



یادداشت نقدی بر تعریف اصطلاح «صنایع فرهنگی»



یادداشت فرهنگ اندیشکده حکمروایی فرهنگ و منابع خلاق	نوع سند حوزه تخصصی برنامه عنوان نگارنده / نگارندگان ناظر کیفی مشاور / مشاوران ارزیاب / ارزیابان موعد تحویل تاریخ انتشار مخاطب / کارفرما
تیترا حسین رضایی	
۱۴۰۲	
مالکیت فکری و حق تألیف	
توضیح حق تألیف و مالکیت فکری	فرد / مؤسسه
----- -----	----- -----

جملات کلیدی

کلمات کلیدی

قبل از ورود به هر موضوع علمی، لازم است اصطلاحات آن علم تعریف شود. تعریف اصطلاحات باعث می‌شود حد و مرز مباحث مشخص باشد. عدم وجود یک تعریف مشخص باعث می‌شود صاحب‌نظران بر اساس فهم خود و از یک زاویه خاص، مطالب را بیان کنند. موارد زیادی وجود دارد که افراد مدت‌ها در یک زمینه بحث می‌کنند اما بعد از مدتی متوجه می‌شوند که هر کدام تعریف خاصی را نسبت به آن زمینه داشته‌اند؛ درحالی‌که اگر بر اساس یک تعریف واحد بحث می‌کردند، اختلافی به وجود نمی‌آمد. در موضوعات مرتبط با صنایع فرهنگی، لازم است ابتدا تعریف ما نسبت به اصطلاحات کلیدی مانند «صنایع فرهنگی» مشخص شود. زیرا برخی فعالیت‌ها وجود دارند که معلوم نیست جزو صنایع فرهنگی محسوب می‌شوند یا خیر؟ به عنوان مثال ورزش همگانی یا فرش ماشینی یا زیورآلات طبق برخی از تعریف‌ها به عنوان صنایع فرهنگی محسوب می‌شوند اما طبق برخی تعریف‌ها این اطلاق صحیح نیست. به طور کلی چهار تعریف نسبت به صنایع فرهنگی مطرح است.

تعریف اول) صنایع فرهنگی به عنوان صناعی که نیازمند خلاقیت، مهارت و استعداد است و پتانسیل بالایی برای تولید ثروت و شغل از طریق بهره‌برداری از مالکیت معنوی دارد، تعریف می‌شود.^۱

اشکال تعریف بالا این است که صنایع بسیار زیادی وجود دارد که نیازمند خلاقیت، مهارت و استعداد هستند. به عنوان مثال صنایع خودروسازی یا کشتی‌سازی هم این چنین هستند و طبق تعریف بالا می‌بایست جزو صنایع فرهنگی محسوب شود درحالی‌که این‌طور نیست. به‌خاطر همین تعریف بالا نیاز به یک قیدی مانند فرهنگی بودن دارد تا صناعی مانند خودروسازی را از تعریف خارج کند.

تعریف دوم) صنایع فرهنگی، کالایی را تولید می‌کنند که ویژگی اصلی آن، نمادین بودن و دارای پیام فرهنگی بودن است. حال گاهی ممکن است که این پیام فرهنگی دارای پیام و محتوای فرهنگی انسانی باشد و در راستای تولید و بازتولید آن به‌کار رود و گاهی می‌تواند بر خلاف آن باشد و ارزش‌ها و هنجارهایی را برای فرد و جامعه بازتولید کند.^۲

در تعریف بالا به درآمدزایی و خلق ثروت اشاره نشده است. درحالی‌که یکی از ویژگی‌های بارز صنایع خلق ثروت و درآمدزایی است. از طرفی طبق این تعریف باید مثلاً گروه‌های منحرفی که لباس‌هایی با نماد شیطان‌پرستی تولید می‌کنند را هم فعال صنایع فرهنگی در نظر بگیریم. درحالی‌که در کشور ما این عمل به

^۱ سیاوش ملکی‌پور، سیدسپهر قاضی‌نوری، محمدامین قانع‌راد، آرش موسوی، آسیب‌شناسی سیستماتیک نظام نوآوری صنایع فرهنگی کشور کاربرد (نگاشت نهادی) و (تحلیل ذی‌نفعان)، راهبرد فرهنگ، شماره چهل و یکم، بهار ۱۳۹۷، ص ۱۳-ملکی‌پور و سایرین به نقل از دی.سی.ام.اس.

