



جولان اژدها در میدان صنایع خلاق



گزارش صنایع خلاق فرهنگ جولان اژدهای سرخ در میدان صنایع خلاق حسین صادقیان زهرا اکبری مرداد ماه ۱۴۰۲ اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق	نوع سند حوزه تخصصی برنامه عنوان نگارنده / نگارندگان ناظر کیفی مشاور / مشاوران ارزیاب / ارزیابان موعد تحویل تاریخ انتشار مخاطب / کارفرما
مالکیت فکری و حق تألیف	
توضیح حق تألیف و مالکیت فکری	فرد / مؤسسه
----- -----	----- -----

جملات کلیدی

کلمات کلیدی

مقدمه

صنایع خلاق، به صنایعی اطلاق می‌شود که هسته آن خلاقیت و مبتنی بر فرهنگ باشد. با توسعه جهانی شدن اقتصاد، صنایع فرهنگی و خلاق به یکی از ستون‌های مهم اقتصاد کشورها تبدیل شده و کشورها سعی دارند، صنایع خود را مبتنی بر ویژگی‌های فرهنگی خود ارائه دهند.

چین یکی از تمدن‌های قدیمی جهان با پیشینه تاریخی و فرهنگی غنی در سالیان اخیر سعی در گسترش صنایع خلاق داشته است، زیرا علاوه بر نفع تجاری، منجر به گسترش فرهنگ چین و اعتلای هویت جهانی این کشور تاریخی در سطح بین‌الملل می‌شود. در واقع چین از صنایع خلاق به عنوان بخشی از سیاست مدرن‌سازی خود استفاده کرده است. صنایع فرهنگی و خلاق ۴.۵۶ درصد تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل می‌دهد.^۱ همچنین این کشور در سال ۲۰۲۰ بزرگترین صادرکننده کالاهای خلاق به ارزش ۱۶۹ میلیارد دلار بوده است. چین در صادرات خدمات خلاق پس از ایالات متحده آمریکا، ایرلند و آلمان، با ۵۹ میلیارد دلار در جایگاه چهارم قرار دارد (آنکتاد، ۲۰۲۲). در این یادداشت اقدامات این کشور در جهت گسترش صنایع خلاق بررسی می‌شود.

۱. سیاست حمایتی دولت چین

صندوق سرمایه‌گذاری صنعت فرهنگی چین^۲ به عنوان تنها صندوق در سطح دولتی در سال ۲۰۱۱ برای سرعت بخشیدن به توسعه صنعت فرهنگی در پکن تأسیس شد. این شرکت به طور مشترک توسط بوک اینترنشنال^۳، شرکت بین‌المللی تلویزیون چین^۴ و نمایشگاه بین‌المللی صنایع فرهنگی چین (شنژن)^۵ تأسیس شده است. این شرکت در زمینه مطبوعات و نشریات، رادیو و تلویزیون، فرهنگ و هنر و همچنین زمینه‌های فرهنگ اوقات فراغت سرمایه‌گذاری می‌کند. دولت چین در سال ۲۰۲۰، حدود ۷.۶۲ میلیارد دلار به این صندوق

^۱ www.stats.gov.cn/english/PressRelease/۲۰۲۲۱۲/۲۰۲۲۱۲۳۰_۱۸۹۱۳۵۸.html

^۲ China Culture Industrial Investment Fund

^۳ BOC International Holdings Limited

^۴ China International Television Corporation

^۵ CHINA (SHENZHEN) INTERNATIONAL CULTURAL INDUSTRIES FAIR



اختصاص داد.^۶ تأسیس این صندوق یک حرکت مهم در راستای ایجاد یک صنعت فرهنگی مدرن و توسعه فرهنگ سوسیالیستی بزرگ در چین تلقی می‌شود.

۲. راهبردهای توسعه بازار فرهنگی چین

۱.۲ توسعه سک‌های دیجیتال

این کشور با استفاده از سک‌های دیجیتال سعی در گسترش دامنه بین‌المللی محصولات فرهنگی خود دارد. موسیقی، فیلم‌ها و انیمیشن‌های چینی از طریق سک‌هایی مانند آی‌چی بی،^۷ تنسنت ویدیو،^۸ و یوکو^۹ در دسترس مخاطبان جهانی است. این توزیع دیجیتال منجر به جلب مخاطبان جهانی برای صنایع خلاق چین شده است.

۲.۲ توسعه تعاملات بین‌المللی

این کشور همچنان به دنبال ارتقای همکاری‌ها و مبادلات بین‌المللی در صنایع خلاق به واسطه برگزاری نمایشگاه‌ها و جشنواره‌های فرهنگی بوده است. برگزاری و حمایت از اینگونه رویدادها منجر به ترویج فرهنگ می‌شود.

