با شرایط اقتصادی، فرهنگی و نهادی ایران، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای پایداری مالی رسانه‌های کشور محسوب می‌شود. در ادامه برخی تحقیقات انجام شده در این زمینه آورده شده است.
رومرو آلوارز و همکاران (۲۰۲۶) در مرور سیستماتیک خود، به بررسی جامع کانال‌های تأمین مالی نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، ارائه درکی جامع از کانال‌های تأمین مالی، بررسی ویژگی‌ها و روابط میان آنها و شناسایی کانال‌هایی

---

[1] Romero Alvarez
[۲] Kwilinski
[3] Rachmad
[4] Hermala

بود که به طور مؤثر نوآوری را پیش می‌برند. روش پژوهش شامل مرور سیستماتیک ادبیات بر اساس دستورالعمل PRISMA با تحلیل مطالعات منتشرشده تا اوت ۲۰۲۴ بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که در حالی که کانال‌های سنتی مانند اعتبارات بانکی حیاتی هستند، اثربخشی آنها تحت تأثیر عواملی چون ظرفیت فناورانه و رقابت بازار قرار می‌گیرد. همچنین کانال‌های نوظهوری همچون تأمین مالی جمعی و اوراق قرضه فناوری پتانسیل بالایی دارند. نتایج این پژوهش بر ضرورت مدیریت استراتژیک ترکیبی از کانال‌های تأمین مالی بر اساس ویژگی‌های خاص هر سازمان تأکید دارد.

اگلیستون[1] (۲۰۲۶) در پژوهشی با عنوان «تأمین مالی نوآوری در صنعت بازی‌های ویدئویی استرالیا»، به تحلیل سطح میانی تأمین مالی شرکت‌های بازی‌سازی استرالیا توسط ذی‌نفعان شرکتی و بخش مالی پرداخته است. هدف این پژوهش، بررسی چگونگی تأثیر جریان‌های سرمایه‌گذاری و کنشگران مالی بر ترکیب صنعتی صنعت بازی‌های ویدئویی استرالیا بود. روش پژوهش شامل تحلیل محتوای داده‌های سرمایه‌گذاری یک‌دهه‌ای (۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵) با استفاده از پایگاه داده کرانچ‌بیس بود. یافته‌ها نشان داد که سرمایه‌گذاری در صنعت بازی‌های ویدئویی استرالیا عمدتاً در مراکز شهری ساحل شرقی متمرکز است و عمدتاً توسط شرکت‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر آمریکای شمالی و آسیا هدایت می‌شود. در مقابل تأمین مالی عمومی از آژانس‌های دولتی که حداقل به طور اسمی بر ارزش فرهنگی تأکید دارند، سرمایه‌گذاری شرکتی و بخش مالی، پروژه‌های با رشد بالا و ریسک بالا را هدف قرار می‌دهد، به ویژه آنهایی که با فناوری‌های نوظهور همسو هستند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جریان‌های سرمایه‌گذاری و کنشگران مالی در صنعت بازی‌های ویدئویی استرالیا، ترکیب صنعتی آن را به طور مادی شکل می‌دهند.

لی و بان[2] (۲۰۲۶) در پژوهشی به بررسی نقش صندوق‌های هدایت‌گر دولتی در تأمین مالی نوآوری فناورانه در چین پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، تحلیل نحوه استفاده دولت چین از صندوق‌های هدایت‌گر دولتی به عنوان ابزاری برای هدایت سرمایه به سمت بخش‌های فناورانه و نوآورانه بود. روش پژوهش شامل تحلیل کیفی داده‌های مربوط به صندوق‌های هدایت‌گر دولتی و بررسی سیاست‌های مرتبط با تأمین مالی نوآوری در چین بود. یافته‌ها نشان داد که دولت چین از طریق این صندوق‌ها، نقش فعالی در هدایت سرمایه به سمت صنایع راهبردی و فناورانه ایفا می‌کند و این رویکرد، نمونه‌ای از «هنر مالی نئوتوسعه‌گرایانه» محسوب می‌شود. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که صندوق‌های هدایت‌گر دولتی در چین، ابزاری کارآمد برای غلبه بر شکست‌های بازار و هدایت منابع مالی به سمت نوآوری‌های فناورانه با ریسک بالا هستند و این رویکرد می‌تواند الگویی برای سایر کشورهای در حال توسعه باشد.

وانگ و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی، به بررسی مکانیسم‌ها و اثرات پذیرش فناوری دیجیتال در کاهش محدودیت‌های تأمین مالی شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، آزمون تجربی این موضوع بود که آیا کاربرد فناوری دیجیتال می‌تواند به طور مؤثر محدودیت‌های تأمین مالی را کاهش دهد یا خیر. روش پژوهش شامل آزمون تجربی با استفاده از داده‌های شرکت‌های منطقه ژونگ‌گوان‌چوان چین در بازه زمانی ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ بود. یافته‌ها نشان داد که کاربرد فناوری دیجیتال می‌تواند به طور مؤثر محدودیت‌های تأمین مالی را کاهش دهد و این تأثیر بسته به نوع فناوری دیجیتال و سطح پذیرش آن متفاوت است. نتایج پژوهش نشان داد که افزایش قابلیت نوآوری و ادغام در شبکه‌های نوآوری، مسیرهای کلیدی کاهش محدودیت‌های تأمین مالی هستند.

وانگ و ژانگ (۲۰۲۵) در پژوهشی، به ارزیابی تأثیر دادگاه‌های زیست‌محیطی بر نوآوری سبز شرکت‌ها پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی این موضوع بود که آیا اصلاحات قضایی زیست‌محیطی از طریق کاهش محدودیت‌های تأمین مالی، می‌تواند نوآوری سبز را ارتقا دهد یا خیر. روش پژوهش شامل تحلیل داده‌های پانلی شرکت‌های بورسی چین از سال ۲۰۰۳ تا ۲۰۲۲ بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که ایجاد دادگاه‌های زیست‌محیطی می‌تواند نوآوری سبز شرکتی را ترویج کند و این اثر عمدتاً از طریق کاهش محدودیت‌های تأمین مالی محقق می‌شود. نتایج این پژوهش، دارای اهمیت عملی برای ترویج هم‌افزایی بین دادگاه‌های زیست‌محیطی و توسعه اقتصادی پایدار است.

هرمالا و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی، به بررسی ارتباط بین مالی سبز و مالی اسلامی در حوزه انتقال انرژی در اندونزی پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی این موضوع بود که آیا مالی اسلامی با اصول و ابزارهای منحصربه‌فرد خود، می‌تواند نقشی مهم در تأمین مالی انتقال انرژی ایفا کند. روش پژوهش شامل مطالعه کتاب‌سنجی با استفاده از نرم‌افزار وس‌ویور و مرور ادبیات با استفاده از مفهوم PRISMA بر روی ۴۲ مقاله ژورنالی از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ بود. یافته‌ها نشان داد که پژوهش‌های موجود، مالی اسلامی را به عنوان جایگزینی مناسب

---

[1] Egliston
[2] Li & Ban

برای اجرای مفاهیم پایداری در حوزه مالی معرفی می‌کنند. نتایج پژوهش بر ظرفیت ابزارهای مالی بومی در ایجاد تطابق فرهنگی و مذهبی و افزایش مشارکت عمومی در تأمین مالی پروژه‌های پایدار تأکید دارد.

کوایلینسکی و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی، به بررسی تأثیر توسعه نوآوری بر پیشبرد مالی سبز در بخش بانکی اروپا پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی این موضوع بود که آیا توسعه نوآوری می‌تواند مالی سبز را در کشورهای اروپایی پیشبرد دهد یا خیر. روش پژوهش شامل ارزیابی تأثیر توسعه نوآوری بر مالی سبز در ۲۳ کشور اروپایی از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲ با استفاده از رگرسیون چندکی و تحلیل داده‌های پانلی بود. یافته‌ها نشان داد که توسعه نوآوری تأثیر مثبتی بر مالی سبز در هر دو کشورهای با مالی سبز بالا و پایین دارد و این تأثیر در کشورهایی با سطوح بالاتر مالی سبز بیشتر است. نتایج پژوهش بر اهمیت نوآوری در توسعه ابزارهای مالی پایدار تأکید دارد.

کلمنت و همکاران (۲۰۱۸) در گزارش پژوهشی، به شناسایی، ارزیابی و بحث درباره مدل‌های تأمین مالی روزنامه‌نگاری تحقیقی در اتحادیه اروپا پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، ارزیابی هشت مدل نماینده تأمین مالی بود که از ناشران کلاسیک تا مدل‌های نوآورانه و رسانه‌های با حمایت عمومی را شامل می‌شد. روش پژوهش شامل توسعه مجموعه‌ای از معیارها در شش حوزه تأثیرگذاری شامل استقلال، کیفیت، ساختار بازار، فرآیندها، پایداری و رقابت‌پذیری بود. یافته‌ها نشان داد که تنها ترکیبی از مدل‌ها به بازار امکان می‌دهد تا از دارایی اصلی هر مدل به بهترین نحو بهره‌مند شود. نتایج پژوهش بر اهمیت تنوع‌بخشی به مدل‌های تأمین مالی و حمایت از استقلال رسانه‌ها از طریق توزیع قدرت در میان بازیگران متعدد بازار تأکید دارد.

صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی، به شناسایی و اولویت‌بندی شیوه‌های نوین تأمین مالی برای سازمان صداوسیما پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی شیوه‌های تأمین مالی مبتنی بر سه حوزه فروش، هزینه و تولید در سازمان صداوسیما بود. روش پژوهش شامل روش دلفی و تحلیل سلسله‌مراتبی بود که در آن ۲۰ نفر از خبرگان حوزه مالی و رسانه مشارکت داشتند. یافته‌ها نشان داد که در حوزه فروش، تنوع‌بخشی به درآمدهای فروش؛ در حوزه هزینه، مدیریت هزینه‌ها با رویکرد کاهش هزینه‌های تولید؛ و در حوزه تولید، بهره‌گیری از روش‌های نوین تأمین مالی نظیر مشارکت با بخش خصوصی، کلیدی‌ترین راهکارها هستند. نتایج پژوهش بر لزوم گذار از وابستگی شدید به منابع دولتی تأکید دارد.

