

«تأملی بر دسته‌بندی‌های صنایع فرهنگی»

صنایع فرهنگی به مجموعه‌ای از صنایع اشاره دارد که مهم‌ترین کارویژه‌ی آن‌ها گسترش باور عمومی از طریق تولید و توزیع کالا و محصولات فرهنگی است. از جمله ضرورت‌ها و الزامات تحقق این کارویژه آن است که در ابتدا به مجموعه‌ی هر آن چیزی که صنایع فرهنگی اطلاق می‌گردد نظم داده و از پراکندگی و تشتت آن جلوگیری شود. ایجاد نظم و پرهیز از پراکندگی، مستلزم رسیدن به یک دسته‌بندی جامع از صنایع فرهنگی و ارائه‌ی آن است. در همین راستا، یادداشت پیش‌رو بر آن است که نخست، دلایل نیاز به یک دسته‌بندی جامع را واکاوی کند و در ادامه، انواع دسته‌بندی صنایع فرهنگی را پیش چشم مخاطب آورد.

• دلایل دسته‌بندی صنایع فرهنگی

در واکاوی دلایل نیاز به دسته‌بندی صنایع فرهنگی و نظم بخشیدن به مجموعه‌های تشکیل‌دهنده‌ی این صنعت، می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

1. دسته‌بندی صنایع فرهنگی، ابزاری برای درک نظام‌مند ویژگی‌های ساختاری این صنعت محسوب می‌شود (عبدی و دیگران، 1395: 35). هر کشوری مبتنی بر بسترهای فرهنگی و اقتصادی خود می‌تواند یک دسته‌بندی از مجموعه‌های مرتبط با این صنایع ارائه دهد.

2. طراحی یک دسته‌بندی از صنایع فرهنگی، بیش از هر چیز فهم بسیط از این صنعت را به فهم مرکب تبدیل کرده و ماهیت، ابعاد، زوایا و پیچیدگی‌های آن را به وضوح نمایش می‌دهد.

3. دلیل مهم دیگری که در این بخش می‌گنجد، نیاز به ابزار گذار از کلی‌نگری به جزئی‌نگری است. تدوین یک صورت‌بندی از صنایع فرهنگی، موجب جزئی‌نگری و نگاهی چندجانبه نسبت به این مهم می‌گردد. برای توجه دقیق به اجزای تشکیل‌دهنده‌ی صنایع فرهنگی و کاربرد هر یک از آن‌ها می‌بایست یک دسته‌بندی جامع از این صنعت ارائه داد.

4. فهم تمایز و تفاوت‌ها و هم‌چنین تشخیص شباهت‌ها درون صنایع فرهنگی، تصویر روشن‌تری از این صنعت را به نمایش می‌گذارد. این تصویر می‌تواند راهنمای مناسبی برای تولیدکنندگان، تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیرندگان حوزه فرهنگ باشد.

5. دسته‌بندی، یک فهم شبکه‌ای از حوزه صنایع فرهنگی ایجاد می‌کند. این فهم شبکه‌ای می‌تواند در نمایش نسبت و تناسب اجزای این صنعت با صنایع و حوزه‌های دیگر، کمک‌کننده باشد.

6. به عنوان نکته‌ی آخر و بسیار مهم می‌توان گفت که دسته‌بندی‌ها منظرگاه گروه‌های اجتماعی و هم‌چنین حکومت‌ها را نمایان می‌سازد. برای فهم شالوده‌ی دیدگاه‌های گروه‌های اجتماعی و حکومت‌ها نسبت به حوزه صنایع فرهنگی، می‌توان به نوع دسته‌بندی‌های آن‌ها از این صنعت مراجعه کرد.

• بررسی انواع دسته‌بندی در صنایع فرهنگی

در رابطه با انواع دسته‌بندی در صنایع فرهنگی، کشورهای مختلف تلاش می‌کنند که یک مدل فراگیر را انتخاب کرده و به عنوان مرجع از آن بهره ببرند یا آن‌که متناسب با بسترهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی خود یک مدل دسته‌بندی بومی داشته باشند و به همین منظور، دسته‌بندی‌های مرجع را بازآرایی کنند.