اولین اقدام ترویجی دولت چین برگزاری نمایشگاه بین‌المللی صنایع فرهنگی^{۱۰} در شتژن در سال ۲۰۰۴ بوده است. رویدادهای نمایشگاه در چهار بخش نمایشگاه‌ها، معاملات، انجمن‌ها و فعالیت‌ها دسته‌بندی شدند. این نمایشگاه بیش از ۳۵۰۰ نهاد دولتی، سازمان فرهنگی و شرکت را در سطح جهانی به خود جذب می‌کند و در آن با برگزاری همایش‌ها، کنفرانس‌ها، امضای قراردادهای و برگزاری مسابقات خلاقانه به اشتراک گذاری اطلاعات و توسعه نوآوری در صنایع خلاق کمک می‌کند. در نوزدهمین دوره برگزاری نمایشگاه در سال ۲۰۲۳، برای اولین بار یک منطقه نمایش دیجیتال راه اندازی شد تا بازیگران با نمایش سک‌ها و جدیدترین نوآوری‌های فناوری در صنایع خلاق را تبلیغ کنند. اهمیت این نمایشگاه

^۶ english.www.gov.cn/news/topnews/۲۰۲۰/۱۱/۱۹/content_WS۵fb۵ab۵۰c۶d۰f۷۲۵۷۶۹۴۰۲۲۸.html

^۷ iQiyi

^۸ Tencent Video

^۹ Youku

^{۱۰} ICIF



این است که باعث ایجاد فرصت تجاری، ارتقاء همکاری بین‌المللی، ارتقاء صنایع خلاق و گسترش گردشگری فرهنگی می‌شود.

یکی دیگر از عوامل ارتقاءدهنده تبادلات بین‌المللی توسط دولت چین انجام ابتکاراتی مانند جشنواره بین‌المللی پویانمایی چین و جشنواره بین‌المللی فیلم چین بوده است. به عنوان مثال جشنواره بین‌المللی فیلم پکن^{۱۱} یک رویداد فرهنگی مهم است که فیلمسازان، متخصصان و علاقه‌مندان به صنعت سینما را از سراسر جهان جذب کرده است. این جشنواره به عنوان بستری برای تبادل و همکاری بین‌المللی عمل می‌کند و اکران فیلم‌های چینی و بین‌المللی در آن، باعث شناخت بین‌المللی سینمای چین می‌شود که به نوبه خود موجبات ارتقاء صنایع خلاق این کشور در مقیاس جهانی را فراهم می‌کند.

همچنین این کشور به طور فعال قراردادهای تولید مشترک فیلم را با سایر کشورها دنبال می‌کند. تولیدات مشترک، امکان به اشتراک‌گذاری منابع، استعدادها و فناوری را فراهم می‌کند و منجر به تولید فیلم‌هایی می‌شود که برای مخاطبان چینی و بین‌المللی جذاب باشد. این همکاری‌ها توزیع بین‌المللی و ترویج سینمای چین را تسهیل می‌کند و به تبادل فرهنگی کمک می‌کند. برای نمونه در سال ۲۰۱۳، هند و چین تصمیم گرفتند که همکاری‌های دوجانبه را در بخش فیلم تقویت کنند. چین مهمان اصلی جشنواره بین‌المللی فیلم هند بود که در نوامبر ۲۰۱۷ در گوا برگزار شد. هند و چین طی توافقنامه‌ای در سال ۲۰۱۴ قصد داشتند بازار فیلم‌های کشورشان را در کشور یکدیگر بهبود بخشند. همچنین دهلی و پکن سیاست ساخت فیلم‌های مشترک برای تبادل فرهنگی‌بیش‌تر را اعلام کردند.

۳.۲ نهادسازی

مؤسسه کنفوسیوس مشهورترین نماد فرهنگ این کشور در عرصه مبادلات چین با سایر کشورهاست که اسم آن از کنفوسیوس فیلسوف مشهور این کشور گرفته شده است. مؤسسه کنفوسیوس یک سازمان عمومی غیرانتفاعی وابسته به وزارت آموزش و پرورش جمهوری خلق چین است که در سال ۲۰۰۴ تأسیس شد و در سراسر جهان فعالیت می‌کند. این مؤسسه با مؤسسات و دانشگاه‌های کشورهای مختلف برای ارائه دوره‌های زبان چینی و تسهیل مبادلات فرهنگی می‌کند. تا پایان سال ۲۰۱۸، ۵۴۸ مؤسسه کنفوسیوس و ۱۱۹۳

^{۱۱} BIFF



کلاس آموزشی در سرار جهان تأسیس شده است.^{۱۲} مؤسسات کنفوسیوس با فراهم کردن دسترسی به منابع فرهنگی چین، به انتشار جهانی صنایع فرهنگی و خلاق چین کمک می‌کنند.

در تکاپوی تیان شیا

اگرچه خیزش مسالمت‌آمیز چین آرام صورت می‌گیرد و به ظاهر قصد ندارد که نظم بین‌المللی را برهم بزند، اما چین رویای محقق کردن مفهوم «تیان شیا»^{۱۳} به معنی «همه چیز زیر آسمان است» را دارد. چین در این مفهوم در مرکزیت دنیاست و رویای نظم بین‌الملل چین محور را دارد؛ از آن رو، صنایع خلاق یکی از ابزارهای چین برای تحقق این رویاست.

^{۱۲} <https://www.statista.com/statistics/۸۷۹۳۴۰/china-confucius-institutes-and-confucius-classrooms-worldwide/>

^{۱۳} Tian Xia





پژوهشکده سیاست‌گذاری
دانشگاه شریف

spri.sharif.ir



spri@sharif.ir



[sharif.policy](https://www.instagram.com/sharif.policy)



[sharif-policy](https://www.linkedin.com/company/sharif-policy)



t.me/spri1



تهران، بلوار تیموری، میدان تیموری، محوطه آموزش دانشگاه شریف،
پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه شریف



۰۲۱-۶۶۰۶۵۱۴۰