علوی و همکاران (۱۴۰۴) در پژوهشی، به مرور سیستماتیک پژوهش‌های حوزه تأمین مالی جمعی در رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، مرور سیستماتیک ادبیات موجود درباره عوامل حیاتی موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی بود. روش پژوهش شامل مرور سیستماتیک ۶۷ مقاله مرتبط با حوزه تأمین مالی جمعی بر اساس پروتکل PRISMA بود. یافته‌ها نشان داد که موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی تحت تأثیر عواملی چون کیفیت پروژه، اعتبار کارآفرین، شبکه‌های اجتماعی، تعامل با حامیان، شفافیت اطلاعاتی و ارزش‌های فرهنگی قرار دارد. نتایج پژوهش چارچوبی جامع برای موفقیت کارزارهای تأمین مالی جمعی ارائه داده و بر نقش رسانه‌های اجتماعی به عنوان بستری کلیدی برای جذب سرمایه‌گذاران خرد تأکید دارد.

تبریزی یگانه و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی، به شناسایی نقش رسانه‌ها در جذب سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، ارائه مدلی برای نقش رسانه‌ها در سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی بود. روش پژوهش شامل رویکرد کیفی و مصاحبه با ۱۴ نفر از خبرگان حوزه گردشگری ورزشی تا مرحله اشباع نظری بود و تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون انجام شد. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها با کارکردهای اطلاع‌رسانی، تبلیغات، آموزش و فرهنگ‌سازی، اقناع و ترغیب و نیز نظارت و شفاف‌سازی، می‌توانند نقش مؤثری در جذب سرمایه‌گذاری ایفا کنند. نتایج پژوهش مدلی ارائه داده که بر اساس آن، رسانه‌ها به عنوان پل ارتباطی میان سرمایه‌گذاران و پروژه‌ها عمل می‌کنند.

مخلصی حوض سرخی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی، به ارائه الگویی برای تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی با استفاده از روش تحلیل سلسله‌مراتبی پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، اولویت‌بندی و ارائه الگویی برای تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی بود. روش پژوهش شامل استفاده از فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی و شناسایی شاخص‌های مؤثر بر تأمین مالی از طریق مرور ادبیات و مصاحبه با خبرگان بود. یافته‌ها نشان داد که مهم‌ترین شاخص‌های تأمین مالی عبارت‌اند از: منابع دولتی، منابع خصوصی، منابع حاصل از بازاریابی و منابع حاصل از سرمایه‌گذاری‌های مستقیم. نتایج پژوهش نشان داد که تنوع‌بخشی به منابع مالی و استفاده از روش‌های نوین، می‌تواند پایداری مالی سازمان‌ها را به طور چشمگیری افزایش دهد.

مجیدی قهرودی و برجعلی‌زاده (۱۳۹۷) در پژوهشی، به بررسی تأثیر منابع مالی بر کیفیت و کمیت تولید اخبار تلویزیون پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی نقش منابع مالی در تولید اخبار تلویزیون با رویکرد تأمین مالی از طریق تبلیغات، حمایت دولتی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بود. روش پژوهش شامل روش توصیفی-تحلیلی با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان بود. یافته‌ها

نشان داد که منابع مالی تأثیر مستقیمی بر کیفیت و کمیت تولید اخبار دارند و نبود تنوع در منابع درآمدی، استقلال محتوایی را با مخاطره مواجه می‌سازد. نتایج پژوهش بر اهمیت تنوع‌بخشی به منابع مالی تأکید دارد.

فلاح و آقاخانی (۱۳۹۵) نیز در پژوهشی، به بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی هیات‌های ورزشی استان گلستان پرداختند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی هیات‌های ورزشی بود. روش پژوهش شامل روش توصیفی-پیمایشی و گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه از ۱۳۰ نفر از کارشناسان و مدیران بود. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌های جمعی تأثیر مثبتی بر جذب اسپانسر و تأمین منابع مالی دارند. هر دو پژوهش بر لزوم بهره‌گیری هوشمندانه از ظرفیت رسانه‌ها برای جذب منابع مالی تأکید دارند.

رضایی صوفی و شعبانی (۱۳۹۳) در پژوهشی، به بررسی نقش رسانه‌های جمعی در تأمین منابع مالی ورزش پرداخته‌اند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی بود. روش پژوهش شامل روش توصیفی-همبستگی و گردآوری داده‌ها از طریق پرسشنامه بود. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌های جمعی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر تأمین منابع مالی ورزش دارند.

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر با هدف اصلی شناسایی و تحلیل پیشران‌ها و سناریوهای آینده‌پژوهانه در حوزه تأمین مالی نوآورانه بخش رسانه ایران، انجام شده است. به منظور دستیابی به این هدف، از رویکرد ترکیبی (آمیخته) شامل روش‌های کمی و کیفی استفاده شده است. در بخش کمی، تکنیک دلفی فازی برای غربال‌گری و شناسایی پیشران‌های کلیدی و تکنیک کوکوسو برای اولویت‌بندی و ارزیابی این پیشران‌ها به کار گرفته شده است. در بخش کیفی نیز از مصاحبه با گروه‌های کانونی جهت توسعه سناریوها و تحلیل عمیق‌تر یافته‌ها استفاده شده است. این مطالعه از حیث روش‌شناسی، یک تحقیق آمیخته (ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی) محسوب می‌شود و از منظر هدف، کاربردی است؛ چراکه نتایج و دستاوردهای آن می‌تواند برای سیاست‌گذاران، مدیران رسانه‌ای و نهادهای مالی فعال در حوزه رسانه ایران، راهگشا و قابل بهره‌برداری باشد.

گردآوری داده‌ها در این پژوهش با بهره‌گیری از دو ابزار پرسشنامه و مصاحبه انجام شده است. پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران، ابتدا از طریق مرور ادبیات مرتبط با پیشران‌های این عرصه شناسایی گردید. در گام بعد، به منظور ارزیابی این پیشران‌ها، دو دسته پرسشنامه طراحی و در میان خبرگان توزیع شد؛ پرسشنامه نخست برای غربال‌گری با رویکرد فازی و پرسشنامه دوم برای اولویت‌بندی بر اساس روش کوکوسو تهیه شده بود. داده‌های حاصل از پرسشنامه غربال با استفاده از تکنیک دلفی فازی و داده‌های پرسشنامه اولویت‌سنجی با روش کوکوسو مورد تحلیل قرار گرفتند. با توجه به اینکه پیشران‌های استخراجی از طریق بررسی منابع معتبر داخلی و خارجی در حوزه‌های رسانه، تأمین مالی و آینده‌پژوهی، همچنین مصاحبه با صاحبنظران صنعت رسانه به دست آمده بودند، هر دو ابزار غربال و اولویت‌سنجی از روایی مطلوبی برخوردار شدند. همچنین پایایی پرسشنامه اولویت‌سنجی با توجه به انتخاب نمونه‌ای متشکل از ۱۰ نفر از خبرگان و اجرای فرآیند غربالگری، در سطح قابل قبولی ارزیابی گردید. شایان ذکر است که حجم نمونه ۱۰ نفری در پژوهش‌های مبتنی بر قضاوت خبرگی، حجمی متعارف و مناسب محسوب می‌شود.

جامعه آماری این پژوهش را مدیران و مشاوران فعال در عرصه رسانه و تأمین مالی، همچنین اساتید دانشگاهی صاحب‌نظر در حوزه‌های آینده‌پژوهی، اقتصاد رسانه و تأمین مالی نوآورانه تشکیل داده‌اند. انتخاب مشارکت‌کنندگان به روش قضاوتی انجام شده و ملاک گزینش، دارا بودن تخصص و تجربه عملی در حوزه رسانه، تأمین مالی و تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران بوده است.

فرایند اجرایی پژوهش در چهار گام متوالی طراحی و پیاده‌سازی شده است: در گام نخست، با مرور منابع علمی معتبر، پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران، شناسایی گردید. گام دوم به غربال‌گری این پیشران‌ها با بهره‌گیری از تکنیک دلفی فازی و توزیع پرسشنامه‌های تخصصی میان خبرگان اختصاص یافت. در گام سوم، پیشران‌های غربال‌شده با کاربرد روش کوکوسو، اولویت‌بندی و تأثیرگذارترین آنها مشخص شدند. نهایتاً، گام چهارم به توسعه سناریوهای آینده‌پژوهانه برای تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران، از طریق برگزاری جلسات مصاحبه با گروه‌های کانونی، اختصاص پیدا کرد.

در این پژوهش، از روش دلفی فازی برای غربال پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران استفاده شد. در الگوریتم دلفی فازی برای غربال، ابتدا باید یک طیف فازی مناسب برای فازی‌سازی عبارات زبانی خبرگان تعیین گردد. برای این منظور، می‌توان از طیف‌های فازی مرسوم استفاده کرد. در این تحقیق، از طیف لیکرت پنج درجه‌ای برای این منظور بهره گرفته شده است که در جدول شماره یک آورده شده است (محمدی، ملکی و خورشید، ۲۰۲۶).