^۲میلاد پوررجبی، حسین میرزایی، محمدجواد یداللهی‌زاده، "راهبردهای برنامه‌ریزی صنایع فرهنگی بومی؛ رویکردها، اصول، و الگو"، فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، سال هشتم، شماره سی‌ودوم، پاییز ۱۳۹۸، صفحه ۱۰۳ - پوررجبی و همکاران به نقل از هارتلی.



عنوان یک فعالیت مجرمانه شناخته می‌شود و زیرشاخه صنایع فرهنگی قرار نمی‌گیرد. پس تعریف بالا جامع نیست.

تعریف سوم) ویژگی بارز صنایع فرهنگی این است که برای تولید کالاهای مدنظر خود، به جای بهره‌گیری از مواد اولیه طبیعی و معدنی، از برون‌داده‌های فکری و ذوقی انسان که ماهیت هنری و فرهنگی دارد، استفاده می‌کنند. لذا کالاهای فرهنگی بر خلاف سایر کالاها، ارزش فیزیکی و مادی ندارند و ارزش واقعی آن‌ها بر حسب محتوای آن‌ها تعیین می‌شود. از این‌رو صنایع فرهنگی را صنایع محتوا یا وابسته به محتوا نیز می‌نامند.^۳

اشکال تعریف بالا این است که طبق آن در صنایع فرهنگی، کالاها ارزش فیزیکی و مادی ندارند. اما در صنایع فرهنگی، ارزش محتوا بخشی از ارزش واقعی محصول است. به عنوان مثال برخی از شاخه‌های صنایع فرهنگی (مانند صنایع دستی، زیورآلات و یا جاذبه‌های گردشگری) در کنار ارزش محتوایی، ارزش فیزیکی و مادی هم دارند. لذا اینکه در تعریف بالا گفته شده است که صنایع فرهنگی بر خلاف سایر کالاها، ارزش فیزیکی و مادی ندارند، صحیح نیست. بلکه این تعریف فقط شامل برخی از موارد می‌باشد و دربرگیرنده تمامی شاخه‌های صنایع فرهنگی نمی‌شود.

تعریف چهارم) بر اساس تعریف سازمان یونسکو صنایع فرهنگی عبارت است از صناعی که آثار هنری و محصولات خلاق محسوس یا نامحسوس تولید می‌کنند و از طریق بهره‌برداری از دارایی‌های فرهنگی و تولید کالاها و خدمات دانش‌بنیان (چه سنتی و چه معاصر) دارای پتانسیل خلق ثروت و درآمدزایی هستند.^۴

با توجه به مطلب بالا می‌توان گفت که این تعریف شامل ارکان زیر است:

رکن اول) تولید آثار هنری و خلاق محسوس یا نامحسوس

رکن دوم) بهره‌برداری از دارایی‌های فرهنگی و تولید کالاها و خدمات دانش‌بنیان

رکن سوم) دارای پتانسیل خلق ثروت و درآمدزایی

اگر تعریف بالا را بپذیریم ورزش‌های همگانی ذیل صنایع فرهنگی قرار نمی‌گیرد. زیرا مقوله ورزش از مقوله هنر جداست و شامل ارکان اول و دوم تعریف بالا نیست. همچنین در اصطلاح عامیانه هم ورزشکاران را از هنرمندان و فرهنگیان جدا می‌کنند. از طرفی ورزش‌های زیادی وجود دارد که به صورت جمعی است اما هیچ پیام فرهنگی در این میان رد و بدل نمی‌شود. ممکن است گفته شود که منظور از ورزش‌های جمعی یا

^۳ سیدمهدی شریفی و همکاران، طراحی الگوی مدیریت عملکرد در صنایع خلاق و فرهنگی، صفحه ۱۶۹-۱۷۰- شریفی و همکاران به نقل از کیقبادی.

^۴ Bangkok, STATISTICS ON CULTURAL INDUSTRIES: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects.: UNESCO Bangkok, 2007. Page11.



همگانی، ورزش‌های خاصی مانند ورزش‌های زورخانه‌ای است که در آن پیوند عمیقی با فرهنگ دینی دارد. اما این پاسخ باعث می‌شود که ما ورزش‌های همگانی را محدود به یک طیف خاصی از ورزش‌ها کنیم.