در ادامه به چند دسته‌بندی از صنایع فرهنگی و زیرمجموعه‌ی هر یک از آن‌ها پرداخته می‌شود:

1. دسته‌بندی آنکتاد¹

کنفرانس توسعه و تجارت به عنوان یکی از نهادهای سازمان ملل متحد، یک طبقه‌بندی جامع از صنایع فرهنگی اعم از کالا و خدمات ارائه داده است. بر اساس این طبقه‌بندی، صنایع فرهنگی شامل 4 گروه اصلی میراث فرهنگی، هنر، رسانه و خلق کاربردی است. هر یک از این گروه‌ها خود به زیرمجموعه‌هایی دسته‌بندی شده است. این طبقه‌بندی از منظر آنکتاد در شکل (1) قابل مشاهده است:

¹ . United Nations Conference on Trade and Development



شکل (1). دسته‌بندی آنکتاد

منبع: . 2020.Sectors. train for trade ii, eu unctad joint programme for angola.

2. دسته‌بندی یونسکو (UNESCO)

سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی ملل متحد^۲ نیز یک دسته‌بندی از صنایع فرهنگی ارائه داده است. دسته‌بندی یونسکو به جنبه‌ها و حوزه‌های فرهنگی توجه ویژه دارد و بر میراث فرهنگی ناملموس تأکید می‌کند. شکل (2) دسته‌بندی یونسکو از صنایع فرهنگی را نشان می‌دهد:

² . United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

دسته بندی یونسکو



شکل (2). دسته‌بندی یونسکو

منبع: The Cultural Economy - UNESCO's Framework for Cultural Statistics. 2009.p 24.

3. دسته‌بندی DCMS

وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش انگلستان^۳ نیز یک دسته‌بندی از صنایع فرهنگی پیشنهاد داده است. علی‌رغم تأکید اتحادیه اروپا و یونسکو به صنایع فرهنگی، در انگلستان اما از اصطلاح صنایع خلاق برای این حوزه استفاده می‌شود. وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش، صنایع خلاق را بر اساس ماهیت و خروجی هر یک از آن‌ها به چهار حوزه انتشارات، دیداری- شنیداری، طراحی و هنرهای تجسمی و در نهایت اجرا و نمایش تقسیم‌بندی می‌کند. این دسته‌بندی ارائه شده، در شکل (3) قابل مشاهده است:

³. Department of Culture, Media and Sport

دسته‌بندی DCMS



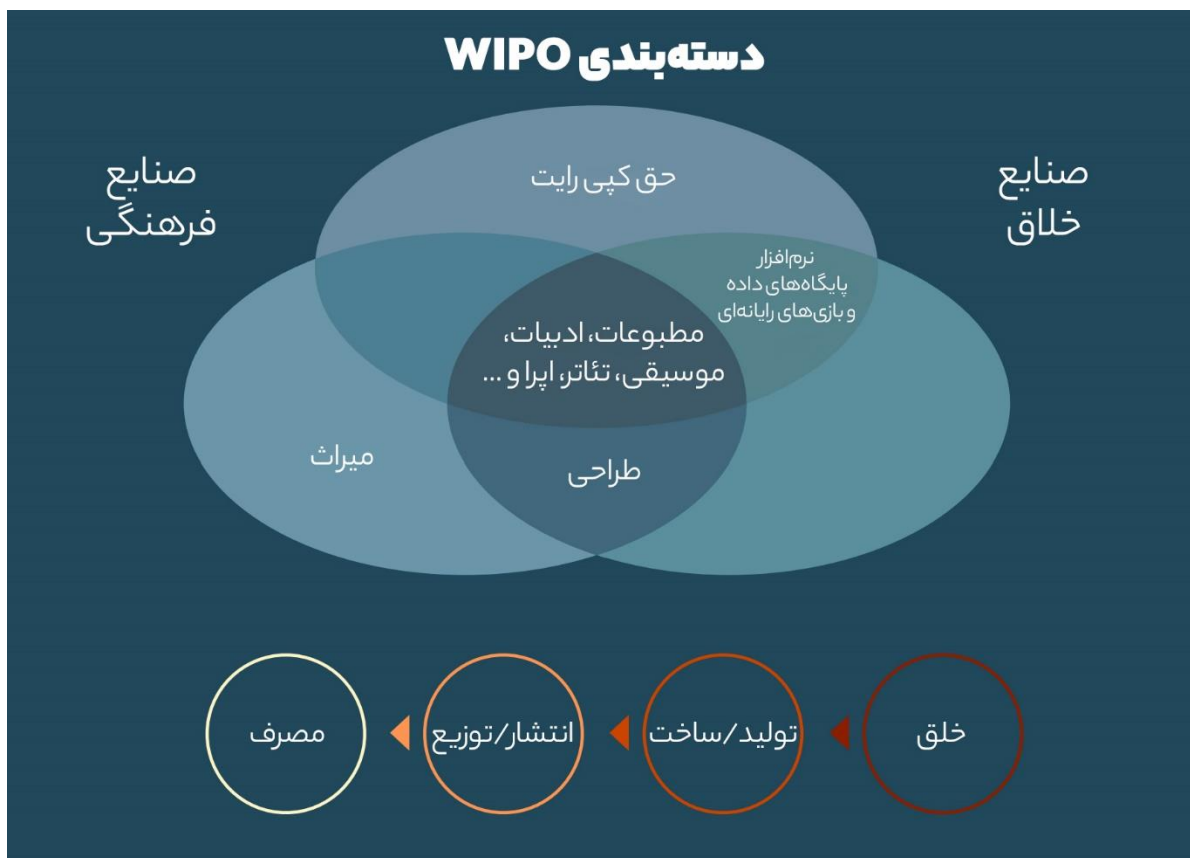
شکل (3). دسته‌بندی DCMS

منبع: Creative and Cultural Economy series / 2, Mapping the Creative Industries: A Toolkit. 2010. p 40.

4. دسته‌بندی WIPO

سازمان جهانی مالکیت فکری⁴ مبتنی بر کپی‌رایت یک دسته‌بندی کلی ارائه داده است. این دسته‌بندی بر مالکیت فکری به عنوان مظهر خلاقیت تمرکز می‌کند که در ساخت کالا یا خدمات مشمول کپی‌رایت تجلی می‌یابد (کیقبادی و دیگران، 1387). شکل (4) مدل دسته‌بندی WIPO را نشان می‌دهد:

⁴ . World Intellectual Property Organization



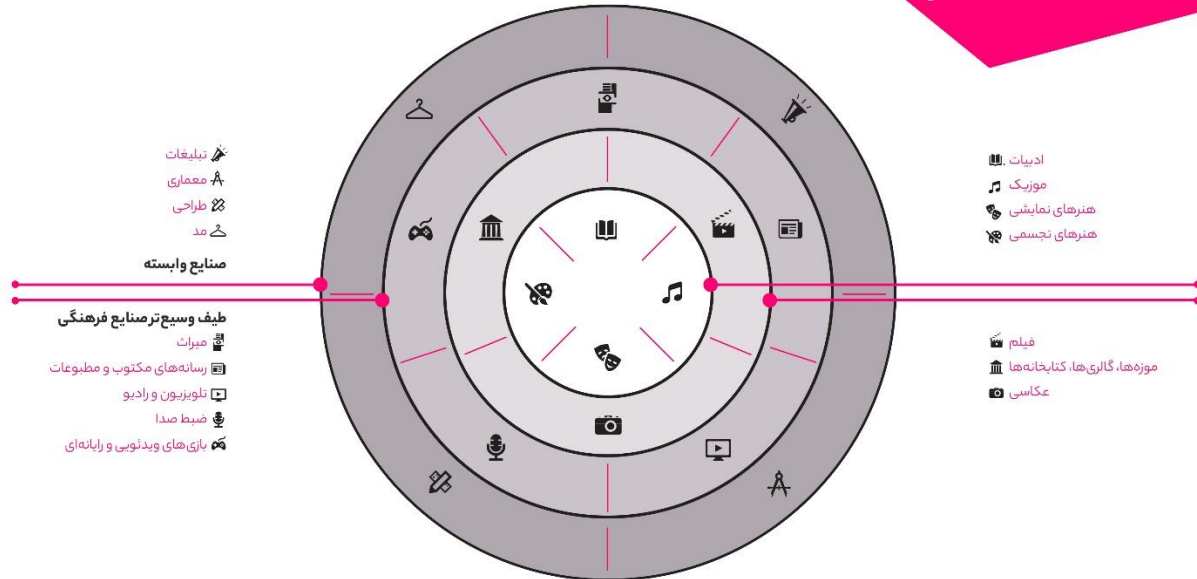
شکل (4). دسته‌بندی WIPO

منبع: How to Make a Living in the Creative Industries. 2017. p 8

5. دسته‌بندی دایره‌های هم‌مرکز

دایره‌های هم‌مرکز مبنای دسته‌بندی صنایع فرهنگی در اتحادیه اروپاست. این دسته‌بندی بر محتوای صنایع فرهنگی متمرکز است؛ به گونه‌ای که هر چه محتوای فرهنگی یک کالا بیشتر باشد، آن کالا به صنایع فرهنگی انتساب بیشتری دارد (Throsby, 2001). از منظر این دسته‌بندی، اصطلاح صنایع فرهنگی بیشتر به میراث فرهنگی و اشکال سنتی خلق مرتبط است. در حالی که صنایع خلاق شامل هنرهای کاربردی، نوآوری و سود و اشتغال از طریق ایجاد مالکیت فکری است (Cultural and creative industrie). مدل طبقه‌بندی دایره‌های هم‌مرکز در شکل (5) نمایش داده شده است:

دسته‌بندی اتحادیه اروپا



شکل (5). دسته‌بندی دایره‌های هم‌مرکز

منبع: Lecture 5. Cultural and creative industries

• فرجام سخن:

ایجاد نظم و پرهیز از پراکندگی در تصمیم‌گیری حوزه فرهنگ، مستلزم ارائه‌ی تعریفی دقیق و رسیدن به یک دسته‌بندی جامع از صنایع فرهنگی است. صنایع فرهنگی در ایران و اقدام به دسته‌بندی آن در چند سال اخیر مورد توجه جدی قرار گرفته است. تعریف این صنایع و طبقه‌بندی آن در سندی با عنوان «سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم» به سرانجام رسیده است. سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم یک مدل دسته‌بندی بومی از صنایع فرهنگی ارائه داده است. این مهم را می‌توان گامی رو به جلو در حوزه صنایع فرهنگی ایران دانست. از منظر این سند، صنایع فرهنگی «گونه‌ای از صنعت است که به خلق ایده، تولید و توزیع محصولات و خدمات فرهنگی می‌پردازد». این صنایع، دانش‌بنیان و مبتنی بر خلاقیت، مهارت و نوآوری هستند و از طریق حق مالکیت معنوی مورد حمایت قرار می‌گیرند. دسته‌های مهم صنایع فرهنگی مبتنی بر بسترهای فرهنگی و اقتصادی در ایران شامل موارد ذیل است:

تولید محتوا و نشر مکتوب و رقومی، طراحی، اسباب‌بازی، نوشت‌افزار، ظواهر و سبک پوشش، صنایع دستی و گردشگری، فناوری‌های اجتماعی، نوآوری‌های اجتماعی، بازی‌های ویدیویی، پویانمایی و پی‌نمایی، سینما، هنرهای تجسمی، هنرهای نمایشی، تبلیغات، فناوری‌های مهندسی انگیزه، سازوکارهای مدیریت بهره‌وری و حکمرانی در حوزه فرهنگی و اجتماعی، بازی‌وارسازی، ارتباطی و رسانه‌ای، آموزشی و یادگیری (سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، 1400).

منابع

1. سند ملی توسعه فناوری‌های فرهنگی و نرم، مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی. (1400).
<https://media.dotic.ir/uploads/org/2021/06/30/162505624441381600.pdf>.
2. عبدی، اسماعیل. محمودی، مریم. سعدآبادی، علی‌اصغر، ابوالحسنی، زهرا. (1395). بررسی نقش حاکمیت در پیشبرد صنایع خلاق فرهنگی، تهران، موسسه فرهنگی هنری نگاه روزگار نو.
3. کیقبادی، مرضیه. فخرایی، مرضیه. علوی، سارا. زواری، عبدالمجید. (1387). از صنایع فرهنگی تا صنایع خلاق، اندیشکده صنعت و فناوری.
4. Cultural and creative industries, <https://www.culturepartnership.eu/en/publishing/course/lecture-5>.
5. Creative and Cultural Economy series / 2, Mapping the Creative Industries: A Toolkit. (2010). British Council, [English mapping the creative industries a toolkit 2-2.pdf \(britishcouncil.org\)](https://www.britishcouncil.org/en/creative-and-cultural-economy-series-2).
6. David Throsby. (2001). Economics and Culture, Cambridge University Press.
7. How to Make a Living in the Creative Industries. (2017). World Intellectual Property Organization, Geneva 20, Switzerland, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_cr_2017_1.pdf.
8. The Cultural Economy - UNESCO's Framework for Cultural Statistics. (2009). [The Cultural Economy - UNESCO's Framework for Cultural Statistics | Diversity of Cultural Expressions](https://www.unesco.org/en/cultural-economy).
9. train for trade ii, eu unctad joint programme for angola. (2020).
https://unctad.org/system/files/official-document/ditccep2020-05-26_presentation_en.pdf.