جدول ۱. طیف پنج درجه فازی

متغیر کلامی	معادل فازی	اعداد فازی مثلثی
خیلی کم	$\tilde{۱}$	(۰, ۰, ۰/۲۵)
کم	$\tilde{۲}$	(۰, ۰/۲۵, ۰/۵)
متوسط	$\tilde{۳}$	(۰/۲۵, ۰/۵ , ۰/۷۵)
زیاد	$\tilde{۴}$	(۰/۵ , ۰/۷۵ , ۱)
خیلی زیاد	$\tilde{۵}$	(۰/۷۵ , ۱, ۱)

در گام بعدی پژوهش، پس از غربال‌گری پیشران‌های شناسایی‌شده، نوبت به اولویت‌بندی آنها می‌رسد. برای این منظور، از تکنیک کوکوسو بهره گرفته شده است. این روش با تلفیق اطلاعات حاصل از دو رویکرد بهترین–بدترین فازی و واسپاس فازی، امکان رتبه‌بندی دقیق‌تر عوامل را فراهم می‌سازد و به عنوان یکی از نوین‌ترین و کارآمدترین شیوه‌های اولویت‌بندی در پژوهش‌های آینده‌پژوهی محسوب می‌شود. مراحل روش کوکوسو به شرح زیر است (عربی، ملکی و انصاری، ۲۰۲۴):

- **گام اول:** در این گام، دیدگاه‌های خبرگان درباره میزان اهمیت هر یک از پیشران‌های پژوهش، در قالب یک مقیاس ده‌درجه‌ای گردآوری می‌گردد.
- **گام دوم:** در این گام، مقادیر ماتریس تصمیم‌گیری با بهره‌گیری از رویکرد فازی، نرمال‌سازی می‌شوند.
- **گام سوم:** در این گام بر اساس فرمول‌های زیر مقادیر جمع وزنی (S) و ضرب وزنی (P) برای هر گزینه بدست می‌آید. در دو رابطه زیر، Wj وزن شاخص‌ها است که به عنوان ورودی وارد روش کوکوسو شده است. مقادیر Si از روش SAW و مقادیر Pi از روش واسپاس اقتباس شده است.

$$S_i = \sum_{j=1}^{n} (w_j r_{ij}),$$

$$P_i = \sum_{j=1}^{n} (r_{ij})^{w_j},$$

- **گام چهارم:** در این قسمت امتیاز گزینه‌ها بر اساس سه راهبرد از سه رابطه زیر بدست می‌آید. رابطه نخست، میانگین حسابی امتیازات WSM و WPM را توصیف می‌کند، در حالی که فرمول دوم در قیاس با بهترین‌ها، نمرات نسبی WSM و WPM را بیان می‌کند. رابطه سوم مصالحه‌ای بین مدل‌های WSM و WPM است. در این رابطه λ توسط تصمیم‌گیرنده مشخص می‌شود، اما در حالت ۰/۵ انعطاف زیادی وجود دارد.

$$k_{ia} = \frac{P_i + S_i}{\sum_{i=1}^{m}(P_i + S_i)},$$

$$k_{ib} = \frac{S_i}{\min_i S_i} + \frac{P_i}{\min_i P_i},$$

$$k_{ic} = \frac{\lambda(S_i) + (1-\lambda)(P_i)}{\left(\lambda \max_i S_i + (1-\lambda)\max_i P_i\right)} \quad , \quad 0 \le \lambda \le 1 .$$

- **گام پنجم:** در این بخش بر اساس رابطه زیر امتیاز نهایی بدست می‌آید. در حقیقت این رابطه بیانگر مجموع میانگین هندسی و میانگین حسابی سه راهبرد مرحله قبلی می باشد. امتیاز (k) هر گزینه‌ای بالاتر باشد، حکایت از برتری آن گزینه دارد.

$$k_i = (k_{ia}k_{ib}k_{ic})^{\frac{1}{3}} + \frac{1}{3}(k_{ia} + k_{ib} + k_{ic}).$$

در گام نهایی پژوهش، سناریوهای آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران از طریق مصاحبه با گروه‌های کانونی توسعه یافتند. مصاحبه با گروه‌های کانونی یکی از روش‌های رایج در آینده‌پژوهی برای تدوین سناریوها است. این روش بر مبنای مصاحبه‌های مشارکتی و گفتگوی گروهی استوار است و هدف آن استفاده از دیدگاه‌های افراد به‌طور آزادانه و بدون فشار است، جایی که افراد در مورد یک

موضوع خاص به بحث و تبادل نظر می‌پردازند (عربی، ملکی و انصاری، ۱۴۰۳). یک گروه کانونی معمولاً شامل ۶ تا ۱۲ نفر می‌باشد. در این پژوهش، هفت خبره در این هم‌اندیشی مشارکت کردند. اعضای گروه در یک مکان جمع می‌شوند و به بررسی یک موضوع مشترک می‌پردازند. این جلسات توسط یک مدیر هدایت می‌شود که وظیفه دارد از انحرافات بحث جلوگیری کرده و فضایی را فراهم آورد که افراد بدون هیچ‌گونه فشاری بتوانند نظرات خود را آزادانه بیان کنند.

یافته‌های پژوهش

پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه، حاصل ترکیبی از مرور ادبیات و تحلیل یافته‌های پژوهش‌های پیشین در حوزه‌های تأمین مالی، اقتصاد رسانه و آینده‌پژوهی هستند. این پیشران‌ها با بهره‌گیری از مطالعات معتبر بین‌المللی که عمدتاً در بازه زمانی ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۶ منتشر شده‌اند، استخراج شده‌اند. منابع مورد استفاده شامل طیف گسترده‌ای از پژوهش‌ها در حوزه‌های تأمین مالی نوآورانه در صنایع خلاق، نقش فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک در تحول تأمین مالی، تأثیر عوامل کلان‌اقتصادی و نهادی، و نیز مطالعات خاص حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری می‌باشند. همچنین پژوهش‌هایی که به بررسی ابعاد پایداری، تغییرات اقلیمی و ابزارهای مالی اسلامی پرداخته‌اند، در شناسایی پیشران‌های مرتبط با الزامات نوین تأمین مالی مؤثر بوده‌اند.

در مجموع، ۳۰ پیشران کلیدی در پنج دسته اصلی طبقه‌بندی شده‌اند: پیشران‌های قانونی–نهادی (شامل عملکرد رگولاتور، حکمرانی شرکتی، محدودیت‌های قانونی، حمایت‌های دولتی و شفافیت اطلاعاتی)، پیشران‌های فناورانه (شامل فین‌تک، هوش مصنوعی، داده‌های کلان، صنعت ۴,۰ و زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک)، پیشران‌های اقتصادی–مالی (شامل شرایط اقتصادی کلان، تحریم‌ها، بحران‌های مالی جهانی، توسعه بازار سرمایه و ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران)، پیشران‌های فرهنگی–اجتماعی (شامل فرهنگ مشارکت مالی، تغییرات جمعیتی، سواد مالی و دیجیتال مخاطبان، و نقش رسانه‌های اجتماعی)، و پیشران‌های مرتبط با بازار و مخاطب (شامل رقابت با پلتفرم‌های بین‌المللی، تحول در الگوی مصرف، کیفیت محتوا، تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، و ریسک‌های سایبری). این دسته‌بندی، امکان تحلیل نظام‌مند پیشران‌ها و اولویت‌بندی آن‌ها را در مراحل بعدی پژوهش (دلفی فازی و کوکوسو) فراهم می‌سازد. جدول (۲)، جزئیات کامل پیشران‌های شناسایی‌شده را به همراه منابع و توضیحات مربوطه ارائه می‌دهد.

جدول ۲. پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه

پیشران‌های پژوهش	منابع پژوهش	توضیح
تنوع‌بخشی به منابع درآمدی	Clement et al. (2018); Brogi & Sjøvaag (2023)	کاهش اتکا به تبلیغات و روی آوردن به ترکیبی از مدل‌های اشتراک، تأمین مالی جمعی، حمایت خیرخواهانه و سرمایه‌گذاری، پایداری مالی رسانه‌ها را افزایش می‌دهد.
توسعه تأمین مالی جمعی	Kędzierska-Szczepaniak (2021); Sorenson et al. (2016)	تأمین مالی جمعی به عنوان یکی از کارآمدترین روش‌های تأمین مالی فعالیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای، دسترسی به سرمایه‌گذاران خرد را فراهم می‌کند.
شفافیت اطلاعاتی و کاهش عدم‌تقارن	Mostafavi et al. (2012); Zhang Chen & Sun (2018)	افزایش شفافیت در عملکرد مالی و محتوایی رسانه‌ها، اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کرده و هزینه‌های مبادله را کاهش می‌دهد.
توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک	Wang et al. (2025); Wang et al. (2022)	رشد پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، پرداخت‌های دیجیتال و ابزارهای مالی مبتنی بر بلاک‌چین، دسترسی به منابع مالی را دموکراتیک‌تر می‌کند.
همکاری با بخش خصوصی و مشارکت عمومی–خصوصی	Brogi & Sjøvaag (2023); Zhang Chen & Sun (2018)	مدل‌های مشارکتی، امکان ترکیب منابع دولتی و خصوصی را فراهم کرده و پایداری مالی را افزایش می‌دهد.
رقابت با پلتفرم‌های بین‌المللی	Clement et al. (2018); Brogi & Sjøvaag (2023)	ورود پلتفرم‌های خارجی به بازار رسانه، بر درآمدهای تبلیغاتی و اشتراک رسانه‌های داخلی تأثیر منفی می‌گذارد و نیاز به تأمین مالی جایگزین را افزایش می‌دهد.
تغییرات جمعیتی و نسل‌های جدید	Atun et al. (2017); Perez et al. (2026)	نسل جوان با فناوری‌های دیجیتال عجین‌تر است و تمایل بیشتری به مشارکت در مدل‌های نوین تأمین مالی و مصرف محتوای آنلاین دارد.
شرایط اقتصادی کلان	Mostafavi et al. (2012); Semova (2010)	نوسانات اقتصادی، تورم و رکود بر توانایی رسانه‌ها در جذب سرمایه و تمایل سرمایه‌گذاران به ورود به این حوزه تأثیر مستقیم دارد.
هوش مصنوعی و داده‌های کلان	Gao et al. (2025); Wang & Zhang (2025)	تحلیل داده‌های بزرگ، شناسایی الگوهای رفتاری سرمایه‌گذاران و ارزیابی ریسک پروژه‌های رسانه‌ای را دقیق‌تر و کارآمدتر می‌سازد.
ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران	Romero Alvarez et al. (2026); Sorenson et al. (2016)	پروژه‌های رسانه‌ای نوآورانه معمولاً با ریسک بالا همراه هستند؛ تمایل سرمایه‌گذاران به پذیرش ریسک، نقش کلیدی دارد.
تحول در الگوی مصرف رسانه‌ای	Semova (2010); Gbasha et al. (2024)	تغییر رفتار مخاطبان از مصرف محتوای سنتی به دیجیتال، مدل‌های درآمدی را دگرگون کرده و نیاز به تأمین مالی جایگزین را ایجاد کرده است.
حمایت‌های دولتی و یارانه‌ها	Avelar et al. (2020); Rachmad (2025)	سیاست‌های حمایتی دولت در قالب یارانه، معافیت‌های مالیاتی یا سرمایه‌گذاری مستقیم، نقش مؤثری در پایداری مالی رسانه‌ها دارد.