اشکال دوم این است که در تعریف بالا برخی از قیود مانند «محسوس یا نامحسوس» زائد هستند. زیرا هر محصولی یا محسوس است و یا نامحسوس و از این دو حالت خارج نیست. بنابراین وجود یا عدم وجود چنین قیدهایی، اضافی هستند و هیچگونه تاثیری در تعریف ایجاد نمی‌کنند و درحالی‌که می‌توان تعریف را خلاصه‌تر بیان کرد.

اشکال سوم بر تعریف بالا این است که فرهنگ کشورها با هم متفاوت است. در برخی از کشورها، شیطان‌پرستی یا هم‌جنس‌گرایی به عنوان یک عقیده و یا فرهنگ یک گروه خاص پذیرفته شده است! به همین خاطر اگر چنین گروهی در صنعت پوشاک، لباس‌هایی با نماد شیطان‌پرستی تولید کنند که قابلیت درآمدزایی داشته باشد، جزو صنایع فرهنگی آن کشور محسوب می‌شود. زیرا بیانگر عقاید و فرهنگ یک گروه خاص است و از طرفی ظرفیت درآمدزایی هم دارد. طبق تعریف یونسکو فعالیت‌های چنین گروهی در ذیل صنایع فرهنگی قرار می‌گیرد درحالی‌که در برخی کشورها این اعمال قانونی نیست.

برخی اصطلاح «صنایع فرهنگی بومی» را وارد این حوزه کرده و منظور خود را از این کلمات چنین بیان کرده‌اند:

صنایع فرهنگی بومی به معنای صناعی است که به تولید کالاهای فرهنگی با محتوا و پیام‌های بومی مبتنی بر ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی و ایرانی می‌پردازد.^۵

اشکال اول تعریف بالا این است که به ظرفیت درآمدزایی اشاره نشده است. زیرا در تعریف صنعت نوعی مفهوم درآمدزایی وجود دارد.

اشکال دوم این است که اکثر افراد در استعمالات و مباحث علمی خود قید «بومی» را نمی‌آورند و بهتر است نسبت به این قید بی‌نیاز باشیم.

اشکال سوم هم این است که عبارت بالا تعریف «صنایع فرهنگی بومی ایرانی-اسلامی» است نه «صنایع فرهنگی بومی». زیرا وجود قید «بومی» می‌تواند شامل هر کشوری بشود. مثلاً صنایع فرهنگی بومی عراق با صنایع فرهنگی بومی ایران متفاوت است. از طرفی اگر در تعریف بالا، قید «ارزش‌ها و هنجارهای اسلامی و ایرانی» بیاید باعث می‌شود که تعریف خاص باشد و تمامی مصادیق را دربرنگیرد.^۶

برای رفع اشکالات بالا تعریف زیر پیشنهاد می‌شود:

^۵ ر.ک. میلاد پوررجبی، حسین میرزایی، محمدجواد یداللهی‌زاده، "راهبردهای برنامه‌ریزی صنایع فرهنگی بومی؛ رویکردها، اصول، و الگو"، فصلنامه راهبرد اجتماعی - فرهنگی، سال هشتم، شماره سی‌ودوم، پاییز ۱۳۹۸، صفحه ۱۰۴.

^۶ در اصطلاح منطقی، در اینجا تعریف به اخص شده است و لذا تعریف جامعی محسوب نمی‌شود.



صنایع فرهنگی: صنایعی هستند که به تولید آثار هنری و فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه می‌پردازند و ظرفیت درآمدزایی و ایجاد شغل دارند.

این تعریف که برای نخستین بار در این تحقیق ارائه می‌گردد شامل ارکان زیر است که باعث می‌شود اشکالات گذشته پیش نیاید:

رکن اول) تولید آثار هنری و فرهنگی

رکن دوم) آثار مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه

رکن سوم) ظرفیت درآمدزایی و ایجاد شغل

بر اساس رکن اول فقط صنایع فرهنگی وارد این حوزه می‌شود و صنایعی مانند خودروسازی، نظامی و نظیر آن خارج می‌گردد.

بر اساس رکن دوم فقط محصولات فرهنگی که مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه باشد، به عنوان صنایع فرهنگی شناخته می‌شود.