توسعه بیمه‌های نوین و مدیریت ریسک	Atun et al. (2017); Perez et al. (2026)	ابزارهای نوین بیمه‌ای می‌توانند ریسک پروژه‌های رسانه‌ای را پوشش داده و تمایل سرمایه‌گذاران را افزایش دهند.
حکمرانی شرکتی در رسانه‌ها	Clement et al. (2018); Brogi & Sjøvaag (2023)	ساختار حاکمیتی و شفافیت مالی در سازمان‌های رسانه‌ای، اعتماد سرمایه‌گذاران را جلب کرده و دسترسی به تأمین مالی را تسهیل می‌کند.
تغییرات اقلیمی و الزامات پایداری	Gao et al. (2025); Kwilinski et al. (2025)	فشارهای بین‌المللی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های سبز و پایدار، بر اولویت‌های تأمین مالی رسانه‌ها تأثیر می‌گذارد.
توسعه ابزارهای مالی اسلامی	Hermala et al. (2025); Rachmad (2025)	ابزارهای مالی اسلامی (تکافل، صکوک و...) ظرفیت بالایی برای تأمین مالی در جوامع مسلمان دارند و می‌توانند جایگزین مناسبی برای روش‌های متعارف باشند.
بحران‌های اقتصادی و مالی جهانی	Li & Ban (2026); Mostafavi et al. (2012)	بحران‌های بین‌المللی بر نقدینگی، تمایل به سرمایه‌گذاری و اولویت‌های مالی رسانه‌ها تأثیر منفی می‌گذارد.
توسعه فین‌تک‌های تأمین مالی	Romero Alvarez et al. (2026); Wang K. et al. (2025)	ظهور استارتاپ‌های فناوری مالی که به طور تخصصی در حوزه تأمین مالی جمعی و وام‌دهی همتایان فعالیت می‌کنند، دسترسی به سرمایه را متحول کرده است.
محتوای باکیفیت و ارزش‌آفرینی	Kędzierska-Szczepaniak (2021); Semova (2010)	تولید محتوای تخصصی و باکیفیت، اعتماد مخاطبان را جلب کرده و تمایل به پرداخت برای محتوا را افزایش می‌دهد.
سواد مالی و دیجیتال مخاطبان	Avelar et al. (2020); Rachmad (2025)	افزایش آگاهی و درک مخاطبان از روش‌های نوین تأمین مالی، مشارکت آن‌ها را در مدل‌هایی مانند تأمین مالی جمعی افزایش می‌دهد.
نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی	Kędzierska-Szczepaniak (2021); Sorenson et al. (2016)	پلتفرم‌های اجتماعی، بستر اصلی اجرای کارزارهای تأمین مالی جمعی و تعامل با سرمایه‌گذاران خرد هستند.
توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک	Wang et al. (2025); Egliston (2026)	وجود سیستم‌های پرداخت آنلاین امن و کارآمد، شرط لازم برای موفقیت بسیاری از مدل‌های تأمین مالی نوین است.
صنعت ۴,۰ و انقلاب دیجیتال	Egliston (2026); Gao et al. (2025)	تحولات فناورانه در صنعت، مدل‌های کسب‌وکار رسانه‌ها را دگرگون کرده و نیاز به تأمین مالی را افزایش داده است.
محدودیت‌های قانونی و نظارتی	Zhang Chen & Sun (2018); Brogi & Sjøvaag (2023)	قوانین موجود در حوزه تأمین مالی می‌تواند برخی مدل‌های نوین را با مانع مواجه کند یا نیازمند تطبیق باشد.
سرمایه‌گذاری خطرپذیر و فرشته‌های کسب‌وکار	Romero Alvarez et al. (2026); Sorenson et al. (2016)	سرمایه‌گذاری خطرپذیر برای استارتاپ‌های رسانه‌ای نوپا و فناورانه، منبع مالی مناسبی محسوب می‌شود.
اوراق بهادارسازی و ابزارهای مالی نوین	Zhang Chen & Sun (2018); Mostafavi et al. (2012)	استفاده از اوراق بهادارسازی و سایر ابزارهای مالی نوین، امکان جذب سرمایه‌گذاری‌های کلان را فراهم می‌کند.
عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری	Brogi & Sjøvaag (2023); Clement et al. (2018)	نقش نهادهای نظارتی در تدوین قوانین متناسب با مدل‌های نوین تأمین مالی، تأثیر مستقیمی بر توسعه یا محدودیت این روش‌ها دارد.
ریسک‌های سایبری و امنیت اطلاعات	Gao et al. (2025); Wang et al. (2022)	تهدیدات سایبری و خطرات مرتبط با داده‌های مالی، سرمایه‌گذاران را محتاط‌تر کرده و نیاز به سرمایه‌گذاری در امنیت را افزایش می‌دهد.

تأمین مالی خیرخواهانه و وقفی	Brogi & Sjøvaag (2023); Clement et al. (2018)	حمایت‌های خیرخواهانه و مدل‌های وقفی می‌توانند استقلال رسانه را در برابر فشارهای سیاسی و اقتصادی حفظ کنند.
فرهنگ مشارکت مالی عمومی	Kędzierska-Szczepaniak (2021); Avelar et al. (2020)	سطح اعتماد عمومی به روش‌های نوین تأمین مالی و تمایل به پرداخت برای محتوای رسانه‌ای، در فرهنگ جامعه ریشه دارد.

در این پژوهش، ۳۰ پیشران کلیدی که بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه تأثیرگذار هستند، از طریق مرور ادبیات و واکاوی پژوهش‌های پیشین در حوزه‌های رسانه، اقتصاد رسانه، تأمین مالی و نوآوری شناسایی گردیدند. پیشران‌های استخراج‌شده، با کاربست روش دلفی فازی، مورد ارزیابی و پالایش قرار گرفتند. از آنجایی که روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره نظیر کوکوسو با افزایش تعداد گزینه‌ها و معیارها، حساسیت بیشتری از خود نشان می‌دهند، در این مرحله، پیشران‌هایی که از سطح توافق و اهمیت کافی در میان خبرگان برخوردار نبودند، از فرآیند تحلیل حذف گردیدند.

بر اساس یافته‌های حاصل از اجرای روش دلفی فازی، پیشران‌هایی که مقدار عدد دی‌فازی آنها از آستانه ۰/۷ فراتر بود، برای مرحله ارزیابی و اولویت‌بندی نهایی با استفاده از روش کوکوسو گزینش شدند. در این پژوهش، مقدار ۰/۷ به عنوان حد آستانه‌ی پذیرش پیشران‌ها در نظر گرفته شد؛ زیرا در اغلب پژوهش‌های مبتنی بر دلفی فازی، دامنه آستانه معمولاً بین ۰/۵ تا ۰/۷ متغیر است و با هدف دستیابی به اجماعی قوی‌تر و قابل‌اعتمادتر میان خبرگان، آستانه‌ی بالاتری (۰/۷) انتخاب گردید. در نتیجه، تنها پیشران‌هایی که از این آستانه عبور کردند، برای ورود به مرحله اولویت‌بندی با تکنیک کوکوسو واجد شرایط شناخته شدند. جدول شماره (۳) فهرست پیشران‌های آینده‌پژوهی تأمین مالی نوآورانه را همراه با عدد دی‌فازی مربوط به هر یک نمایش می‌دهد. بر این اساس، هشت پیشران موفق به کسب عدد دی‌فازی بالاتر از ۰/۷ شدند و برای اولویت‌بندی نهایی انتخاب گردیدند.

جدول ۳. خروجی دلفی فازی پیشران‌های پژوهش

پیشران‌های پژوهش	میانگین نظرات خبرگان			عدد دیفازی شده
	حد پایین	میانه	حد بالا	
تنوع‌بخشی به منابع درآمدی	۰/۳۴	۰/۴۱	۰/۴۸	۰/۴۱
توسعه تأمین مالی جمعی	۰/۷۲	۰/۷۹	۰/۸۵	۰/۷۸۶
شفافیت اطلاعاتی و کاهش عدم‌تقارن	۰/۴۳	۰/۴۸	۰/۵۵	۰/۴۸۷
توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک	۰/۷۵	۰/۸۳	۰/۹	۰/۸۲۷
همکاری با بخش خصوصی و مشارکت عمومی–خصوصی	۰/۴۴	۰/۵	۰/۵۷	۰/۵۰۳
رقابت با پلتفرم‌های بین‌المللی	۰/۵	۰/۵۵	۰/۶۱	۰/۵۵۳
تغییرات جمعیتی و نسل‌های جدید	۰/۷۳	۰/۷۹	۰/۸۶	۰/۷۹۳
شرایط اقتصادی کلان	۰/۲۸	۰/۳۴	۰/۴	۰/۳۴
هوش مصنوعی و داده‌های کلان	۰/۴۲	۰/۴۹	۰/۵۶	۰/۴۹
ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران	۰/۴۸	۰/۵۴	۰/۵۹	۰/۵۳۷
تحول در الگوی مصرف رسانه‌ای	۰/۴۹	۰/۵۵	۰/۶۱	۰/۵۵
حمایت‌های دولتی و یارانه‌ها	۰/۴	۰/۴۵	۰/۵۳	۰/۴۶
توسعه بیمه‌های نوین و مدیریت ریسک	۰/۳۳	۰/۳۸	۰/۴۵	۰/۳۸۷
حکمرانی شرکتی در رسانه‌ها	۰/۴۱	۰/۴۷	۰/۵۴	۰/۴۷۳
تغییرات اقلیمی و الزامات پایداری	۰/۳	۰/۳۶	۰/۴۴	۰/۳۶۷
توسعه ابزارهای مالی اسلامی	۰/۷۸	۰/۸۵	۰/۹۳	۰/۸۵۳
بحران‌های اقتصادی و مالی جهانی	۰/۴	۰/۴۵	۰/۵۱	۰/۴۵۳
توسعه فین‌تک‌های تأمین مالی	۰/۳۹	۰/۴۶	۰/۵۳	۰/۴۶
محتوای باکیفیت و ارزش‌آفرینی	۰/۲۹	۰/۳۴	۰/۳۹	۰/۳۴
سواد مالی و دیجیتال مخاطبان	۰/۳۶	۰/۴۲	۰/۴۸	۰/۴۲
نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی	۰/۴۱	۰/۴۸	۰/۵۵	۰/۴۸
توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک	۰/۷۳	۰/۷۹	۰/۸۵	۰/۷۹
صنعت ۴,۰ و انقلاب دیجیتال	۰/۲۸	۰/۳۴	۰/۳۹	۰/۳۳۷
محدودیت‌های قانونی و نظارتی	۰/۵۵	۰/۶۲	۰/۶۹	۰/۶۲
سرمایه‌گذاری خطرپذیر و فرشته‌های کسب‌وکار	۰/۵۳	۰/۵۹	۰/۶۵	۰/۵۹
اوراق بهادارسازی و ابزارهای مالی نوین	۰/۷۱	۰/۷۶	۰/۸۲	۰/۷۶۳
عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری	۰/۷۲	۰/۷۷	۰/۸۳	۰/۷۷۳
ریسک‌های سایبری و امنیت اطلاعات	۰/۴۱	۰/۴۷	۰/۵۳	۰/۴۷
تأمین مالی خیرخواهانه و وقفی	۰/۴۵	۰/۵۱	۰/۵۸	۰/۵۱۳
فرهنگ مشارکت مالی عمومی	۰/۷۱	۰/۷۷	۰/۸۳	۰/۷۷

بر اساس مقادیر دیفازی پیشران‌های آینده تأمین مالی رسانه، پیشران‌های غربال شده نهایی عبارت بودند از: توسعه تأمین مالی جمعی (F1)، توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک (F2)، تغییرات جمعیتی و نسل‌های جدید (F3)، توسعه ابزارهای مالی اسلامی (F4)، توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک (F5)، اوراق بهادارسازی و ابزارهای مالی نوین (F6)، عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری (F7)، فرهنگ مشارکت مالی عمومی (F8).

پس از پالایش پیشران‌ها، مرحله رتبه‌بندی آنها با به‌کارگیری روش کوکوسو آغاز می‌شود. در گام نخست، از خبرگان خواسته می‌شود تا اهمیت هر یک از پیشران‌های باقی‌مانده را بر اساس مقیاسی ده‌درجه‌ای ارزش‌گذاری نمایند. بر پایه نظرات ۱۰ نفر از خبرگان، ماتریس

تصمیم‌گیری اولیه تشکیل می‌شود. در گام بعدی، داده‌های این ماتریس با رویکرد فازی نرمال‌سازی می‌گردند. مقادیر نرمال‌شده‌ی مربوط به پیشران‌های تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه، در قالب ماتریس تصمیم، در جدول شماره (۴) ارائه شده است.

جدول ٤. ماتریس نرمال پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه

پیشران‌های پژوهش	خبره اول	خبره دوم	خبره سوم	خبره چهارم	خبره پنجم	خبره ششم	خبره هفتم	خبره هشتم	خبره نهم	خبره دهم
F1	0.143	0.143	0	0	0.333	0	0.143	0.143	0.5	0.286
F2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
F3	0	0.143	0.143	0.286	0.167	0	0	0.143	0	0.286
F4	0.143	0	0	0.143	0.167	0.167	0.143	0.429	0.167	0.286
F5	0.714	0.571	0.429	0.571	0.667	0.667	0.429	0.429	0.667	0.571
F6	0.429	0.429	0.571	0.286	0.5	0	0.286	0.286	0.167	0.143
F7	0.857	0.714	0.857	1	0.667	0.833	1	0.857	0.833	0.714
F8	0	0.143	0	0	0	0	0	0	0.167	0

با بهره‌گیری از داده‌های ماتریس نرمال‌شده، مقادیر ماتریس جمع وزنی (S) و ماتریس ضرب وزنی (P) بر اساس روابط مرحله سوم روش کوکوسو محاسبه می‌گردد. جدول شماره (۵) مقادیر مربوط به ماتریس جمع وزنی را برای پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه نمایش می‌دهد. این مقادیر از حاصل‌ضرب داده‌های ماتریس نرمال در وزن نظرات خبرگان به دست می‌آیند. شایان ذکر است که وزن نظرات تمامی خبرگان به صورت مساوی و معادل ۰/۱ در نظر گرفته شده است که از تقسیم عدد یک بر تعداد خبرگان (۱۰ نفر) حاصل می‌شود. در گام نهایی، داده‌های این ماتریس با استفاده از شاخص S تلفیق می‌شوند. شاخص مذکور، که از مجموع سطری مقادیر ماتریس جمع وزنی محاسبه می‌گردد، مشابه شاخص مطلوبیت هر گزینه در تکنیک SAW عمل می‌کند و مبنای ارزیابی نهایی قرار می‌گیرد.

جدول ٥. ماتریس جمع وزنی (S) برای پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه

پیشران‌های پژوهش	خبره اول	خبره دوم	خبره سوم	خبره چهارم	خبره پنجم	خبره ششم	خبره هفتم	خبره هشتم	خبره نهم	خبره دهم	شاخص S
F1	0.014	0.014	0	0	0.033	0	0.014	0.014	0.05	0.029	0.168
F2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	1
F3	0	0.014	0.014	0.029	0.017	0	0	0.014	0	0.029	0.117
F4	0.014	0	0	0.014	0.017	0.017	0.014	0.043	0.017	0.029	0.165
F5	0.071	0.057	0.043	0.057	0.067	0.067	0.043	0.043	0.067	0.057	0.572
F6	0.043	0.043	0.057	0.029	0.05	0	0.029	0.029	0.017	0.014	0.311
F7	0.086	0.071	0.086	0.1	0.067	0.083	0.1	0.086	0.083	0.071	0.833
F8	0	0.014	0	0	0	0	0	0	0.017	0	0.031

هم‌زمان با برآورد مقادیر ماتریس جمع وزنی، محاسبه‌ی ماتریس ضرب وزنی (P) نیز می‌بایست صورت پذیرد. فرمول محاسبه‌ی این ماتریس و شاخص P، مشابه رویه‌ی حاکم بر روش واسپاس می‌باشد. برای تعیین مقادیر ماتریس ضرب وزنی، لازم است تک‌تک عناصر ماتریس نرمال‌شده، به توان وزن نظرات خبرگان (که برای تمامی خبرگان معادل ۰/۱ در نظر گرفته شده است) برسند. نتایج حاصل از این محاسبات، در قالب ماتریس ضرب وزنی، در جدول شماره (۶) ارائه گردیده است.

جدول ٦. ماتریس ضرب وزنی (P) برای پیشران‌های پژوهش

پیشران‌های پژوهش	خبره اول	خبره دوم	خبره سوم	خبره چهارم	خبره پنجم	خبره ششم	خبره هفتم	خبره هشتم	خبره نهم	خبره دهم	شاخص P
F1	0.823	0.823	0	0	0.896	0	0.823	0.823	0.933	0.882	6.003
F2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
F3	0	0.823	0.823	0.882	0.836	0	0	0.823	0	0.882	5.069
F4	0.823	0	0	0.823	0.836	0.836	0.823	0.919	0.836	0.882	6.778
F5	0.967	0.946	0.919	0.946	0.96	0.96	0.919	0.919	0.96	0.946	9.442
F6	0.919	0.919	0.946	0.882	0.933	0	0.882	0.882	0.836	0.823	8.022
F7	0.985	0.967	0.985	1	0.96	0.982	1	0.985	0.982	0.967	9.813
F8	0	0.823	0	0	0	0	0	0	0.836	0	1.659

امتیاز نهایی پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در روش کوکوسو با استفاده از شاخص K بدست می‌آید. محاسبه شاخص K، نیازمند محاسبه سه شاخص Ka ، Kb و Kc است. شاخص Kc از تلفیق دو شاخص Ka و Kb بدست می‌آید. مقدار λ در این مطالعه برابر با ۰/۵ در نظر گرفته شد که در پژوهش‌های پیشین بسیار متداول است. در انتها شاخص K از مجموع میانگین حسابی و هندسی سه شاخص Ka ، Kb و Kc محاسبه می‌شود. مقادیر شاخص‌های چهارگانه ارزیابی پیشران‌های آینده تأمین مالی نوآورانه در تکنیک کوکوسو به همراه رتبه نهایی هر پیشران در جدول شماره هفت آورده شده است.