بر اساس رکن سوم اگر آن فعالیت قابلیت درآمدزایی داشته باشد ذیل صنایع فرهنگی قرار می‌گیرد.

با توجه به آنچه در تعریف صنایع فرهنگی گفتیم اصطلاحات زیر باهم متفاوت‌اند:

صنایع فرهنگی	صنایع فرهنگی و خلاق	صنایع فرهنگی خلاق	صنایع خلاق
--------------	---------------------	-------------------	------------

جدول ۱: اصطلاحات مختلف

در برخی از مقالات، اصطلاحات بالا را معادل هم در نظر می‌گیرند. در حالی که هر کدام از این اصطلاحات دارای خصوصیتی که باعث تفاوت آن‌ها با دیگری می‌شود. به عنوان نمونه برای هر کدام از این اصطلاحات می‌توان تعریف‌های زیر را ارائه نمود:

«صنایع خلاق»: صنایعی هستند که بر اساس خلاقیت و نوآوری اقدام به تولید محصولاتی می‌کنند که ظرفیت تولید ثروت و کسب درآمد را دارند.



برخی از محققان «صنایع خلاق» را معادل «صنایع فرهنگی» در نظر گرفته‌اند.^۷ اما با تأمل در این اصطلاحات می‌توان به این نتیجه رسید که صنایع خلاق از حیث تعریف با صنایع فرهنگی متفاوت است. زیرا در اصطلاح صنایع خلاق واژه خلاق وجود دارد که باعث تمایزش با اصطلاح صنایع فرهنگی می‌شود.

صنایع فرهنگی خلاق: صناعی هستند که بر اساس خلاقیت و یا نوآوری به تولید آثار هنری، فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه می‌پردازند و ظرفیت درآمدزایی و ایجاد شغل را دارند. در این تعریف قید خلاقیت یا نوآوری الزامی است.

صنایع فرهنگی و خلاق: صناعی هستند که به تولید آثار هنری یا فرهنگی یا خلاق و یا نوآور مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه می‌پردازند و ظرفیت درآمدزایی و ایجاد شغل را دارند. در این تعریف قید خلاقیت یا نوآوری الزامی نیست.

برای درک بهتر تفاوت دو تعریف بالا، یک مثال می‌زنیم. تصور کنید که یک گروهی در حوزه صنایع دستی و به صورت سنتی و بدور از هرگونه خلاقیت و یا نوآوری حصیر می‌بافند. عمل این گروه در حوزه صنایع فرهنگی خلاق قرار نمی‌گیرد. زیرا فعالیت چنین گروهی مبتنی بر خلاقیت و یا فعالیت‌های دانش‌بنیان نیست. اما زیرمجموعه حوزه صنایع فرهنگی و خلاق قرار می‌گیرد. زیرا در تعریف صنایع فرهنگی و خلاق، شرط خلاق بودن و یا دانش‌بنیان بودن الزامی نیست.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

قبل از ورود به هر علمی لازم است که اصطلاحات آن علم تعریف شود. اگرچه دستیابی به تعریف دقیق اصطلاحات کار مشکلی است اما می‌توان تا حدودی خطای موجود در تعریف‌ها را کاهش داد. در این پژوهش تعریف‌های مختلف صنایع فرهنگی بیان شد و مورد نقد و بررسی قرار گرفت. در انتها یک تعریف مشخص برای صنایع فرهنگی بیان گردید. در این تعریف صنایع فرهنگی عبارت بود از صناعی که به تولید آثار هنری و فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های یک جامعه می‌پردازند و ظرفیت درآمدزایی و ایجاد شغل را دارند. در پایان این تحقیق برای سایر اصطلاحات موجود در این زمینه مانند صنایع فرهنگی خلاق، صنایع فرهنگی و خلاق، صنایع خلاق تعریف‌هایی بیان شد. لازم به ذکر است که تعریف این اصطلاحات نیازمند تحلیل‌هایی بسیاری است که در این مقال نمی‌گنجد و به همین دلیل به صورت اختصار این تعریف‌ها بیان گردید.

^۷ ر.ک. جواد یداللهی، «صنایع فرهنگی و گسترش گفتمان انقلاب اسلامی»، دوفصلنامه فرهنگ و ارتباطات، سال اول، شماره دوم، ۱۳۹۶، ص ۱۰۷- یداللهی به نقل از کیقبادی.





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