جدول ۷. شاخص‌های چهارگانه ارزیابی پیشران‌ها در کوکوسو

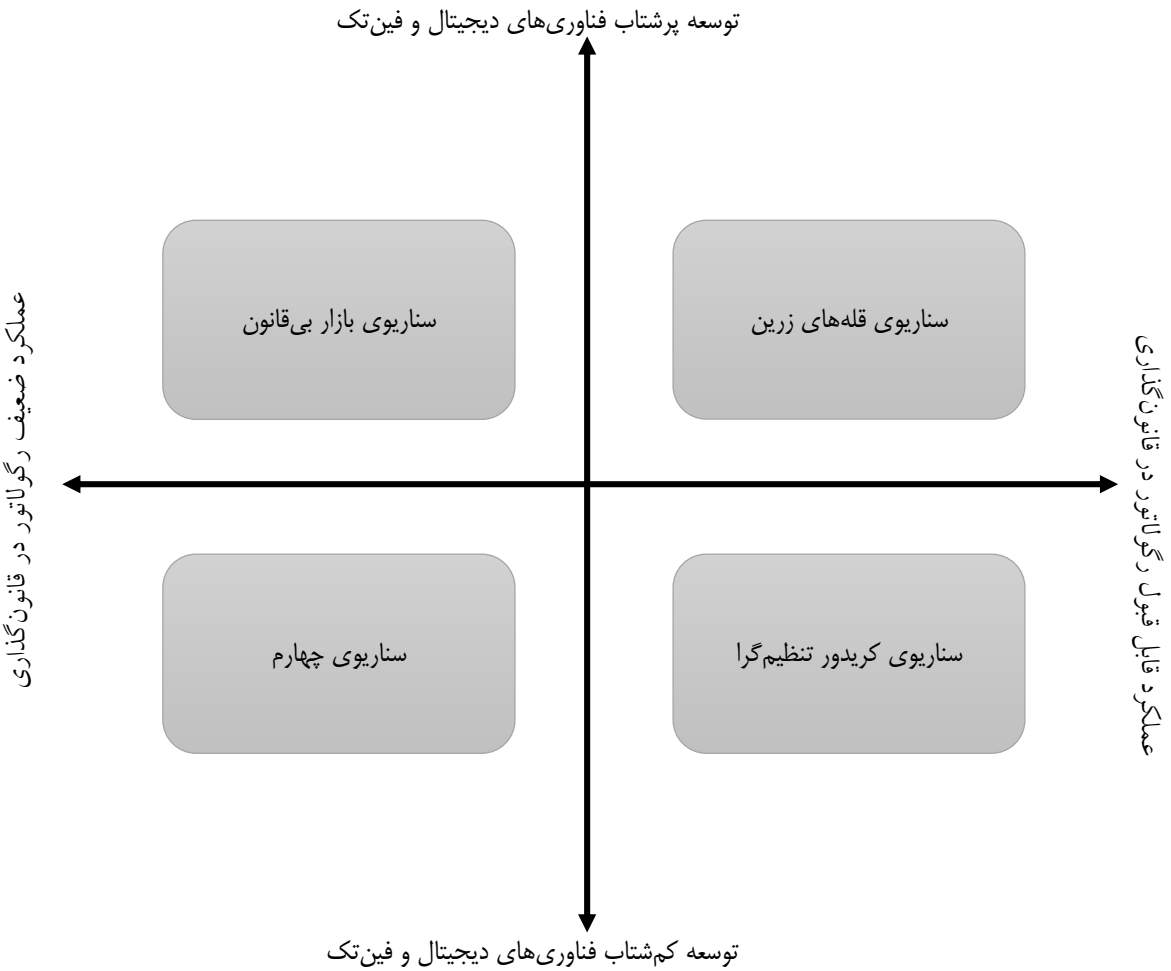
پیشران‌های پژوهش	Ka	Kb	Kc	K	رتبه
توسعه تأمین مالی جمعی	0.103	9.038	0.561	4.039299583	6
توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک	0.183	38.286	1	15.06984168	1
تغییرات جمعیتی و نسل‌های جدید	0.086	6.83	0.471454545	3.11429281	7
توسعه ابزارهای مالی اسلامی	0.116	9.408	0.631181818	4.268214916	5
توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک	0.167	24.143	0.910363636	9.949343629	3
اوراق بهادارسازی و ابزارهای مالی نوین	0.139	14.868	0.757545455	6.41600835	4
عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری	0.177	32.786	0.967818182	13.08780908	2
فرهنگ مشارکت مالی عمومی	0.028	2	0.153636364	0.932120955	8

نظر به شاخص K، پیشران‌های توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک و عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری به‌ترتیب دارای بالاترین اولویت و اهمیت هستند. هر چه این شاخص برای پیشرانی بیشتر باشد، پیشران مورد نظر مهم‌تر ارزیابی می‌شود. سناریوهای باورپذیر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه بر اساس این دو پیشران توسعه خواهند یافت.

سناریوهای پژوهش

سناریوهای آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه بر اساس دو پیشران توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک و عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری و مصاحبه با گروه‌های کانونی توسعه یافتند. هر پیشران از دو حالت متضاد تشکیل شده است. حالات متضاد پیشران نخست عبارتند از: توسعه پرشتاب فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک در برابر توسعه کم‌شتاب فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک. پیشران دوم هم دارای دو حالت متضاد است. حالات متضاد این پیشران عبارتند از: عملکرد قابل قبول رگولاتور در قانون‌گذاری در برابر عملکرد ضعیف رگولاتور در قانون‌گذاری.

از خبرگان درخواست شد تا نظر خود را در باب هر سناریو بیان کنند. رهبر گروه، نظرات خبرگان را جمع‌آوری کرد. از تقابل این دو پیشران، چهار سناریو توسعه یافت. سناریوهای آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه در شکل یک آورده شده است. در ادامه هر یک از این سناریوها تشریح شده‌اند.



شکل ۱. سناریوهای آینده تأمین مالی نوآورانه

الف) سناریوی قله‌های زرین: در این سناریو، هم‌افزایی میان توسعه سریع فناوری‌های دیجیتال و عملکرد هوشمندانه نهادهای نظارتی، فضایی ایده‌آل برای تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه فراهم می‌آورد. پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، ابزارهای مبتنی بر بلاک‌چین و سیستم‌های پرداخت الکترونیک پیشرفته، به‌سرعت گسترش می‌یابند و دسترسی رسانه‌های کوچک و مستقل به سرمایه را دموکراتیک می‌کنند. رگولاتور با تدوین قوانین شفاف و حمایت‌کننده، ضمن حفظ امنیت سرمایه‌گذاران، موانع قانونی را کاهش می‌دهد و بستری امن برای فعالیت نهادهای مالی نوین ایجاد می‌کند. در چنین فضایی، سایر پیشران‌های حذف‌شده نظیر شفافیت اطلاعاتی، توسعه زیرساخت‌های

پرداخت و سواد مالی مخاطبان، به صورت خودبه‌خود تقویت می‌شوند و کیفیت بالای محتوا و اعتماد عمومی، به عنوان موتورهای محرک رشد پایدار عمل می‌کنند.

ذی‌نفعان اصلی این سناریو شامل رسانه‌های مستقل و نوپا، سرمایه‌گذاران خرد و نهادهای مالی نوین (فین‌تک‌ها) هستند که از فضای شفاف و قانونی بهره‌مند می‌شوند. مخاطبان نیز با دسترسی به محتوای متنوع و باکیفیت، تمایل بیشتری به پرداخت برای محتوا نشان می‌دهند. علایق این ذی‌نفعان عبارت است از: پایداری مالی رسانه‌ها، کاهش وابستگی به منابع دولتی، افزایش شفافیت و پاسخگویی، و کاهش هزینه‌های مبادله. رگولاتور نیز با تقویت اعتماد عمومی و افزایش کارایی بازار، به اهداف نظارتی خود دست می‌یابد. همچنین سرمایه‌گذاران خارجی با مشاهده فضای شفاف و قانونی، تمایل بیشتری به ورود به بازار رسانه ایران پیدا می‌کنند و این امر به افزایش نقدینگی و تنوع منابع مالی کمک شایانی می‌کند.

در این سناریو، اکوسیستم تأمین مالی رسانه به سمت بلوغ و پایداری حرکت می‌کند. رسانه‌ها با ترکیب مدل‌های مختلف تأمین مالی (اشتراک، تأمین مالی جمعی، حمایت خیرخواهانه و سرمایه‌گذاری خطرپذیر) به استقلال مالی می‌رسند و کیفیت محتوا به عنوان مزیت رقابتی اصلی مطرح می‌شود. با کاهش وابستگی به منابع دولتی، کارکرد نظارتی و دموکراتیک رسانه‌ها تقویت می‌شود و جامعه از تنوع و عمق بیشتری در محتوای رسانه‌ای بهره‌مند می‌گردد. این سناریو، مطلوب‌ترین وضعیت ممکن برای اکثریت ذی‌نفعان محسوب می‌شود و چالش‌های ساختاری تأمین مالی در بخش رسانه را به طور چشمگیری کاهش می‌دهد.

ب) سناریوی بازار بی‌قانون: در این سناریو، فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک با سرعت بالایی در حوزه رسانه نفوذ می‌کنند، اما نهادهای نظارتی در تدوین قوانین متناسب و پاسخگو، ناکارآمد و کند عمل می‌کنند. این وضعیت به ایجاد فضایی شبه‌وحشی در تأمین مالی منجر می‌شود که در آن پلتفرم‌های غیرمجاز، کلاه‌برداری‌های مالی و نبود شفافیت، سرمایه‌گذاران خرد را در معرض ریسک‌های جدی قرار می‌دهد. سایر پیشران‌های حذف‌شده نظیر شفافیت اطلاعاتی، اعتماد عمومی و ریسک‌های سایبری، به شدت تضعیف می‌شوند و هزینه‌های مبادله به دلیل عدم‌تقارن اطلاعاتی، افزایش می‌یابد. اگرچه دسترسی به ابزارهای مالی نوین گسترده است، اما نبود نظارت مؤثر، منجر به بی‌ثباتی و ناامنی در این بازار می‌شود و بسیاری از سرمایه‌گذاران خرد، سرمایه خود را در طرح‌های کلاهبرداری از دست می‌دهند.

در چنین فضایی، ذی‌نفعان فرصت‌طلب شامل پلتفرم‌های غیرمجاز، کلاهبرداران مالی و برخی نهادهای مالی بدون مجوز، سودهای کلان کسب می‌کنند، اما سرمایه‌گذاران خرد و رسانه‌های مستقل که به دنبال تأمین مالی شفاف هستند، بیشترین آسیب را متحمل می‌شوند. علایق این گروه‌های فرصت‌طلب، عمدتاً سودآوری کوتاه‌مدت و دورزدن قوانین است. در مقابل، رسانه‌های معتبر و سرمایه‌گذاران حرفه‌ای با کاهش اعتماد عمومی و افزایش ریسک‌های قانونی مواجه می‌شوند و ترجیح می‌دهند از ورود به بازار تأمین مالی نوین خودداری کنند. نهادهای بین‌المللی و سرمایه‌گذاران خارجی نیز به دلیل نبود شفافیت قانونی، از ورود به بازار خودداری کرده و این امر، دسترسی به سرمایه‌های کلان خارجی را به شدت محدود می‌سازد.

در این سناریو، اعتماد عمومی به هرگونه مدل نوین تأمین مالی به شدت کاهش می‌یابد و بسیاری از رسانه‌های مستقل که روی تأمین مالی جمعی یا سرمایه‌گذاری خطرپذیر حساب باز کرده بودند، با شکست مواجه می‌شوند. دولت نیز با مشاهده بی‌نظمی حاکم، به جای اصلاح ساختار نظارتی، ممکن است رویکرد سلبی و محدودکننده در پیش گیرد که این خود به تشدید رکود و خروج سرمایه‌گذاران حرفه‌ای از بازار می‌انجامد. این سناریو، بحرانی‌ترین وضعیت ممکن است که می‌تواند منجر به سلب اعتماد عمومی از هرگونه مدل نوین تأمین مالی و بازگشت به وابستگی دولتی شود و عملاً سال‌ها تلاش برای استقلال مالی رسانه‌ها را با شکست مواجه سازد.

ج) سناریوی کریدور تنظیم‌گرا: در این سناریو، نهادهای نظارتی با وجود عملکرد قابل قبول در قانون‌گذاری، با کندی ذاتی توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک در کشور مواجه هستند. زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی با سرعت پایین‌تری رشد می‌کنند و دسترسی به ابزارهای مالی نوین محدودتر است. با این حال، وجود چارچوب قانونی شفاف و حمایت‌کننده، امکان فعالیت نهادهای مالی سنتی و سرمایه‌گذاران خطرپذیر را در حوزه رسانه فراهم می‌آورد. پیشران‌هایی نظیر همکاری با بخش خصوصی و مشارکت عمومی–خصوصی، به دلیل ضعف زیرساخت‌های دیجیتال، از کارایی کامل برخوردار نیستند و تأمین مالی عمدتاً از کانال‌های سنتی نظیر وام‌های بانکی و سرمایه‌گذاری خطرپذیر صورت می‌گیرد. با این حال، شفافیت قانونی تا حدی از بروز تخلفات مالی و کلاه‌برداری جلوگیری می‌کند و اعتماد نسبی سرمایه‌گذاران حفظ می‌شود.

ذی‌نفعان اصلی این سناریو، بانک‌ها و نهادهای مالی سنتی، سرمایه‌گذاران خطرپذیر محافظه‌کار و رسانه‌های بزرگ و باسابقه هستند که از شفافیت قانونی بهره می‌برند اما از مزایای فناوری‌های نوین بی‌نصیب می‌مانند. علایق آنان عبارت است از: ثبات و امنیت سرمایه‌گذاری، کاهش ریسک‌های ناشی از فناوری‌های ناپایدار، و حفظ ساختارهای سنتی بازار. با این حال، رسانه‌های کوچک و مستقل که به

سرمایه‌گذاری‌های کلان دسترسی ندارند، در این فضا با مشکل مواجه می‌شوند و شکاف میان رسانه‌های بزرگ و کوچک افزایش می‌یابد. نهادهای دولتی نیز با حفظ نقش خود در تأمین مالی، تا حدی از کاهش وابستگی رسانه‌ها جلوگیری می‌کنند و این امر به تداوم مداخلات غیرمستقیم در محتوای رسانه‌ای می‌انجامد.

در این سناریو، کاهش تمایل مخاطبان به پرداخت برای محتوای دیجیتال (به دلیل نبود زیرساخت‌های مناسب و کیفیت پایین‌تر محتوا) و تداوم وابستگی نسبی به منابع دولتی، از چالش‌های اصلی محسوب می‌شود. پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی به دلیل کندی زیرساخت‌ها، نتوانسته‌اند جایگاه خود را پیدا کنند و فرصت‌های نوآورانه در حوزه رسانه، با محدودیت جدی مواجه است. با وجود شفافیت قانونی، نبود ابزارهای نوین، ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران را کاهش داده و بسیاری از پروژه‌های رسانه‌ای نوآورانه، به دلیل عدم‌دسترسی به سرمایه‌های خطرپذیر، متوقف می‌شوند. این سناریو، اگرچه از بحران‌های جدی جلوگیری می‌کند، اما سرعت تحول را به شدت کاهش داده و رسانه‌های ایران را در رقابت با پلتفرم‌های بین‌المللی عقب‌تر از همیشه نگه می‌دارد.

د) سناریوی مرداب سنتی: در این سناریو، هم توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک با کندی مواجه است و هم نهادهای نظارتی در قانون‌گذاری کارآمد عمل نمی‌کنند. این وضعیت، بخش رسانه را در وضعیتی رکودزده و وابسته به ساختارهای سنتی قرار می‌دهد. منابع درآمدی عمدتاً به تبلیغات دولتی و نیمه‌دولتی و حمایت‌های مستقیم بودجه‌ای محدود می‌شود و تنوع‌بخشی به منابع مالی، تقریباً غیرممکن می‌گردد. سایر پیشران‌ها نظیر توسعه زیرساخت‌های پرداخت، سواد مالی مخاطبان و نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین مالی، در ابتدایی‌ترین سطح باقی می‌مانند و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی، به دلیل نبود زیرساخت‌های قانونی و فنی، تقریباً منتفی می‌شوند. در این سناریو، ابتکارات نوآورانه با موانع متعدد قانونی و فنی روبرو شده و عملاً امکان ظهور مدل‌های جدید تأمین مالی از بین می‌رود و رسانه‌ها به همان چند منبع درآمدی محدود و ناپایدار بسنده می‌کنند.

ذی‌نفعان اصلی در این سناریو، نهادهای دولتی، سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ وابسته به دولت و بانک‌های سنتی هستند که با حفظ وضع موجود، از رقابت با بازیگران جدید مصون می‌مانند. علایق آنان عبارت است از: حفظ انحصار، تداوم وابستگی مالی رسانه‌ها به منابع دولتی و کنترل بر محتوای رسانه‌ای. در مقابل، رسانه‌های مستقل و نوپا با کمبود شدید منابع مالی مواجه می‌شوند و بسیاری از آنها ورشکسته یا به حاشیه رانده می‌شوند. مخاطبان نیز با کاهش کیفیت و تنوع محتوا روبرو هستند و تمایل به پرداخت برای محتوا، به پایین‌ترین سطح ممکن می‌رسد. نهادهای بین‌المللی و سرمایه‌گذاران خارجی نیز به دلیل نبود شفافیت و ثبات، از هرگونه ورود به بازار ایران خودداری کرده و این امر، انزوای مالی رسانه‌های ایران را تشدید می‌کند.

در این سناریو، نه تنها استقلال مالی رسانه‌ها تضعیف می‌شود، بلکه کیفیت و کمیت تولیدات رسانه‌ای نیز به شدت کاهش می‌یابد. وابستگی به منابع دولتی، کارکرد نظارتی و دموکراتیک رسانه‌ها را با مخاطره جدی مواجه می‌سازد و جامعه از فقدان تنوع و عمق در محتوای رسانه‌ای رنج می‌برد. با کاهش منابع مالی، مهاجرت نیروهای متخصص رسانه‌ای تشدید شده و شکاف فناورانه با پلتفرم‌های بین‌المللی روزبه‌روز بیشتر می‌شود. تداوم این سناریو، به افول تدریجی استقلال و کیفیت رسانه‌های کشور و در نهایت، کاهش اعتماد عمومی به رسانه‌های داخلی و روی آوردن مخاطبان به پلتفرم‌های خارجی خواهد انجامید. این سناریو، نامطلوب‌ترین وضعیت ممکن را برای آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ترسیم می‌کند و نشان می‌دهد که نبود هم‌افزایی میان فناوری و قانون‌گذاری، می‌تواند بخش رسانه را به ورطه رکود و وابستگی بکشاند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی نوآورانه در بخش رسانه ایران و تدوین سناریوهای ممکن در این حوزه انجام شد. بر اساس مرور ادبیات و مطالعات پیشین، ۳۰ پیشران کلیدی در پنج دسته (قانونی–نهادی، فناورانه، اقتصادی–مالی، فرهنگی–اجتماعی و مرتبط با بازار و مخاطب) شناسایی گردید. این پیشران‌ها با استفاده از روش دلفی فازی غربال شدند و هشت پیشران که عدد دی‌فازی آنها بالاتر از آستانه ۰/۷ بود، برای اولویت‌بندی نهایی با روش کوکوسو انتخاب شدند. نتایج اولویت‌بندی نشان داد که «توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک» و «عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری» به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین پیشران‌ها شناخته شدند. بر اساس این دو پیشران کلیدی، چهار سناریوی «قله‌های زرین» (مطلوب)، «کریدور تنظیم‌گرا» (محافظه‌کارانه)، «بازار بی‌قانون» (بحرانی) و «مرداب سنتی» (نامطلوب) تدوین شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان توسعه فناورانه و نظارت هوشمندانه، مطلوب‌ترین مسیر را برای آینده تأمین مالی رسانه‌های ایران ترسیم می‌کند.

این پژوهش از چند حیث به غنای دانش موجود در حوزه تأمین مالی رسانه در ایران افزوده است. نخست، با ارائه چارچوبی چندبعدی از پیشران‌های مؤثر بر آینده تأمین مالی رسانه، دانش موجود را که عمدتاً بر مدل‌های سنتی یا بخش‌های غیررسانه‌ای متمرکز بود، به حوزه رسانه و با رویکرد آینده‌نگرانه گسترش داده است. دسته‌بندی پنج‌گانه پیشران‌ها (قانونی–نهادی، فناورانه، اقتصادی–مالی، فرهنگی–اجتماعی و مرتبط با بازار و مخاطب) نشان می‌دهد که تأمین مالی رسانه، پدیده‌ای چندوجهی است و نمی‌توان آن را صرفاً به ابعاد اقتصادی یا فناورانه تقلیل داد. دوم، این پژوهش با تأکید بر نقش کلیدی دو پیشران «توسعه فناوری‌های دیجیتال و فین‌تک» و «عملکرد رگولاتور در قانون‌گذاری»، نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان این دو عامل، شرط اساسی تحقق سناریوی مطلوب است. به عبارت دیگر، نه توسعه فناوری به تنهایی و نه قانون‌گذاری هوشمندانه به تنهایی، نمی‌توانند مسیر تأمین مالی پایدار را هموار کنند؛ بلکه تعامل پویا و سازنده میان این دو، کلید تحول است. سوم، تدوین چهار سناریوی متفاوت با رویکرد آینده‌پژوهی، به جای یک‌پاسخ‌دهی خطی، به سیاست‌گذاران و مدیران رسانه‌ای امکان می‌دهد تا در شرایط مختلف، راهبردهای متناسبی اتخاذ کنند. تشریح وضعیت سایر پیشران‌ها در هر سناریو و همچنین شناسایی ذی‌نفعان و علایق آنها، نشان می‌دهد که هر سناریو، توزیع متفاوتی از منافع و هزینه‌ها را به همراه دارد. چهارم، از منظر نظری، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که تأمین مالی نوآورانه در رسانه، صرفاً یک مسئله اقتصادی نیست و عمیقاً با ساختارهای سیاسی، فرهنگی و نهادی هر جامعه گره خورده است. وابستگی مالی رسانه‌ها به منابع دولتی، که در سناریوهای نامطلوب برجسته می‌شود، نه تنها پایداری اقتصادی آنها را تهدید می‌کند، بلکه استقلال و کارکرد نظارتی رسانه‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.

بر اساس سناریوی مطلوب («قله‌های زرین») و یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر به سیاست‌گذاران، مدیران رسانه‌ای و نهادهای مالی ارائه می‌شود. در سطح کلان و نهادی–قانونی، بازنگری در قوانین تأمین مالی رسانه‌ها با مشارکت خبرگان رسانه‌ای و مالی برای تدوین قوانین متناسب با مدل‌های نوین تأمین مالی (تأمین مالی جمعی، اوراق بهادارسازی، سرمایه‌گذاری خطرپذیر) ضروری است. همچنین ایجاد نهاد ناظر تخصصی بر تأمین مالی رسانه و حمایت هوشمندانه دولت به جای حمایت مستقیم بودجه‌ای (از طریق معافیت‌های مالیاتی، تضمین وام‌ها و ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری تخصصی) از دیگر پیشنهادهای کلیدی است. در سطح فناورانه، توسعه زیرساخت‌های پرداخت الکترونیک و پلتفرم‌های تأمین مالی جمعی و توانمندسازی رسانه‌ها در استفاده از ابزارهای فین‌تک از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی پیشنهاد می‌شود. در حوزه فرهنگی–اجتماعی، فرهنگ‌سازی برای مشارکت مالی عمومی و تقویت سواد مالی و دیجیتال مخاطبان، زمینه‌ساز مشارکت گسترده‌تر جامعه در تأمین مالی رسانه‌ها خواهد بود. در سطح مدیریتی رسانه‌ها نیز تنوع‌بخشی به منابع درآمدی، ارتقای کیفیت محتوا و ارزش‌آفرینی، و شفاف‌سازی مالی و محتوایی به عنوان راهکارهای عملی برای کاهش وابستگی و افزایش پایداری مالی پیشنهاد می‌گردد.

این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که می‌تواند مسیر پژوهش‌های آتی را روشن‌تر سازد. نخست، پژوهش عمدتاً بر اساس نظرات خبرگان و مرور ادبیات انجام شده است و ممکن است برخی پیشران‌های خاص بستر ایران، به ویژه در حوزه‌های فرهنگی و سیاسی، با دقت کافی شناسایی نشده باشند. دوم، حجم نمونه خبرگان (۱۰ نفر) اگرچه برای روش‌های دلفی و کوکوسو مناسب است، اما ممکن است تنوع دیدگاه‌ها را به طور کامل پوشش ندهد. سوم، به دلیل تحولات سریع فناورانه و تغییرات قوانین در حوزه تأمین مالی، ممکن است برخی پیشران‌ها یا روابط میان آنها در آینده تغییر کند و نیاز به به‌روزرسانی مداوم داشته باشد. چهارم، این پژوهش بر بخش رسانه متمرکز بود و تعمیم نتایج به سایر بخش‌های صنایع خلاق و فرهنگی، نیازمند پژوهش‌های تکمیلی است. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به انجام مطالعات تجربی و کمی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری برای آزمون روابط علی میان پیشران‌ها، بررسی تطبیقی تأمین مالی نوآورانه در رسانه‌های ایران با سایر کشورهای منطقه، پژوهش در زمینه پیاده‌سازی عملیاتی سناریوی مطلوب در یکی از رسانه‌های ایران، مطالعه تأثیر مدل‌های نوین تأمین مالی بر استقلال محتوایی و کیفیت روزنامه‌نگاری، بررسی موانع فرهنگی–اجتماعی مشارکت عمومی، تحلیل نقش دیاسپورا و سرمایه‌گذاران خارجی، و به‌روزرسانی دوره‌ای (هر ۲ تا ۳ سال) پژوهش حاضر با توجه به تغییرات فناورانه، قانونی و اقتصادی بپردازند.

منابع:

تبریزی یگانه، م.، حکاک‌زاده، م. و منوچهری‌نژاد، م. (۱۴۰۳). ارائه مدل نقش رسانه‌ها در سرمایه‌گذاری و تأمین مالی در صنعت گردشگری ورزشی. مجله مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱۱(۴۴)، ۹۷-۱۰۹.

رضایی صوفی، م. و شعبانی، ع. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی در ورزش. مجله مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۱(۳)، ۴۶-۴۹.

صلواتیان، س.، علی‌عسکری، ع. و محسنی، م. (۱۳۹۵). شناسایی شیوه‌های نوین تأمین مالی سازمان صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۳(۸۶)، ۹-۲۵.

علوی، س. س.، قدمیاری، م. و سهرابی، ط. (۱۴۰۴). چارچوبی برای کارزارهای موفق تأمین مالی جمعی: بینش‌هایی از رسانه‌های اجتماعی (مروری سیستماتیک). مجله مدیریت دارایی و تأمین مالی، ۱۳(۲)، ۵۵-۷۶.

فلاح، ز. و آقاخانی، م. ع. (۱۳۹۵). تأثیر رسانه‌های جمعی بر تأمین منابع مالی هیات‌های ورزشی (مورد مطالعه استان گلستان). مجله مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، ۳(۱۲)، ۶۹.

مجیدی قهرودی، ن. و برجعلی‌زاده، م. (۱۳۹۷). بررسی نقش منابع مالی در تولید اخبار تلویزیون. فصلنامه رسانه، ۲۹(۲)، ۳۱-۵۲.

مخلصی حوض سرخی، م.، علی‌زاده، ر.، نبوی چاشمی، س. ع. و بهنیا، ب. (۱۴۰۰). ارائه الگوی تأمین مالی باشگاه‌های ورزشی با فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی. نشریه دانش سرمایه‌گذاری، ۱۰(۴۰)، ۲۵۹-۲۸۱.

Atun, R., Silva, S., & Knaul, F. M. (2017). Innovative financing instruments for global health 2002–15: A systematic analysis. The Lancet Global Health, 5(7), e720-e726. https://doi.org/10.1016/S2214-109X(17)30198-5

Avelar, M., Terway, A., & Dreux Frotté, M. (2020). Innovative financing for education: A systematic literature review. Center for Universal Education at Brookings.

Brogi, E., & Sjøvaag, H. (2023). Good practices for sustainable news media financing. Final Draft, Council of Europe, Prepared by the Committee of experts on increasing resilience of media MSI-RES. https://edoc.coe.int/en/media

Clement, M., Lepthien, A., Schulz, P., & Loosen, W. (2018). Alternative models of financing investigative journalism. Leibniz Institute for Media Research. HBI.

Gao, J., Wu, H., You, J., & Smith, M. (2025). Green media coverage and corporate green innovation. Journal of Business Finance & Accounting, 52(1), 48-90. https://doi.org/10.1111/jbfa.12796

Gbasha, C. T., John Tagwai, R., & Apev, H. E. (2024). Financing opportunities for conventional media organizations in the digital age: An assessment of Nigerian media landscape. Hembanen Elijah, Financing Opportunities for Conventional Media Organizations in the Digital Age: An Assessment of Nigerian Media Landscape. (May 9, 2024).

Hermala, I., Sunitiyoso, Y., & Sudrajad, O. Y. (2025). Green financing using Islamic finance instruments in Indonesia: A bibliometrics and literature review. International Journal of Energy Economics and Policy, 15(1), 239-248. https://doi.org/10.32479/ijeep.12345

Kędzierska-Szczepaniak, A. (2021). Crowdfunding–innovative financing of cultural ventures by society. Procedia Computer Science, 192, 4348-4357. https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.412

Kwilinski, A., Lyulyov, O., & Pimonenko, T. (2025). The role of innovation development in advancing green finance. Journal of Risk and Financial Management, 18(3), 140. https://doi.org/10.3390/jrfm18030140

Mostafavi, A., Abraham, D., Mannering, F., Vives, A., & Valentin, V. (2012). Assessment of public perceptions of innovative financing for infrastructure. In Construction Research Congress 2012: Construction Challenges in a Flat World (pp. 2260-2269). https://doi.org/10.1061/9780784412329.228

Perez, T., Kelly, R., Hein, D., Luthra, K., McCabe, A., Di Mascio, D., ... & Hutchins, J. (2026). The role of innovative financing to bridge the gap between implementation and commercialisation. Malaria Journal, 25(1), 196. https://doi.org/10.1186/s12936-026-04420-5

Rachmad, Y. E. (2025). Innovative Financing for National Development: Danantara's Blueprint for Indonesia Emas. The United Nations Global Compact.

Romero Alvarez, Y. P., Salas-Navarro, K., Martínez, L. B., & Zamora-Musa, R. (2026). Financing innovation in SMEs: A systematic review of financing channels. International Journal of Innovation Science, 18(2), 524-563. https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2024-0315

Semova, D. J. (2010). Financing public media in Spain: New strategies. The International Journal on Media Management, 12(3-4), 141-157. https://doi.org/10.1080/14241277.2010.527496

Sorenson, O., Assenova, V., Li, G. C., Boada, J., & Fleming, L. (2016). Expand innovation finance via crowdfunding. Science, 354(6319), 1526-1528. https://doi.org/10.1126/science.aaf7454

Wang, F., Sun, Z., & Feng, H. (2022). Can media attention promote green innovation of Chinese enterprises? Regulatory effect of environmental regulation and green finance. Sustainability, 14(17), 11091. https://doi.org/10.3390/su141711091

Wang, K., Sun, K., Li, Y., & Xie, Q. (2025). Can digital technology break the financing dilemma of innovative SMEs? Based on the perspective of enterprise innovation. Technological Forecasting and Social Change, 214, 124030. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.124030

Wang, S., & Zhang, X. (2025). Environmental courts, financing constraints, and corporate green innovation. Finance Research Letters, 75, 106737. https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.106737

Zhang Chen, Z., & Sun, J. (2018). Innovative financing: An empirical study on public-private partnership securitisation in China. Australian Economic Papers, 57(3), 394-425. https://doi.org/10.1111/1467-8454.12125

Egliston, B. (2026). Innovation financing in the Australian video game industry. Media International Australia, 1329878X251393564.

Li, X., & Ban, C. (2026). Financing technological innovation in China: Neo-developmental financial statecraft through government guidance funds. Review of International Political Economy.